GIRONA NOTICIES.COM
+ Periodisme

Digitalizar la estrategia comercial con Valuexperience

Actualidad Empresarial | 09/09/2021 | 00:00

Una de las actividades más antiguas e importantes para las personas es la de vender. Hasta hace relativamente poco tiempo, las estrategias de venta estaban vinculadas al convencimiento a través de la simpatía, las frases de poder o el carisma.

Sin embargo, con la llegada del neuromarketing esto ha cambiado, ya que actualmente las empresas y vendedores realizan estudios que consiguen predecir el comportamiento y reacción de los consumidores y del mercado global. Valuexperiencie es una empresa experta en este campo y en digitalizar la estrategia comercial de cualquier negocio a través del entrenamiento, el uso con propósito de herramientas digitales al alcance de todos y el entrenamiento en técnicas de neuromarketing y neurocopywriting.

Incrementar las ventas online es uno de los trabajos más importantes para cualquier empresa, ya que de ello depende en gran medida si se conseguirá o no competir en el mercado global. Por esta razón, cada día se buscan nuevas estrategias para vender de mejor manera.

En la actualidad, una estrategia o técnica que está revolucionando por completo las ventas por internet es el neuromarketing. A través de ella, se busca estudiar los procesos cerebrales y sus reacciones ante la exposición a una publicidad, una marca, un texto, etc.

Valuexperience es una compañía que apuesta por esta nueva forma de vender online, la cual ya está generando excelentes resultados. Su objetivo es ayudar a empresas y emprendedores a formarse como expertos en el neuromarketing para el desarrollo de mejores estrategias comerciales digitales. Esto incluye a cualquier negocio que desee conseguir los conocimientos y habilidades necesarios para influir en sus clientes durante la compra de un producto o servicio.

La importancia del neuromarketing en la estrategia comercial de un negocio digital

Los avances científicos siempre consiguen las soluciones más óptimas para los desafíos del día a día. Es por ello que el neuromarketing, como combinación del marketing y las neurociencias, está logrando excelentes resultados en las ventas de cualquier negocio.

Esta disciplina analiza cómo un consumidor reaccionará en el momento de decidir la compra de un producto o servicio basándose en las respuestas de la parte inconsciente de su cerebro. Por

ello, es importante formarse con Valuexperience en el aprendizaje del neuromarketing para relacionarse de mejor manera con el cliente. Además, con estas técnicas las empresas pueden crear estrategias de marketing digital que ofrezcan al cliente ofertas que el cerebro del cliente realmente quiera comprar.

Cintia Lescano, CEO de Valuexperience comenta lo siguiente, “Un error que cometen muchos comerciales es pasar por alto, que el cerebro de los clientes no piensa “¿qué puedo comprar hoy?”, sino “¿qué me puede hacer la vida fácil hoy?”. Cuando tomamos como base esta simple premisa, dejamos de pensar con la premisa de “¿qué puedo venderte hoy?”, y pasamos a pensar en clave de servicio y beneficio ¿Cómo puedo hacerte la vida más fácil hoy?, o ¿Cómo puedo ayudarte hoy? Este cambio de perspectiva es básico para estructurar nuestras presentaciones, discursos de venta y nuestra relación con el cliente.”

El neuromarketing es una práctica que asegura a cualquier negocio óptimos resultados en el momento de publicar un texto publicitario, un vídeo e incluso el nuevo eslogan de su marca.

En definitiva, con Valuexperience, empresarios y emprendedores pueden aprender cómo vender teniendo en cuenta la mente de sus clientes, es decir, lo que realmente estos quieren.

Autor: Redacció

https://gironanoticies.com/empresarial/156029-digitalizar-la-estrategia-comercial-con-valuexperience.htm