

NEUROVENTAS, NEUROCIENCIAS Y PNL APLICADAS A LAS VENTAS

(con herramientas de IA)



Tema 1

EL ARTE DE VENDERLE AL CEREBRO

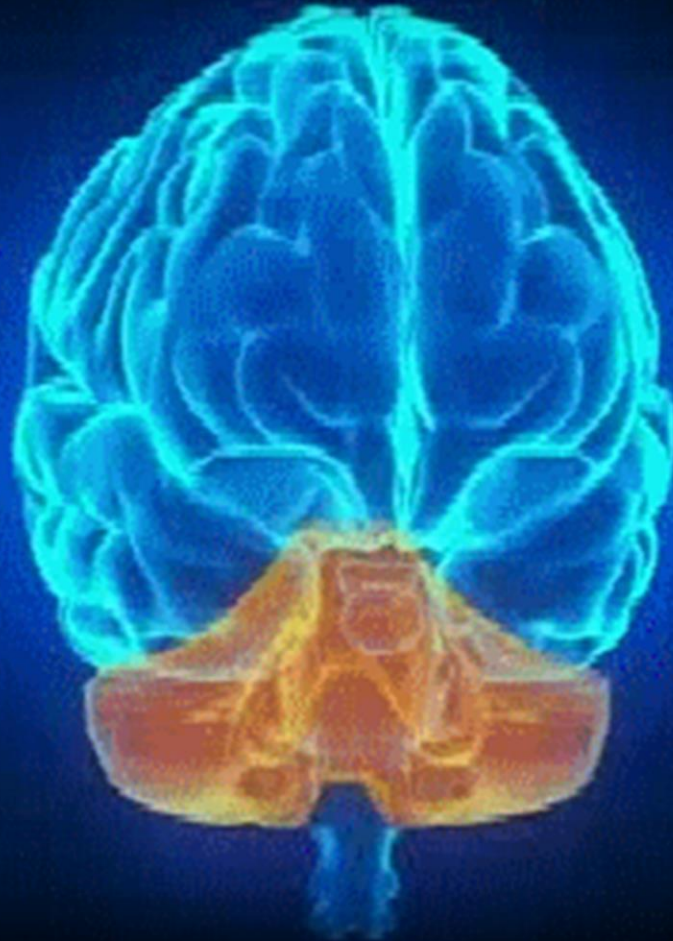
Neurociencia aplicada
a la decisión de compra



**¿QUÉ HARÍAS SI
TUVIERAS ENTRAR
EN LA MENTE DE
TUS CLIENTES?**



AL CEREBRO NO LE GUSTA QUE LE VENDAN





VIVIMOS EN LA ERA DE LA MENTE

Mente Consciente

5%

**Decisiones
Racionales**

95%
Mente Inconsciente

**Decisiones Irracionales,
EMOCIÓN. INSTINTO
NO PIENSO**

Las decisiones de compra están ocultas

El 95% de nuestras decisiones
de compras son
inconscientes



Los "3 cerebros (cerebro triuno)

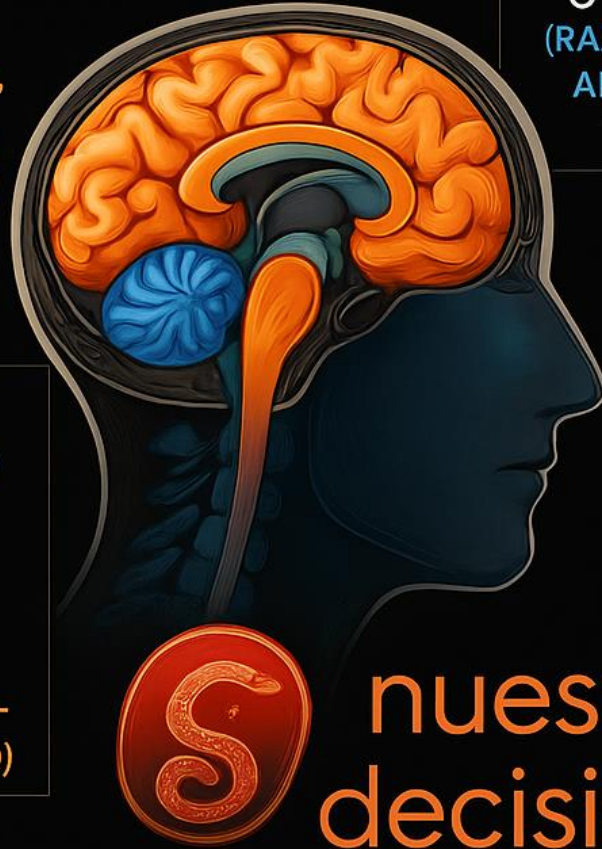
Decisión hasta
95.72%

**CEREBRO
LIMBICO**
(EMOCIÓN,
INTERACTUAR,
ALIMENTARSE,
REPRODUCIRSE)

+200 Millones
de años

**CEREBRO
REPTILIANO**
(INSTINTO,
SOBREVIVIR,
REACCIONAR,
RESPIRAR,
DORMIR, DESP-
RATA CARDIACO)

50%

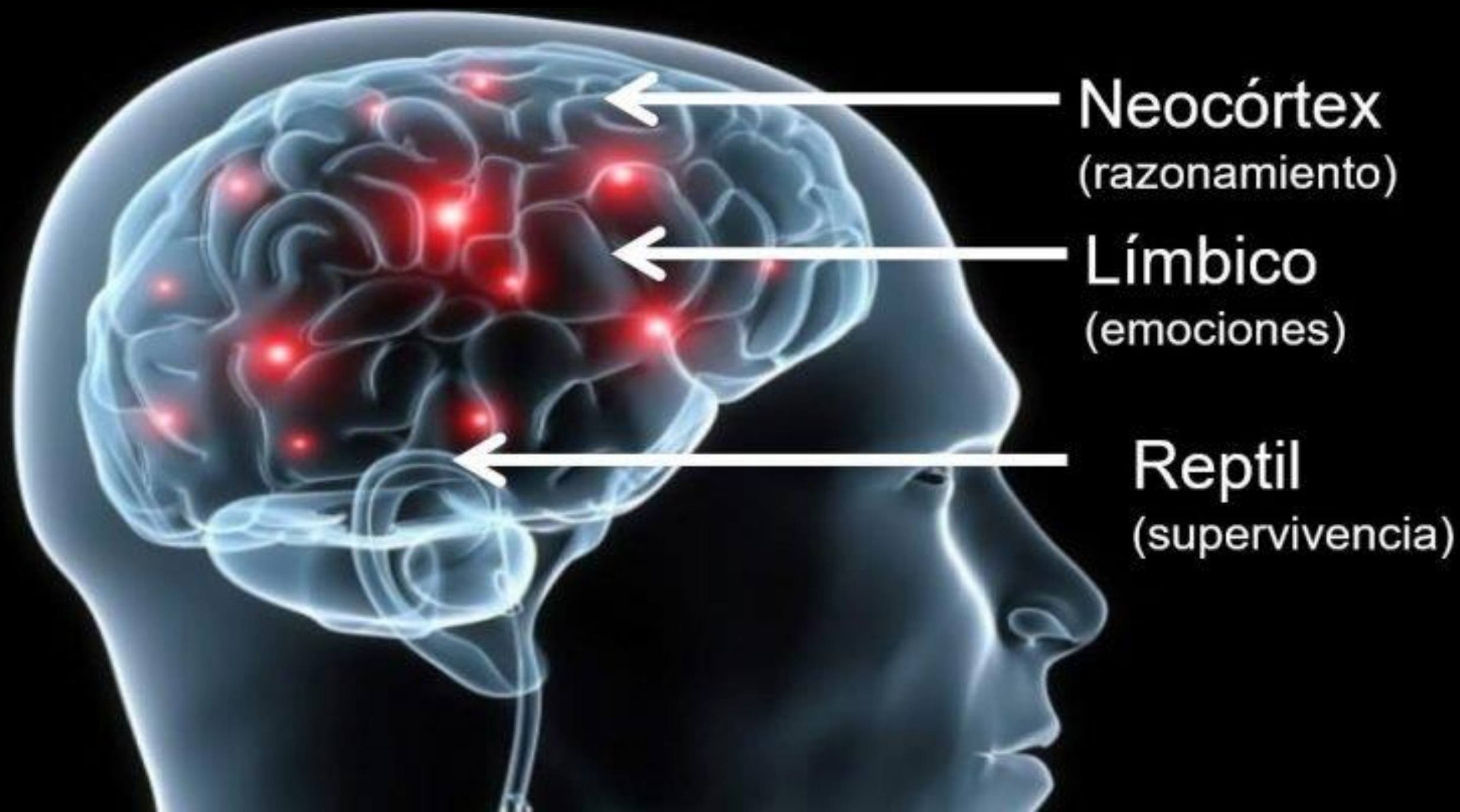


**CEREBRO CORTICAL
O NEOCORTEX**
(RAZON, LENGUAJE,
APRENDIZAJE A
100,000 años

**Del 5% al
15%
RACIONAL**

**nuestras
decisiones..**

Paul Mac Lean



EL CEREBRO LÍMBICO

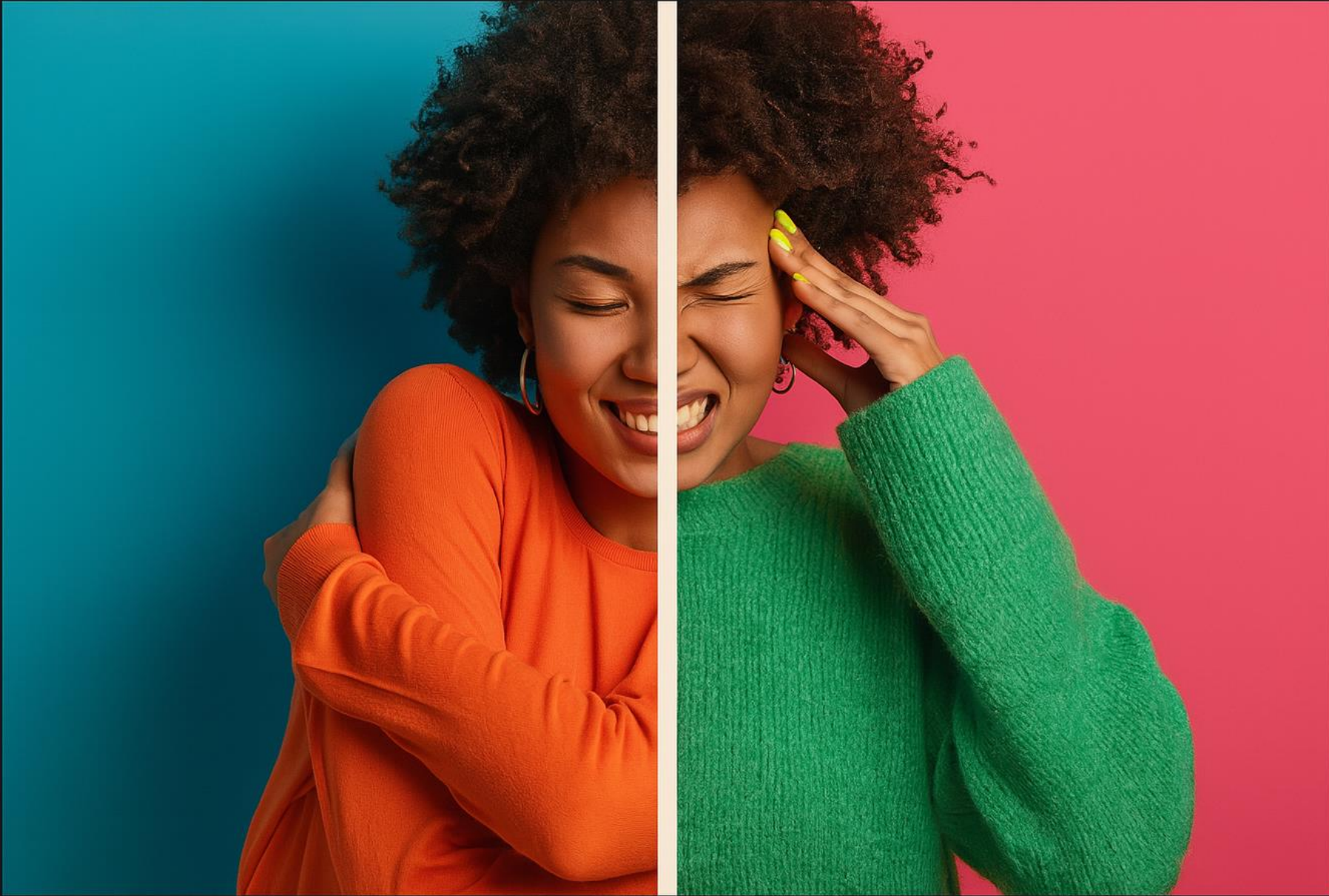
EMOCIONAL



El cerebro está diseñado para evitar el dolor y el peligro antes que buscar placer.

Cuando el cliente percibe riesgo, duda, incertidumbre o posible pérdida, su sistema límbico activa alertas emocionales que lo llevan a postergar o rechazar la compra.

**No se trata de vender,
sino de desactivar miedos inconscientes.**



EVITA EL DOLOR



BUSCAR PLACER



EVITA EL DOLOR



**Problemas
Miedos
Dificultades
Preocupaciones
Frustraciones**

BUSCAR PLACER



**Deseo
Sueños
Anhelos
Expectativa
Soluciones
Alternativas**

Un buen vendedor actúa como un “antídoto” emocional, generando seguridad, empatía y validación emocional para que el cerebro del cliente diga:



**Conviértete en el
antídoto para reducir
su dolor, su miedo**



Evitar el dolor

Muchas estrategias de comunicación empiezan por activar el dolor de sus clientes, para después, ofrecer su solución, servicio o producto (y, así, ayudarle a evitar ese dolor).

Seguramente hayas leído en anuncios o páginas webs frases que empiecen con:

- ¿Cansada de buscar...?.**
- ¿Te preocupa... y no sabes cómo...?**
- ¿No encuentras la manera de...?**

EJEMPLO DE ESCENARIO: MEDICO ESTETICO



DOLOR DEL CLIENTE Voz del cliente	ANTIDOTO O SOLUCION	EMOCION (Cerebro Límbico)
Tengo miedo de que el tratamiento me haga ver exagerado o muy artificial. No quiero parecer otra persona.	Con nuestros tratamientos personalizados y resultados naturales, realzamos tu belleza sin cambiar tu esencia. Te escuchamos y te acompañamos para que el resultado sea sutil, armónico y auténtico.	Confianza y seguridad

EJEMPLO DE ESCENARIO:



DOLOR DEL CLIENTE Voz del cliente	ANTIDOTO O SOLUCION	EMOCION
A veces no entiendo lo que me van a aplicar o siento que después del tratamiento me pueden dejar solo/a, sin seguimiento.	Le explicamos con total claridad cada uno de los tratamientos que aplicamos y le ofrecemos un acompañamiento cercano antes, durante y después del procedimiento, para que usted se sienta seguro, comprendido y bien atendido en todo momento	Conexión, seguridad y confianza

EJEMPLO DE ESCENARIO: EXPERIENCIAS DE TEAM BUILDING



DOLOR DEL CLIENTE Voz de mi cliente	ANTIDOTO O SOLUCION	EMOCION (Cerebro límbico)
Las personas están cansadas de talleres teóricos. Necesitamos algo diferente, dinámico, que realmente los conecte.	Ofrecemos experiencias originales, divertidas y profundamente humanas que activan el cuerpo, la mente y las emociones. No es una charla: es una vivencia que deja huella.	Entusiasmo, pertenencia y conexión emocional





ChatGPT

PASO 1: Definí tu perfil profesional y producto

Ingresa este prompt en ChatGPT:

Actúa como experto en neuroventas. Antes de trabajar juntos, quiero darte información sobre mí para que tus respuestas se ajusten mejor. Soy [nombre, profesión o rol de ventas], trabajo en [empresa o sector], y ofrezco [producto o servicio]. Mis clientes suelen ser [descripción general del cliente ideal].

Ejemplo:

Soy Mariana, asesora comercial en una empresa de cosmética dermatológica. Ofrezco productos Premium anti edad y mis clientes suelen ser mujeres profesionales de entre 35 y 55 años que buscan resultados visibles sin procedimientos invasivos.

PASO 2: Pedí que te ayude a construir tu Buyer Persona emocional

Ahora ingresá este prompt en ChatGPT:

Con base en lo que te acabo de contar, ayúdame a identificar ¿cuál es mi Buyer Persona más importante y qué características tiene desde el punto de vista emocional y conductual. Quiero centrarme en lo que activa su cerebro límbico y lo motiva a comprar.

PASO 3:

Soy Mariana, asesora comercial en una empresa de cosmética dermatológica. Ofrezco productos Premium anti edad y mis clientes suelen ser mujeres profesionales de entre 35 y 55 años que buscan resultados visibles sin procedimientos invasivos.

PASO 3:

Pedí apoyo para responder a las preguntas de la asignación

Usá este prompt para obtener respuestas profundas, usando lenguaje emocional:

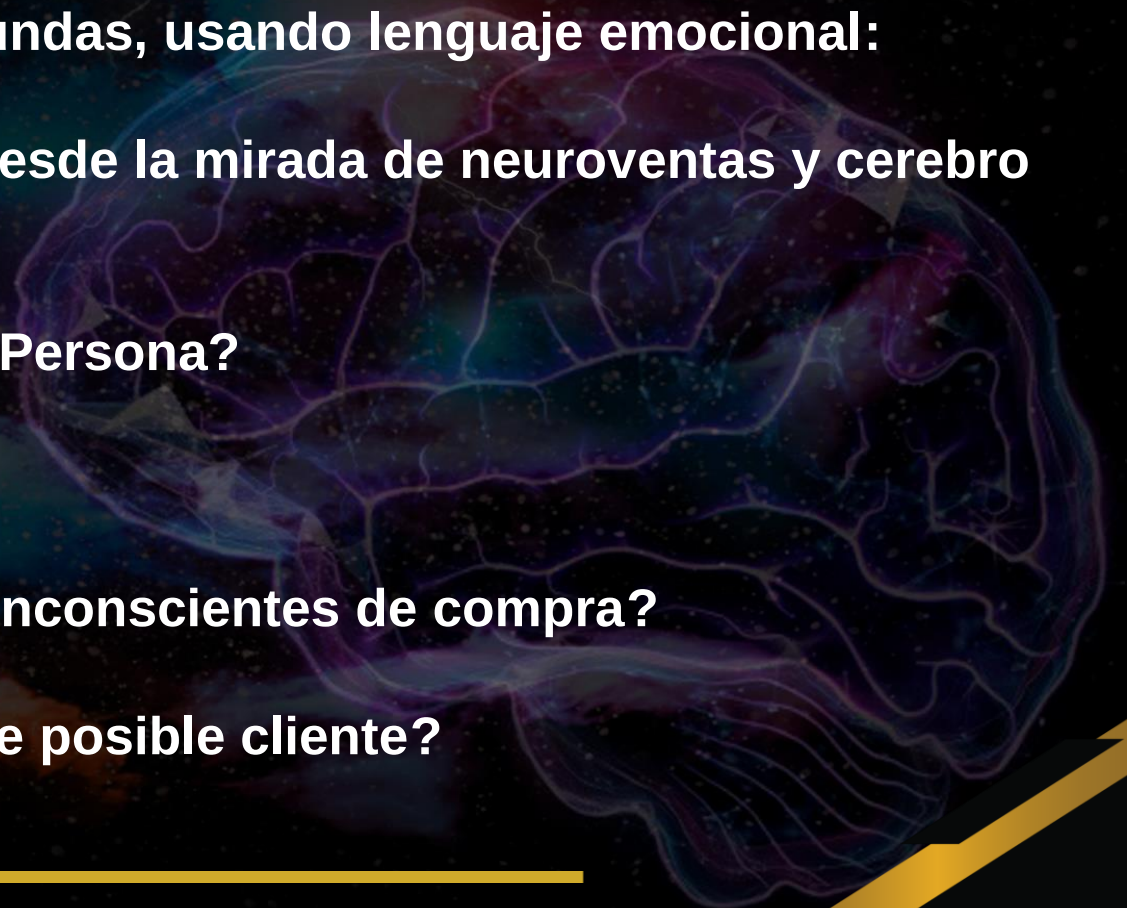
Ahora ayúdame a responder estas preguntas desde la mirada de neuroventas y cerebro límbico:

¿Cuáles son los miedos que siente este Buyer Persona?

¿Cuáles son sus dolores y molestias?

¿Qué palabras clave representan sus motivos inconscientes de compra?

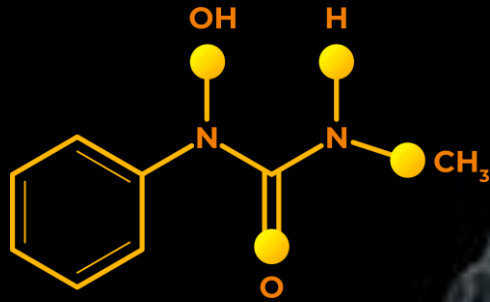
¿Cuáles son las emociones que representa este posible cliente?



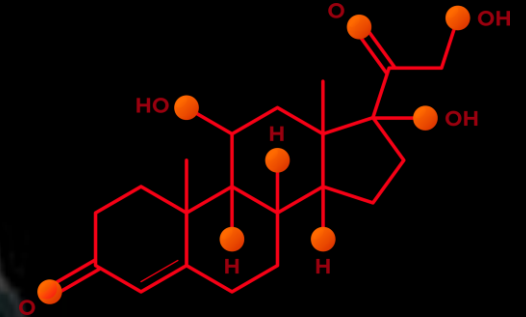




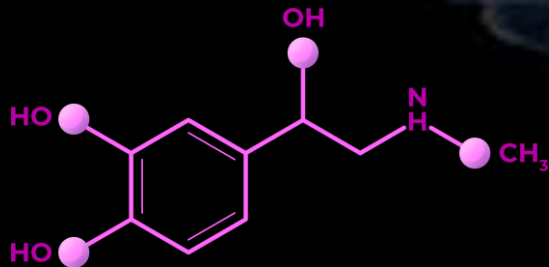
Endorfinas



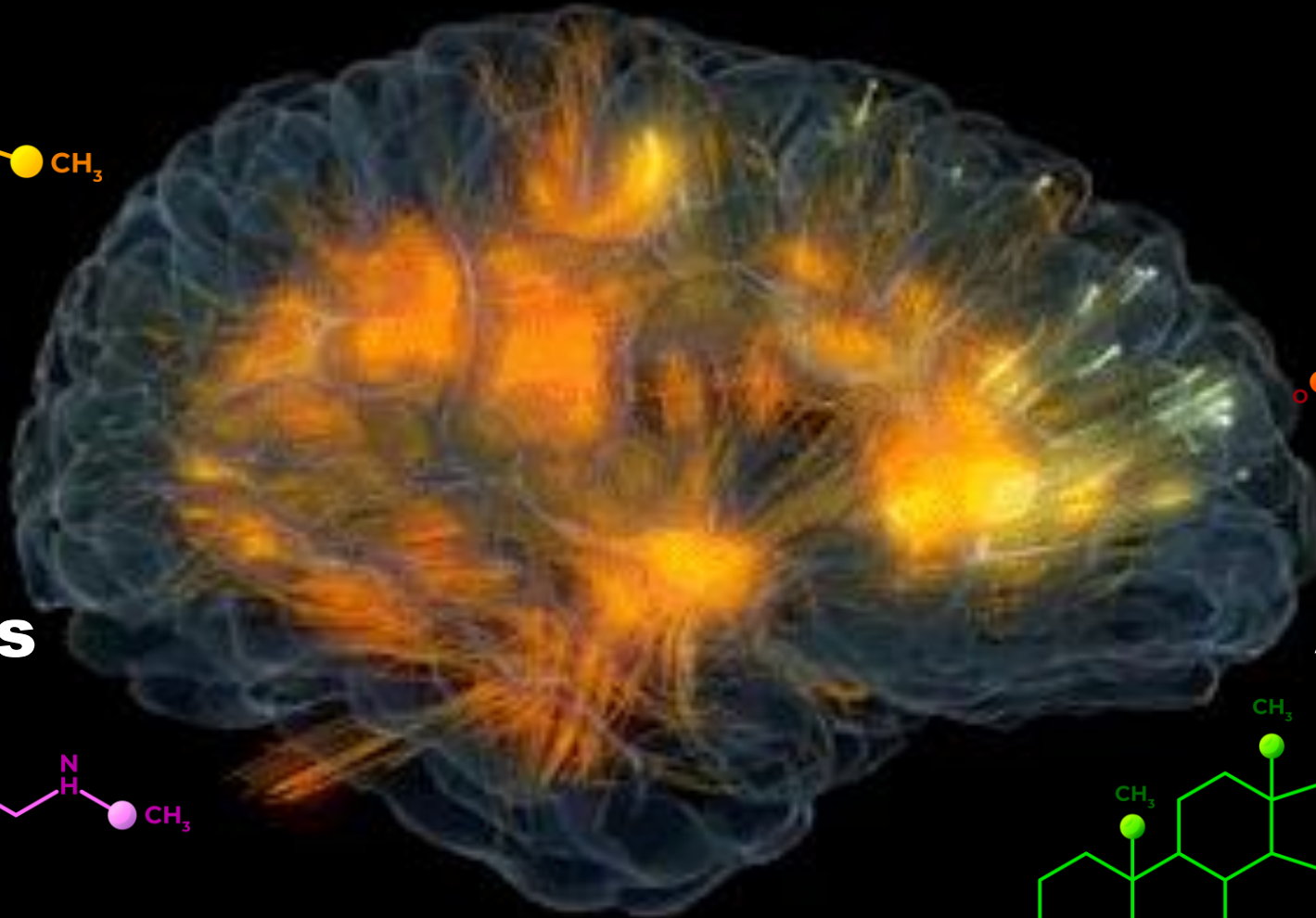
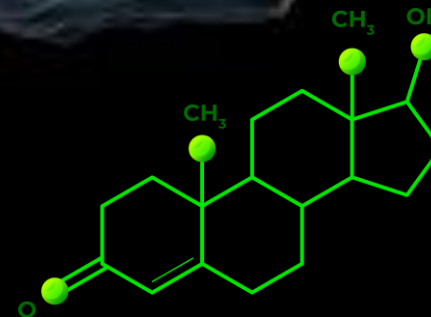
Cortisol



Serotoninas



Adrenalina



TEMA 2

**Neuroventas en
acción:
Conectar, influir
y persuadir
desde la raíz
cerebral**



¿Cómo funciona el cerebro Reptiliano?





REPTIL

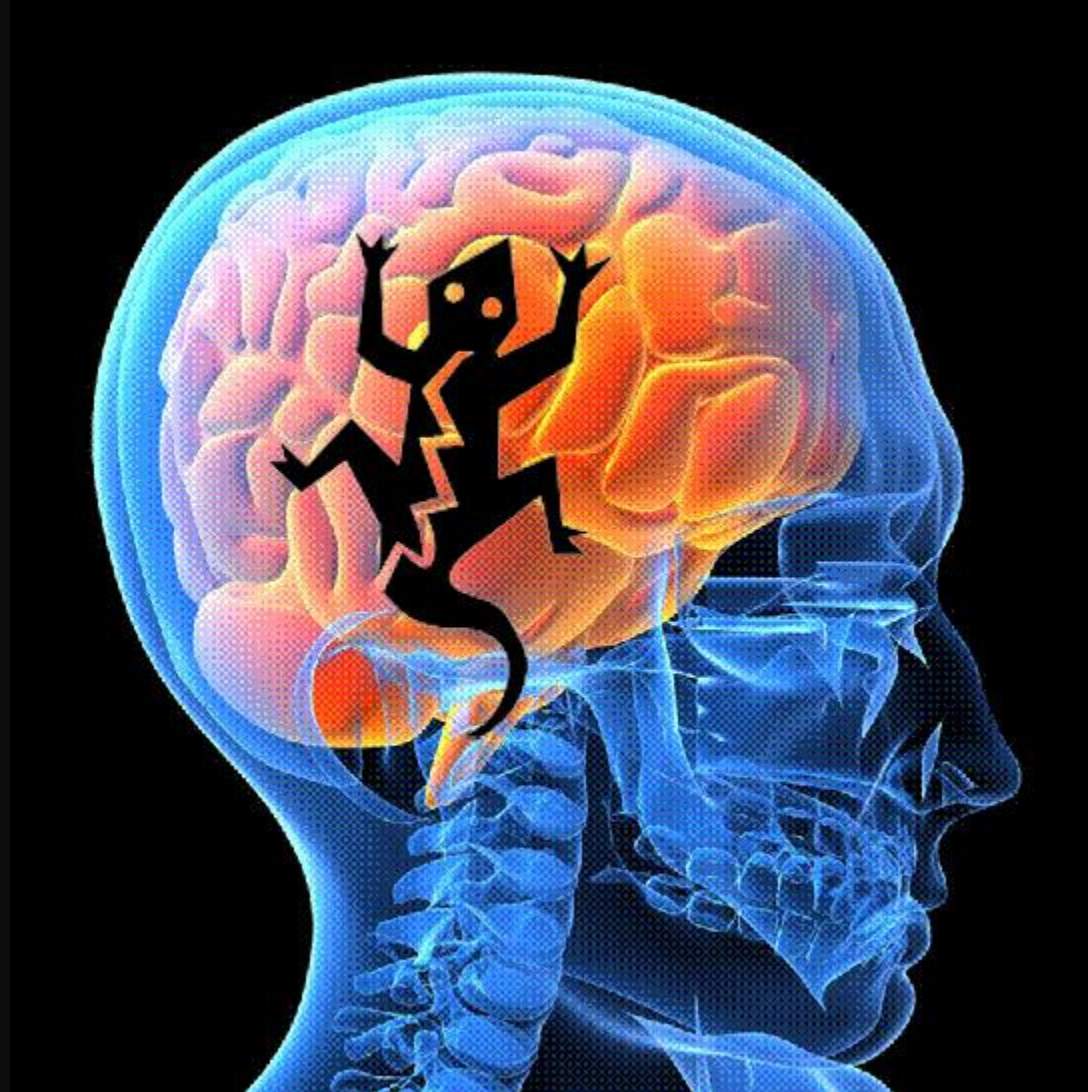
**¿SABIAS QUE EN NUESTRO
CEREBRO
EXISTE UN BOTÓN de
COMPRA?**

NO SON CARTERAS



SON BASTONES DE PODER

Encontremos **BOTONES** EL CODIGO REPTIL





TRASCENDER

Logro



Reconocimiento



Exploración



Pertenecer



 **LIBERTAD**

SEGURIDAD



Dominación



Placer



Control



Confort

PROCASTINAR (Ahorro de energía)





¿Qué implanta Apple en el inconsciente?

Reconocimiento

Si usás Apple, estás por encima del promedio

Dominación

Es para líderes, para creadores, no seguidores”

Trascender

Tené el control de tu mundo en tus manos

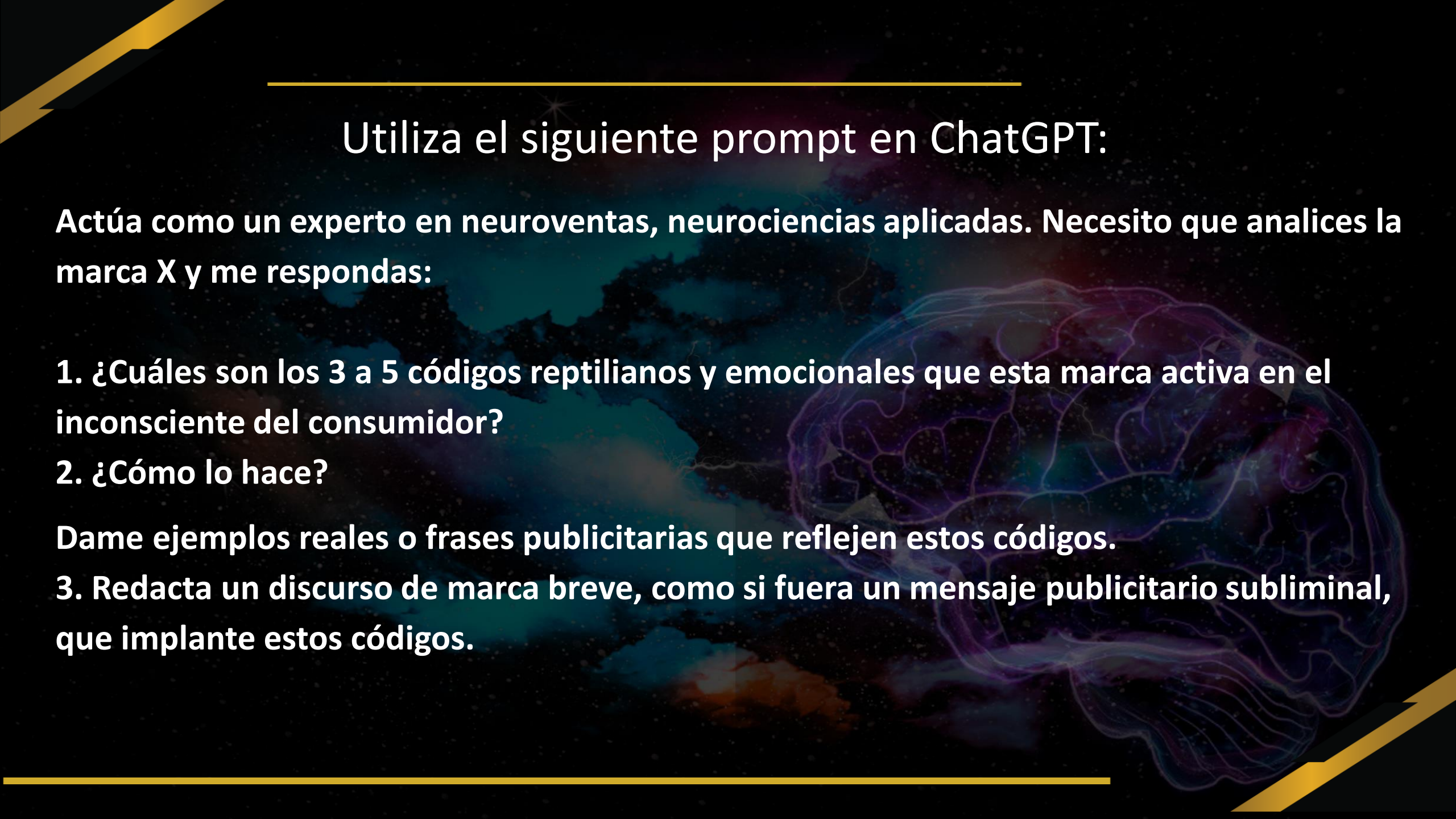
Control

¿Por qué el cliente siente que compra algo más que un producto?

Código del instinto emocional	¿Cómo lo activa Apple?
Dominación	“Piensa diferente” – Se posiciona como disruptiva, líder, única
Reconocimiento	El que tiene Apple “pertenece” al grupo selecto de innovadores
Control	Sus dispositivos simplifican y centralizan la vida del usuario
Logro	El uso de Apple comunica éxito, evolución, estatus
Trascender	Apple no solo vende tecnología, vende una filosofía de vida



ChatGPT



Utiliza el siguiente prompt en ChatGPT:

Actúa como un experto en neuroventas, neurociencias aplicadas. Necesito que analices la marca X y me respondas:

- 1. ¿Cuáles son los 3 a 5 códigos reptilianos y emocionales que esta marca activa en el inconsciente del consumidor?**
- 2. ¿Cómo lo hace?**

Dame ejemplos reales o frases publicitarias que reflejen estos códigos.

- 3. Redacta un discurso de marca breve, como si fuera un mensaje publicitario subliminal, que implante estos códigos.**

ACTIVIDAD GRUPAL



DISTINTOS PERFILES DE CLIENTE



Distintos tipos de clientes tienen códigos reptiles diferentes y necesitamos saber como abordarlos.



**PANTALLA SMART UHD 4K LG 55 PULGADAS
OLED55B4PSA | THINQ | HDR 10 | WEB OS 24
| A8 AI PROCESSOR 4K**



Varón de 30 años, Soltero

CODIGOS REPTILES

PLACER



LIBERTAD



PERTENECER





"Este televisor LG es más que un televisor; es una inversión en la experiencia de entretenimiento que mereces.



Con tecnología de punta, te brinda calidad de imagen y conectividad para que puedas disfrutar al máximo de tu tiempo libre, ya sea viendo deportes o tus series favoritas.



Este es un TV para quienes están a la vanguardia, quienes valoran tener lo mejor y lo último en su hogar.

Imagínate ver el partido en calidad 4K, disfrutando junto a tus amigos de cada detalle como si estuvieras en el estadio. ¡Este televisor está diseñado para alguien con tu estilo y ritmo de vida único y exclusivo!"



Refrigeradora LG para Mujer de 40 años, Casada, con 3 Hijos

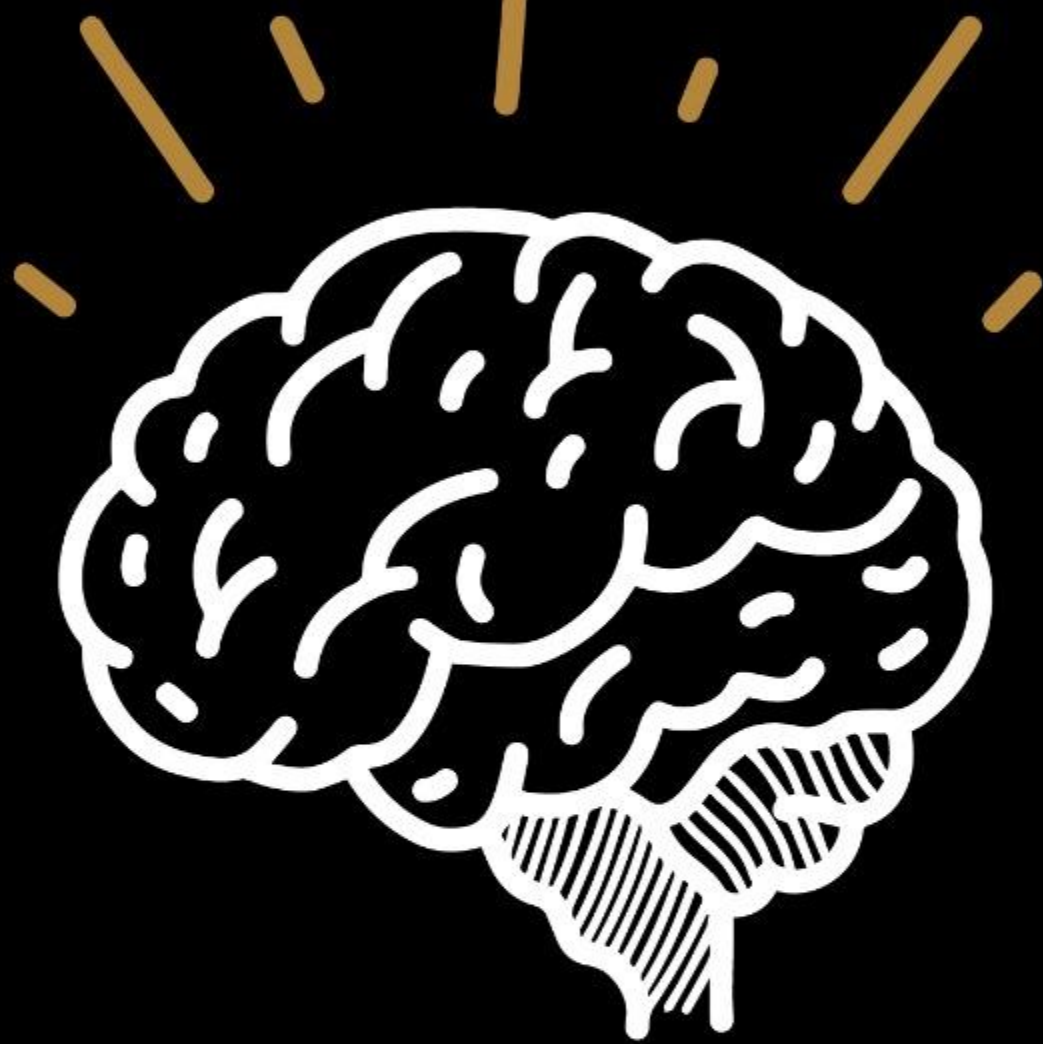
Dolores/Miedos: Me preocupa que los alimentos no se mantengan frescos y seguros para mi familia, y que me salga el recibo de luz alto.

Códigos Reptiles: Familia, Seguridad, Confort.

Discurso:

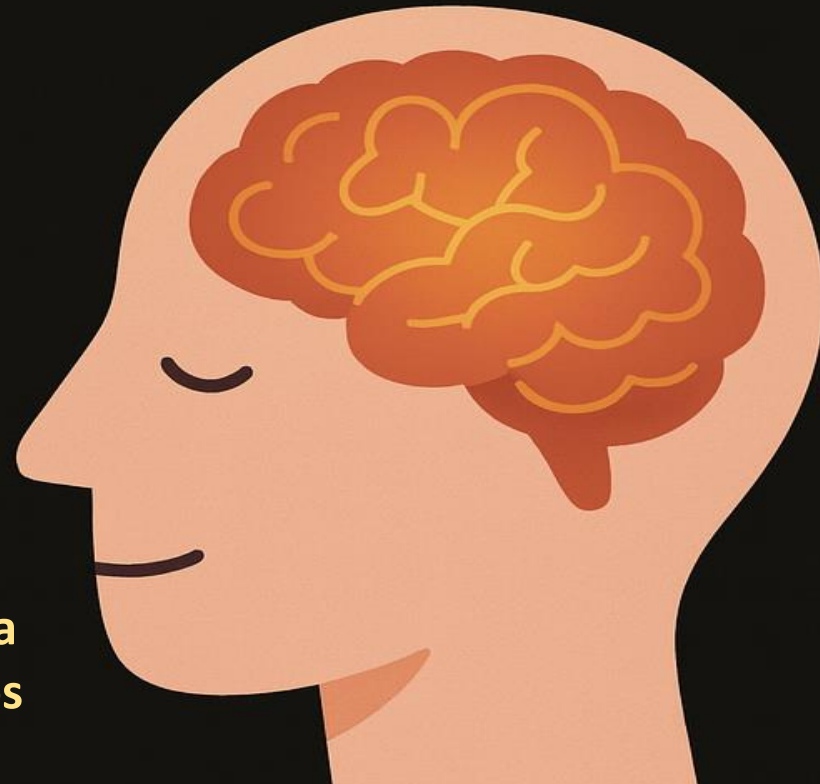
"Sabemos que como mamá, mantener la frescura y calidad de los alimentos para tu familia es una de tus prioridades.

Esta refrigeradora LG está diseñada no solo para guardar tus alimentos, sino para conservarlos frescos por más tiempo. Además, tiene tecnología de ahorro de energía, así que no solo proteges la salud de tu familia, también cuidas el planeta y el bolsillo. Con un diseño espacioso, puedes organizar todo sin esfuerzo. ¡Imagínate la tranquilidad de saber que cada comida está bien conservada y que además reduces el gasto en electricidad!"



GATILLOS
MENTALES

¿Qué gatillo mental puedo usar para provocar acción inmediata?



Porque el cerebro, para ahorrar energía, automatiza decisiones. Los gatillos mentales actúan como atajos mentales



ESCASEZ

**Disparo cerebral que se activa cuando algo es limitado.
El miedo a “perder la oportunidad” impulsa la compra.**

Ejemplo:

“Solo quedan 5 unidades”

“Último día para inscribirte”

“Edición limitada: no volverá a producirse”

URGENCIA



Similar a la escasez, pero ligada al tiempo. Provoca acción inmediata para no perder la oportunidad.

Activa:
Mecanismo de reacción / presión por immediatez

Ejemplo:
“Compra antes de la medianoche y obtén 2x1”
“Inscripciones cierran en 3 horas”
“Descuento solo por hoy”

PRUEBA SOCIAL



El cerebro confía más si otros ya tomaron la decisión. La validación del grupo reduce la resistencia.

Ejemplo:

“Más de 10.000 personas ya lo usan”

“Los más vendidos en Amazon”

“Recomendado por 9 de cada 10 clientes”

Activa: Cerebro límbico (pertenencia)

AUTORIDAD

Las personas tienden a creer más en lo que viene de una figura experta, famosa o institucional.

Ejemplo:

**“Aprobado por dermatólogos”
“Certificado por la Universidad de Harvard”
“Recomendado por líderes en ventas”**

Activa: Obediencia reptiliana / seguridad



RECIPROCIDAD



Cuando una marca o persona te da algo gratis, se activa el deseo inconsciente de devolver el favor.

Ejemplo:

“Te damos una clase gratuita, sin compromiso”

“Regalo incluido por ser cliente leal”

“Por ver este video, recibe este ebook gratis”

Activa: Principios sociales de equilibrio y deuda emocional

EXCLUSIVIDAD

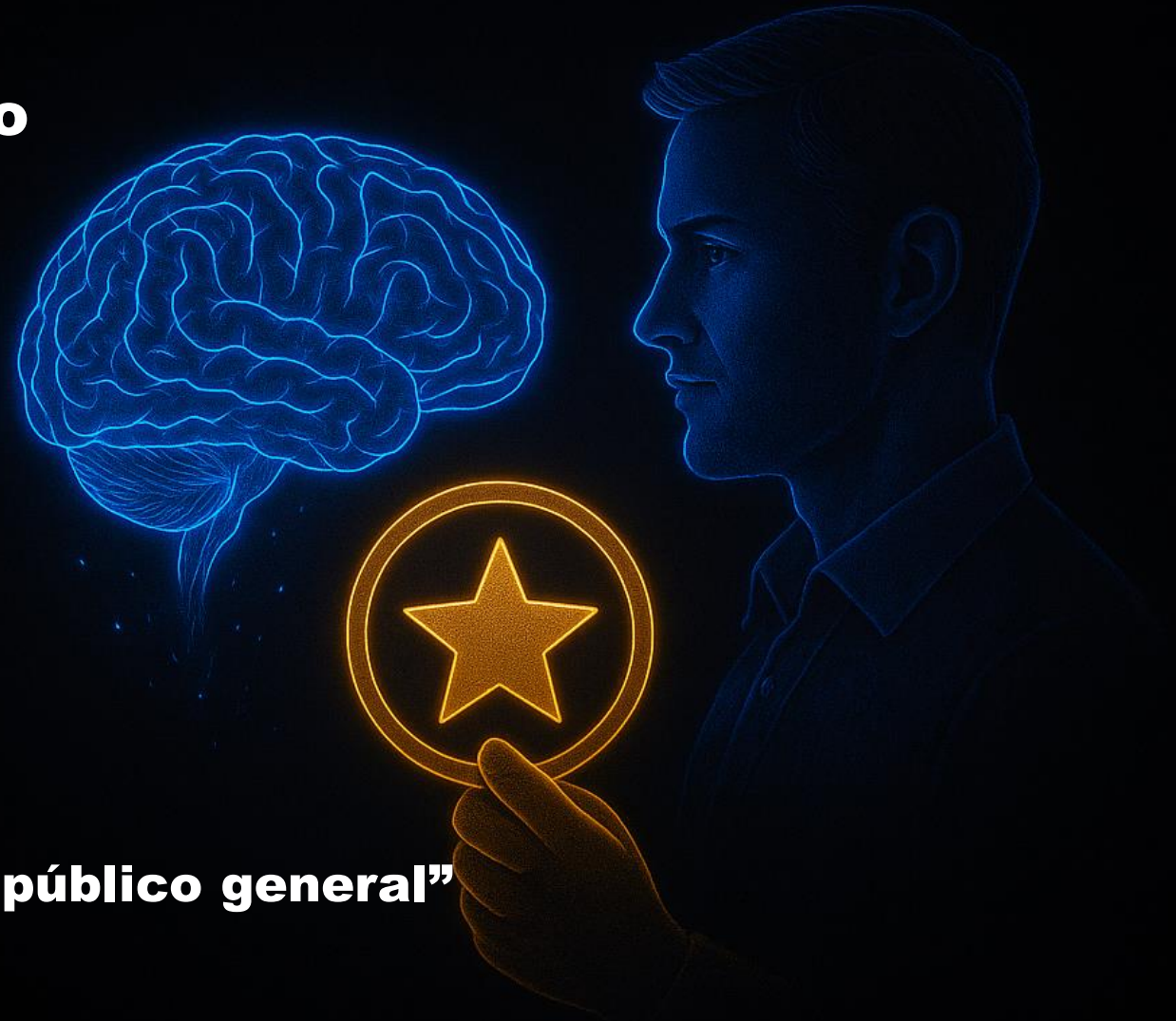
Sentirse parte de un grupo selecto genera deseo. Las personas quieren lo que *no todos pueden tener*.

Ejemplo:

“Solo para miembros premium”

“Acceso VIP limitado”

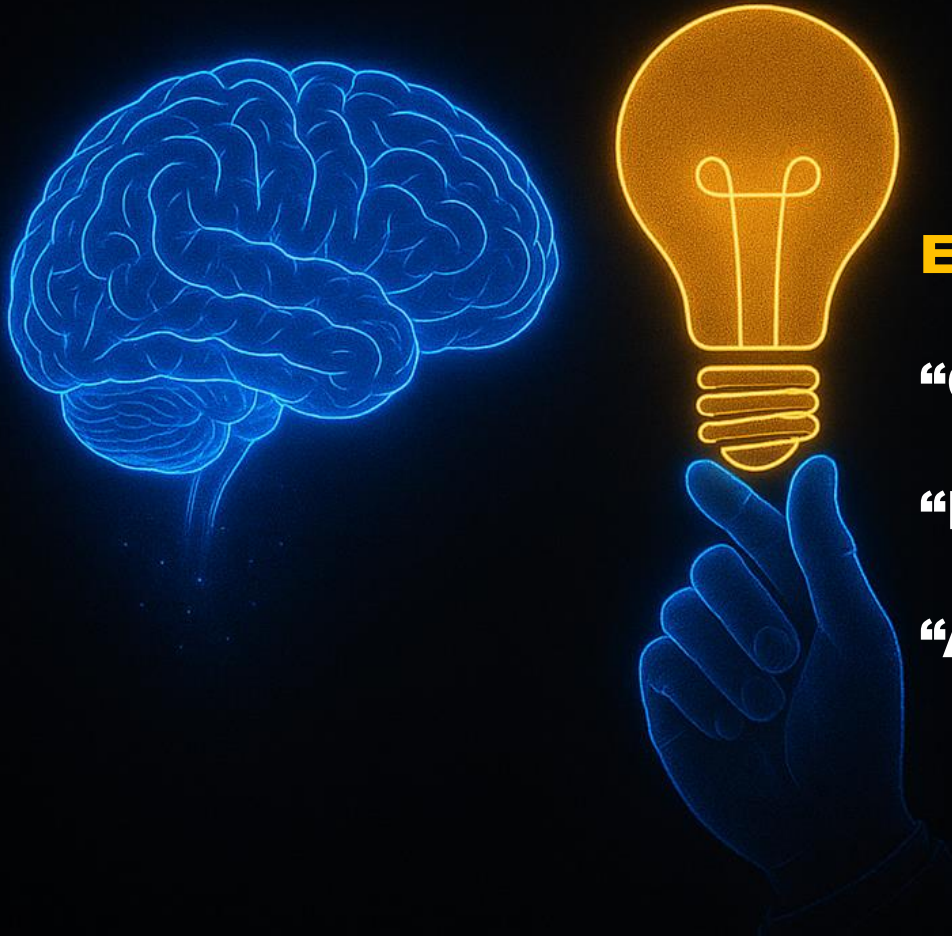
“Este producto no está disponible para el público general”



Activa: Reptiliano (estatus, diferenciación)

NOVEDAD

El cerebro se activa ante estímulos nuevos. Lo diferente llama la atención y se percibe como oportunidad.



Ejemplo:

“Con nueva tecnología de liberación prolongada”

“Primera vez en Latinoamérica”

“Ahora con una fórmula nunca antes vista”

Activa: Curiosidad / dopamina / recompensa

GATILLOS MENTALES



ESCASEZ

Solo quedan
5 unidades



URGENCIA

Solo por 24
horas



PRUEBA SOCIAL

Más de 10,000 personas
ya lo usan



AUTORIDAD

Recomendado por
expertos



RECIPROCIDAD

Te damos una
clase gratuita



EXCLUSIVIDAD

Solo para miembros
premium



NOVEDAD

Con nueva tecnologia
de liberación
prolongada



COMPROMISO Y COHERENCIA

Haz coherente tu meta
con tu elección de hoy



Ximena Cantarero Malespín



+505 87771746