



# NEUROMARKETING



J-29561999-5

**BASTIS**  
CONSULTORES EMPRESARIALES C.A.

- UNA PUBLICACIÓN DE BASTIS CONSULTORES EMPRESARIALES, C.A.-

# TABLA DE CONTENIDOS

---



**Introducción**



**¿Qué es el Neuromarketing?**



**¿Cómo hacer Neuromarketing?**



**Storytelling**



**Storydoing**



**Conclusiones**



# INTRODUCCIÓN



@BastisCursos

# INTRODUCCIÓN

---

El Neuromarketing es una herramienta que, según Monge Benito, de la Universidad del País Vasco, nos puede dar una pista sobre lo que puede funcionar y lo que no. Hay empresas que utilizan el aporte que les dan estas nuevas técnicas a fin de mejorar algunos aspectos que antes eran difíciles de estudiar. Es así, una herramienta que hace obsoletas las viejas prácticas del negocio, con la finalidad de activar un resquicio en nuestra mente para incitarnos a comprar.

Una de las metas fundamentales del Neuromarketing es **conocer cómo son los procesos, tanto los conscientes como los no conscientes**, que hacen que los estímulos que recibe un cliente a través del **producto, su precio, la marca, el packaging**, los canales de ventas y demás puntos de contacto se transformen en una **percepción unificada**.



## CAPÍTULO I

---

# ¿QUÉ ES EL NEUROMARKETING?

---



@BastisCursos

# ¿QUÉ ES EL NEUROMARKETING?

---

## *Cómo Seducir y Enamorar al Consumidor*

El Neuromarketing es una disciplina avanzada que tiene como función estudiar y analizar procesos cerebrales que clarifican la conducta y la toma de decisiones de los individuos; en su mayoría estas decisiones son tomadas por el subconsciente, en los campos de acción de Marketing tradicional (inteligencia de mercado, diseño de productos y servicios, comunicaciones, precios, branding, posicionamiento, targeting, canales y ventas) (Braidot, 2007).

Una de las metas fundamentales del neuromarketing es **conocer cómo son los procesos, tanto los conscientes como los no conscientes**, que hacen que los estímulos que recibe un cliente a través del **producto, su precio, la marca, el packaging**, los canales de ventas y demás puntos de contacto se transformen en una **percepción unificada**.



@BastisCursos

# ¿QUÉ ES EL NEUROMARKETING?

---

*¿Cuál es el Origen del Neuromarketing?*

Algunos académicos sitúan el origen del Neuromarketing en el **Brighthouse Institute for Thought Science de Atlanta** aunque se rumorea que el Dr. Garry Zaltman de la Universidad de Harvard fue el primer mercadólogo en utilizar **FMRI (Functional Magnetic Resonance Imaging)**.



@BastisCursos

# ¿QUÉ ES EL NEUROMARKETING?

---

*El Neuromarketing responde esas preguntas comunes que siempre se planteaba el marketing tradicional:*

¿Qué contenido poner en un comercial para tener un mayor impacto en la audiencia?

¿Qué estrategias podemos usar en cuanto al precio de nuestros productos o servicios?

¿Cómo podemos lograr la fidelidad del cliente hacia nuestra marca?

¿Cuáles son los medios más efectivos?





@BastisCursos

# ¿QUÉ ES EL NEUROMARKETING?

---

## *¿Qué mide el Neuromarketing?*

El Neuromarketing mide vínculo con una marca determinada se desarrolla a un **nivel racional, emocional e instintivo**. En estos tres pilares descansa el neuromarketing, que, en última instancia, desentrañará las **emociones del consumidor y sus respuesta a un nivel subconsciente**, que nunca reconocerían en ningún estudio basado en tests.



*Los consumidores deciden si algo vale la pena o es digno de confianza en cuestión de 33 milisegundos promedio.*

*Neuroscience Marketing*



## CAPÍTULO II

---

# ¿CÓMO HACER NEUROMARKETING?



@BastisCursos

# ¿CÓMO HACER NEUROMARKETING?

---

## *Neuromarketing Visual*

Se basa en el sentido de la vista y como percibimos las cosas a través de nuestros ojos. Está demostrado que las imágenes llegan mucho más rápido al cerebro y el mensaje que quiere transmitirse se recibe con mucho más eficacia. De ahí que antes de la era digital, la forma más valorada en publicidad eran los spots publicitarios en medios visuales (TV, vallas, etc...).



@BastisCursos

# ¿CÓMO HACER NEUROMARKETING?

---

## *Neuromarketing Auditivo*

Se enfoca en base a lo que escuchamos y como se genera por medio del oído una percepción del mundo. Hay un tipo de personas son más sensibles a la música, sonidos y silencios en el proceso de comunicación. Son un ejemplo los spots donde se da más fuerza a la música o sonidos volviéndolo parte de las características del mismo producto.



@BastisCursos

# ¿CÓMO HACER NEUROMARKETING?

---

## *Neuromarketing Kinestésico*

**El Neuromarketing Kinestésico engloba todo lo que percibimos por el tacto, el gusto y el olfato.** Además es una de las técnicas más utilizadas en el mundo del Neuromarketing. Para este caso tenemos como ejemplo las promociones en puntos de venta en donde se realizan degustaciones y presentaciones de los productos, la gente los puede probar, tocar y hasta oler en algunos casos. Si las personas tienen un Sistema de Representación Kinestésica, las acciones que estimulen estos sentidos tendrán alto poder en su proceso de decisión de compra.



@BastisCursos

# ¿CÓMO HACER NEUROMARKETING?

---

## *Pautas claras para conseguir los objetivos*

**Averiguar la necesidad del cliente** -> Es vital averiguar, analizar y descubrir cuál es la necesidad y preferencia del cliente para acertar en tu enfoque.

**El mensaje hacia el cliente** -> Lo que le transmitas al cliente con dicho mensaje, influirá en la decisión de compra del producto o servicio.

**Enlazar el producto a su necesidad** -> Guiar al cliente hacia nuestro producto haciéndole ver cómo le servirá, en qué le ayudará y porqué es mejor que el producto de la competencia.

(Tejada, 2017)



@BastisCursos

# ¿CÓMO HACER NEUROMARKETING?

---

## *5 Ejemplos de Neuromarketing*

**Los carros del supermercado.** Los grandes establecimientos ofrecen un carro para poder trasladarse por el lugar fácilmente; sin embargo, su trasfondo es poder llevar más para incrementar el consumo.

**El olfato.** Los hornos de los supermercados son colocados estratégicamente para que el olor a pan recién hecho se propague por el lugar.

**La localización.** La ubicación de los productos es esencial para guiar al consumidor a donde las marcas lo desean. Un ejemplo muy conocido es el proceso de las tiendas Ikea, las cuales ofrecen un recorrido por todo el lugar para que todos los artículos sean vistos por todos los cliente.

**El precio.** Una pregunta muy frecuente, ¿por qué la mayoría de los precios terminan en 0.99? La respuesta es muy sencilla, nuestro cerebro captan un precio más barato, aunque en el fondo sabemos que no lo es. Este centavo de diferencia logra incrementar las ventas de una manera sorprendente.

**El sentido auditivo.** En casi todas las tiendas hay música de fondo, cuyo género varía dependiendo del lugar y esto es porque cada empresa tiene un objetivo. Por ejemplo, un supermercado utiliza música tranquila para ocasionar que el consumidor pase más tiempo ahí, mientras que en lugares de moda se transmiten melodías con más ritmo en donde la gente se siente a gusto y tienen la sensación de diversión.





**CAPÍTULO III**

---

# STORYTELLING



@BastisCursos

# STORYTELLING

---

## *El Arte de Contar Historias*

**Storytelling** es el arte de contar una historia. La creación y aprovechamiento de una atmósfera mágica a través del relato. En Marketing es una técnica que consiste en conectar con tus usuarios, ya sea a viva voz, por escrito, o a través de una historia con su personaje y su trama.

Esta estrategia está ligada al Content Marketing y como tal se le debe otorgar un puesto prioritario en el plan de social media y Brand marketing. Al trasladarse la definición de la imagen de la marca y su compartición social entre los usuarios.



@BastisCursos

# STORYTELLING

---

## *El Arte de Contar Historias*

El Storytelling como toda estrategia, **debe ir ligada a unos objetivos** cuantificables, medibles y analizables, en base a KPIs según una franja temporal propuesta para su posterior comparación. Con ello, se percibirán las posibles desviaciones y las acciones a proponer para su alineamiento hacia el alcance de los objetivos propuestos.



CAPÍTULO IV

---

# STORYDOING



@BastisCursos

# STORYDOING

---

## *Vivir las Historias*

En esta estrategia de marketing y comunicación de las empresas, se crean metahistorias **al conformarse por la identidad, la cultura, las capacidades tanto internas como externas de las empresas (humanas y tecnológicas) y el producto o servicio que proveen.**

En otras palabras, las **empresas o las personas** (marca personal) **transmiten** las **acciones** que se han, se están o se estarán llevando a cabo como parte **de su estrategia y línea de negocio.**



@BastisCursos

# STORYDOING

---

## *Vivir las Historias*

**Se debe complementar con la estrategia Transmedia para potenciar su nivel de alcance, interacción, visibilidad y engagement** con las diferentes comunidades pero todas pertenecientes a una misma familia, al conformarse por personas con unos mismos valores, gustos, ideas, necesidades o preferencias.



# CONCLUSIONES



@BastisCursos

# CONCLUSIONES

---

**Menos es más:** La percepción de calidad siempre ha ido ligada al concepto de escasez.

**Elige muy bien la red social** a través de la que quieres comunicar según qué mensajes.

**Utiliza el sentido del humor:** Y si es realmente bueno, ese impacto persistirá y se compartirá. Y nuestra comunidad querrá más.

**Transmite contenido de valor:** si conseguimos que el usuario no nos perciba como un anunciante, aumentamos las probabilidades de que se convierta en nuestro prescriptor, compartiendo nuestro mensaje.

**No supongas nada:** realizar anuncios publicitarios enfocados a favorecer la imagen de la marca y no al producto, impidiendo así el posicionamiento de otras marcas en la mente del consumidor.

**Identifica tu nicho de mercado:** Cuantos más datos tengas sobre él, más fácil te resultará diseñar un mensaje 'a medida'.

**Observa siempre a tu competencia:** aprenderás de sus logros y serás capaz de detectar errores en su estrategia.



# ¿QUIERES SABER MÁS SOBRE NEUROMARKETING?

Nuestros Cursos Online te proporcionarán toda la información que necesitas para iniciarte en este interesante tema

[bastisconsultoriaycapacitacion.com.ve](http://bastisconsultoriaycapacitacion.com.ve)



@BastisCursos