

@fransinaia

#neuromarketing



concepto de neuromarketing

aplicación de técnicas de la neurociencia al ámbito del marketing

estudia los efectos que la publicidad y otras acciones de comunicación tienen en el cerebro humano

muy importante

es un tipo especializado de investigación de mercados que busca información cualitativa

minimiza la forma de condicionar que poseen los métodos tradicionales de investigación

muy importante

utiliza mediciones psicofisiológicas periféricas y centrales en los sujetos analizados, por ejemplo:

- actividad cerebral
- ritmo cardíaco
- respuesta galvánica de la piel

@fransinaia

#neuromarketing

¿cuántos cerebros tenemos?



@fransinaia

#neuromarketing

tipos de neuromarketing

@fransinaia

#neuromarketing

visual



el 90% de la información que procesa
el cerebro es...



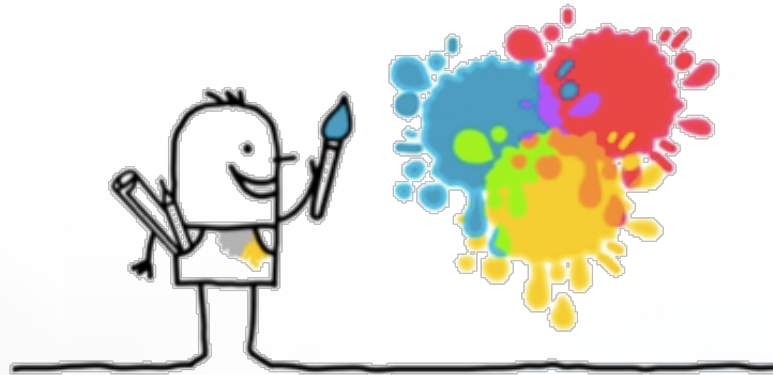
visual

@fransinaia

#neuromarketing

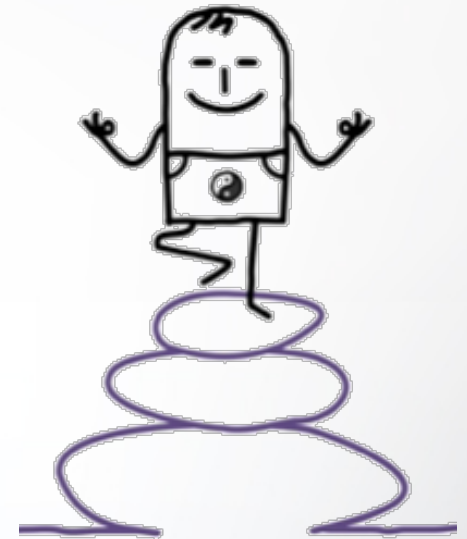
porque...

el 70% de los sensores receptores de
información están en nuestros ojos



por ejemplo, podemos recordar:

- el 80% de las imágenes
- y solo el 20% del texto



@fransinaia

#neuromarketing

nuestro cerebro procesa
la imagen

60.000 veces
más rápido que el texto



@fransinaia

#neuromarketing

durante este proceso
visual,
la mitad de
nuestro cerebro
permanece activa



@fransinaia

#neuromarketing

auditivo

@fransinaia

#neuromarketing

capaz de distinguir cerca de 340.000
frecuencias diferentes



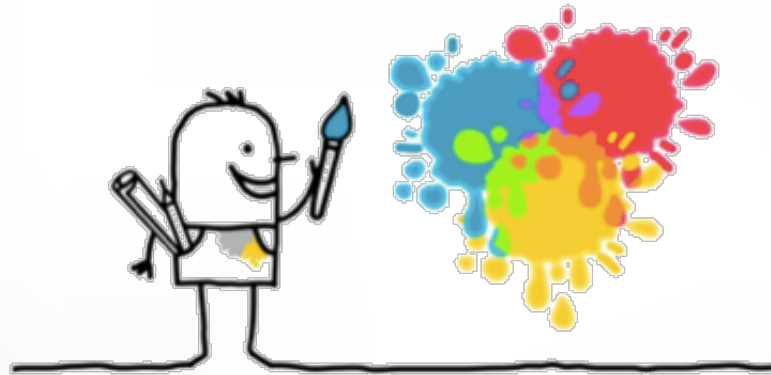
auditivo

@fransinaia

#neuromarketing

permite...

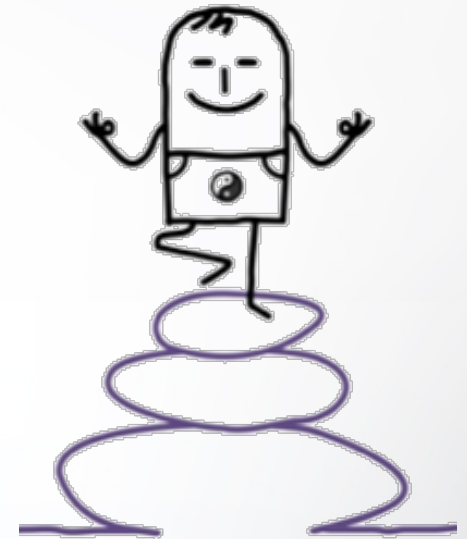
reconocer objetos y personas que
están fuera del campo visual



@fransinaia

#neuromarketing

la música es un potente
medio de comunicación
con el consumidor y
genera actividad cerebral



@fransinaia

#neuromarketing

la música relaja,
provoca tensión o altera
los niveles de presión
arterial, variando los
niveles de energía o
secreción hormonal



@fransinaia

#neuromarketing

además, provoca altos
índices de activación
de pertenencia a una
misma identidad



@fransinaia

#neuromarketing

kinestésico

@fransinaia

#neuromarketing

se realiza por medio del tacto, gusto
y/u olfato



kinestésico

@fransinaia

#neuromarketing

el gusto se relaciona y mezcla con las sensaciones térmicas, táctiles y olfativas

existen 5 sabores: dulce, salado, ácido, amargo y umami



@fransinaia

#neuromarketing

documental recomendado

seducir al consumidor

<http://franciscotorreblanca.es/seducir-al-consumidor-traves-de-los-sentidos/>

@fransinaia

#neuromarketing

conceptos importantes

@fransinaia

#neuromarketing

consciente e inconsciente



@fransinaia

#neuromarketing

a través de los 5 sentidos recibimos 11 millones de ítems de información por segundo

pero nuestro cerebro solo procesa 40 ítems, siendo el resto almacenado en el inconsciente automáticamente

las emociones son fundamentales para que ciertos ítems queden grabados en la parte consciente

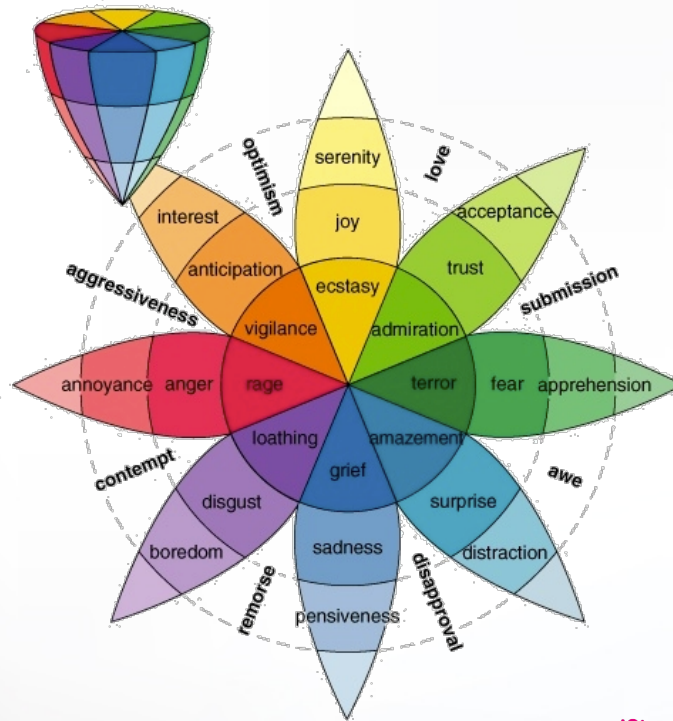
@fransinaia

#neuromarketing

generación de recuerdos



¿de verdad funcionan las emociones?



@fransinaia

#neuromarketing

comportamiento irracional



@fransinaia

#neuromarketing

percepciones



@fransinaia

#neuromarketing

sentido de pertenencia



@fransinaia

#neuromarketing

búsqueda de la seguridad



@fransinaia

#neuromarketing

presión de grupo



@fransinaia

#neuromarketing

sensación de urgencia



@fransinaia

#neuromarketing

sensación de escasez



@fransinaia

#neuromarketing

hombres vs mujeres



@fransinaia

#neuromarketing

sensación de pérdida



@fransinaia

#neuromarketing

medios de pago que
minimizan el dolor

@fransinaia

#neuromarketing

marketing del miedo



@fransinaia

#neuromarketing

marketing de lo prohibido



@fransinaia

#neuromarketing

fran@sinaiamk.com

www.franciscotorreblanca.es

www.sinaiamarketing.com