

0.0

Comentarios (0)

Claudia Alicia Hernández Mesa

Bogotá, Colombia

Conferencista | Capacitador | Coach | Docente | Panelista

País de residencia: Colombia

Idiomas: Español

Áreas de conocimiento

Reinventarse, Neuromarketing, Venta y mercadeo, E-learning, Planeación estratégica de ventas y servicio al cliente, Gestión de emociones, Marketing en Redes Sociales, Coaching, Digital Marketing, Marketing online, Plan de marketing, Estrategia de Ventas, Estrategias de mercadeo y ventas, Ventas, Ventas y atencion al cliente, PNL, Neuro Ventas, Neuroliderazgo, Empoderamiento Femenino, Neurociencias, Network Marketing, Neurofelicidad, Publicidad en Internet, Producción de Videos, Marketing Digital, Realización de Eventos, Marketing en Redes Sociales, Felicidad e Innovación.

Descripción del perfil

Soy una docente universitaria y consultora especializada en marketing, emprendimiento, Neuroliderazgo, Neuromarketing, Investigación de mercados y Supervisión de ventas. Gracias a mi extensa trayectoria, he trabajado con empresas de diversos sectores, lo que me ha permitido adquirir un conocimiento profundo del mercado y de las necesidades empresariales. Una de mis habilidades blandas más destacadas es mi capacidad para ofrecer soluciones altamente personalizadas y eficaces gracias a mi experiencia y constantes actualizaciones y capacitaciones en el área. Además, me enfoco en brindar un gran apoyo como divulgadora de conocimientos científicos en mi sitio web www.neuroliderazgo.coach, donde brindo servicios de coaching, asesoría en Neuroliderazgo y Marketing Digital y Tradicional a Pymes en su proceso de transformación digital. En cuanto a mi formación académica, soy aspirante a doctora en proyectos, administradora de empresas y magister en Mercadeo Global. Además, he cursado un diplomado universitario de capacitación como docente en Neurociencia, coaching laboral y estudios en la aplicación de metodologías para el desarrollo de comportamiento emprendedor, entre otros. Finalmente, gracias a mi pasión por la divulgación científica, me destaco como una experta en Neurociencias y Liderazgo, lo que me permite ofrecer mi conocimiento especializado y apoyar a emprendedores, líderes y Pymes en su proceso de crecimiento y transformación de manera aún más efectiva. A lo largo de mi carrera, he logrado crear impacto y consolidar relaciones sólidas y confiables con mis clientes y colegas, razón por la que me considero una profesional dedicada, apasionada y altamente efectiva en lo que hago.

Conferencias, Cursos o Talleres

NEUROLIDERAZGO DE ALTO IMPACTO AGENTES DEL CAMBIO ORGANIZACIONAL

Flexible

Dirigido a todas aquellas personas que deseen conocer los últimos avances sobre el cerebro y su aplicación en el mundo de las organizaciones, tanto en la gestión de equipos como en la relación entre los individuos que las conforman o del propio desarrollo profesional, personas que en el ejercicio diario deben liderar individuos o grupos de personas. El conocimiento de lo que en verdad nos motiva y como funciona nuestro cerebro genera grupos de trabajo implicados, comprometidos y eficaces, aportando a su compañía los siguientes beneficios como Creatividad, Compromiso, Motivación, fortalezas etc. TEMARIO: • Introducción a la reprogramación mental: Identificar cómo funciona el cerebro, entender qué es la reprogramación mental y cómo el cambio de esta puede afectar el mundo de las personas. o El cerebro y cómo funciona. o Programación neurolingüística (PNL). o Neuroplasticidad positiva y negativa autodirigida. • El lenguaje: Conocer cuáles son las herramientas que utiliza la PNL para hacer Reprogramación mental y como modificarlas para obtener mejores resultados. o La Percepción como motor de acción. o Referencias cerebrales. o Sistemas representacionales. o Lenguaje verbal y no verbal. o El manejo de las afirmaciones y el lenguaje positivo. o Anclajes. • Creencias y estrategias mentales: Conocer que son las creencias, aprender a modificarlas y fijar objetivos claros. o Formación de creencias. o Tipos de creencias. o Cambio de creencias. o Filtros. o Fijando objetivos. • El Cerebro Ejecutivo o Prácticas básicas para su desarrollo y aplicación en las organizaciones. o Las respuestas de recompensa y amenaza en las organizaciones - Áreas cerebrales relacionadas. o Aprendizaje organizacional y neurociencias. o Del liderazgo al neoliderazgo o Contextos y funciones ejecutivas: El clima laboral que permite el mejor desempeño del cerebro.

NEUROVENTAS-NEUROMARKETING AGENTES DEL CAMBIO ORGANIZACIONAL

4 Horas o más

Nuestros talleres "Neuroventas" está dirigido a todo el personal administrativo y comercial que se dedican a servir de soporte Interno y Externo del Área Comercial. Los conocimientos de neurociencia nos van a aportar increíbles conocimientos y usaremos la química del cliente para activar su decisión de compra al conocer el proceso que usa la mente para tomar decisiones. Es por ello que el desarrollo de competencias cognitivas - sociales y ejecutivas, son necesarias en todas las áreas que sirven de soporte Comercial; Se sustenta en el Método de venta basado en las relaciones, que nace de diferentes disciplinas como, las neurociencias, la programación neurolingüística o PNL, la neurocomunicación, la neuropsicología y el neuromarketing. El vendedor-asesor aprenderá en el programa un conjunto de conocimientos sobre el funcionamiento del cerebro y lo capacita para generar una relación empática con sus clientes. cómo revertir un estado de ánimo negativo, qué hacer cuando un cliente no nos simpatiza, cómo actuar cuando el cliente es agresivo, cuando recibimos una queja que debemos hacer, cómo debemos interpretar las microexpresiones de las personas, etc. TEMARIO: • Introducción a la reprogramación mental: Identificar cómo funciona el cerebro, entender qué es la reprogramación mental y cómo el cambio de esta puede afectar el mundo de las personas. o El cerebro y cómo funciona. o Reprogramación metal y como se logra. o Programación neurolingüística (PNL). o Neuroplasticidad autodirigida. Neuroventas: o Las neuroventas frente a las ventas tradicionales o El proceso de decisión y el arte de vender o Neurociencias para las ventas. o Método de Venta Neurorrelacional o Entrenamiento comunicacional del vendedor. (Comunicación interpersonal, intrapersonal y mediada. o Desarrollo cerebral del vendedor – Neuroplasticidad autodirigida. Neuromarketing o Cómo llegar a la mente del mercado o Descubrir las necesidades de los clientes – El cerebro del cliente o Inteligencia de negocios o El producto como construcción cerebral y el precio como construcción perceptual o Crear vínculos con los clientes a traves de los canales de marketing tradicional y online. Neurocomunicación o Canales sensoriales o Fallos en la comunicación o Herrramientas básicas de la ventaja oculta o El lenguaje de la mente o Duplicación del lenguaje (visual, auditivo, kinestesico, Digital) o Los movimientos oculares o Duplicación no verbal

NEUROCOMUNICACION (Resolución de conflictos). AGENTES DEL CAMBIO ORGANIZACIONAL

4 Horas o más

Este taller está dirigido a directivos, Ceos, líderes y miembros de equipos de trabajo que deseen adquirir habilidades en la resolución de conflictos y en todas aquellas personas interesadas en tener conocimientos básicos sobre cómo funciona el cerebro humano, cómo percibe los acontecimientos, cómo se desarrollan los procesos emocionales y cognitivos y en qué parte de nuestro cerebro están implicados en la toma de decisiones; nos puede facilitar herramientas de utilidad para aplicar durante el proceso de mediación. Los hallazgos ofrecidos, por la neurociencia nos aportan información valiosa sobre nuestros pensamientos, sentimientos y comportamientos que están implicados de forma directa en el ciclo desarrollo y resolución del conflicto, así como el papel central de la inteligencia emocional y social en la toma de decisiones, negociación resolución de conflictos. • Introducción a la reprogramación mental: Identificar cómo funciona el cerebro, entender qué es la reprogramación mental y cómo el cambio de esta puede afectar el mundo de las personas. o Cerebro y cómo funciona. o Reprogramación metal y como se logra. o Programación neurolingüística (PNL). o Neuroplasticidad autodirigida. • Principios de la Neurocomunicacion. o Comunicación y la actividad cerebral. o Integración y vínculos. o Contextos y claridad del rol: El clima laboral que permite el mejor desempeño del cerebro. o El lenguaje: Anclajes. • Neurocomunicación o Canales sensoriales o Fallos en la comunicación o Herramientas básicas de la ventaja oculta o El lenguaje de la mente o Duplicación del lenguaje (visual, auditivo, kinestesico, Digital) o Los movimientos oculares o Duplicación no verbal • Alfabetismo emocional o Autogestión de estados emocionales - Regulación emocional: la clave para los líderes. o Los marcadores cerebro-somáticos como herramienta para detectar emociones. o Autorregulación - Autocontrol - Capacidad para inhibir respuestas inadecuadas. o Circuito de recompensa cerebral y motivación. o Toma de decisión - Atajos para la toma de decisión del cerebro - Circuito anticipatorio. o Camino corto y largo en la toma decisión: tres salidas. o Conocimientos básicos sobre estrés. o El estrés en la vida laboral. • Creencias y estrategias mentales: Conocer que son las creencias, aprender a modificarlas y fijar objetivos claros. o Formación de creencias. o Tipos de creencias. o Cambio de creencias. o Filtros. o Fijando objetivos. • Inteligencia Emocional en la resolución del conflicto o Neurobiología del conflicto o La dinámica y resolución del conflicto o La gestión del conflicto o La influencia de los imaginarios en el conflicto o Mecanismo de resolución de conflictos o Tolerancia. o Comunicación asertiva o Escucha activa o Empatía

– NEUROVENTAS-NEUROMARKETING - REDES SOCIALES

4 Horas o más

Nuestros talleres "Neuroventas" está dirigido a todo el personal administrativo y comercial que se dedican a servir de soporte Interno y Externo del Área Comercial. Los conocimientos de neurociencia nos van a aportar increíbles conocimientos y usaremos la química del cliente para activar su decisión de compra al conocer el proceso que usa la mente para tomar decisiones. Es por ello que el desarrollo de competencias cognitivas - sociales y ejecutivas, son necesarias en todas las áreas que sirven de soporte Comercial; Se sustenta en el Método de venta basado en las relaciones, que nace de diferentes disciplinas como, las neurociencias, la programación neurolingüística o PNL, la neurocomunicación, la neuropsicología y el neuromarketing. El vendedor-asesor aprenderá en el programa un conjunto de conocimientos sobre el funcionamiento del cerebro y lo capacita para

generar una relación empática con sus clientes. cómo revertir un estado de ánimo negativo, qué hacer cuando un cliente no nos simpatiza, cómo actuar cuando el cliente es agresivo, cuando recibimos una queja que debemos hacer, cómo debemos interpretar las microexpresiones de las personas, etc. TEMARIO: • Introducción a la reprogramación mental: Identificar cómo funciona el cerebro, entender qué es la reprogramación mental y cómo el cambio de esta puede afectar el mundo de las personas. o El cerebro y cómo funciona. o Reprogramación metal y como se logra. o Programación neurolingüística (PNL). o Neuroplasticidad autodirigida. Neuroventas: • Las neuroventas frente a las ventas tradicionales • El proceso de decisión y el arte de vender • Neurociencias para las ventas. • Método de Venta Neurorrelacional • Entrenamiento comunicacional del vendedor. (Comunicación interpersonal, intrapersonal y mediada. • Desarrollo cerebral del vendedor – Neuroplasticidad autodirigida. Neuromarketing • Cómo llegar a la mente del mercado • Descubrir las necesidades de los clientes – El cerebro del cliente • Inteligencia de negocios • El producto como construcción cerebral y el precio como construcción perceptual • Crear vínculos con los clientes a traves de los canales de marketing tradicional y online. Neurocomunicación • Canales sensoriales • Fallos en la comunicación • Herrramientas básicas de la ventaja oculta • El lenguaje de la mente • Duplicación del lenguaje (visual, auditivo, kinestesico, Digital) • Los movimientos oculares • Duplicación no verbal Neuromarketing Digital y Social Media: Reconocer la importancia y el uso de las herramientas de las tecnologías de la información y comunicación, para la vida laboral, social y académica. o Domino de conceptos básicos: audiencias, segmentos, plataformas, etc. o Sitios web, email marketing, blogging, seo (optimización para sitios de búsqueda tipo google), youtube, marketing de video, facebook - páginas de negocios, facebook- grupos, facebook – anuncios, facebook – retargeting, facebook - para negocios locales o google – anuncios, google analytics o twitter, instagram, linkedin, transmisión en vivo por las redes sociales,

postcast.

Neuroemprendedor 5.0

Menos de 1 Hora

El miedo como trampolín para el éxito emprendedor El miedo puede ser un gran obstáculo para aquellos que buscan emprender. Sin embargo, el Neuroemprendedor 5.0 ha demostrado que este sentimiento puede ser utilizado como un trampolín para el éxito en lugar de una barrera. Los emprendedores exitosos han aprendido a utilizar el miedo como una herramienta para impulsar su creatividad y perseverancia, y así superar cualquier obstáculo que se les presente en su camino hacia el éxito. De hecho, estudios han demostrado que los emprendedores exitosos tienen una mayor tolerancia al riesgo y utilizan el miedo como una forma de motivación para lograr sus objetivos. El Neuroemprendedor 5.0 utiliza técnicas de neuroliderazgo para cambiar la perspectiva del miedo y hacerlo pasar de ser un obstáculo a ser un trampolín para el éxito. Al aprovechar la capacidad de

nuestro cerebro para adaptarse y aprender, el Neuroemprendedor 5.0 puede transformar el miedo en un factor de motivación y éxito.

Experiencias

Docente Investigación de Mercados - Marketing Digital - Creatividad y emprendimiento

Fundación Universitaria UNICAFAM

2019 - Actual

Director de Marketing y Redes Sociales.

CONSE – CONSULTORÍA EMPRESARIAL

2014 - 2019

ASESORA COMERCIAL

INGENIERÍA Y DISEÑO ELECTRÓNICO,

2012 - 2014

ASESORA COMERCIAL

KERÁMIKOS.

2011 - 2012

Instructora Procesos Industriales y Desarrollo Humano

FOCUS FOUNDATION Capacitación y Consultoría

2011 - 2012

Jefe de Comercialización de servicios de internet.

PROYECTA – Asociación colombiana de profesionales técnicos y tecnólogos.

2008 - 2010

Directora Comercial Confecciones y Textiles

HERMESATEX.

2007 - 2010

Directora de ventas Tejido Plano

COMERTEX - IBOMA.

2001 - 2005

Jefe de compras Textiles

ALMACENES EL RETAZO – DRESS LTDA.

1994 - 2001

Estudios

Master en Mercadeo Gobal

Universidad EAN

2022

Tutores de Moodle y Administración

EDU LABS

2018

Marketing y Modelos de Negocio Online - Especialización Tecnológica.

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

2017

Planeación de la Estrategia de Ventas a traves del comercio electrónico.

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

2017

Neurociencias y Liderazgo, Neuroliderazgo

Asociación Educar – Argentina

2016

Formación de Formadores por Competencias Laborales.

Focus Fundación – Ecuador

2012

Habilidades en Programación Neurolinguistica

Universidad Industrial de Santander

2005

Especilista en Gerencia de Mercadeo -

Universidad EAN de Colombia

2000

Administradora de Empresas

Universidad Externado de Colombia.

1992

Artículos

LA ÉTICA DE LA PERSUASIÓN EN EL NEUROMARKETING: ¿QUE DECISIÓNES SON REALMENTE TUYAS?

El neuromarketing se ha consolidado como una poderosa herramienta para examinar el comportamiento de los clientes y predecir sus decisiones de compra, pero plantea importantes cuestiones sobre la privacidad, la seguridad de los datos y el uso responsable de las técnicas de marketing. Esta ponencia pretende explorar las implicaciones éticas del neuromarketing, realizando una revisión documental sobre ética y neuromarketing para evaluar sus posibles repercusiones en los procesos de toma de decisiones de las personas. En última instancia, los resultados de este análisis podrían ayudarnos a identificar la importancia de las consideraciones éticas en relación con el neuromarketing y cómo influyen en la forma en que los consumidores responden a las campañas de marketing. El neuromarketing trata de aprovechar la actividad cerebral de un individuo para comprender mejor su proceso de toma de decisiones a la hora de adquirir productos o servicios. Aunque este método ofrece muchas ventajas para conocer mejor el comportamiento de los consumidores, también plantea varias cuestiones éticas; es esencial comprender la complejidad de estas consideraciones éticas para evaluar adecuadamente y con seguridad el impacto del neuromarketing en las decisiones de las personas. En esta ponencia se examinan diferentes posturas éticas en relación con el neuromarketing y se realiza una revisión documental sobre la ética, ofreciendo una visión de su importancia a la hora de considerar el comportamiento humano en relación con la

compra de productos o servicios.

Perspectivas éticas del neuromarketing en relación con el consumidor: Un estudio documental

El neuromarketing es una técnica que usan las empresas para comprender el proceso de compra de los consumidores, utilizan esta información para crear campañas publicitarias más eficaces e impactar a su público objetivo, con ello pueden mejorar la experiencia del cliente y ofrecer mejores productos y servicios en el mercado, sin embargo, puede ser poco ético por parte de las empresas utilizar esta información que les proporciona el neuromarketing para manipular las decisiones de compra de los consumidores de allí la preocupación de los compradores y público en general, además de que no existe un ente regulatorio para estas prácticas. El neuromarketing es una herramienta que usada correctamente puede ser de gran utilidad en el mundo empresarial progresando el mercado actual por ello canales en su investigación prone seis medidas mencionadas en esta ponencia para controlar esta práctica en las industrias, la primera es diseñar procesos claros de información y obtener la autorización de los participantes, continuando con evaluar el efecto de ofrecer incentivos económicos a los participantes, como tercera medida evitar el abuso de grupos vulnerables, especialmente en el uso de publicidad, como cuarta medida informar a los participantes sobre los objetivos, riesgos y beneficios de las técnicas y resultados. continuando con Transmitir la información de manera adecuada a través de los diferentes medios de comunicación de marketing, y adherirse a algún código ético estandarizado, la última medida expresada por canales es realizar una validación interna y externa de los resultados obtenidos, evaluando la efectividad de su aplicación práctica y siguiendo la evolución de las nuevas técnicas y conocimientos de la neurociencia en el

marketing. (Canales Ronda, 2013). Si se logra que estas medidas se apliquen se espera que el neuromarketing se aplique de una forma profesional y ética respetando la privacidad y toma de decisiones de cada individuo

Estudio sobre el uso de modelos de IA aplicados a procesos de marketing digital: el caso de tres agencias colombianas.

En el mundo actual y cambiante donde la inteligencia artificial se hace presente, se evidencia como se está generado una revolución en diferentes industrias, donde se incluye el marketing digital. Una tendencia que permite a las empresas establecer estrategias de una forma más efectiva a través de la utilización de técnicas y métodos. Tomando en cuenta este contexto, la presente investigación se enfoca en estudiar el uso de modelos de IA en procesos de marketing digital centrada en el caso de tres agencias colombianas para potenciar los servicios profesionales que ofertan en la actualidad, la investigación, además, presenta una aproximación a este tipo de cuestionamientos y agenda investigativa de tendencia. El estudio se fundamentó en el planteamiento de un enfoque cualitativo, orientado a identificar si las agencias de marketing objeto de estudio emplean tecnologías basadas en inteligencia artificial para apalancar los servicios que ofrecen. Se hacen evidentes los diferentes puntos de vista que se tienen frente al concepto de inteligencia artificial, el trabajo de campo desarrollado refleja un

lenguaje disperso, se evidencian actitudes de aprendizaje, exploración y experimentación con las nuevas tecnologías que surgen a medida que los avances van madurando y llegan al mercado local.

Psicoterrorismo Laboral

La Psicología Laboral nos alerta sobre una ola epidémica de “acoso moral laboral” “Psicoterror Laboral” o Mobbing que en las organizaciones objeto de investigación. El fin del acosador es el asesinato psicológico de la

víctima y el motivo principal encubrir la propia mediocridad o una estrategia simple y silenciosa para un despido.

https://seguridadecuador.com/psicoterrorismo-laboral.html

ACTIVIDADES PREVENTIVAS EMPRESARIALES EN RIESGOS PSICOSOCIALES

En los últimos años hemos incrementado esfuerzos por ampliar el conocimiento general sobre los riesgos psicosociales propios de la actividad empresarial, surgiendo novedosas herramientas de detección de estos riesgos e incentivando actividades formativas dirigidas a empresarios y trabajadores. Con el fin de incrementar la difusión de la actividad en nuestra Red Empresarial Ecuatoriana para generar una cultura de acción, tenemos el APERP

o Actividades Preventivas Empresariales en Riesgos Psicosociales que consiste en una valiosa Campaña Informativa y de toma de conciencia para terminar dando como resultado el Autocontrolempresarial.

https://seguridadecuador.com/prevencion-riesgo-psicosocial.html

Porqué los Riesgos Psicosociales deben ser controlados?

La seguridad y salud en el trabajo es uno de los aspectos más importantes en la actividad laboral. Debido a las implicaciones que tiene y a la normatividad, las empresas están cada vez mas interesadas en implantar programas de prevención de riesgos laborales, y desarrollar programas que eviten accidentes de trabajo. La Organización Internacional del Trabajo (OIT) considera que los trabajadores en general están expuestos a sufrir

daños en su salud debido a las inadecuadas condiciones con las que laboran, y aunado a ellos están todos los factores individuales externos a las áreas laborales a los que también se exponen de manera cotidiana

https://programapsicosocial.com/blog/9-riesgos-psicosociales/10-porqu%C3%A9-los-riesgos-psicosociales-deben-ser-controlados.html

Clima Laboral Vs Evaluación Psicosocial

Pregunta Frecuente: Es lo mismo realizar una evaluación de clima laboral y una evaluación de factores psicosociales? Respuesta: No. Vamos a profundizar un poco en el tema para explicar siete aspectos entre estos dos

métodos de evaluación.

https://programapsicosocial.com/blog/9-riesgos-psicosociales/35-diferencias-entre-clima-laboral-y-evaluaci%C3%B3n-psicosocial-2.html

Perfil en Mentes a la Carta

https://www.mentesalacarta.com/conferencistas-capacitadores-coaches/claudia-alicia