

Estamos en los tiempos en los que muchas empresas se han dado cuenta que para llegar a ese potencial cliente con el que quieren conectar tienen que ir más allá del simple hecho de hablar de su producto o de su servicio. El consumidor está cambiando y cada día se conoce más en profundidad cómo funciona la mente del ser humano. Aplicando procedimientos científicos hoy en día es posible conocer como el ser humano responde ante diferentes estímulos. Estímulos que pueden ser un anuncio publicitario, un texto en una revista, una fotografía, etcétera. Dados estos estudios hoy en día es posible conocer de manera científica cuáles son los elementos inconscientes que hacen revolve a un consumidor en su asiento y tomar acción, en nuestro caso, sacando su tarjeta de crédito y haciendo que compre nuestro producto o servicio.

¿Qué es el neuromarketing?

El **neuromarketing** es el estudio científico del proceso que sigue la mente de una persona cuando va a comprar. Estudios científicos hoy en día es posible conocer cómo reacciona el ser humano de manera inconsciente ante diferentes estímulos y este conocimiento es usado por las empresas para hacer que un producto sea percibido con mayor deseo que otro.

El neuromarketing estudia el proceso de compra antes durante y después de ser realizada ésta. El proceso de compra puede empezar en casa delante del ordenador, reunión de amigos en un viaje... Y finaliza cuando el consumidor tiene el producto y disfruta de él.

Toda empresa tiene un imperioso objetivo de maximizar sus ventas y vender cuanto más mejor, es por ello que existe un gran interés por conocer como un consumidor toma sus decisiones de compra. Según Gerald Zaltman director del Mind Institute de Harvard, **un consumidor decide que va a comprar un producto y no otro de manera inconsciente en un 95%**. Cuando siempre se ha pensado que el ser humano era un ser totalmente lógico y racional, ahora, puro marketing viene a decirnos que es todo lo contrario. No es más que un animal evolucionado y entre el **85 y 95% de las veces adopta decisiones totalmente inconscientes que escapan a toda lógica**.

Es por ello por ejemplo, que cuando vamos a comprar un coche no nos importa demasiado pagar decenas de miles de euros más por estar envueltos en una marca que habla por nosotros. **Podríamos comprar un coche económico de 5000 €, pero nos gustan más los coches de alta gama porque nos hacen sentir exitosos, admirados...** Con esto vemos que las compras no son racionales. En racionales compraríamos aquello que satisface nuestra necesidad al mínimo coste. Sin embargo no nos importa pagar un poco más por conseguir "otras cosas", como por ejemplo admiración, aprobación, seguridad, protección de nuestros seres queridos...

Definición de neuromarketing: **El neuromarketing, he llamado neuro mercadotecnia o neuro mercadeo consiste en la aplicación de técnicas del campo de las neurociencias en el ámbito del marketing** y que analiza los niveles de emoción, atención o memoria de evocados por estímulos en el contexto de marketing cómo podrían ser la visualización de un cartel publicitario, la visualización del packaging...

Ejemplos de neuromarketing

- CocaCola vs pepsi

En 1975 grupo de científicos se preguntó porque sucedió lo siguiente. En una prueba ciega se les daba a una persona aprobar entre Pepsi y Coca cola. **Mayoría de personas que probaban los dos refrescos preferían la Pepsi frente a la cocaCola sin embargo las ventas de Coca-Cola superaban con creces a las de pepsi.**

28 años después, por el año 2003, ese mismo experimento fue llevado de nuevo a la práctica pero esta vez con una tecnología desarrollada para medir los diferentes estímulos, estas personas fueron sometidos a una resonancia magnética en el momento en el que se les daba a probar las dos bebidas.

Como ya sucedió 28 años antes la gran mayoría de personas preferían la Pepsi a la coca cola. La diferencia es que ahora ya sabíamos porque sucedía esto. La resonancia magnética demostró que **la excitación del putamen ventral** (qué es el órgano del cerebro que participa en la valoración de sabores) **era mayor cuando debía la persona pepsi.**

A continuación se volvió a repetir el experimento aunque la diferencia esta vez era que se le mostraba al individuo cuál era la bebida que iba a tomar. Las personas, ahora **conocían lo que debían y el 75% de ellas prefirieron la Coca-Cola a la pepsi.**

Los investigadores llegaron a la conclusión que esto era una lucha entre el pensamiento racional y el pensamiento emocional ganando la parte emocional

<https://www.youtube.com/watch?v=r17zHIOIWwY>

- Geico, el neuromarketing usado para vender seguros

Empresa de seguros Geico utilizo sin saberlo el poder del neuromarketing para vender más que ningún otro competidor. Lo que hicieron fue aplicar una cosa que se llama **neotenia o principio del cachorro que se basa en crear un personaje de marca con los ojos muy grandes y pupilas dilatadas lo cual conecta con nuestro subconsciente** comunicándonos ternura confianza y seguridad

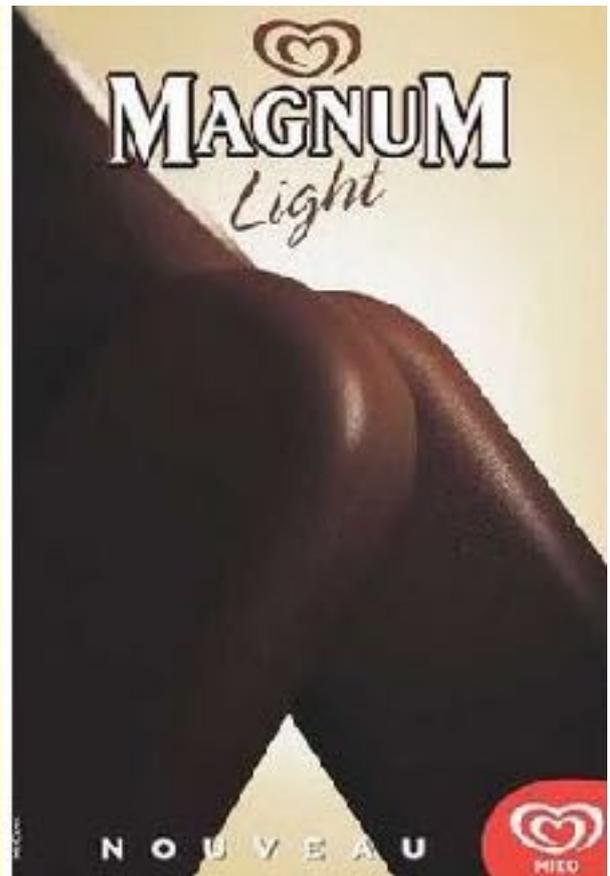
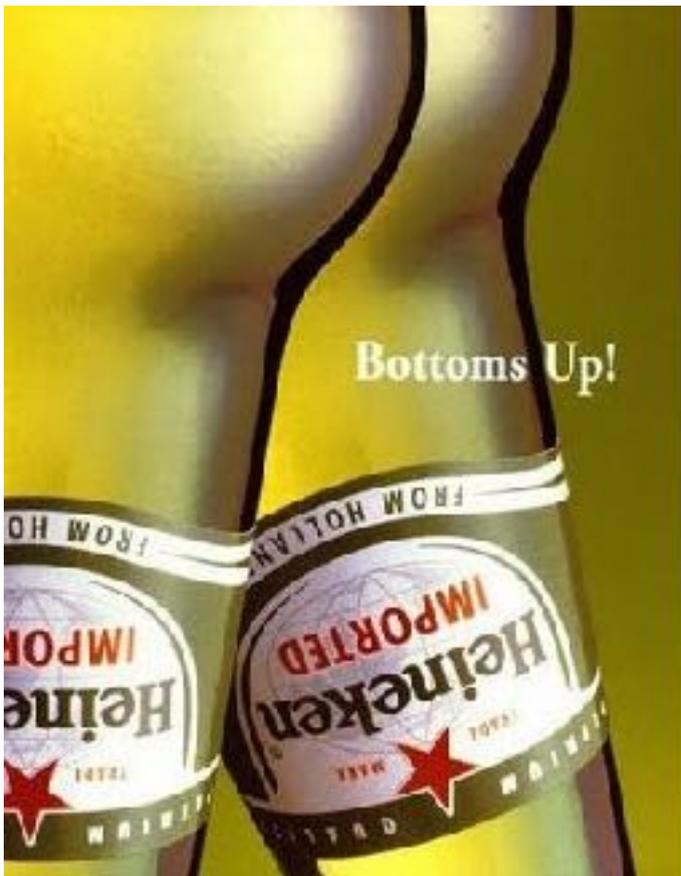


Aquí puedes leer otro post en el que desarrollaba otros [ejemplos de neuromarketing](#)

Ejemplos de neuromarketing visual

En multitud de anuncios se utilizan dibujos que nos recuerdan a partes del cuerpo que a nuestro cerebro reptiliano (nuestro cerebro más primitivo) le llaman la atención.

Fíjate por ejemplo en estas imágenes:



Sobran las palabras.

En esta imagen de aquí abajo puedes observar que el camello de Camel esconde a un hombre con muy buenos atributos.



Neuromarketing auditivo

Después del sentido de la vista, el oído es el que nos da mayor información sobre el mundo que nos rodea.

La **música puede influir en el comportamiento de un consumidor** y puede hacer que cuando esté escucha una melodía concreta le recuerde al instante una marca y una emoción ligada a esta.

Existen multitud de ejemplos de **neuromarketing auditivo**. Uno de ellos es cuando estamos en el supermercado. En función de la música que nos pone compraremos más o compraremos menos. Compraremos más rápido o compraremos más lento.

El neuromarketing auditivo también es utilizado por ejemplo en los **ascensores**. A medida que subes o bajas por el ascensor suelen poner una música suave y relajante. Este tipo de música nos ayuda a reducir el estrés hasta llegar a la planta deseada.

En las **tiendas de ropa** también se utiliza el neuromarketing auditivo. Este consiste poner música más movida, con más ritmo cuando queremos que las personas compren más rápido y por impulso.

Aprende neuromarketing con este curso

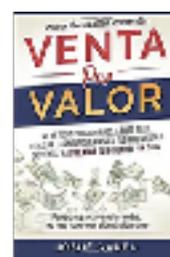
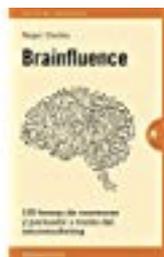
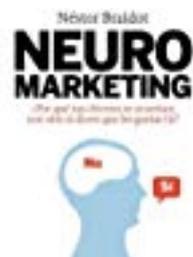
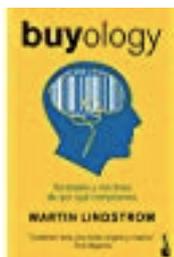
Como bien sabes, méxico a la formación en ventas. Durante muchos años nos hemos centrado en estudiar como rebatir las objeciones o como cerrar las ventas. Sin embargo la experiencia me ha demostrado que es mucho más efectivo estudiar elementos del **neurocomunicación** y aplicarlas en nuestro día a día ya que es el cerebro reptiliano y límbico el que toman entre el 85% y el 95% de las decisiones de compra. Si sabemos ganarnos a esos dos cerebros, con una gran probabilidad la venta será nuestra.

Por eso **creo que es fundamental y necesario formarnos en neuromarketing con el fin de poder hacer ventas de manera más sencilla, a mayor precio y sin necesidad de tener que luchar contra el comprador aprendiendo técnicas para rebatir objeciones.**

Sin duda y aunque está feo que yo lo haga, te recomiendo que te leas el libro venta por valor. En venta por valor te explico paso a paso una metodología que ya he testado previamente con clientes míos y que les ha permitido en el peor de los casos cerrar hasta un 30% más de ventas y en el mejor de los casos, les ha permitido poder multiplicar por 3 sus precios y aumentar sus beneficios hasta en un 80%.

Los mejores libros de neuromarketing

Existe multitud de bibliografía sobre el tema que nos ocupa y de cada uno de estos libros puedes extraer sin duda alguna alguna idea de neuromarketing que podrás aplicar ya en tu negocio.



Si quieres algo más formal, estudia una maestría en neuromarketing

Los últimos años España se ha posicionado como un referente en los avances de las neurociencias.

Si tuviera que recomendarte un lugar donde estudiar neuromarketing, sin lugar a dudas te recomendaría la [Maestría en Neuromarketing Aplicado](#) impartido por la Universidad Politécnica de Valencia

Este es un máster de 90 créditos STS que equivale a entorno 2250 horas de trabajo por parte del alumno y otras 40 horas de práctica opcionales.

Esta Maestría en Marketing se realiza de manera presencial los viernes por la tarde y sábados por la mañana.