



Neuromarketing

Marketing Digital

DanielPalacio

Espiral#2

NeuroMarketing



Espiral#2

NeuroMarketing

Hemos escuchado que las ya tradicionales técnicas de persuasión y captación se han vuelto obsoletas y hasta repetitivas para el entorno de la comunicación, pero no todo está perdido porque ha llegado la era de la espiral del Neuromarketing en Comunicación y Marketing Digital.

Neuromarketing es un campo relativamente nuevo de investigación de marketing que está informado por los hallazgos o conocimientos de la ciencia del cerebro.

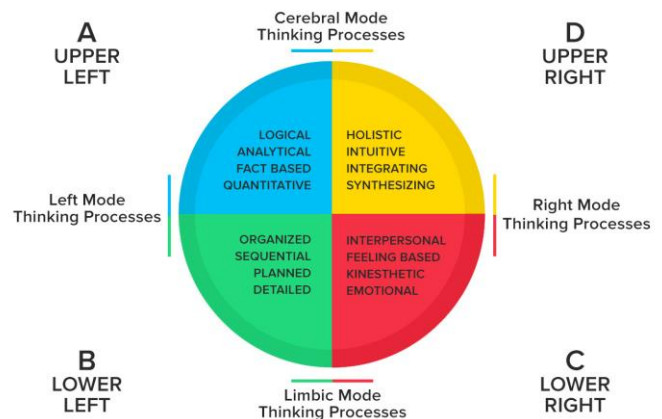
Desde que el marketing se digitalizó en la década de 2000 y la publicidad se puso en línea, hemos mejorado finalmente los KPI's y la optimización de contenido combinados con la publicidad programática y las compañías de tecnología publicitarias aún siguen en la búsqueda de asaltar la mente del usuario promedio de Internet. Suena como una mala idea, ¿no?

El neuromarketing digital apela a la metodología del estudio de los [4 cerebros de Herrmann](#), en donde se puede identificar cómo activa cada acción de marketing digital y de e-commerce según la dominancia cerebral y la personalidad.

El proceso de comunicación cerebral es complejo, sin embargo en esta espiral de neuromarketing, cada cerebro responde a un impulso, traducido esto en preguntas, de esta manera la comunicación debe apuntar en cada personalidad a las siguientes premisas:

- Cuéntalo con imágenes.
- Cuéntalo en video.
- Crea historias.
- El Cerebro asocia y genera recuerdos.

The Whole Brain® Model



The four-color, four-quadrant graphic and Whole Brain® are registered trademarks of Herrmann Global, LLC. © 2015 Herrmann Global, LLC

A	<p>What</p> <p>What is the decision?</p> <p>What are the facts?</p>	D	<p>Why</p> <p>Why are you making this decision?</p> <p>Why is it important?</p>
B	<p>How</p> <p>How are you going to make the decision?</p> <p>How are you going to manage any risks involved?</p>	C	<p>Who</p> <p>Who is involved in the decision?</p> <p>Who will it impact on?</p>

El cerebro está cableado para tomar decisiones muy rápidamente en función de lo que vemos.

Espiral#2

NeuroMarketing

El cerebro aprende muy rápido, es por eso que todo Marketero Digital debe entender la dinámica de las técnicas de neuromarketing digital y explotarla en las acciones de sus campañas. A continuación las explico con una breve infografía.

Técnicas para Neuromarketing Digital

3 COLORES



VISUAL PROFUNDO



8 SEGUNDOS



3 PALABRAS



+

INTELIGENCIA - EMOCIONES



CREAR CONTRASTE



DANIEL PALACIO

Espiral#2

NeuroMarketing

7 Tácticas de Neuromarketing aplicado a Marketing Digital

1. Ser visual

De sus cinco sentidos, el cerebro responde más fuertemente al sentido visual. De hecho, procesar cosas que ves ocupan aproximadamente la mitad de los recursos de tu mente, y la otra mitad está dedicada a todo lo demás. Una imagen vale más para el cerebro.

2. Crear contraste

El cerebro ama el contraste, de esta manera cuanto más cerca estén las cosas contrastadas en sus mensajes, más poderoso será el impacto. El contraste que desea crear muestra que sus prospectos de permanecer donde están hoy, el status quo, es una decisión "insegura" y que el cambio a su solución es la decisión "más segura".

Crear contraste en la comunicación será la puerta que debe abrirse en las estructuras y códigos utilizados en las diferentes áreas de impacto a la audiencia.

3. Utilice Primicias y Últimas

El cerebro también está fuertemente influenciado por primeros y últimos, comienzos y finales. El Viejo Cerebro está constantemente alerta por lo inesperado, cosas que rompen el patrón al que está acostumbrado.

Eso significa que su primera gran oportunidad en su mensaje es aprovechar el momento en que el Viejo Cerebro está prestando atención naturalmente, el comienzo de su mensaje.

El Comunicador Digital no es ajeno a estas tendencias y por eso actúa y se desarrolla como un Estratega dentro de la espiral de los negocios.



Espiral#2

NeuroMarketing

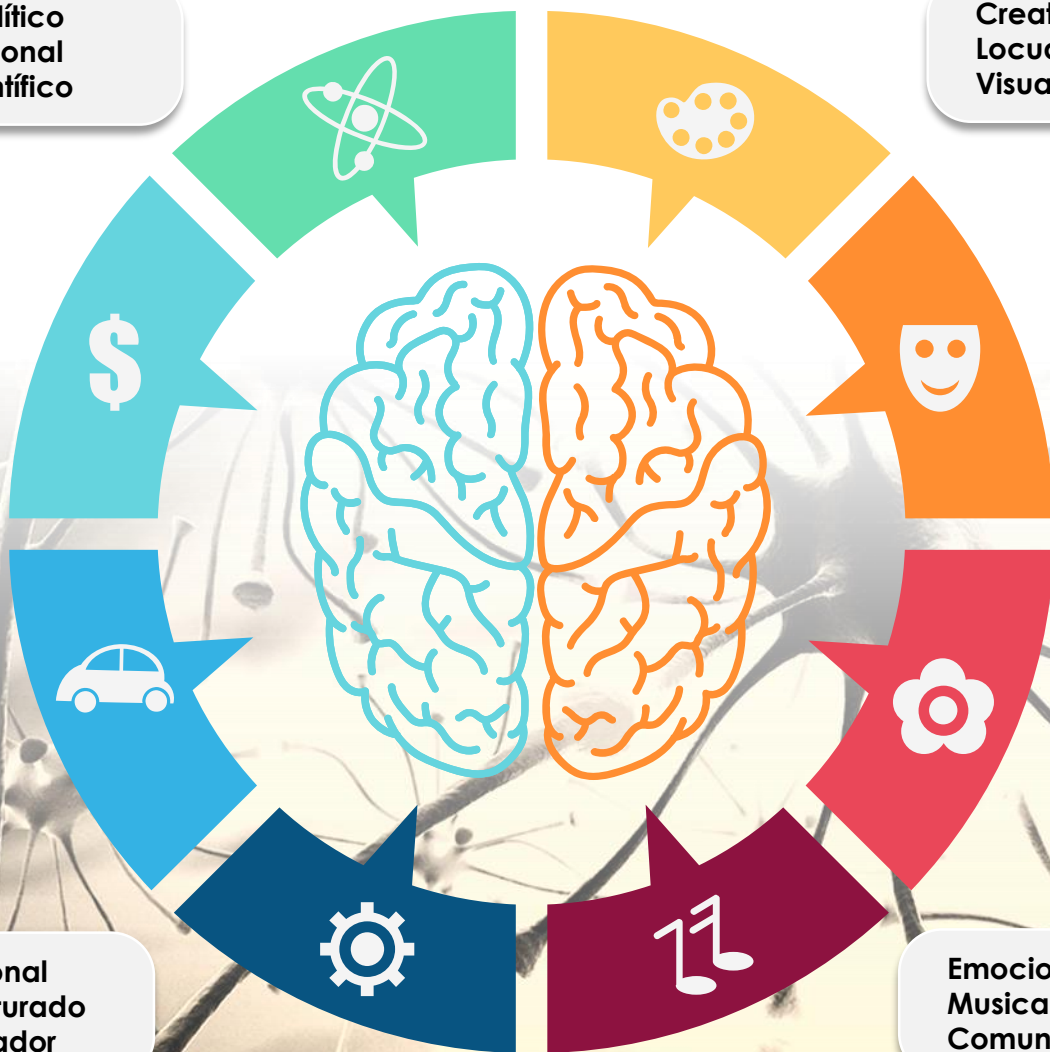
La evolución del entorno comunicativo en el cerebro nos lleva a indagar como funciona este proceso en cada persona. En cada eje existen diversas estructura mentales y de comunicación, el Marketero Digital debe conectar con los 4 tipos de cerebros.

Hemisferio Izquierdo

Analítico
Racional
Científico

Hemisferio Derecho

Creativo
Locuaz
Visual



Funcional
Estructurado
Planeador

Emocional
Musical
Comunicativo

Espiral#2

NeuroMarketing

4. Usa la emoción

El Viejo Cerebro usa la emoción para marcar cosas que son lo suficientemente importantes como para ser recordadas. Tener una respuesta emocional ayuda a fortalecer las memorias mientras esos recuerdos se siguen formando en el cerebro. "Es por eso que las personas recuerdan vívidamente eventos emocionales, como el día de su boda o el Muro de Berlín, pero no recuerdan lo que tenían para almorzar hace una semana".

5. Manténlo simple

Sobrecargar a las personas con demasiada información generalmente resulta en uno de los cuatro cambios de comportamiento:

- a) No puede responder.
- b) Es casi como si vieras puertas cerrándose detrás de sus ojos.
- c) Irritarse o aburrirse.
- d) Reenfocar la comunicación.

Usted sabe que necesita involucrar a su cliente o receptor potencial en el nivel emocional, pero estas no son las emociones que persigue. Comience a desarrollar una actitud de "¿Porqué me estás diciendo esto?" Ninguna acción decisiva. Lo peor que sucede cuando sobrecargas a alguien con demasiada información es que ya no puede tomar decisiones.

6. Hazlo Concreto

El Viejo cerebro prefiere el lenguaje concreto a las ideas abstractas. La idea de una manzana es concreta para ti. Una idea abstracta es algo que nunca has experimentado con tus sentidos. Un ejemplo de una idea abstracta sería una mayor eficiencia o una productividad mejorada. La lección sobre el neuromarketing: no es suficiente que el prospecto comprenda intelectualmente un beneficio. Use visuales para hacer que un concepto complejo sea más simple y para hacer una idea abstracta más concreta.

7. Hazlo personal

El Viejo Cerebro se preocupa por la supervivencia, pero ¿a quién le importa su supervivencia? . Lo único que conectará con tu cerebro es aquello con lo que sientas que es propio y te pertenece.

**Simplifique su mensaje.
No tiene que decirle a su
audiencia todo lo que debe
hacer, la Comunicación
cambió y el
CEREBRO
es el que decide.**

Espiral#2

NeuroMarketing

Si quieres conectar con los 4 tipos de cerebros, es necesario que tus acciones de Marketing Digital puedan hacer uso de la inteligencia artificial de las plataformas como Facebook, Instagram, linkedin y Google, segmentando tu comunicación de la siguiente forma según los perfiles de tus audiencias.

Hemisferio Izquierdo

Hemisferio Derecho

TIPO A

Marketing Racional

TIPO D

Marketing Experiencial



TIPO B

Marketing Argumental

TIPO C

Marketing Emocional

Recuerda, no todo tipo de Marketing sirve para todas las personas.

Los formatos, acciones y tácticas deben trabajarse de acuerdo con el perfil que deseas impactar, ya que cada uno aprende, percibe, siente y entiende de manera diferente.



Neuromarketing

Marketing Digital

DanielPalacio