



EMC

FINANCIAL SALES & NATIONAL CONSULTING

¿QUIÉNES SOMOS?

1

EMC FINANCIAL SALES & NATIONAL CONSULTING



Consultoría de promoción de ventas basado en la neurociencia, interactuando con grupos de Net-Working y uniendo a los Co-Working para comercializar y conectar sus productos y servicios a Nivel Nacional.

Con una metodología de integración Neuro-Estratégica para comercializar, desarrollar productos y servicios a través de la Neurociencia para su progreso de una forma supra/sub/ y consciente proactiva.

Aplicando estrategias proactivas de comercialización, tomando en cuenta los Estados Financieros como instrumento de medición, inversión y ahorro.

- PROMOCIÓN DE VENTAS.
- CONTABILIDAD Y ASESORÍA FISCAL.
- DEFENSA LEGAL.
- MARCAS Y PATENTES.
- IMAGEN EMPRESARIAL.



- SERVICIOS ADUANEROS Y DE COMERCIO EXTERIOR.
- SERVICIOS DEL SECTOR INMOBILIARIO.
- PUBLICIDAD.
- CAPACITACIONES.
- ORGANIZACIÓN DE EVENTOS.

PRESTIGIO - SEGURIDAD - CALIDAD - SERVICIO - GARANTIA

MISIÓN

Aplicar el conocimiento emocional y científico sobre las reacciones del cerebro del consumidor, con el objetivo de atraer su atención, siendo proactivos y enfocados para implementar las Neuro-Estrategias de Ventas para definir las características de los candidatos que puedan convertirse en clientes.

VISIÓN

Representar a los negocios a Nivel Nacional aplicando herramientas de Neuroventas, Net-Working, Co-Working y listas establecidas de clientes y proveedores para su prospección, con el fin de incrementar la comercialización de cualquier producto y/o servicios.

Usamos estrategias proactivas de comercialización conectando productos y servicios con grupos multidiciplinarios con diferentes formaciones academicas y experiencias profesionales llamados “SOCIOS ESTRATEGICOS”, que pueden operar en conjunto o por su cuenta, durante un tiempo indeterminado con un objetivo en comun “EL ÉXITO DE LAS VENTAS”.

MARCAS REPRESENTATIVAS



C F I

VALORES, ÉTICA, MORAL Y CIENCIA.

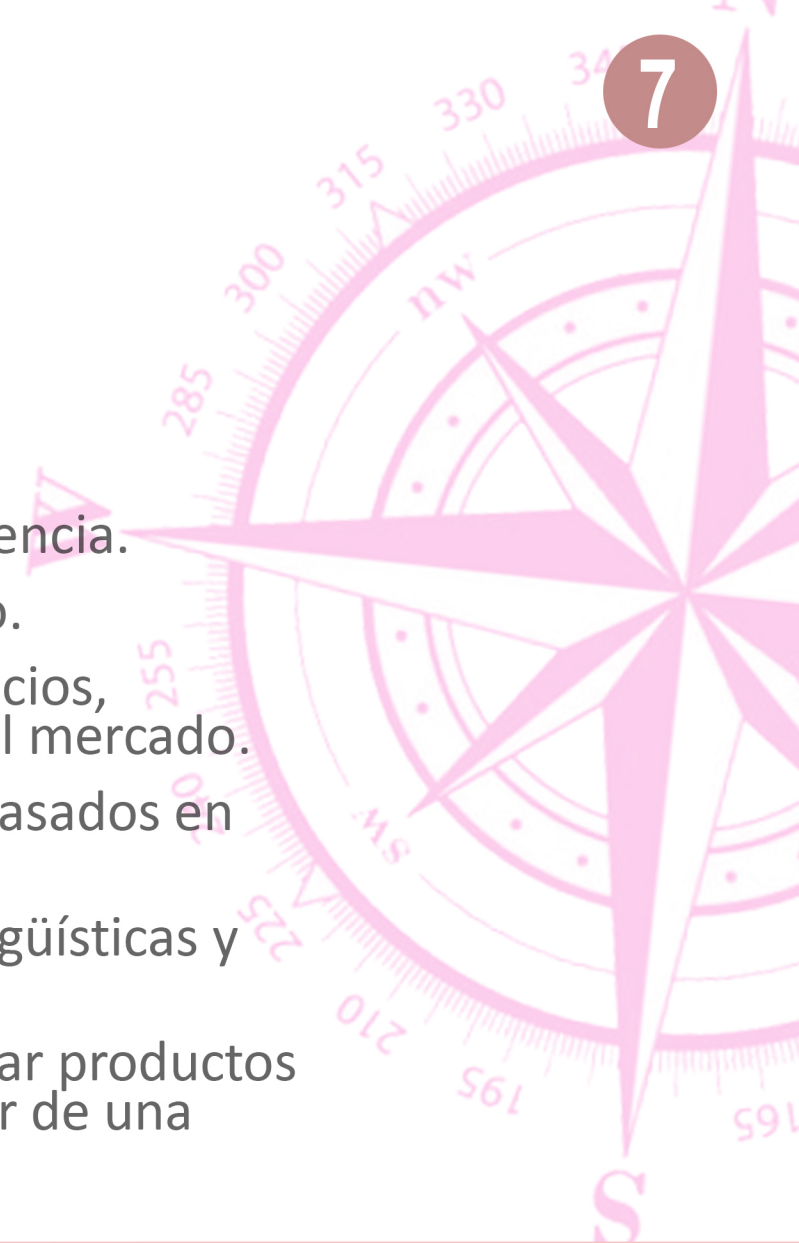
NUESTROS VALORES VIENEN CON ANTECEDENTES HISTÓRICOS-PSICOLOGICOS DE LA CONSCIENCIA DE UN PORTADOR Y UN DEPOSITARIO, CONSERVANDO Y CREANDO ESTRATEGÍAS FORMATIVAS Y CORRECTIVAS DE ELLOS MISMOS LOS CUALES SE HAN VISTO INFLUNCIADOS POR NUESTRO MUNDO SOCIAL.

- ♥ HONESTIDAD.
- ♥ COMPROMISO.
- ♥ TENACIDAD.
- ♥ CONFIANZA.
- ♥ INTEGRIDAD.
- ♥ CONFIDENCIALIDAD.
- ♥ RESPONSABILIDAD.
- ♥ PERSEVERANCIA.
- ♥ PROFESIONALISMO.

Sistema nervioso: Transmite señales entre el cerebro y el resto del cuerpo, de esta manera la actividad del sistema nervioso controla la capacidad de moverse, respirar, ver, pensar y más.

OBJETIVOS

- 1.- Identificar el objetivo principal “VENDER”.
- 2.- Identificar el tipo de mente del consumidor a través de la Neurociencia.
- 2.- Posicionamiento a Nivel Nacional, local con alcance en el extranjero.
- 3.-Cumplir con la capacidad de diseñar ofertas de productos y/o servicios, atractivos para su comercialización haciendo un análisis financiero del mercado.
- 4.- Construir, mejorar y seguir manteniendo los nichos de mercado basados en conocimiento de Neuro-Marketing y las Neurociencias.
- 5.-Emplear los tipos de comunicaciones y programaciones Neuro-Lingüísticas y Neuro-Psicológicas.
- 6.- Hacer de las Neuro-Ventas una metodología centrada para conectar productos y servicios de manera acertada y efectiva con los consumidores, apartir de una visión integral del ser humano: racional, emocional e instintivo.



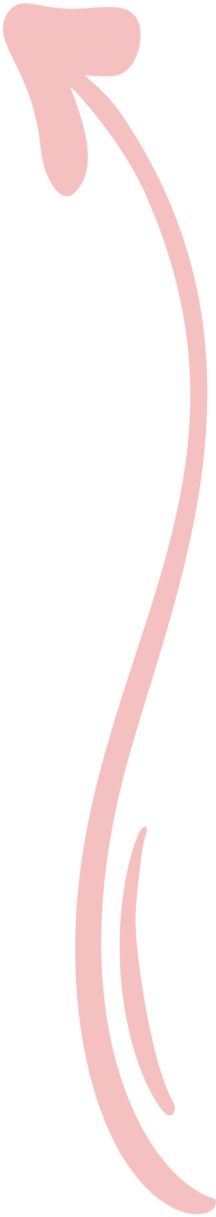


PLANTEAMIENTOS

- 1.- ESTABLECER UN MERCADO META AL CUAL SE VA ENFOCAR A TRAVÉS DE UNA NEURO-ESTRATEGIA.
- 2.- INTEGRACIÓN A LAS LISTAS DE PROVEEDORES Y REPRESENTACIÓN EN GRUPOS DE NET & CO-WORKING PROYECTADAS A NIVEL NACIONAL PARA SU PROSPECCIÓN DE CLIENTES, SINTENTIZANDO TIEMPOS Y ESFUERZOS DE ASISTENCIA DENTRO DE DE SU MISMA BUSQUEDA.
- 2.-DETECTAR LAS ÁREAS DE OPORTUNIDAD FINANCIERAS PARA LOGRAR SU DISTRIBUCIÓN.
- 3.- GESTIONAR REUNIONES DIRECTAS DE INTERÉS.
- 4.- ANALIZAR EL INTERÉS DE LOS CLIENTES/SOCIOS, ASI COMO SUS CARACTERÍSTICAS Y NECESIDADES OPTENIENDO UN RESULTADO EXITOSO EN LAS VENTAS.
- 5.- PROSPECCIÓN, RETENCIÓN, RETROALIMENTACIÓN Y RECUPERACIÓN DE LOS CLIENTES.
- 6.- ADENTRACIÓN: LOS CLIENTES EXISTENTES LOGRAN TENER CLIENTES A LA ALZA, LOS CUALES AÑO TRAS AÑOS SE LES LOGRA VENDER MÁS, YA SEA DEL MISMO PRODUCTO O DE NUEVOS PRODUCTOS.
- 7.-LOGRAR EL CIERRE DE VENTAS DE MANERA EXITOSA CON LA MENOR INVERSIÓN DE TIEMPO Y ESFUERZO.

COMPROMISOS

- ♥ SER PERSEVERANTES,
PERSISTENTES Y EFECTIVOS
EN NUESTRA “LABOR DE VENTAS”
- ♥ OBTENER CONSUMIDORES
PARA NUESTROS CLIENTES.
- ♥ CONFIDENCIALIDAD DE LA
INFORMACIÓN PROPORCIONADA.



Por que nuestro crecimiento es el proceso biológico por el cual un ser vivo aumenta de masa, tamaño y a la vez experimenta una serie de cambios morfológicos y funcionales que afecta a todo el organismo hasta adquirir el mayor crecimiento.

Tenemos el compromiso de crecer en fé, espiritualmente, fisica y mentalmente, siempre acompañados de la mano de Dios y haciendo su voluntad para que nos haga ser mejores cada día y que nuestro éxito venga por añadiduria.

GRACIAS, AMÉN.