



Véndele a mente no a la gente



Nombre del alumno: Ana Edith Hernández Hernández

Ensayo

Carrera: Sistemas Computacionales

Fecha de entrega: 18/04/2024

Matricula: 202223244

Grupo: 3401

Materia: Métodos Numéricos

Profesor: Juan Alberto Martínez Zamora

Lo que este libro hace principalmente es diferenciar entre los vendedores tradicional que venden a la gente y los vendedores que hacen neuro ventas que le venden a la mente, los vendedores tradicionales utilizan las técnicas de venta básicas y típica o sus propias técnicas de venta, utilizando vocabulario habitual o con el que creen que pueden convencer más y se enfocan en el que hay que hacer y en el cómo hay hacerlo y ellos no ven como es su comportamiento solo quieren vender, creen que las palabras es lo más poderoso a la hora de vender. Por otro lado, están las personas que hacen neuro ventas y lo que hacen es preguntarse por qué, este tipo de vendedor sabe si el porcentaje de que la venta sea exitosa o no se debe a qué se realiza de forma inconsciente o subconsciente, es decir, el comprador no se fija tanto en la parte racional, ellos atacan con lenguaje no verbal, con lenguaje verbal e inclusive con metáforas y se considera que eso tiene más poder que las ventas tradicionales.

Jürgen Klaric lo que dice es que actualmente todo está comoditizado porque todo es igual.

Para entender este tipo primero tenemos que entender los tres tipos de cerebros que tenemos a la hora de comprar, que son el cerebro neocórtex este es el racional, límbico que se relaciona más a lo emocional y reptil o reptiliano que es el instintivo. Básicamente el libro te enseña a vender al cerebro reptil o reptiliano y al límbico. Lo que Jürgen dice es que tenemos que enfocarnos en los tres cerebros, no debemos descuidar a ninguno.

En el libro nos dice que cualquier producto que se quiera vender al cerebro reptil tiene que tener tres características y estas son el confort, la seguro y el placer. Porque según Klaric los humanos compran para eliminar un miedo y para atacar al cerebro racional se pueden usar historias objetivas para llamar su atención.

Unos de los puntos más importante es no invadir ni estresar a las personas, otro punto es utilizar metáforas o utilizar historias que pueden aplicarse en su vida y para finalizar tienes que hacer parecer a la persona inteligente o que se sienta inteligente si logras hacer eso tu venta será un éxito y también será fácil.

RÚBRICA DE EVALUACIÓN		Puntaje		Comentarios
DOCUMENTO: CONCLUSIONES		Máxima	Obtenida	
PORTADA				
Nombre del estudiante		0.5		
Título de la actividad		0.5		
Nombre del Profesor		0.5		
Fecha		0.5		
Originalidad		6		
Forma				
Tipografía homogénea		2		
Espaciamiento de párrafos y sangrías		2		
Ortografía y redacción				
Ortografía: Un punto menos por cada error.		8		
Redacción: Ideas claras, lógicas y secuenciadas en todos los párrafos (Dos puntos menos por cada idea sin redacción adecuada).		10		
Desarrollo				
Se expresan las conclusiones de la actividad por medio los comentarios, opiniones y/o resultados		70		
Tiempo de entrega				
Entrega en tiempo (Restar 5 décimos por cada __hora__ fuera de tiempo)				
Límite de palabras si aplica				
En caso de haber sido solicitado un número de palabras específico, verificar la cantidad de dichas con una tolerancia de +/- 30. En caso de no cumplirse restar 5 décimos por cada 30 palabras				

de más o de menos			
Calificación	100		