

NEUROMARKETING RELACIONAL

El **Neuromarketing Relacional** lo podemos definir como la fusión entre el marketing tradicional y las Neurociencias. Desde nuestra perspectiva tiene como objetivo principal, que sepas como inspirar adecuadamente a la mente de la gente la elección de tus valores personales o profesionales, productos y servicios.

Aplicaciones prácticas del Neuromarketing Relacional.

1. Te ayudara a descubrir las verdaderas y profundas necesidades de la gente.(No lo que dicen sino que lo verdadera y subconscientemente desean)
1. A complementar las limitaciones de tu comunicación, marketing y publicidad habitual descubriéndote cuales son los atributos del producto o servicio que generan aceptación, rechazo o indiferencia.
2. A determinar la fuerza, apego, y percepción que genera en la gente tu marca personal o profesional.
3. A desarrollar la estrategia de precios más idónea para ser percibido y aceptado adecuadamente por la mente de la gente.
4. A establecer quien es tu target, o targeting (público objetivo), mediante la neurosegmentación del mercado en función del género de la persona, edad, cultura, biología hormonal etc...
5. A utilizar los canales más adecuados de tu comunicación con la gente, para ser vistos y sentidos preferentemente.

6. A conocer los procesos cerebrales y los estímulos necesarios que impulsan a la gente a adoptar un determinado comportamiento.

Algunas de las preguntas a las que el Neuromarketing Relacional te dará respuesta.

1. ¿Por qué fracasan la mayoría de los negocios actualmente, a los seis meses?
1. ¿Por qué miran mis productos, y los adquieren en otro sitio?
2. ¿Por qué el marketing tradicional, yo no me es tan efectivo como antes?
3. ¿Cómo puedo vender mi producto a la mente de la gente?
4. ¿Por qué las ofertas no son siempre la mejor opción para mantener a mi clientela?
5. ¿Cómo desarrollar mi estrategia de comunicación con la mente de la gente para que me perciban primero a mí?
6. ¿Cómo puedo generar y despertar emociones intensas en la mente de la gente para que me elijan primero a ti?

Ejemplos prácticos de Neuromarketing Relacional.

EJEMPLO:

Marcas y empresas famosas han desarrollado múltiples pruebas en las que a través del biofeedback o lo que es lo mismo un lector de mediciones de la respuesta galvánica de la piel, (sudoración etc.), y una gafas de eye-tracking. Comprobaban como respondía la gente ante los diferentes estímulos de su página web detectando los puntos que más interés despertaban en la misma, perfeccionando de esta manera su aplicación web, consiguiendo un mejor posicionamiento orgánico de la misma y una mayor aceptación de los productos y servicios ofrecidos en la misma.

EJEMPLO:

El consumo de yogurts, donde se centran en los sentidos de la vista, del tacto, de la cremosidad, del gusto incluso del olor, alabando luego las características del producto como el más sano y saludable del mundo, haciendo hincapié que en tal país lo toman y disfrutan de una salud envidiable.

EJEMPLO:

En el consumo de barras de chocolate energético, se ataca de nuevo el aspecto juvenil de la persona, esto el mensaje va dirigido a los diferentes hemisferios cerebrales, desde el lado emocional, al racional, para darle un sentido de coherencia y poder adquirirlo.