PROPÓSITO:

Que los estudiantes se familiaricen con las estrategias del neuromarketing y apliquen lo aprendido en sus propias ideas de negocio

MOTIVACIÓN:

Observar Video

https://www.youtube.com/watch?v=inbyTxHv6C0



El neuromarketing es muy importante en el mundo empresarial, debido a que a través de este se conocen mejor los comportamientos de compra de los clientes, sus gustos, que les llama la atención, las tendencias del mercado, en fin, un sin numero de particularidades que permite acertar a la hora de tomar decisiones y aprovechar los recursos de manera eficiente y eficaz

¿Qué es el Neuromarketing?



Podemos considerar que el neuromarketing es el estudio del proceso de compra, y más aún, el estudio del proceso de la toma de decisiones de los consumidores o posibles consumidores antes de comprar, mientras están comprando y, por supuesto, después de la compra.

Una disciplina que permite encontrar la fórmula para mejorar la conversión de los productos y servicios de una marca a través de dicho estudio científico, junto con la monitorización de la conducta de los consumidores de ésta.

Muchas personas tienden a pensar que el proceso de compra empieza en la duda de ésta en el usuario y termina una vez ha realizado la compra. Pero nada más lejos de la realidad.

El proceso de compra puede empezar en casa, en la calle, en un viaje... no necesariamente ante el producto o servicio y finaliza una vez el consumidor asume y asimila que ha comprado un producto o servicio y puede hacer uso de él y disfrutarlo.

Incluso puede llegar después de haber hecho uso de ello, de ahí, la experiencia del usuario que tan sumamente importante es para el Neuromarketing.

Dicho así suena fácil, ¿verdad? Pues de fácil no tiene nada.

Vayamos al lío. La investigación neuronal y sensorial detrás del mundo de la comunicación, y más aún de la publicidad, se va convirtiendo en algo cada día más complejo y sofisticado.

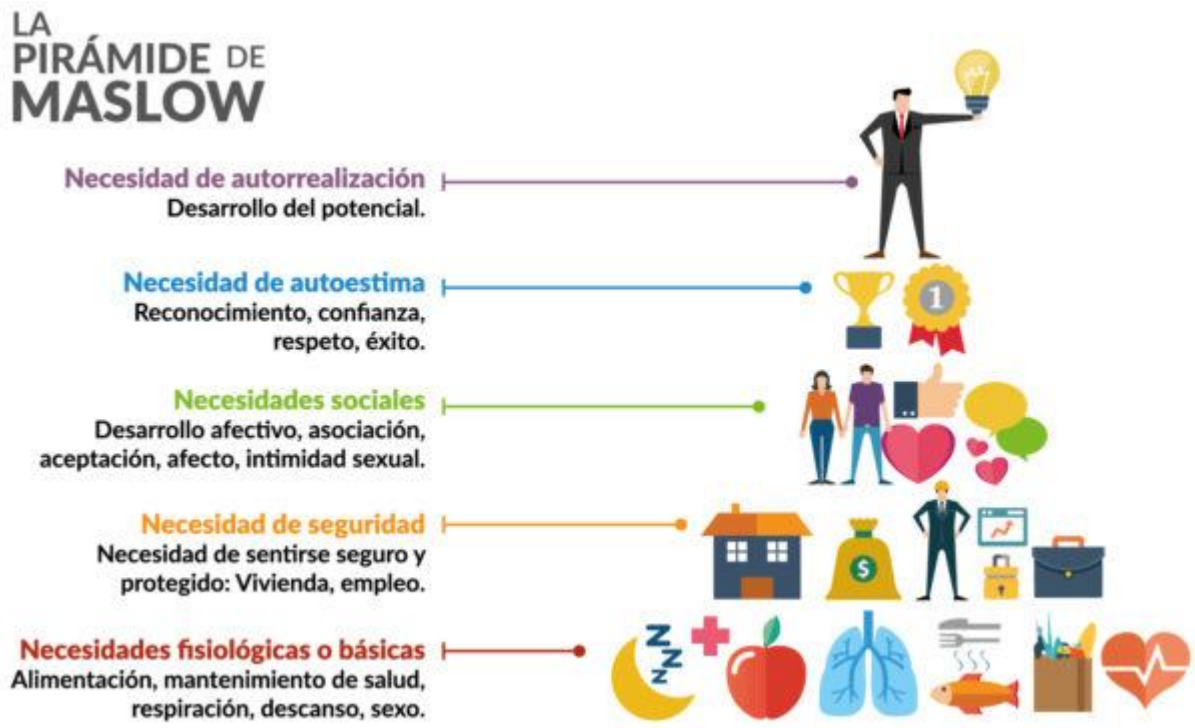
Uno de los objetivos de las marcas ante la necesidad de potenciar las ventas, fidelizar sus consumidores y hacer mejorar y crecer sus productos, servicios y la empresa en sí, es encontrar la fórmula, casi mágica, para llegar a la mente de éstos.

En realidad, lo que pretenden las marcas es descubrir cómo actúa el subconsciente de sus consumidores, puesto que el 95% del proceso de decisión es subconsciente (según Gerald Zaltman, Director del Mind Institute de Harvard).

Pero, además, también es necesario saber el de nuestro público objetivo que aún no son consumidores de nuestra marca.

¿Por qué? Sencillo. Porque conociendo el subconsciente podemos adelantarnos a sus decisiones sabiendo, casi con total certeza, qué van a decidir comprar.

EXPLICACIÓN:



Neuromarketing consiste en la aplicación de técnicas pertenecientes a las neurociencias, en el ámbito de la mercadotecnia y que analiza los niveles de emoción, atención y memoria evocados por estímulos en contexto de marketing o publicidad, como son anuncios, productos o experiencias, con el objetivo de tener datos más precisos acerca de la reacción de los consumidores y mejorar la gestión de recursos destinados a mercadotecnia y ventas de las empresas; así como a la mejora de los propios productos, sus características, manipulación, aceptación, reacción del consumidor, etc. Por medio de la recopilación de las reacciones a estos estímulos, el Neuromarketing es capaz de señalar cómo mejorar un producto o servicio y cómo son los procesos de decisión del consumidor. Es un tipo especializado de Investigación de mercados que utiliza mediciones psicofisiológicas periféricas y centrales (actividad cerebral, ritmo cardíaco, respuesta galvánica de la piel, etc.) de los sujetos estudiados para obtener conclusiones.

Leer el blog

¿Qué es y para qué sirve el neuromarketing? 7 ventajas y 8 ejemplos

https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marke...

QUE ES UN MAPA MENTAL

Un **mapa mental** es un diagrama **que** representa conceptos relacionados a partir de un tema principal o palabra clave. El tema principal se ubica al centro y se expande en todas direcciones con los conceptos relacionados – ideales para lluvias de ideas y organizar información de manera espontanea.

Un mapa mental es un diagrama que representa conceptos relacionados a partir de un tema principal o palabra clave. El tema principal se ubica al centro y se expande en todas direcciones con los conceptos relacionados – ideales para lluvias de ideas y organizar información de manera espontanea.

EXPLICACION DE COMO HACER UN MAPA MENTAL

https://www.lucidchart.com/pages/es/que-es-un-mapa...

ESTRATEGIAS DE NEUROMARKETING

https://bloo.media/blog/estrategias-neuromarketing...

EJERCICIOS:

1- Leer el contenido expuesto en la plataforma y los blogs que se sugieren en la bibliografía, así como observar el video corto

2- Observar el blog de como crear un mapa mental, ver el video que se encuentra dentro del blog y que explica de manera práctica como hacer un mapa mental

3- Realizar un mapa mental en donde explique lo relacionado con el neuromarketing, con sus palabras sustente que entendió por neuromarketing, porque es útil para las empresas, que ventajas le brinda a las empresas que lo aplican y para que sirve.

4- E

EVALUACIÓN:

BIBLIOGRAFÍA: