# 2.2: Neuromarketing y publicidad
# 2.2.1: Neuromarketing: ¿Cómo funciona?

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Proyecta el concepto de brief creativo y su importancia en la elaboración de una campaña publicitaria.
- Desarrolla la narrativa y el storytelling en para la campaña de publicidad

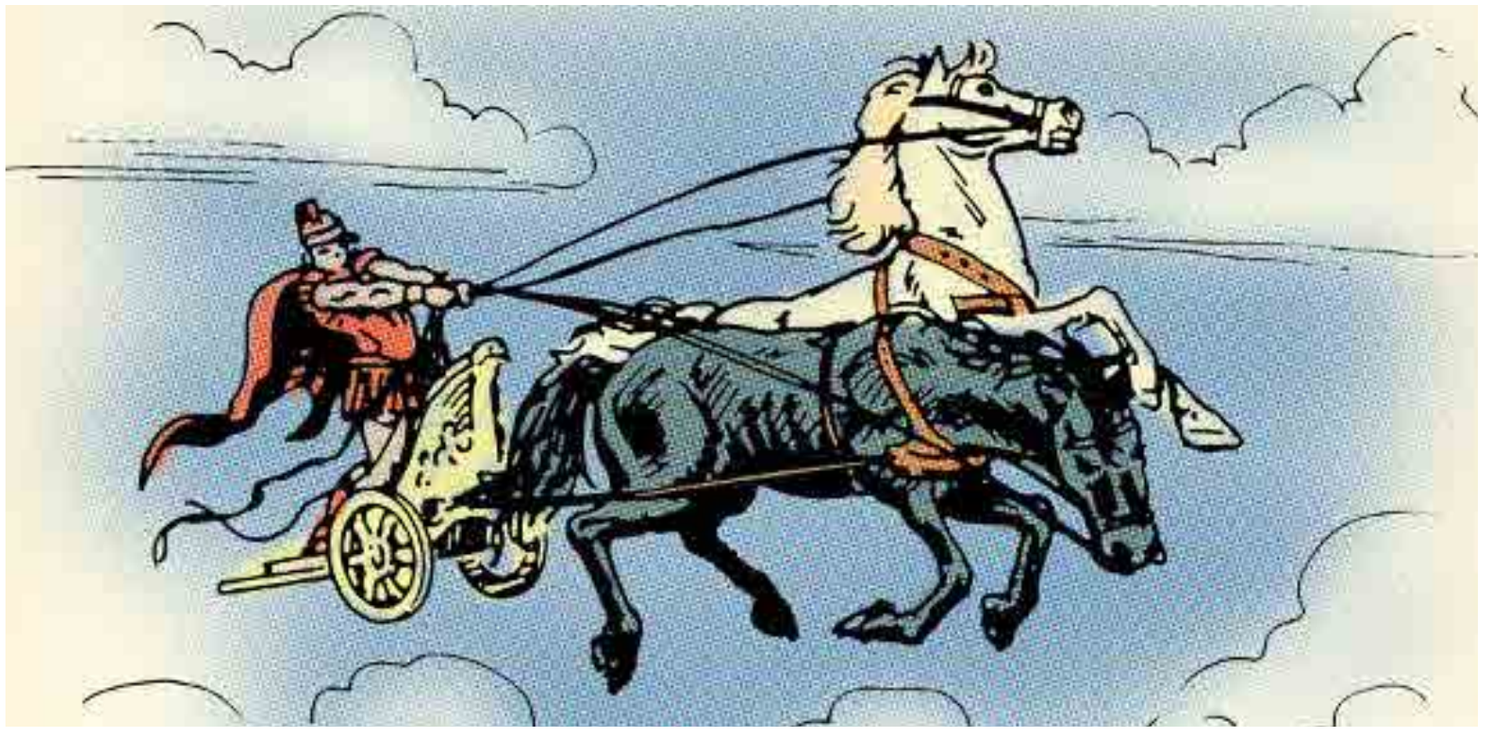
**ACTIVIDADES PRÁCTICAS DE APLICACIÓN Y EXPERIMENTACIÓN / ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE AUTÓNOMO:**

- Taller
- Compilado taller casos de estudio

# Neuromarketing: ¿Cómo funciona?

## *El mito del carro halado - Platón*

*"Viaje del alma al mundo de las ideas"*



***Carro = Cuerpo***
***Conductor = Razón***
***Riendas = Pensamientos***
***Caballo blanco = Concupiscible (bueno)***
***Caballo negro = Irascible (malo)***

## *¿La razón debe gobernar la pasión?*

# Neuromarketing: ¿Cómo funciona?

Santiago Barriga Fray / **Diseño Publicitario** / Séptimo Semestre

# Neuromarketing: ¿Cómo funciona?

Santiago Barriga Fray / **Diseño Publicitario** / Séptimo Semestre

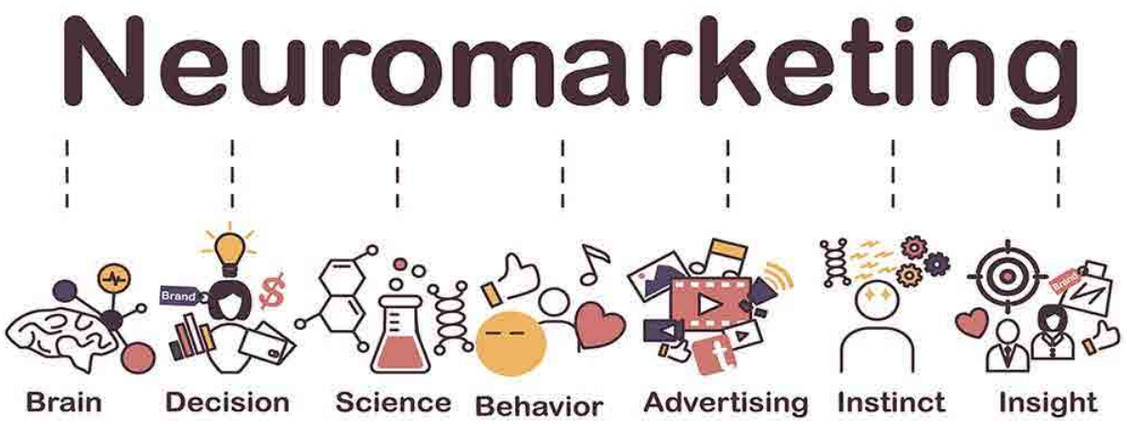
# Neuromarketing: ¿Cómo funciona?

# Neuromarketing: ¿Cómo funciona?

# Neuromarketing: ¿Cómo funciona?

*Las **emociones** son **irracionales** e **inconscientes**..*

# Neuromarketing: ¿Cómo funciona?




*Disciplina que aplica técnicas* ***neurocientíficas*** *para comprender el* ***comportamiento*** *del consumidor.*

*Su objetivo es* ***descifrar*** *las* ***emociones***, ***motivaciones e impulsos inconscientes*** *que influyen en las* ***decisiones*** *de compra.*

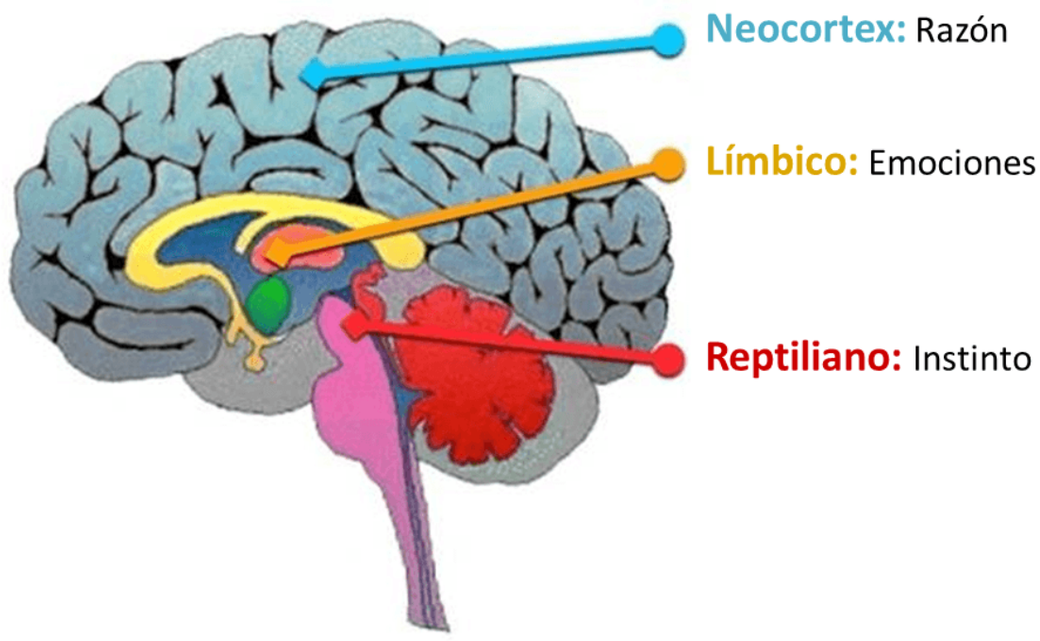
***Know How***

*Analizar la* ***actividad cerebral*** *de los consumidores mientras* ***huelen*** *diferentes fragancias e* ***identificar*** *qué* ***aromas*** *generan mayor* ***activación*** *en áreas relacionadas con las* ***emociones*** *positivas.*

# Neuromarketing: ¿Cómo funciona?

## *La Teoría de los tres cerebros (cerebro triuno) Paul MacLean (1970)*

1. *Cerebro Reptiliano*
2. *Sistema Límbico*
3. *Neocórtex*




*https://www.youtube.com/watch?v=M-uVP_QOjuA*

# Neuromarketing: ¿Cómo funciona?

***La Teoría de los tres cerebros (cerebro triuno)***
***Paul MacLean (1970)***

***1. Cerebro Reptiliano***
*2. Sistema Límbico*
*3. Neocórtex*

***Instintivo**, controla funciones básicas como la supervivencia y la reproducción.*

## Neuromarketing: ¿Cómo funciona?

***La Teoría de los tres cerebros (cerebro triuno)***
***Paul MacLean (1970)***

1. *Cerebro Reptiliano*
2. ***Sistema Límbico***
3. *Neocórtex*

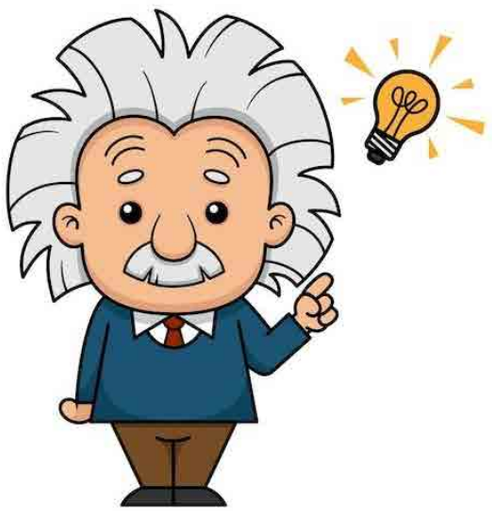
***Emocional**, procesa emociones como el miedo, la ira y la alegría.*

# Neuromarketing: ¿Cómo funciona?

***La Teoría de los tres cerebros (cerebro triuno)***
***Paul MacLean (1970)***

*1. Cerebro Reptiliano*
*2. Sistema Límbico*
***3. Neocórtex***

***Racional**, responsable del pensamiento, lenguaje y la toma de decisiones complejas.*



# Neuromarketing: ¿Cómo funciona?

***VALOR PERCIBIDO***

*(emociones incidentales)*

***AVERSIÓN A LA PÉRDIDA***

*(emociones integradas)*

***CEREBRO REPTILIANO***

# Neuromarketing: ¿Cómo funciona?

***VALOR PERCIBIDO***
*(emociones incidentales)*

***Putamen ventral***
*(área del cerebro que activa la recompensa o placer, status.)*

***AVERSIÓN A LA PÉRDIDA***
*(emociones integradas)*

***CEREBRO REPTILIANO***

# Neuromarketing: ¿Cómo funciona?

***VALOR PERCIBIDO***
*(emociones incidentales)*

***AVERSIÓN A LA PÉRDIDA***
*(emociones integradas)*

***CEREBRO REPTILIANO***

***Amígdala***
*(área del cerebro que desencadena los sentimientos de miedo y ansiedad.)*

# Neuromarketing: ¿Cómo funciona?

*En **situaciones** de características similares y donde **no exista emoción**, el factor de **decisión** es el **precio**.*

# Neuromarketing: ¿Cómo funciona?

***Necesidad***
*Beber agua*

# Neuromarketing: ¿Cómo funciona?

***Necesidad***
*Beber agua*

# Neuromarketing: ¿Cómo funciona?

***Necesidad***
*Beber agua*

# Neuromarketing: ¿Cómo funciona?

***Necesidad***
*Beber agua*

Made with
CRYSTAL LIZER™
SWAROVSKI ELEMENTS

*https://blingh2o.com/home*

***Bling h2o***
*El agua de 2700 usd.*

# La mente del consumidor

*Una* ***necesidad*** *es un* ***impulso biológico básico****;*
***un deseo*** *representa una forma en que* ***la sociedad nos ha enseñado para satisfacer esa necesidad.***

***Hambre*** *= base biológica.*
***Deseo*** *= McDonalds para saciar el hambre.*

***No valoramos*** *lo suficiente las* ***funciones utilitarias*** *que tienen los bienes, sino que* ***nos enfocamos*** *en un* ***valor irracional*** *determinado por lo que* ***simbolizan****.*

# Neuromarketing: ¿Cómo funciona?

*A lo largo de nuestra **vida**, somos el **reflejo** de aquello que nos **emociona**, y las **emociones** nos llevan a tomar **decisiones**.*

# Neuromarketing: ¿Cómo funciona?

***Nuevo y mejorado HUGGIES Triple Protección***

*https://www.youtube.com/watch?v=yAL8W0oZIGA*

***Cerebro reptiliano:*** *Apelar a necesidades básicas como la seguridad, el ahorro o la exclusividad.*

***Sistema límbico:*** *Despertar emociones positivas como la felicidad, la nostalgia o el humor.*

***Neocórtex:*** *Proporcionar información clara, datos relevantes y argumentos lógicos.*

# Neuromarketing: ¿Cómo funciona?

***Neurociencia del consumidor:***

*Emociones*
*Decisiones*
*Memoria*
*Atención*

*Explora la fascinante* ***relación*** *entre el* ***cerebro y el comportamiento de compra.***

*Al* ***comprender*** *los procesos* ***mentales*** *que subyacen a las* ***decisiones*** *de compra, los especialistas en marketing pueden* ***diseñar*** *estrategias más* ***efectivas*** *para* ***influir*** *en el* ***comportamiento*** *del consumidor.*

## Neuromarketing: ¿Cómo funciona?

***Neurociencia del consumidor:***

***Emociones***
*Decisiones*
*Memoria*
*Atención*

- *Juegan un papel fundamental en las decisiones de compra.*

- *Los consumidores tienden a elegir productos que les generen emociones positivas, como como la alegría, la satisfacción o la nostalgia.*

# Neuromarketing: ¿Cómo funciona?

***Neurociencia del consumidor:***

*Emociones*
***Decisiones***
*Memoria*
*Atención*

- *El neuromarketing ayuda a comprender los procesos inconscientes que influyen en la toma de decisiones.*

- *Permite identificar sesgos cognitivos y desarrollar estrategias para influenciarlos.*

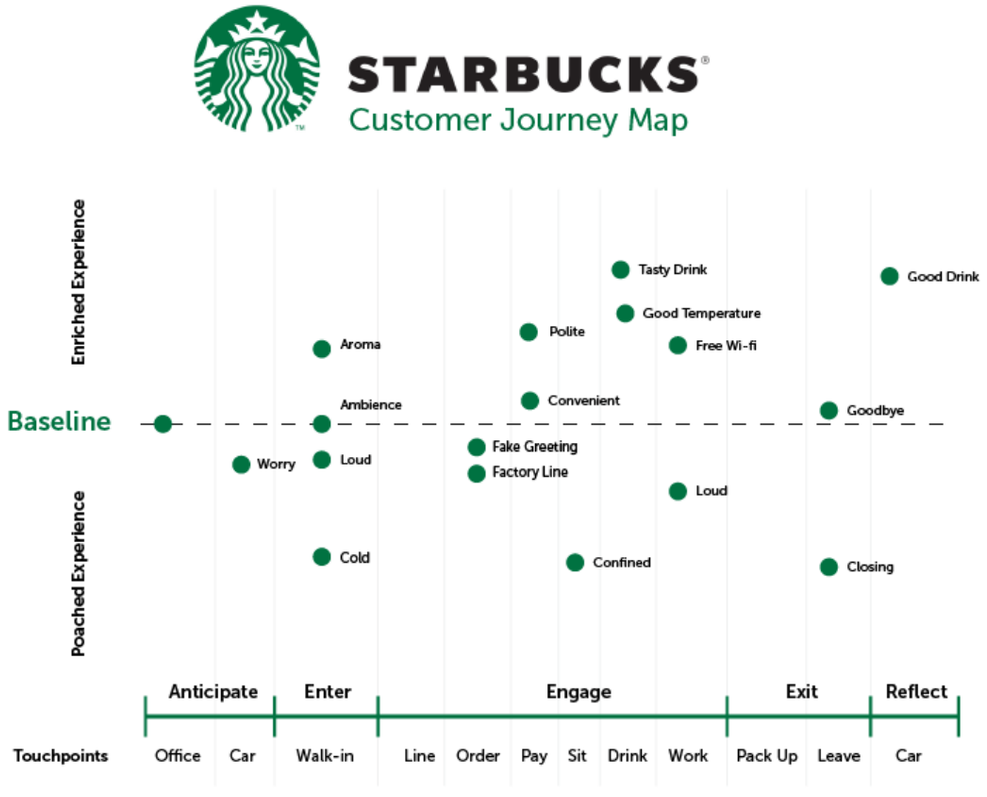
# Neuromarketing: ¿Cómo funciona?

***Neurociencia del consumidor:***

*Emociones*
*Decisiones*
***Memoria***
*Atención*

- *Juega un papel crucial en la percepción de marca y la fidelización del cliente.*

- *El neuromarketing ayuda a crear experiencias memorables que generen un impacto duradero.*



## Neuromarketing: ¿Cómo funciona?

***Neurociencia del consumidor:***

*Emociones*
*Decisiones*
*Memoria*
***Atención***

- *Es un recurso limitado y escasa en el entorno actual.* ***Infoxicación****.*

- *El neuromarketing ayuda a captar la atención del consumidor y destacarse de la competencia.*

# Neuromarketing: ¿Cómo funciona?

## *Neurociencia del consumidor:*

***Manipulación y el poder de las emociones | DW Documental***

*https://www.youtube.com/watch?v=RRxJ7U0-G90&t=447s*

***Neuromarketing - Proyecto G***

*https://www.youtube.com/watch?v=CjEPRMGECZA*

# Neuromarketing: ¿Cómo funciona?

## *Técnicas de Neurociencia aplicadas a la publicidad:*

*1. (fMRI): Resonancia Magnética Funcional.*

*2. EEG: Electroencefalografía.*

*3. Eye tracking.*

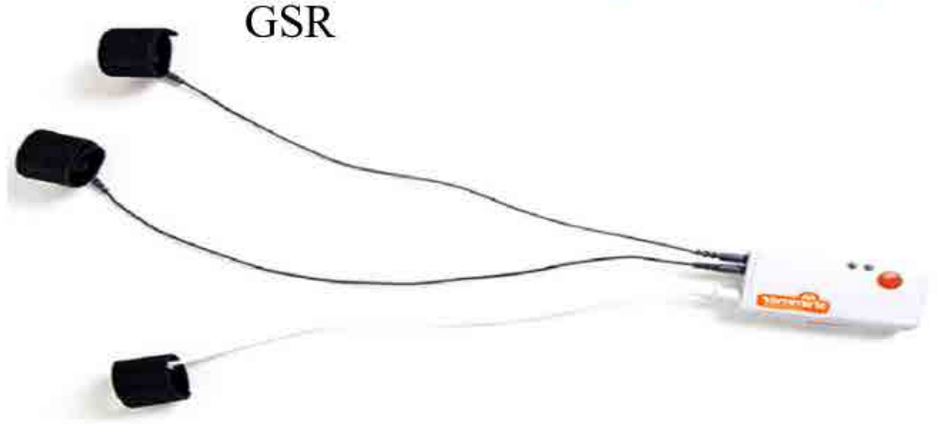
*4. GSR: Respuesta galvánica de la piel.*

(a)

EEG

Eye-tracking

GSR



# Neuromarketing: ¿Cómo funciona?

***Técnicas de Neurociencia aplicadas a la publicidad:***

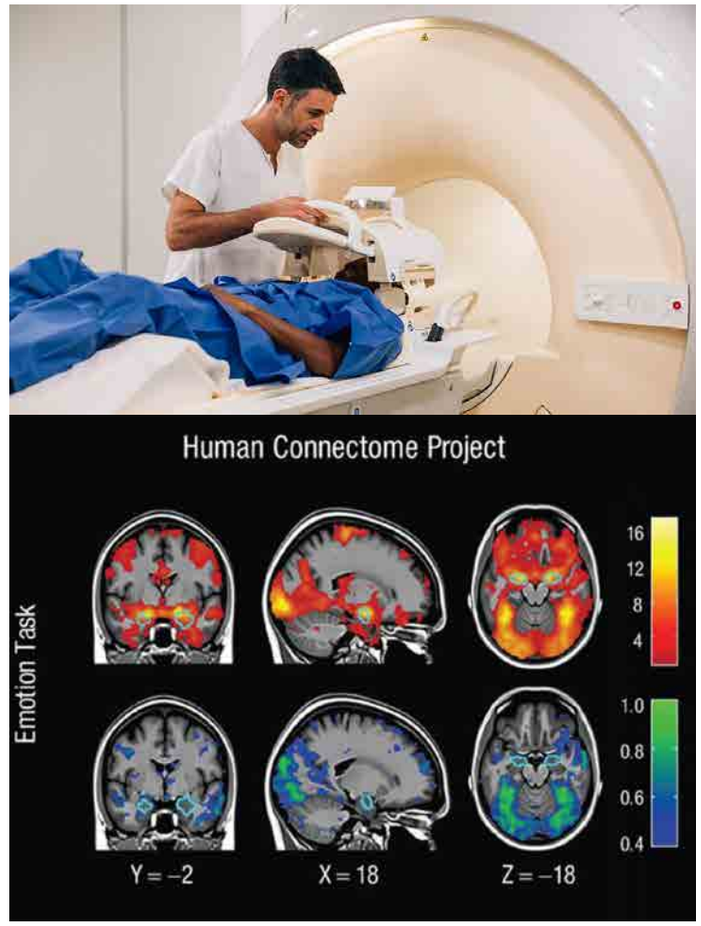
***1. (fMRI): Resonancia Magnética Funcional.***

*2. EEG: Electroencefalografía.*

*3. Eye tracking.*

*4. GSR: Respuesta galvánica de la piel.*

*Permite observar la actividad cerebral en tiempo real mientras los consumidores visualizan anuncios, identificando áreas del cerebro que se activan.*



## Neuromarketing: ¿Cómo funciona?

***Técnicas de Neurociencia aplicadas a la publicidad:***

*1. (fMRI): Resonancia Magnética Funcional.*

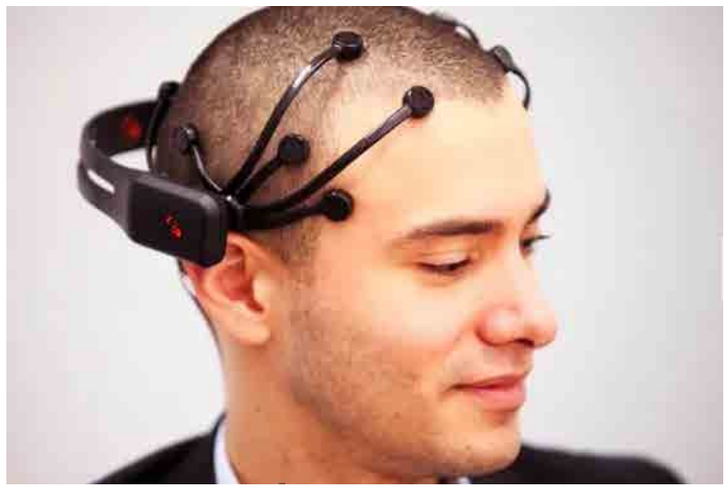
***2. EEG: Electroencefalografía.***

*3. Eye tracking.*

*4. GSR: Respuesta galvánica de la piel.*

*Mide la actividad eléctrica del cerebro, revelando emociones como la atención, el compromiso y la excitación.*

*Los anuncios con música alegre generaban mayor atención y compromiso en los consumidores.*



# Neuromarketing: ¿Cómo funciona?

***Técnicas de Neurociencia aplicadas a la publicidad:***

*1. (fMRI): Resonancia Magnética Funcional.*

*2. EEG: Electroencefalografía.*

***3. Eye tracking.***

*4. GSR: Respuesta galvánica de la piel.*

*Rastrea el movimiento ocular de los consumidores, revelando qué elementos de un anuncio captan su atención.*

*Los consumidores tendían a enfocarse primero en el logotipo de la marca y luego en las imágenes del producto.*

# Neuromarketing: ¿Cómo funciona?

## *Técnicas de Neurociencia aplicadas a la publicidad:*

*1. (fMRI): Resonancia Magnética Funcional.*

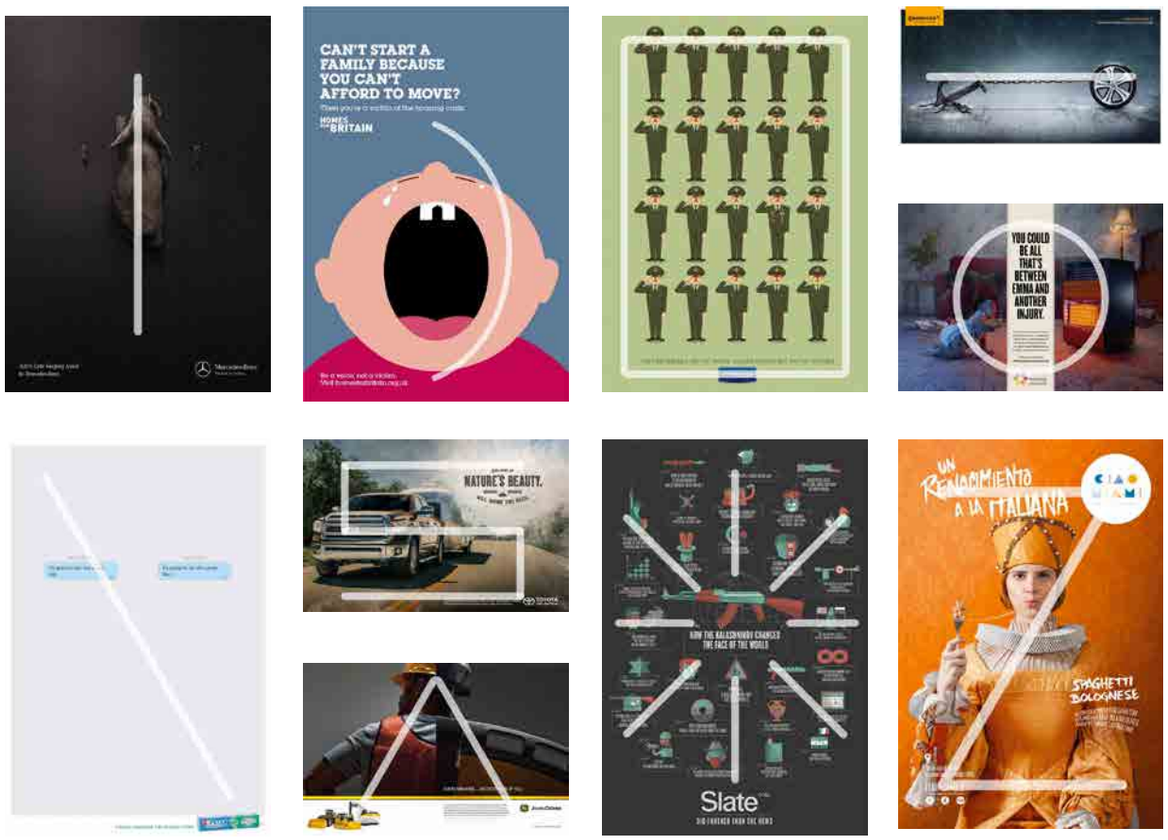
*2. EEG: Electroencefalografía.*

***3. Eye tracking.***

*4. GSR: Respuesta galvánica de la piel.*

## *Lectura de un anuncio:*

*http://www.ideacreativa.org/2008/02/lectura-de-un-anuncio-que-ven-tus-ojos.html*



# Neuromarketing: ¿Cómo funciona?

***Técnicas de Neurociencia aplicadas a la publicidad:***

*1. (fMRI): Resonancia Magnética Funcional.*

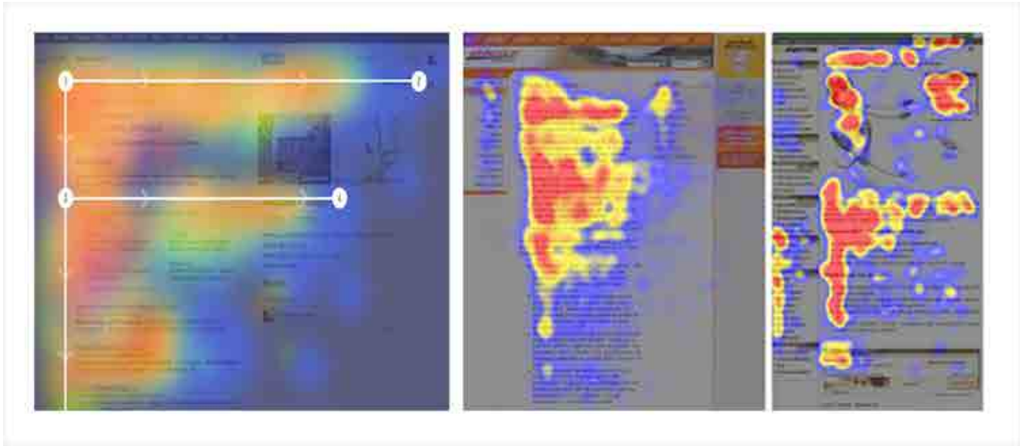
*2. EEG: Electroencefalografía.*

***3. Eye tracking.***

*4. GSR: Respuesta galvánica de la piel.*

***PATRÓN F DE CONSUMO VISUAL ONLINE: POR QUÉ SIGUE SIENDO RELEVANTE***

*https://mastermarketingupv.com/blog-macom/patron-f-de-consumo-visual-online-por-que-sigue-siendo-relevante/*



## Neuromarketing: ¿Cómo funciona?

***Técnicas de Neurociencia aplicadas a la publicidad:***

*1. (fMRI): Resonancia Magnética Funcional.*

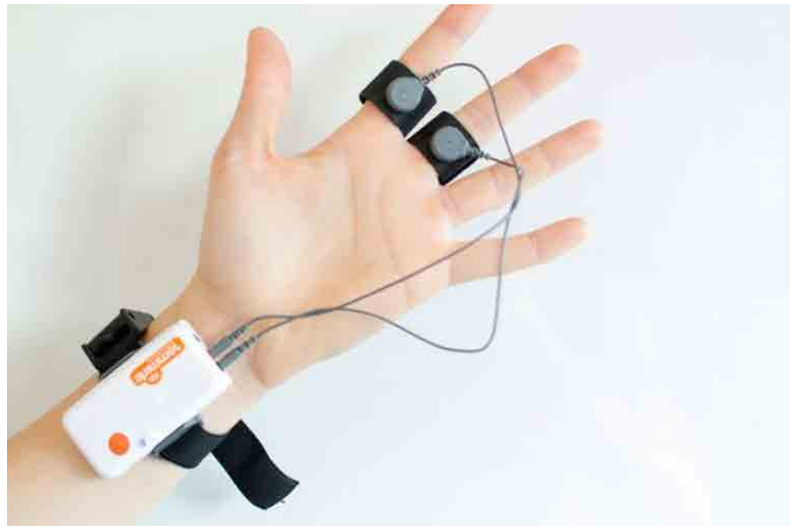
*2. EEG: Electroencefalografía.*

*3. Eye tracking.*

***4. GSR: Respuesta galvánica de la piel.***

*Mide la conductancia de la piel como indicador de emociones.*

*Los anuncios con un tono emocional fuerte generaban mayor respuesta emocional en los consumidores.*



# Neuromarketing: ¿Cómo funciona?

## *Técnicas de Neurociencia aplicadas a la publicidad:*

**NEUROMARKETING: Qué es y TÉCNICAS se utilizan**

https://www.youtube.com/watch?v=L_nbK-G9s_4

**Cervezas Ambar: Estudio de Neuromarketing | BitBrain**

https://www.youtube.com/watch?v=LfMQvUa5TaI

# 2.2: Neuromarketing y publicidad
# 2.2.2: Aplicaciones del neuromarketing en la publicidad

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Proyecta el concepto de brief creativo y su importancia en la elaboración de una campaña publicitaria.
- Desarrolla la narrativa y el storytelling en para la campaña de publicidad

**ACTIVIDADES PRÁCTICAS DE APLICACIÓN Y EXPERIMENTACIÓN / ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE AUTÓNOMO:**

- Taller
- Compilado taller casos de estudio

## Aplicaciones del neuromarketing en la publicidad

1. *Diseño de anuncios.*
2. *Branding.*
3. *Pricing (precio óptimo).*
4. *Diseño de packaging.*
5. *Publicidad online.*

*Al **analizar** las respuestas emocionales, cognitivas y fisiológicas de los consumidores ante **estímulos publicitarios**, las empresas pueden **optimizar** sus **estrategias** de marketing y generar un **impacto** duradero en su audiencia.*

# Aplicaciones del neuromarketing en la publicidad

***1. Diseño de anuncios.***

*2. Branding.*

*3. Pricing (precio óptimo).*

*4. Diseño de packaging.*

*5. Publicidad online.*

## *Atención*

***Know How***

- *Utilizar colores llamativos, contrastes fuertes y elementos visuales novedosos para captar la atención inicial del consumidor.*

- *Emplear el "efecto señuelo" para destacar un producto en comparación con otros.*

- *Aprovechar el "efecto halo" para asociar un producto con atributos positivos.*

# Aplicaciones del neuromarketing en la publicidad

***1. Diseño de anuncios.***

*2. Branding.*

*3. Pricing (precio óptimo).*

*4. Diseño de packaging.*

*5. Publicidad online.*

## *Memoria*

***Know How***

- *Crear anuncios memorables utilizando storytelling, humor o emociones fuertes.*
- *Repetir elementos clave del anuncio para aumentar el reconocimiento.*
- *Utilizar elementos visuales que evoquen recuerdos positivos.*

***The Hire***

# Aplicaciones del neuromarketing en la publicidad

***1. Diseño de anuncios.***

*2. Branding.*

*3. Pricing (precio óptimo).*

*4. Diseño de packaging.*

*5. Publicidad online.*

## *Emociones*

***Know How***

- *Despertar la alegría, la nostalgia o la felicidad.*
- *Utilizar el humor para crear anuncios divertidos y memorables.*
- *Apelar a emociones como el miedo o la urgencia para generar una acción inmediata.*

***Break Free***

## Aplicaciones del neuromarketing en la publicidad

1. *Diseño de anuncios.*
2. ***Branding.***
3. *Pricing (precio óptimo).*
4. *Diseño de packaging.*
5. *Publicidad online.*

### *Posicionamiento de marca*

***Know How***

- *Identificar las emociones y valores que la marca desea transmitir.*
- *Utilizar técnicas de neurociencia para comprender la percepción del consumidor.*
- *Crear una identidad de marca consistente y atractiva.*

***Nike***

# Aplicaciones del neuromarketing en la publicidad

1. *Diseño de anuncios.*
2. ***Branding.***
3. *Pricing (precio óptimo).*
4. *Diseño de packaging.*
5. *Publicidad online.*

## ***Storytelling***

***<u>Know How</u>***

- *Crear historias que conecten con las emociones y experiencias de los consumidores.*
- *Utilizar personajes, escenarios y situaciones que sean relevantes para el público objetivo.*
- *Transmitir un mensaje claro y memorable que resuene con el público.*

***<u>Johnnie Walker</u>***

## Aplicaciones del neuromarketing en la publicidad

1. *Diseño de anuncios.*
2. *Branding.*
3. ***Pricing (precio óptimo).***
4. *Diseño de packaging.*
5. *Publicidad online.*

### *Precio óptimo*

***Know How***

- *Realizar estudios de pricing con consumidores reales para identificar el precio que maximiza las ventas y la rentabilidad.*
- *Utilizar técnicas de eye tracking para analizar cómo los consumidores reaccionan a diferentes precios.*

***¿Cómo Escogen el Precio de los Productos?***

## Aplicaciones del neuromarketing en la publicidad

1. *Diseño de anuncios.*
2. *Branding.*
3. ***Pricing (precio óptimo).***
4. *Diseño de packaging.*
5. *Publicidad online.*

### *Percepción del valor*

***Know How***

- *Comunicar claramente los beneficios del producto y cómo justifica su precio.*
- *Utilizar técnicas de storytelling.*
- *Ofrecer pruebas sociales, como testimonios de clientes satisfechos, para aumentar la confianza del consumidor.*

***Dove Presenta "Qué hay detrás del selfie"***

## Aplicaciones del neuromarketing en la publicidad

1. *Diseño de anuncios.*
2. *Branding.*
3. *Pricing (precio óptimo).*
4. ***Diseño de packaging.***
5. *Publicidad online.*

### *Neuromarketing sensorial*

***Know How***

- *Utilizar colores, formas y texturas y diseños atractivos que evoquen emociones positivas.*
- *Considerar la ergonomía del packaging para facilitar su uso y transporte.*

***Packaging Sensorial - UMA Intimates***

## Aplicaciones del neuromarketing en la publicidad

1. *Diseño de anuncios.*
2. *Branding.*
3. *Pricing (precio óptimo).*
4. *Diseño de packaging.*
5. ***Publicidad online.***

### *Usabilidad*

***Know How***

- *Diseñar sitios web y landing pages fáciles de navegar y usar.*
- *Utilizar redes que permitan medir posicionamiento.*
- *Asegurar que los elementos de navegación y las llamadas a la acción sean visibles y fáciles de usar.*

***Landing Page vs Página Web***

## *TALLER 4*

***Aplicar Neuromarketing en la campaña de publicidad:***

- *Trabajo en grupo.*

- *Explicar mediante infografía, cómo aplicaría la Teoría del Cerebro Triuno de Paul MacLean, a los 3 casos de estudio.*

- *Seleccionar y explicar al menos una técnica de neurociencia y su aplicación en los 3 casos de estudio.*

- *Emplear las 5 aplicaciones del neuromarketing en la publicidad de los 3 casos de estudio.*

- *Elaboración de 3 estrategias de neuromarketing para los 3 casos de estudio, en función del Capítulo 8, del libro: Neuromarketing en acción, de Néstor Braidot.*

***Presentación próxima clase.***

# ACTIVIDADES PRÁCTICAS DE APLICACIÓN Y EXPERIMENTACIÓN / ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE AUTÓNOMO:

- Taller 4. Presentación en clase.
- Tarea 4: Compilado taller + casos de estudio. Presentación en el Aula Virtual.