1108 Fulton Street San Francisco CA 94117 Tel (415)775-4917

FAQ SalesBrain (Frequently Asked Questions – *Domande ricorrenti*)

Che cos'è SalesBrain?
SalesBrain è l'unica azienda di NeuroMarketing del mondo che offre servizi di ricerca, coaching e training che aiutano le aziende a contattare e a stimolare la parte del cervello che è preposta ai processi decisionali. Questo lavoro si basa su recenti scoperte scientifiche nel settore delle scienze neurologiche che sono state trasformate in vantaggi aziendali innovativi.

Qual è la storia dell'azienda?
L'azienda è stata fondata da due executive di livello internazionale, Patrick Renvoise e Christophe Morin, che in passato hanno stipulato contratti da vari miliardi di dollari. Insieme, essi hanno aperto la strada ad un nuovo processo per il raggiungimento della parte decisionale più profonda del cervello ed hanno scritto un libro sull'argomento (***Selling to the Old Brain***). Da allora, offrono la propria metodologia ad aziende di tutto il mondo, integrandola con una serie di strumenti online esclusivi ed estremamente efficaci. Il loro lavoro offre grandissimi vantaggi alle aziende grazie ad un miglioramento delle comunicazioni e a strategie commerciali e di marketing estremamente efficaci.

Che cosa rende SalesBrain unico nel suo genere, che cosa lo distingue da tutti gli altri metodi?
SalesBrain è il primo metodo ad attingere alla nuova ricerca neuroscientifica e ad applicarla a pratiche commerciali e comunicative migliori, misurabili. SalesBrain è l'unica azienda a tradurre tutto ciò in maniera completa nel settore delle comunicazioni aziendali. La sua tecnica è rivolta direttamente al "responsabile decisionale" più profondo, più reale – il 'Vecchio Cervello' – e il pubblico risponde rapidamente e con fiducia alle proposte o ai prodotti.

Quali risultati ha conseguito l'azienda nel passato?
- SalesBrain è stata presentata ad oltre 800 CEO ed ha addestrato oltre 2500 senior executives, di 19 nazionalità diverse, in 12 paesi.
- I suoi clienti internazionali includono Airbus, IBA, Genesys, Alcatel, TEC, Moore Foundation, SGI, Stratex Networks, ed altri.
- SalesBrain è speaker ufficiale preferito di TEC, la più grande rete di CEO del mondo (TEC, inizialmente fondata come Executive Committee, è la risorsa globale di 10.000 executives in 14 paesi diversi).
- Candidata AMA 2004 (American Marketing Association) per il premio "next big thing in marketing".

Perché il NeuroMarketing è importante per la mia attività?
Il NeuroMarketing offre un processo razionale, lineare e scientifico che spiega che cosa spinge il cliente ad acquistare e che crea messaggi che soddisfano la componente razionale, la componente emotiva e la componente di sopravvivenza del cervello del cliente. Mentre alcuni compiono questo processo in maniera intuitiva, la maggior parte lo ha dimenticato, non lo ha mai imparato oppure non è in grado di ripetere i successi più recenti. Ora la scienza attuale è in grado di dimostrare, grazie alla ricerca, che il vostro pubblico aspetta che voi parliate al suo 'vecchio cervello' se volete che prenda una decisione. Le competenze di NeuroMarketing consentono a tutti gli operatori del settore – dagli assistenti di studio ai responsabili commerciali al senior management – di creare e offrire il messaggio **più** preciso e persuasivo, per mezzo di:
- Comunicazione. Un vocabolario comune collega le squadre interne e raggiunge diversi target di clienti.
- Risultati. Una maggiore attenzione ed un maggior interesse del pubblico stimola le reazioni alle vostre offerte.
- Profitti. Maggiori percentuali di affari condotti a buon fine.

Ma non è una semplice manipolazione – una nuova forma di lavaggio del cervello?
No! La ricerca neuroscientifica conferma anche che il cervello è in grado di riconoscere i falsi, le manipolazioni e le esagerazioni. Inoltre, esso è in grado di rispettare e di rispondere favorevolmente a proposte di valore rilevanti e correttamente formulate. SalesBrain è il primo metodo ad effettuare una mappatura del processo per un'interazione ottimale con il 'vecchio cervello'. Il risultato è una tecnica senza precedenti per la preparazione e la presentazione ad un pubblico di individui o di gruppi aziendali.

Quali sono i principi chiave di questa tecnica, la cosiddetta "Selling to the Old Brain"?
Esistono soltanto sei stimoli, che sono descritti nel volume ***Selling to the Old Brain*** e presentati nei programmi di training SalesBrain, che riescono a raggiungere il centro decisionale del cervello. Prendiamo, ad esempio, il fattore 'tangibile': il 'vecchio cervello' è continuamente alla ricerca di ciò che è familiare, favorevole, di ciò che è immediatamente riconoscibile, di ciò che è tangibile ed immutabile. Il 'vecchio cervello' non è in grado di elaborare concetti come 'una soluzione flessibile', 'un approccio integrato' o un''architettura scalabile' senza fatica e senza dubbi".



Che cosa c'è di tanto innovativo nella piattaforma "Brainstorming" SalesBrain chiamata GroupSmart ä ?
GroupSmart™ è una piattaforma esclusiva SalesBrain che fornisce uno strumento strategico potente e collaborativo in un formato Internet anonimo e sicuro. Essa consente alla squadra di operare sul processo SalesBrain con la velocità, l'apertura e la flessibilità del web. GroupSmart™ fornisce una piattaforma di brainstorming computerizzata che permette alle squadre executive di ottenere chiarezza, consenso e impegno sulle proprie strategie commerciali e di marketing nel giro di poche ore invece di impiegare vari mesi.

Che cosa ne pensano i clienti che hanno lavorato con SalesBrain?
"All'inizio eravamo scettici su tutta questa montatura del NeuroMarketing, ma ci siamo rapidamente convertiti quando abbiamo visto la crescita del nostro fatturato e nostri risultati trimestrali" – **Matt Swinnerton, CEO PRECEPT**

"Non fornite gli stessi servizi alla concorrenza!" - **Amzin Mazlan, Sales Manager SGI Malaysia**

Persona di contatto:
Christophe Morin
+1 415-786-3273 (ufficio), +33 (0)6-23-93-75-13 (Francia), (Fax) 1-708-570-2736
+39 02 8905-9478 (Italia)