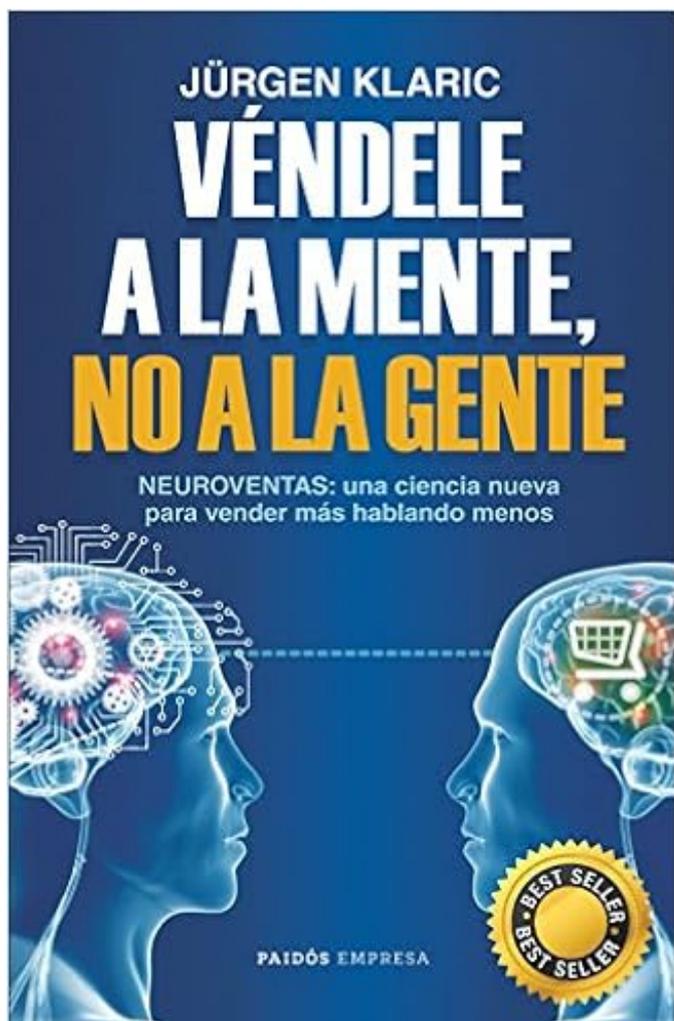


Véndele a la Mente, no a la Gente Resumen



¿Por qué compramos? Utilizando el neuromarketing como herramienta, [Véndele a Mente y no a la Gente](#) de Jürgen Klaric traza un camino hacia el futuro de las ventas. Nos muestra que los vendedores deben esforzarse en entender cómo funciona el cerebro de sus clientes y no tanto en qué es lo que están diciendo.

Aunque pensemos que sabemos por qué compramos, muchos estudios indican que en la mayoría de las veces lo hacemos de forma inconsciente, por motivos diferentes a los que imaginamos de un modo racional.

Entender qué elementos hacen que nuestro producto o servicio

funcione mejor en el mercado es la clave para tener éxito. Con este libro podrás aprender e incorporar el modelo comercial y de venta de gigantes como Claro, Telefónica Movistar e Ikea.

Incluso sino trabajas en el área de ventas, los temas tratados en este microbook deberían interesarte. Saber cómo venderte te facilitará muchas cosas en la vida, como conseguir un trabajo, encontrar una pareja o hasta negociar con tus propios hijos. ¡Comencemos!

¿Neuromarketing? ¿Y eso qué es?

En pocas palabras, el neuromarketing consiste en conectar de forma estratégica los productos, servicios y marcas con la mente del consumidor.

Aprender cómo funciona la mente humana se tornó importante para cualquier vendedor desde la proliferación de los *commodities*. Así se llaman en economía a los productos básicos o materias primas que provienen de la naturaleza, como el agua, el arroz o el trigo. Todos ellos son masivos y no diferenciables entre sí.

Leía Todo El Resumen

El problema comenzó cuando los productos creados por el hombre incorporaron esas características. Hoy, todos los celulares, computadoras o autos son muy similares entre sí. Incluso los inmuebles, las joyas y hasta las universidades. Prácticamente ningún mercado escapa a convertirse en un commodity.

Y, si todos ofrecen lo mismo y generan las mismas sensaciones, el cerebro no tiene la capacidad de diferenciar y elegir. Por eso debemos estudiar y analizar por qué la mente prefiere comprar una opción y no otra. Descubrir el diferencial de nuestro producto o servicio y explotarlo.

Esta nueva perspectiva del proceso de ventas nos generará menos desgaste y mayor efectividad. Aunque el mayor progreso

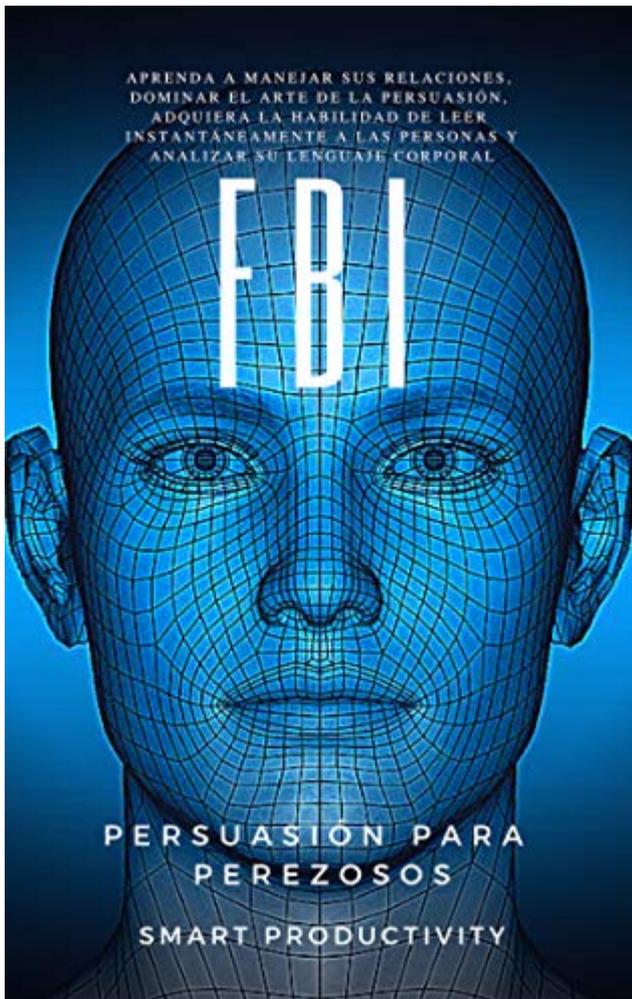
será saber cómo podemos mejorar la vida de los demás a través de nuestro trabajo. Debemos conocer cuál es el valor agregado que vamos a entregar.

Para tener éxito debemos creer en lo que estamos vendiendo. Si nosotros no conocemos nuestro producto y no confiamos en él, no podemos pretender que nuestro cliente lo haga.

Las neuroventas se diferencian de las ventas tradicionales por varios motivos. Para empezar -y como habrás imaginado-, las neuroventas le venden a la mente en lugar de a la gente. Además, se enfocan en escuchar más que en hablar, para que el discurso sea breve pero efectivo..

Persuasión para Perezosos

Resumen



La principal enseñanza de [Persuasión para perezosos](#): Aprende a manejar tus relaciones, dominar el arte de la persuasión, adquiere la habilidad de leer instantáneamente a las personas... en 5 minutos, de manera efectiva es proporcionar pasos y estrategias probadas sobre como analizar a las personas, manejar tus relaciones, controlar tu vida social y leer tus próximos movimientos.

Todos nosotros en alguna ocasión hemos tenido dudas sobre lo que otras personas piensan, cómo van actuar y de qué manera podemos reaccionar para conseguir convencerlas de ayudarnos, ¿no?

Podemos analizar a una persona por medio del lenguaje corporal y por sus gestos. Esta lectura te proporcionará un apoyo incondicional para comprender mejor la persuasión y te permitirá tener otra visión sobre las personas que te rodean.

Comprender las sonrisas, la manera de hablar, de mirar o de actuar tendrá otro significado para ti. En los próximos 12 minutos, tendrás una de las mayores lecciones sobre el comportamiento humano y el mundo será más sencillo de comprender.

Como analizar a las personas

Existen muchas maneras de analizar a las personas. Puedes hacerlo por su manera de andar, las reacciones de su rostro, la sonrisa, los gestos y todas las reacciones involuntarias de su cuerpo.

Los malentendidos y prejuicios debidos a una mala interpretación en el análisis de las personas pueden afectar a nuestra capacidad de socializar y dificulta los diálogos.

Lea Todo El Resumen

Comprender que las reacciones de las personas, quieran ellas o no, son resultado de todo lo que ocurre a su alrededor es fundamental para que tengas éxito a la hora de interpretarlas.

Observar todo lo que te rodea con atención es el primer paso para saber qué pasa, qué ocurre, cómo reacciona una persona etc. Si la conoces, mejor. Pero hasta con las personas que nunca has visto, la interpretación es posible.

Los 5 errores más comunes al valorar a otros

Un paso fundamental en el objetivo de ser un experto de la persuasión es comprender cuáles son los errores que impiden comprender las reacciones ajenas.

Existen cinco errores comunes que cometen todas las personas, sean las más persuasivas o las más perezosas.

La atención a estos errores comunes te permitirá seguir adelante.

Confía en mí, Estoy Mintiendo

Resumen

Confesiones de un manipulador de los medios

Lo sé, ya pensaste cómo tu vida sería diferente si aparecieras en los principales medios de comunicación. Si tienes una empresa, te imaginas los pedidos llegando uno detrás del otro después de salir en el periódico nacional. Sí, este libro explica cómo lograr eso.

En "[Confía en mí, Estoy Mintiendo](#) » de Ryan Holiday te ayuda a entender cómo [hackear](#) los medios a tu favor.

El libro se divide en 2 sesiones, contando primero cómo Ryan [explota](#) los medios digitales, especialmente blogs, para generar cobertura en la prensa, y luego mostrándonos más detalles sobre cómo estas actividades lo ayudaron, de modo más práctico, a tener grandes resultados.

Comenzando rumores en los medios digitales

Para Ryan, empezar un rumor en un blog para llegar hasta la TV no es tan difícil como parece. En la sociedad dominada por el uso de la Internet, la mayoría de la gente consume cada vez más contenido online y los blogs son el periódico del siglo 21.

Confía en Mí, Estoy Mintiendo

“¿Cuando las personas inteligentes leen, se hacen una pregunta simple: ¿qué planeo hacer con esta información??”

Ryan Holiday

12min

Hoy, más que los periódicos, son los blogs los que siempre están en busca de novedades frescas. Eso significa que ellos observan lo que se disemina a través de las redes sociales y lo que está siendo posteado en blogs más pequeños.

Si una noticia genera el suficiente buzz a través de los medios de comunicación, existe una probabilidad grande de que sea cubierta por blogs de tamaño medio y sea transmitida para un público aún mayor.

Si el zumbido continúa a partir de eso, la historia puede ser conducida hasta las principales agencias de noticias del mundo como la CNN o Reuters, teniendo en cuenta que ellos están atentos a los blogs que presentan historias promisorias.

[Read Full Summary](#)

La muerte de Osama Bin Laden, por ejemplo, fue relatada por primera vez por un usuario en Twitter, antes que en las principales agencias de noticias, blogs, o incluso antes del

pronunciamiento del presidente Obama. Los blogs obtienen su contenido de otros blogs y redes sociales y eso significa que incluso las historias más triviales pueden escalar hasta los sites de noticias más respetados y la televisión.

Tucker Max, un caso de estudio

Un ejemplo de este comportamiento ocurrió cuando Ryan promovía una película para Tucker Max. Ryan salió de madrugada y vandalizó una publicidad en la calla de la película (que Tucker había pagado) para parecer que alguien estaba incómodo con el lanzamiento de la película. Ryan sacó fotos de su propio vandalismo y se las envió a un bloguero de la región usando un email falso. Este bloguero publicó la noticia y apareció rápidamente en un canal de TV abierta en los Estados Unidos.