

Neurociência aplicada às Vendas e Experiência de Cliente | 12 horas

ENQUADRAMENTO:

Vender não é apenas uma transação, é um processo emocional, sensorial e relacional. A neurociência ajuda-nos a perceber como o cérebro humano decide comprar, como reage à linguagem verbal e não verbal e o que valoriza numa experiência de cliente. Neste curso, os participantes vão mergulhar nos fundamentos da neurovenda, tanto no canal tradicional como no digital, desenvolvendo competências para comunicar com mais empatia, influência e eficácia. Trata-se de uma formação essencial para quem quer alinhar estratégias comerciais aos mecanismos reais do comportamento de compra.

OBJETIVOS:

- Compreender os fundamentos da neurociência no contexto das vendas.
- Explorar os gatilhos mentais e emocionais que influenciam decisões de compra.
- Adaptar abordagens de venda a diferentes perfis e canais (presencial e digital).
- Integrar a empatia, confiança e conexão como ferramentas de influência.
- Melhorar a experiência de cliente com base no funcionamento do cérebro.

DESTINATÁRIOS:

- Profissionais de vendas (tradicionais/presenciais ou digitais), comerciais e consultores.
- Empreendedores e gestores de equipas comerciais.
- Trabalhadores de atendimento e customer experience.
- Pessoas interessadas em neurociência aplicada a negócios.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

Módulo 1: Fundamentos de Neurociências

Introdução à Neurociência

- O que é a Neurociência?
- Visão geral do cérebro e as suas funções

Inscrição aqui 

- História da Neurociência
- Ramos da Neurociência aplicada a negócios

Neuroanatomia e funções cerebrais

- Principais estruturas cerebrais e as suas funções
- Sinapses e neurotransmissores
- Neuroplasticidade e adaptação comportamental

Bases neurológicas do Comportamento Humano

- Processamento sensorial e perceção
- Tomada de decisão e cognição
- Emoções e comportamento do consumidor

Módulo 2: Neurovendas (presencial e experiência de cliente) – como conquistar o cérebro do cliente no ambiente físico

Neurovendas: a ciência por trás das decisões invisíveis

- Neurovendas: conceito e aplicação no ponto de venda físico

O cérebro e a decisão de compra

- A importância dos sentidos
- O impacto das emoções nas decisões de compra
- Como os neurotransmissores influenciam a compra

Atendimento (neuro)eficaz: conquistar em segundos

- Técnicas de persuasão baseadas em neurociência
- Erros comuns de comunicação que bloqueiam as vendas
- Storytelling rápido: como contar uma história que o cérebro memorize

Estudos de caso

Módulo 3: Neurovendas (digital) – como otimizar cada clique com neurociência

O cérebro no ambiente digital

- Como o cérebro processa estímulos digitais
- Como criar estados mentais favoráveis à compra

Estratégias de ativação no digital

- Design persuasivo: UX/UI e o fluxo de decisão de compra

Inscrição aqui 

- Estratégias de personalização e gatilhos neurológicos em ambiente digital

Estudos de caso

Módulo 4: NeuroLab – da teoria à prática

Explicação e distribuição do(s) exercício(s) aplicado(s)

Apresentação do(s) exercício(s) pelos formandos

AVALIAÇÃO:

Avaliação contínua decorrente da participação e da realização de um exercício de validação final.

CERTIFICAÇÃO:

Os participantes que participem em pelo menos 90% da duração da ação de formação e obtenham aproveitamento receberão um Certificado de Formação emitido através do Sistema Integrado de Informação e Gestão da Oferta Educativa e Formativa – SIGO.

LOCAL: Formação a distância (*live training*)

CONDIÇÕES DE ACESSO:

O(A) candidato(a) deverá ler e aceitar as Condições de Participação constantes no Formulário de Inscrição; e deverá facultar os dados e documentos que permitam comprovar a sua identificação para registo e emissão do respetivo Certificado de Formação através plataforma SIGO

Inscrição aqui 