0.0

Comentarios (0)

PACO CORRO

Ciudad De Mérida, México

Conferencista | Capacitador | Coach | Docente | Panelista

País de residencia: México

Nacionalidad: España, México

Idiomas: Español, Inglés

Áreas de conocimiento

Ventas, Atención a Clientes, Experiencia del Cliente CX, Centros de Contacto, Neuromarketing, Motivación, Trabajo en Equipo, Mindset.

Descripción del perfil

LO QUE ME ENCANTA Soy un apasionado de las matemáticas, la tecnología y las ciencias del comportamiento humano en los procesos de ventas y atención a los clientes. Empecé a trabajar en ventas por error y sin quererlo. Fuí un desastre total, hasta que descubrí que las ventas iban más allá de las necesidades de los clientes. Descubrí que los clientes compran porque quieren y no porque necesitan algo. Descubrí que las matemáticas, la ciencia y los procesos mentales explican maravillosamente porque algunas personas son más productivas y venden más que otras. A partir de esos descubrimientos, no he dejado de aprender, investigar y compartir mis conocimientos con empresas globales, pequeñas empresas y grupos de emprendedores. Ya tengo en esto más de 20 años, y siento que apenas estoy empezando. He sumando a mi experiencia más de 500 de proyectos de ventas, y atención a clientes y han asistido a mis conferencias corporativas más de 15,000 personas de las que sigo aprendiendo todos los días. MI FORMACIÓN Soy Ingeniero Industrial egresado de la Universidad Iberoamericana, especializado en Investigación de Operaciones y Simulación. Cuento con un MBA de la Universidad Rey Juan Carlos I de Madrid y una maestría en Marketing Digital por la EUDE Business School. Cuento también con una amplia formación de postgrado en programas de Harvard, MIT y cuento con múltiples certificaciones en neurociencias y como Profesional Stage Hypnotist orientado al comportamiento de las personas al momento de comprar y vender. EXPERIENCIA, PROYECTOS Y CLIENTES He sido director y gerente en empresas globales como Hewlett Packard, Grupo CIE y Grupo Iusa. Fui docente de la Universidad Iberoamericana y he impartido cursos y seminarios en todo México, España, Estados Unidos, Colombia, Ecuador, Argentina y en varios países de Latinoamérica. He desarrollado investigaciones serias en el campo de la neurociencia relacionada con las ventas y soy reconocido internacionalmente como el precursor de las nuevas tendencias en el uso de la comunicación sugestiva orientada a las ventas, combinando las matemáticas de la economía psicológica y técnicas poco exploradas como la hipnosis . Mi trayectoria como consultor y coach empresarial me ha llevado a colaborar en proyectos para empresas como American Express, Banamex, City bank, Banco Santander, Seguros AIG, Seguros CIGNA, Seguros ACE, Seguros GNP, Seguros Argos, Televisa, Sabritas, Officemax, Coppel, Bancoppel, BIC No Sabe Fallar, Universidad Anáhuac, Seguros Argos, Grupo Carso, Telmex, Telcel, Mc Donalds, Pizza Hut, KFC, Subway, Ticketmaster, BBVA, CVDirecto, Iusacell, Telefónica, Banorte, HSBC, Mabe, Readers Digest, MVS, Sky, direct TV, Aeroméxico, Chrysler, Zurich, AT&T, Hoteles Riu, Hoteles Marriott, Holiday Inn, Omni Cancún, Moon Palace, Hoteles City Express, Scotiabank, Grupo Megamedia, KIO Networks, Royal Canin, Boston Medical Group, SuKarne, Republicnail, Prudential, BestDay, USANA, Immunotec, Salud Digna, entre otros.

Conferencias, Cursos o Talleres

SE LO QUE COMPRASTE EL VERANO PASADO

Flexible

Esta conferencia está en continua actualización todos los días conforme se van dando los nuevos descubrimientos en el funcionamiento del cerebro que derivan en las razones por las cuales los seres humanos compramos. La anatomía cerebral, la corteza prefrontal, la amígdala, el nucleous acumbens, las neuronas espejo, los electroencefalogramas, la resonancia magnética, las emociones, la detección de mentiras y la sugestión pueden parecer a veces conceptos difíciles de entender. Francisco ha logrado en este programa poner al alcance de todos estos conceptos de una manera fácil y clara. Utiliza ejemplos de como las grandes marcas y los mejores

vendedores se conectan a nuestros cerebros para que decidamos comprarles, de tal manera que los asistentes jamás verán a las ventas y al marketing como antes.

VENTAS POR INSTINTO

Flexible

En este programa, Francisco muestra las técnicas de sugestión indirecta verbal y no verbal. Como utilizar una selección de palabras y acciones cuidadosamente para comunicarse con el subconsciente de otras personas en la forma en la que ellas están dispuestas a responder. Dando un vistazo al acto de sugerir en si mismo, si alguien le pide que vaya y cierre una puerta, usted se levanta y cierra esa puerta si: número uno, usted decide que es una buena sugerencia y, número dos, usted tiene la capacidad de realizar dicha sugerencia. Cuando hablamos de sugestiones indirectas, nos referimos a estructuras verbales y no verbales de tal manera que el mensaje tenga un doble significado o un significado amplificado que orientan a las personas hacia una conclusión lógica. Las palabras pueden tener diferentes significados. Podemos decir por ejemplo que usted se ve “cool” y eso puede significar que usted luce sofisticado o que luce un tanto frío. Cuando una persona aprende a utilizar adecuadamente las palabras es capaz de impactar la mente de la persona con la que está hablando, especialmente su mente subconsciente. En este programa usted comprenderá en toda su extensión el origen y el significado de la empatía y Francisco lo sorprenderá al liberar el poder de su mente al combinar la sugestión indirecta, las

emociones, la confusión mental y las alternativas en una demostración en vivo que nunca olvidará.

SUBCONSCIENTE-TE

Sin especificar

Los resultados no vienen a tocarnos a la puerta. Usted necesita estar en control del proceso. Las personas que alcanzan sus objetivos saben a donde van y como van a llegar, se encuentran programados para lograr sus resultados. En este programa, usted aprenderá técnicas para comunicarse con su mente subconsciente para que haga lo que usted conscientemente quiere lograr. Mucha gente piensa que estar consciente es equivalente a estar atento, otros creen que significa que es estar razonando. Cuando dormimos no estamos conscientes, pero estamos atentos a los bordes de la cama. Irse a dormir pareciera como que las personas están apagando algo y en realidad lo están prendiendo. Los seres humanos tenemos un sistema de activación y un sistema depresor. La función primordial del cerebro es precisamente controlar e inhibir todos los sistemas. Mucha gente pasa la mayor parte del tiempo razonando lo que deberían haber hecho, podrían haber hecho, esperan hacer y ponen muy poca atención en lo que están haciendo ahora. Si alguien le dice que podría doblar su ingreso para el próximo año, tal vez le diría que es imposible, que no tiene la suficiente experiencia, que su mercado está saturado, que la industria está en medio de una crisis o que nadie más en su campo ha podido hacerlo. Usted no puede forzar a su inconsciente. Para motivarse y conseguir un objetivo se necesita más que desearlo y visualizarlo. ¿Ha tratado de forzarse a dormir alguna vez?. Sin embargo, bajo ciertas condiciones, la puerta hacia la mente

inconsciente se abre . En esta conferencia Francisco le mostrará los caminos para entrar a su mente subconsciente, mantenerse motivado y alcanzar sus objetivos.

CALL CENTER MADE EASY

4 Horas o más

Es el entrenamiento más completo y profesional disponible en la actualidad. Su propósito es que los participantes adquieran todo el conocimiento teórico y las buenas prácticas de la industria del call center en un programa diseñado especialmente para las personas que toman las decisiones en el call center. Si lo que busca es obtener el conocimiento profundo de la gestión de un call center y que pueda aplicarlo de inmediato en su proyecto con plena seguridad, le podemos garantizar que este programa de entrenamiento es el más completo que existe en la actualidad. En este programa está diseñado para que participen todos los involucrados de las distintas áreas

de la operación del call center, por ejemplo: tecnología, operación. supervisión, monitoreo de calidad, recursos humanos, finanzas, comercial.

Experiencias

SOCIO

GRUPO TELEMERK SCP

2001 - Actual

SOCIO

CXTHRIVE SCP

2019 - Actual

SOCIO

AREACORP SA DE CV

2004 - Actual

DIRECTOR DE OPERACIONES

TELEINTER (AHORA SYKES)

1999 - 2001

DIRECTOR COMERCIAL

TELEINTER (AHORA SYKES)

1997 - 1999

DIRECTOR CONTROL DE CALIDAD

SITEL CORPORATION MEXICO

1995 - 1997

GERENTE DE ATENCIÓN A CLIENTES

HEWLETT PACKARD LATINOAMÉRICA

1994 - 1995

COORDINADOR DE SOPORTE

BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR

1993 - 1994

Estudios

MAESTRIA EN MARKETING DIGITAL

EUDE, MADRID

2020

MBA

UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS, MADRID

2019

EMOTIONAL AI

MIT MEDIA LAB

2018

DIPLOMADO EN HABILIDADES GERENCIALES

HARVARD UNIVERSITY

2011

STAGE HYPNOTIST

HMI, LOS ÁNGELES CALIFORNIA

2011

INGENIERIA INDUSTRIAL

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

1996

Artículos

PIENSO, LUEGO COMPRO

Si hiciéramos un resumen de lo que ha sido nuestra vida lo más probable es que se divida entre acontecimientos importantes, recuerdos de viajes o convivencias familiares y, en buena medida, por el ir y venir de nuestras posesiones. ¿Quien no se acuerda del primer coche que tuvo (ya sea comprado o regalado), de la primera casa que compró o rentó y, también, del primer coche que vendió? (hasta recordamos el precio, la hora y el lugar en donde se hizo el trato). Los seres humanos estamos en un proceso constante de comprar y vender, de obtener y de deshacernos de nuestras pertenencias. Así ha sido desde nuestros ancestros y seguirá siendo; lo único que se modifica son las condiciones de la venta o de la compra.

https://franciscocorro.com/pienso-luego-compro-los-procesos-de-compra/

Perfil en Mentes a la Carta

https://mentesalacarta.com/conferencistas-capacitadores-coaches/paco-corro