



EUROPEAN ACADEMY OF NEUROSCIENCES
— **ECONOMICS AND HUMANITIES** —
EUROPEAN NEUROSCIENCE ACADEMY

Curso de Neuro Influencia



EUROPEAN ACADEMY OF NEUROSCIENCES
ECONOMICS AND HUMANITIES
EUROPEAN NEUROSCIENCE ACADEMY

Curso de Neuro Influencia

La Neuro Influencia es una aproximación distinta a los procesos bajo los cuales una persona toma una decisión. Se busca entender al cerebro en la forma en que éste procesa la información al momento en que es expuesto a un flujo de ideas bajo diferentes estados y situaciones.

Cuando entiendas cuáles son los principios basados en ciencia que hacen que el cerebro se interese y se “enganche” en algo (palabras, imágenes, voz, anuncios, etc.), serás capaz de:

- 1. Mantener cautiva la atención de quienes te escuchan, te leen o te ven.
- 2. Garantizar que tu información y argumentos se fijen en la mente de éstos.
- 3. Construir una figura más receptiva, cautivante y persuasiva en la mente de los demás

Las Neurociencias

Son un conjunto de disciplinas científicas que estudian la estructura, la función, el desarrollo de la bioquímica, la farmacología, y la patología del sistema nervioso y de cómo sus diferentes elementos interactúan, dando lugar a las bases biológicas de la conducta.

El conocer exactamente qué hace que el cerebro se active tiene aplicaciones enormes en múltiples áreas:

- Oratoria y habilidades de comunicación entre personas y grupos.
- Ventas y Mercadotecnia.
- Liderazgo y emprendedurismo.
- Educación y capacitación.
- Riqueza.
- Etc.



EUROPEAN ACADEMY OF NEUROSCIENCES
ECONOMICS AND HUMANITIES
EUROPEAN NEUROSCIENCE ACADEMY

En la actualidad, las neurociencias nos permiten entender exactamente cómo es que el cerebro reacciona ante los estímulos del exterior y ayuda a terminar de una vez por todas respecto de qué funciona y qué no al momento de influir en la mente de otras personas.

Conocer la forma en que una persona toma una decisión (en cualquier área) te permitirá colocarte en una postura de poder para influenciar y comandar atención en otros.

Nuestro Curso de Neuro Influencia te enseñará la base sobre la cual poder cimentar una amplia y profunda variedad de temas.

Lo que aprenderás es el cimiento sobre el cual funcionan muchas de las habilidades más importantes que el ser humano (tanto en su vida profesional como personal) busca desarrollar. Lo que aprenderás en este curso te permitirá alcanzar una postura de poder en diversas áreas, ya que entenderás los procesos bajo los cuales una persona activa sus centros de decisión.

La Neuro Influencia la utilizamos (sin saberlo) prácticamente todos los días y en todas las situaciones en que tratamos con personas.

Pero, al saber cómo funciona, podrás lograr un mayor nivel de influencia en prácticamente cualquier área de tu actividad profesional y personal.

Al concluir este curso:

- Conocerás las bases fisiológicas y psicológicas sobre las cuales una persona puede ser influenciada y persuadida.
- Entenderás la forma en que al cerebro de una persona se le tiene que presentar las ideas para conseguir que se mueva de una idea a otra.



EUROPEAN ACADEMY OF NEUROSCIENCES
ECONOMICS AND HUMANITIES
EUROPEAN NEUROSCIENCE ACADEMY

- Desarrollarás un nuevo entendimiento de cómo hablarle a las partes del cerebro encargadas de tomar las decisiones.
- Podrás aplicar lo aprendido en una amplia variedad de temas: relaciones interpersonales, ventas, oratoria, educación, mercadotecnia, publicidad, etc.
- Sabrás la forma en que deciden cada uno de los 3 niveles del cerebro y cómo darle a cada uno lo que cada uno necesita, para un nivel de persuasión completo.
- Aprenderás cuales son los 3 niveles de activación del cerebro de las personas y cómo se activan cuando hay que comprar una idea o tomar una decisión.
- Contarás con ejemplos prácticos y de aplicación inmediata de la Neuro Influencia en diversas áreas de la vida diaria (personal y profesional).

Dada la naturaleza de este tema, la Neuro Influencia cubre un amplio espectro de áreas de interés, incluyendo:

- **Profesionales de áreas relacionadas con las ventas, la Mercadotecnia y la gerencia**, que necesitan adaptar mejor la forma en que sus clientes establecen relaciones comerciales con ellos y con sus productos o servicios.
- **Oradores** que desean elaborar discursos que puedan convencer y persuadir a su audiencia al saber cómo dirigirse a la parte del cerebro que realmente toma una decisión.
- **Dueños de negocios** que necesitan mantenerse vigentes en las formas de atraer a sus clientes y de poder satisfacer sus necesidades. Jefes de departamentos, que requieran tener herramientas que les permitan conocer a fondo la forma en que sus subalternos se motivan y prefieren trabajar.
- **Estudiantes de carreras como Administración, Mercadotecnia y Comunicación**, que desean adquirir conocimientos actualizados que no se enseñan como parte de los modelos tradicionalistas enseñados en las Universidades.
- **Cualquier persona que tenga interés en conocer la forma en que las personas tomamos los caminos que conducen a la toma de todo tipo de decisiones en cualquier área de la vida.**



EUROPEAN ACADEMY OF NEUROSCIENCES
ECONOMICS AND HUMANITIES
EUROPEAN NEUROSCIENCE ACADEMY

Consulta el contenido del curso

- **1. Introducción.** Conoce las bases sobre las cuales descansa la neuro influencia.
- **2. Cómo compra el cerebro.** Aprende la forma en que ha evolucionado la manera en que se acostumbraba vender a la gente y cómo la venta por características, beneficios y emociones ya no es suficiente.
- **3. El Cerebro Triuno.** Descubre las bases biológicas sobre las cuales el cerebro se encuentra organizado y cómo cada uno de los 3 niveles cerebrales tiene un proceso de toma de decisión completamente diferente a los otros y la forma en que esto crea un conflicto permanente entre los 3 niveles.
- **4. El Código Cultural.** Todas las personas damos significados diferentes a las mismas cosas dependiendo de la cultura del lugar donde nacimos y donde se realizaron nuestras improntas emocionales. Conocer esto te ayudará a entender la razón por la cual una persona reacciona con mayor o menor fuerza ante un estímulo.
- **5. El Código Biológico.** Este código establece que los hombres y mujeres no somos iguales en todos los aspectos, ya que los pensamientos, sentimientos y reacciones frente a los estímulos recibidos del medio ambiente son distintos. Al saber esto, puedes adaptar tu mensaje de influencia para cada persona o grupo de personas.
- **6. El Código Simbólico.** Este código es la conclusión del pensamiento de los tres niveles de cerebro. Es el símbolo que una persona le da a una idea, producto o servicio en base a lo que opina, a lo que le indica su código cultural y a lo que le dice su código biológico. Cuando consigues este símbolo, puedes tener lo que quieres de la otra persona o grupo de personas.
- **7. Resistencia al cambio.** La tendencia natural del cerebro es a mantenerse en un territorio conocido. Cualquier cosa que represente cambio requiere de la utilización de una mayor energía mental. Al saber este principio, lo podrás utilizar para saber las áreas en las que tu cliente, pareja, audiencia, público, etc. experimenta un área de dolor y sabrás cómo ayudarle(s) a aliviarlo.



EUROPEAN ACADEMY OF NEUROSCIENCES
ECONOMICS AND HUMANITIES
EUROPEAN NEUROSCIENCE ACADEMY

- **8. La nueva venta.** Bajo todo el esquema de toma de decisiones que hemos visto, entenderás que la nueva venta (o forma de posicionar ideas, servicios, personas o productos en la mente de tu público o persona objetivo) no se trata de características, ni de beneficio ni de emociones, sino de saber cómo influenciar a la parte del cerebro que toma la última decisión.
- **9. Ejemplos de códigos simbólicos.** Cuando unes el código cultural y el código biológico de tu idea, producto o servicio, obtienes el código simbólico. Aquí te doy varios ejemplos de códigos simbólicos de marcas y de servicios para que aprendas a generar el tuyo propio.
- **10. Neuro tips y ejemplos prácticos de aplicación.** Aprende cuáles son los mejores descubrimientos acerca del cerebro y su comportamiento al momento de comprar una idea, producto o servicio; igualmente, te mostraremos ejemplos prácticos y de la vida diaria que hemos utilizado en áreas de oratoria, ventas, marketing, educación y riqueza.