

Consultoría en comportamiento

Descripción

El análisis de comportamiento se define como una ciencia que se basa en el estudio del comportamiento o de la conducta, generalmente con algún tipo de objetivo o intención.

Los analistas del comportamiento se centran en la relación observable entre el comportamiento y el entorno.

En base a la observación del comportamiento de las personas y su relación con el entorno, el analista puede llevar a cabo inferencias y propuestas de valor asociadas al cambio de comportamiento.

Como consultores en comportamiento, nos centramos en el análisis de la conducta, en el impacto y en la intervención sobre esta.

Política, seguridad, marketing, ventas, negociación, diseño, educación, en cualquier campo que imagine encontrará aplicación.



Medicos y Psicologos



Fuerzas de Seguridad del Estado



Profesionales de la Salud



Directivos y Empresarios



Jueces y Abogados



RRHH y Atención al cliente



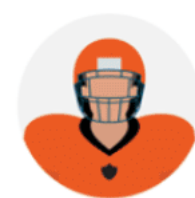
Detectives y Criminólogos



Profesores y Formadores Estudiantes



Profesionales de la relación de apoyo (Mediadores, Terapeutas etc)



Entrenadores, Coach y Deportistas

La consultoría de comportamiento es aplicable a:

1. Mejora de capacidades de liderazgo, llevando a cabo un minucioso estudio del comportamiento de la persona a fin de orientarle en la mejor manera de comunicar, cómo llevar el control de una negociación e incluso su imagen de marca personal.
2. Política, a través del análisis minucioso del candidato para mejorar sus capacidades de comunicación verbales y no verbales así como su congruencia global, con el objetivo de potenciar la imagen de autoridad, respeto, cercanía, transparencia y otros muchos valores acordes con el candidato.
3. Análisis de comportamiento no verbal, analizando intervenciones o videos relacionados con personas para elaborar un perfil de su comportamiento.
4. Estudio del comportamiento de avatares, tratando de generar la evocación de emoción a través de la simulación de comportamiento artificial y generando la sensación de realidad.
5. Experiencia del usuario, desarrollando estrategias de diseño e implementación para la mejora de la experiencia y el impacto en la emoción.
6. Marketing sensorial, diseñando e implementando sistemas de impacto emocional en una campaña de marketing a través de los sentidos.
7. Pericial, llevando a cabo análisis de comportamiento, de contenido y otras herramientas de análisis con el objetivo de analizar una causa, sujeto o escenario.
8. Impacto en el comportamiento, analizando el comportamiento inicial y dotando de mecanismos de cambio con el objetivo de mejorar una conducta asociada existente, ya sea en el ámbito profesional o personal.

[Solicitar información](#)