

Neuromarketing para novatos, y ¿que es esa palabreja? + Infografía

Neuromarketing para novatos



Neuromarketing para novatos, es la guía para entender esta «palabreja» que, aunque te suene a ciencia ficción, es una realidad que te acompaña, a diario, desde hace tiempo.

No te pienses que las marcas no tienen en cuenta como actúa nuestro cerebro. Lo tienen todo estudiado al detalle y no creas que es desde hace poco. Seguro que has visto alguna película en la que a una persona le ponen un casco conectado a un ordenador. Esta es la manera que tienen de averiguar en que momento tu cerebro reacciona ante algo visual, olfativo o auditivo. Los impulsos que manda tu cerebro ante estas estimulaciones indicarán cuales son las acciones a realizar para influir en tus reacciones, por ende, para que compres algo.

En definitiva, es el estudio del proceso de la toma de decisiones de los consumidores antes de comprar.

Hay estudios que indican que las decisiones de nuestras compras, en el 85 por ciento de las veces, son impulsivas.

Neuromarketing para novatos. La teoría de los tres cerebros



Fíjate como lleva tiempo existiendo esta teoría, no es de hoy. Allá por 1952, [Paul D. MacLean](#), un médico norteamericano y neurocientífico formula una hipótesis por la cual dice que nuestro cerebro está compuesto, en realidad, por tres cerebros. Basándose en una teoría evolutiva del ser humano, en principio éramos reptiles, después mamíferos vertebrados y

finalmente humanos racionales.

- **Cortex**, regula emociones específicas basadas en las percepciones e interpretaciones del mundo inmediato. Como decía anteriormente, está presente en nuestra estrategia habitual, el más avanzado y analítico.
- **Límbico**, se refiere a la parte emocional de las personas, justo en el inconsciente, donde las personas consumen algo por cómo los hace sentir.
- **Reptil**, Es el menos racional, el más primitivo y es el principal causante de que compremos compulsivamente, en la mayoría de los casos.

Si eres capaz de llegar a los tres cerebros de tu **target**, **cliente objetivo**, habrás conseguido despertar al reptil que todos llevamos dentro.

["Yo creo que todos en el mundo deben aprender a vender, porque el que no sabe hacerlo no consigue nada, ni siquiera novia, así de sencillo"](#) – Jürgen Klarić #neuromarketing #coaching
[Clic para tuitear](#)

Te recomiendo un post en el que hablé de [programación](#)

[Neurolingüística](#), llegar a la mente de tu interlocutor te ayudará.

Neuromarketing para novatos. Está a nuestro alrededor

Para comprobar como el *Neuromarketing* se encuentra a tu lado todos los días, te voy a poner unos ejemplos:



El **carrito** del super, si, el carrito nunca rueda bien, y esto se hace a propósito, para que tardes más tiempo en visitar el local en el que te encuentras.

Los **colores**, todos estudiados, un azul da confianza, el verde es el de esperanza, el rojo te lleva a una acción. Lo que en marketing le llaman «**Call to action**». Hay infinidad de videos o artículos que la gente publica y se les olvida poner al final una llamada a la acción, el sentido de publicar es buscar una acción por parte del lector.

Los **olores**, ¿cuantas veces hemos pasado por una panadería y nos ha entrado hambre?.

Los **productos** colocados estrategicamente en el supermercado. Los de primera necesidad se encuentran al final, para que mientras que los buscas compres alguna cosa más.

La **iluminación**, sobre determinados puntos o sobre un objeto en el cual queremos que se preste especial atención.

La **música**, si queremos compras rápidas, utilizaremos música más marchosa, si, por el contrario, necesitamos que el cliente se entretenga, la música será relajante.

Los **precios**, probablemente habrás observado el sistema de los precios, no es lo mismo poner 3,99 que 4, en la mayoría de los casos tu mente reacciona ante 3 como más barato y en realidad es así, pero está comprobado que nuestro cerebro no lo ve de la misma forma.

En definitiva las campañas de publicidad lo que pretenden es no dejarte impasible. Sea de una manera o de otra, te venden felicidad o situaciones en las que estás más preparado para adquirir su producto.

[Vende sensaciones, y no tendrás que vender a empujones
#coaching #neuromarketing #socialmedia #marcapersonal Clic
para tuitear](#)

EJEMPLOS NEUROMARKETING

1 EL CARRITO DEL SUPER

2 LOS COLORES

3 LOS OLORES

4 PRODUCTOS

5 ILUMINACIÓN

6 LA MÚSICA

7 LOS PRECIOS



Conclusiones

Los zapatos para las mujeres son un elemento muy estudiado. Te los venden como un sentimiento, observa la publicidad al respecto y te darás cuenta. No es lo mismo vender un coche a un hombre que a una mujer. Los estudios al respecto indican que el discurso debe cambiar dependiendo de tu cliente. Así se observó que, mientras ellos comprarían un coche por su potencia, ellas lo comprarían porque tiene una ayuda al aparcamiento.

Cualquier producto que veas anunciado, no es un secreto, tiene su estudio.

En definitiva, podrás observar en tu vida cotidiana como todas las acciones de las marcas están cuidadosamente estudiadas. Ponte el reto de estudiar estas cosas cada vez que visites un comercio, en algunos casos te puede servir de inspiración, en otros será estudiarlo.

Se agradecen los comentarios.

Gracias a [Pixabay](#) por las imágenes.

Si te gusta lo que hago y deseas saber más, considera [invitarme a un café](#), podemos charlar un rato.

También puedes darme soporte, si compras en Amazon, pinchando



en la imagen de abajo.