


## 15 características de la mente del cliente que todo comercial debe conocer

INICIO	FIN	HORARIO	DURACIÓN	LUGAR	INSCRIPCIÓN
5 febrero	5 febrero	De 9.00 a 14.00 y de 15.00 a 18.00 horas	8 horas	CÁMARA DE GIPUZKOA	

Las neurociencias demuestran que la gran mayoría de las decisiones humanas se deben a mecanismos emocionales. No son opiniones, es ciencia. Los argumentos racionales, que hacen referencia a características del producto o servicio, son necesarios, pero ahora se sabe que no son suficientes.

En este contexto, existen una serie de principios de carácter empírico que rigen el funcionamiento de la mente y el comportamiento de las personas en situaciones de compra. El conocimiento de estos principios supone una asombrosa ventaja en el campo de la persuasión, en general, y de la venta, en particular, ya que la ciencia descubre qué debe hacerse y qué no.

### Objetivo

El objetivo de este seminario es que las personas participantes conozcan los principios básicos que rigen el comportamiento de compra, de especial utilidad en la interacción comercial. Así mismo, podrán extraer conclusiones claras y prácticas que les permitan una mejor interacción con sus clientes, tanto internos como externos, y una mayor eficacia en la venta.

### Dirigido a

El programa de formación y entrenamiento que presentamos se ha establecido con el fin de ser dirigido a personas que tienen contacto con el cliente, tanto interno como externo, que quieren comprender mejor su comportamiento, y adquirir habilidades en el campo de la persuasión.

### Programa

1. La mente se emociona.
2. La mente olvida a menudo las razones objetivas.
3. La mente se autoengaña.
4. La mente calcula mal.
5. La mente compara fatal.
6. La mente tiene miedo (a muchas cosas, con frecuencia irreales).
7. La mente se satura al cabo de "x" segundos.
8. La mente puede no saturarse, siempre que se emplee el procedimiento adecuado.
9. La mente es muy sensible a las palabras clave y a los sub-lenguajes.
10. La mente simplifica en una cierta dirección.
11. La mente extrae conclusiones a veces absurdas.
12. La mente es muy sensible al movimiento y a los tonos de voz.

13. La mente hace dejación de funciones y trabaja en modo automático.
14. La mente se fija sólo en lo muy llamativo.
15. La mente decide en cinco segundos mágicos.
16. La mente es muy manipulable.
17. Conclusiones: Cómo convencer (y, si se quiere, sin mentir).
18. Plan de acción personal para la mejora.

### Metodología

La metodología será práctica y participativa, con referencias continuas a casos reales. El ponente introducirá los conceptos, propondrá ejemplos y suscitará el debate a través del cual el grupo extraerá conclusiones.

Cada participante elaborará un Plan de Progreso Personal en el que recogerá sus líneas de actuación y mejora.

### Ponente



**Javier García San Vicente**

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales.

Director de HPA Marketing & Innovation.

Profesor de la EHU-UPV, Universidad de Mondragón, Universidad de Salamanca, Universidad San Pablo CEU, Coventry University y Hertfordshire University. Colaborador de distintas las Cámaras del País Vasco y otras entidades profesionales.

Desarrolla en la actualidad proyectos de Marketing e Innovación en empresas e instituciones.

Autor del libro “El Marketing Personal”.

### Otros datos relevantes

- **Fecha, duración y lugar**
  - Día 5 de febrero de 2019. De 9.00 a 14.00 y de 15.00 a 18.00 horas.

Cámara de Gipuzkoa. Avda. de Tolosa, 75. 20018 Donostia.

- **Precio**

- 240 euros (almuerzo incluido)

(Se retendrá un 30% en cancelaciones efectuadas entre 5 y 2 días antes del comienzo del curso y el 100% el día anterior al inicio).

**FUNDAE**

Las inscripciones podrán bonificarse parcialmente en las cuotas de la Seguridad Social a través de la encomienda de gestión a Cámara de Gipuzkoa.

## Información

Ainhoa Garagorri - 943 000284

[bikain@camaragipuzkoa.com](mailto:bikain@camaragipuzkoa.com)

%MCEPASTEBIN%