



**PRINCIPIOS BÁSICOS
DE NEUROMARKETING
PARA APLICAR EN TU
NEGOCIO**

Juan Merodio

Disrupt or be disrupted



ÍNDICE

Introducción	2
Neuromarketing: qué es y cómo aplicarlo en los canales online	3
Definición de Neuromarketing	4
Aplicación digital del Neuromarketing	5
Aplica el neuromarketing a tu negocio siguiendo ejemplos	6
Neuromanagement	8
Qué es el neuromanagement de un negocio	9
Olvídate de las ventas y céntrate en las neuroventas	12
Biografía	15
Patreon	16
Youtube	17
Curso práctico de Whatsapp marketing	18
10 Business Factors	19



INTRODUCCIÓN

El neuromarketing consiste en la aplicación de técnicas de la neurociencia al proceso de marketing de una marca y/o producto, y es algo que lleva muchos años y que aunque en marketing digital no se habla mucho, es realmente importante tenerlo en cuenta, ya que condicionará los resultados que tendrás en tus campañas. Aspecto a priori tan sutiles a simple vista, como el redondear el diseño de una esquina de un botón de llamada a la acción, o jugar con distintos colores, pueden hacer que los ratios de conversión de una web o tienda online mejoren notablemente.

En este libro te contaré cómo puedes empezar a aplicar el neuromarketing en tu negocio a nivel digital, ejemplos e ideas que te ayudarán, el uso del neuromanagement en el negocio, de las neuroventas... ¿estás preparado a vender usando “el cerebro” y las emociones?

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Juan Merodio'.

Juan Merodio

Blogger, Speaker & International Advisor in Marketing & Digital Transformation



Neuromarketing: qué es y cómo aplicarlo en los canales online

Hoy hablaré de neuromarketing. Hace ya unos años que venimos escuchando en multitud de ambientes la palabra “Neuro”. Esta tendencia se va extendiendo cada vez más para ayudarnos a comprender en mayor medida cada uno de los procesos en los que el cerebro se ve involucrado independientemente del campo en el que estemos trabajando o queramos estudiar. Lo “neuro” se ha puesto de moda ya que resulta de gran utilidad y es el mejor soporte para comprender el funcionamiento de nuestro cerebro.

Ahora bien, aplicado al marketing qué quiere decir exactamente y sobre todo cómo podemos aplicar este concepto y sacar de él el mejor partido para poder desarrollar nuestras estrategias digitales. No pierdas detalle, estoy seguro que este post te resultará de gran ayuda y también tú te sorprenderás de la cantidad de ventajas que aporta el neuromarketing al mundo digital.

Definición de Neuromarketing

Como concepto podemos definir el neuromarketing como la ciencia que estudia la forma en la que reaccionamos ante una campaña de ventas, un impacto publicitario. Y además cómo nos comportamos los consumidores ante ello. Cómo reacciona nuestro cerebro a todo el proceso; previo a la compra, durante la compra y después de ejecutarla.

En definitiva son determinadas mediciones psíquicas y físicas que realiza la neurociencia en diversos individuos y a partir de ellas establece conclusiones determinantes sobre los comportamientos que esas personas pueden tener a la hora de comprar o decidirse por un producto u otro.

Por lo tanto, después de aclarar la definición exacta que entraña el neuromarketing, podemos decir que el neuromarketing se convierte así en una herramienta básica del marketing ya que gracias a él podemos llegar a comprender todo el proceso por el que pasa el consumidor en cuanto a su toma de decisiones. Recogiendo y tomando ventaja de lo que ya conocemos sobre el funcionamiento de nuestro cerebro.

Así podremos anticipar las conductas y saber que el papel que juegan las emociones en todo el proceso es vital a la hora de tomar una decisión de compra. Si quieres conocer un ejemplo de cómo aplicar el neuromarketing, puedes leer este post que te que se centra en las estrategias para vender viviendas.

Los humanos somos seres emocionales por naturaleza. Podemos tener en muchos casos nuestras necesidades claras, pero siempre hay estímulos sensoriales que activan nuestro cerebro y que nos hacen iniciar un proceso de compra involuntario. Si no me creéis haced la prueba.

El neuromarketing ya se viene aplicando en comercios desde hace años y hay varias técnicas que pese a que ya las conocemos siguen ayudando y tentando a nuestro cerebro para caer en

la compra impulsiva. Por ejemplo poner los productos más caros en las zonas más visibles de las tiendas para general impacto visual. Poner una música de fondo acorde al comercio para realizar una compra más relajada y pausada o por el contrario más dinámica y ágil. Aplicar precios entre uno y cinco céntimos por debajo del precio redondeado para general la sensación de “menor coste”. Al final de lo que se trata es de estimular los sentidos y hacer que nuestro cerebro compre de forma impulsiva saliéndose de ese margen de las compras por necesidad o de forma racional.

Pero bien, para ejecutar todo esto hay que tener claramente conocimientos en marketing y en neurociencias. Hay que llegar a entender cómo funciona nuestro cerebro y como podemos incrementar las ganas de comprar de nuestro target. Valorando sus emociones, la atención y la capacidad retentiva.

Aplicación digital del Neuromarketing

Entorno al mundo digital el neuromarketing claramente también puede ser aplicado y se convierte así en un factor a tener muy en cuenta cuando diseñamos estrategias digitales.

Estos son algunos de los ejemplos de neuromarketing que mejor funcionan en el mundo digital:

1. Incluir en nuestra web opiniones de nuestros clientes y valoraciones positivas. Añadir la experiencia de otros clientes y su feedback acerca de nuestro negocio o nuestros productos o servicios hace que la decisión de compra quede validada para el consumidor y decida dar el paso.

2. Crear contenido a través de newsletters que estimule las emociones de nuestro cliente o futuro consumidor.

3. Incluir en nuestra web un contador de los días que quedan por ejemplo para finalizar una promoción para poder adquirir un producto. El cerebro suele querer las cosas inmediatamente y este sistema resulta bastante efectivo.

4. Mencionar en redes sociales a otras personas que hayan adquirido productos o disfrutado de nuestros servicios para generar engagement.

5. Incluir en nuestra web la opción de lista de deseos o posponer compra. De este modo también valoramos el comportamiento más racional de nuestro cliente dejándole un margen para pensar.

De lo que se trata es de que tu experiencia online se ajuste lo más posible a tus gustos y tu compra sea lo más personalizada posible. El futuro del neuromarketing radica en eso. En conseguir, gracias a la recolección de metadatos, que vivas la experiencia de compra online que desees.

Ejemplos e ideas para usar el neuromarketing en tu negocio

El universo del neuromarketing se ha extendido tanto que todas las grandes marcas ya se aprovechan de sus beneficios. Las multinacionales han visto el potencial de aunar la ciencia y el marketing y así sacar rentabilidad aumentando en gran medida su volumen de ventas.

Día a día a nuestro alrededor podemos observar cientos de ejemplos de como el neuromarketing se ha colado en nuestras vidas y como gracias a esta técnica caemos muchas veces en comprar cosas que no podemos explicar de forma racional.

Algunos ejemplos de neuromarketing en nuestra vida cotidiana son como en los supermercados ponen carritos grandes para que los llenes más o ruedas que no giran bien y se dirigen hacia las estanterías. Artículos de primera necesidad al final de los pasillos y artículos de altos precios a la altura de los ojos. Juegos de iluminación para enfocar y que llamen la atención ciertos productos o el simple olor a pan recién hecho de una panadería. Gestos tan simples como estos hacen que nuestro componente emocional se active y caigamos en la compra irracional.

Ya en algún post anterior os he hablado sobre neuromarketing para conocer como funciona con nuestra mente y qué factores rescata del consumidor para entender mejor sus motivos de compra. En este post me voy a centrar más en cómo puedes aplicar tu también esta técnica a tu negocio. De modo que voy a contarte varios ejemplos y algunas ideas para que puedas implementarlo directamente en tu empresa y puedas tu también sacar ventaja y partido del neuromarketing.

El neuromarketing es una estupenda herramienta de venta de modo que no pierdas detalle de los ejemplos de neuromarketing que te detallo a continuación.

Aplica el neuromarketing a tu negocio siguiendo ejemplos

Conocer tu público objetivo es vital para aplicar una estrategia de neuromarketing adecuada. En función de tu target debes adaptarlo ya que no todos los ejemplos son igual de efectivos para todas las empresas. Si ya tienes un volumen de ventas significativo, siempre

puedes contratar a una empresa de neuromarketing que te haga un estudio profesional para implementar de la manera más personalizada posible las mejores técnicas.

Sino puedes empezar siguiendo estas ideas y ejemplos de neuromarketing

1. Utiliza el test A/B y recoge datos: recopila el mayor número posible de datos de tus posibles usuarios para ver cómo perciben y cómo reaccionan cada vez que frecuentan tu negocio.
2. Adapta tu contenido a tus usuarios: programa contenidos útiles que les sirvan y no textos que produzcan una alta tasa de abandono. Mejor concreto y conciso, así mejorarás la experiencia del usuario.
3. Aplica e introduce herramientas como el Eye Tracking para saber cómo el usuario está percibiendo la navegación en tu negocio online y cómo completa las tareas en el mismo.
4. Usa fuentes sencillas que provoquen una lectura fluida. Esto favorecerá el proceso de compra ayudando a agilizar su impulso y acción.
5. Incorpora siempre en tus productos o la forma de introducirlos, con formas orgánicas. Las formas redondeadas las vemos en la naturaleza, animales y el ojo las asimila mejor. Claros ejemplos son las botellas de coca cola cada vez más redonditas o la formas curvas de los Iphone.
6. El cerebro necesita tocar para entender. Por ejemplo las empresas de Software pasaron de enviar un CD cuando comprabas sus productos a no enviar nada y han visto que es mejor enviar al comprador un código o una clave para que así asocie la compra con algo tangible.
7. La colocación de productos debe ser distinta para hombres y mujeres. Ya que los hombres tienen una visión más túnel y las mujeres más panorámica.

Además te cuento algunas de las frases que mejor funcionan en cuanto a ventas emocionales y que puedes aplicare directamente en tu negocio.

1. El 3 por 2 funciona mejor que el 50% de descuento.
2. Escuchar es más potente que hablar cuando quieres vender productos o servicios.
3. Debes ofrecer muchas opciones o pocas opciones a tu comprador en función de sus gustos. Si es muy fanático de la tecnología muchas opciones, si por el contrario no le gusta mucho, cuantas menos mejor.
4. Presentar 3 opciones resulta el número más efectivo cuando queremos ejecutar una venta. Sobre todo si queremos que se elija la opción intermedia.



NEUROMANAGEMENT

Qué es el neuromanagement de un negocio

El concepto de neuromanagement y todo lo relacionado con el neuromarketing ocupa una parte importante de mi continua formación y también me llama mucho la atención ya que sus múltiples aplicaciones hacen que el mundo del marketing y el negocio, en definitiva, del ámbito del emprendimiento, siga desarrollándose y evolucionando por un camino ascendente.

Todo lo relacionado con la conducta neurológica hace que las técnicas de venta y la gestión cobren otra dimensión y que esta estrategia hoy en día se posicione como clave y vital dentro de los negocios.

Definición de neuromanagement

Tal y como define Wikipedia: “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. Lo anterior 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.”

En resumen, el neuromanagement es la aplicación de las neurociencias cognitivas a la gestión y dirección de empresas.

Es una disciplina que combina los conocimientos del cerebro que están relacionados a nivel intelectual y emocional en la gestión de las personas, del capital humano y de la empresa. Se basa en el desarrollo de la persona en el ámbito individual. En conocer los procesos neurofisiológicos implicados en la toma de decisiones, el desarrollo de la inteligencia múltiple tanto en la persona como en las organizaciones. En definitiva, se basa en potenciar en los empresarios la capacidad de visión de su propio negocio, en el desarrollo de competencias de los distintos profesionales para comprender y entender a cada persona con lo que se relaciona, ya sea empleado o cliente.

Toda esta visión de negocio basada en el neuromanagement hace que el mundo de la gestión interna de una empresa cambie radicalmente dando mucho más valor a una dirección más enfocada en las emociones y las respuestas que el ser humano otorga.

Esta estrategia de neuromanagement fluctúa desde la toma de decisiones hasta la gestión de recursos humanos facilitando en gran medida los procesos de organización dentro de la empresa.

Qué es el neuromanagement de un negocio

Por lo tanto si lo que estás tratando es de subirte al tren de la evolución y de poner a otro nivel tu negocio, esta estrategia sacará el máximo provecho a tu actividad profesional y te resultará un campo apasionante para sacar siempre lo mejor de tu equipo.

Si estás pensando en aplicar el neuromanagement en tu empresa te dejo unas claves muy útiles para que vayas pensando como integrarlo en tu gestión.

El neuromanagement ayuda en la toma de decisiones optimizando los procesos cerebrales para generar la toma de una decisión en menos tiempo. Esto ayuda a los directivos a identificar bases emocionales y racionales para que las puedan dominar en los procesos de toma de decisión.

Es herramienta clave dentro del departamento de recursos humanos ya que se puede aplicar en el proceso de selección de perfiles para cada puesto de trabajo o para cada área especializada.

Vital para optimizar la reestructuración de puestos en una empresa donde haya que despedir algún trabajador. Se les puede reevaluar siguiendo los perfiles neurocojnitivos.

La gestión de cambios se hace más liviana si los directivos conocen el funcionamiento de las estructuras cerebrales encargadas de general resistencia al cambio.

El neuromanagement es ideal para motivar al personal. Ya que busca activar la función cerebral que vincula un objetivo con una recompensa. Esto se potencia con reuniones periódicas y trainings dentro de la propia empresa para progresar.

La creatividad que aporta desarrollar y aplicar este tipo de estrategias hace que se desarrollen y propongas buenas soluciones ante los problemas que vayan surgiendo. Respuestas siempre creativas para fomentar el crecimiento.

Aplicar la estrategia de neuromanagement en tu entorno empresarial hace que todo se desarrolle hacia la eficacia. El cerebro día a día nos sigue sorprendiendo y no para de asombrarnos con la cantidad de posibilidades que ofrece y con la multitud de ámbitos en los que lo podemos aplicar. Pero no debemos olvidar que los beneficios una vez incluida esta estrategia en nuestro modelo de negocio dependerán en gran medida de la calidad de dicha implantación. Podemos haber ejecutado todos los pasos necesarios y no ver resultados hasta que la conducta se transforme en hábito y este hábito en una nueva forma de pensar.

Ábrete al mundo del neuromanagement y descubre día a día todos los beneficios que puede ofrecerte. Deja de resistirte.

¿QUIERES ANUNCIARTE AQUÍ?

**MÁS DE 1.000 USUARIOS AL MES SE
DESCARGAN ESTE EBOOK**



¡Infórmate!

WWW.JUANMERODIO.COM



**Olvídate de las ventas y céntrate
en las neuroventas**

El neuromarketing se ha convertido en una parte esencial a la hora de diseñar y potenciar las ventas. Ya hemos hablado en otros artículos de esta técnica y estar familiarizado con ella ya es prácticamente de uso común. La magia de venderle a tu cerebro se ha convertido poco más que en un arte y llegar a estimularlo y conocerlo de tal manera que se pueda estructurar una estrategia para llamar tu atención, me parece maravilloso.

Las neuroventas en sí mismas es una forma de venta que está basada en saber como se comporta el cerebro humano y saber también como está diseñado. Lo que está claro es que las neuroventas es el enfoque más científico dentro del campo de las ventas y por supuesto del marketing. Todo se desarrolla y se diseña en función de unos estudios previos que se han realizado para saber el comportamiento del ser humano ante ciertos estímulos.

Por lo tanto hoy en día contar con personal capacitado y formado en estrategia de neuroventas es vital para seguir progresando y por supuesto seguir el camino de olvidar el concepto de ventas para convertirlo y centrarte en las neuroventas. ¡Es hora de venderle directamente al cerebro y explotar todas esas cualidades!

Olvídate de las ventas y céntrate en las neuroventas

Basándonos en que hay estudios que demuestran que el 85% de los motivos de compra se producen de manera inconsciente y tan solo un 15% queda patente para una compra más racional, llegados a este punto deberíamos ponernos las pilas en lo que a este campo se refiere y conocer y experimentar todo lo que el mercado de las neuroventas nos puede ofrecer para así hacer de nuestro negocio un éxito. El motivo principal por el que un emprendedor desarrolla su idea es porque quiere convertirla en un éxito como tal, en un negocio próspero y poco a poco conseguir y culminar los objetivos que se había planteado.

Pues ahora, gracias al neuromarketing, sus técnicas y todo lo que vamos conociendo respecto a ellas; los emprendedores tienen mucho más fácil o más a mano, la oportunidad de exprimir este campo. Es hora de olvidarte de las ventas al uso y centrarte en las neuroventas. Estoy seguro que conseguirás grandes resultados.

En esa compra irracional donde la parte del cerebro, conocido como reptil, interviene es donde debemos atacar para hacer que nuestro cliente caiga rendido ante nuestros productos o servicios y no pueda por menos que adquirirlos.

Muchas veces sucede y os invito a que hagáis la prueba que al comprar un producto, sin saber muy bien por qué, nos encontramos que nos estamos dando razones a nosotros mismos y motivos por lo que lo hemos adquirido simplemente para calmar nuestro lado más racional del cerebro. Y dejar de lado nuestros instintos primitivos que hicieron que de una forma irracional se convirtiera en una necesidad.

El poder de las neuroventas es pura magia y os voy a indicar algunos tips para que los podáis ir aplicando y así sacarle partido a una técnica que sin duda hará que tu negocio crezca rumbo al éxito.

Para que las neuroventas vayan llegando y puedas adaptarlo a tu negocio lo principal es conocer a tu target y mostrarte con él como si fueras su espejo, como si lo conocieses de toda la vida. Esto hará que la experiencia de compra para él sea mucho más familiar y agradable potenciando ya desde el principio una buena recepción hacia tu negocio.

Comprender al cliente es la clave para saber exactamente donde le podemos “atacar”.

Otras de las cosas que debemos hacer es dejar un poco más de lado tanta información y explicación para potenciar más el lado sensitivo del cliente. Lo que debemos hacer es buscar provocar emociones porque eso es lo que harán que su parte irracional compre.

También resulta muy útil utilizar en la venta o la presentación del producto verbos denominados como verbos de acción. Por ejemplo; disfrutar, alcanzar, proteger, transformar. Con ellos el cliente se sentirá mucho más activo y se podrá imaginar más fácilmente todos los beneficios que adquirir ese producto o servicio le reportaría. Generar expectativas es vital y si además podemos lograr llamar la atención, doble trabajo bien hecho.

No debemos olvidar que las neuroventas son fundamentales para hacer crecer nuestro negocio.

Pensemos en ellas como nuestras aliadas y experimentemos con todo lo que tienen para ofrecernos.



BIOGRAFÍA

Nacido en 1980, es uno de los principales expertos en España y Latinoamérica en marketing digital, redes sociales y transformación digital. Además ha sido elegido y trabaja como Social Media Advisor a nivel mundial, para una de las principales firmas de criptomonedas.

Speaker habitual en congresos de reconocido prestigio internacional, así como profesor de las mejores Escuelas de Negocio y Universidades, entre las que destacan la Rey Juan Carlos, Universidad de Barcelona, IE, Les Roches, ESADE y mentor y advisor en programas de emprendedores como Startup Mansion en Nueva York o 10 Entrepreneurs en Miami y San Francisco. También imparte formación a medida en importantes empresas como el Grupo Bassat, Ogilvy, IBM, Microsoft, GREY, BBVA o GSK. Se ha formado con profesionales de Silicon Valley entre los que destacamos a Matt Belitsky, Tony Pham o Dan McGaw y ha estudiado “Disruptive Strategy” en Harvard Business School.

Juan Merodio es creador del método 10 Business Factors, un revolucionario sistema que ayuda a las empresas a definir su estrategia digital en cuanto a marketing y ventas y a focalizarse en la obtención de resultados de negocio.

Uno de sus últimos casos de éxito es la empresa canadiense Turnstyle, de la que fue consultor y advisor digital durante un año y medio, período en el que **la empresa creció más de un 1.000% en clientes**, y que concluyó con la compra de la empresa por parte de la multinacional YELP por 20 millones de USD (Fuente: <https://techcrunch.com/2017/04/04/yelp-acquires-wi-fi-marketing-company-turnstyle-analytics-for-20-million/>).



PATREON

Si consideras que mi trabajo con este ebook, mis posts en mi blog JuanMerodio.com y los videos que hago a diario en mi canal de YouTube son de valor para ti, entonces visita mi grupo privado en [Patreon](#), donde podrás acceder a contenidos exclusivos de gran valor que solo publico ahí, y tienes también planes para contratar mentorías y consultorías directamente conmigo .

¡Visítalo ahora!

**UNETE A MI
COMUNIDAD PRIVADA
Y EXCLUSIVA**

BECOME A PATRON



YOUTUBE

Visita mi #Vlog y descubre el día a día de un emprendedor así como todas las novedades relacionadas con Marketing y Transformación Digital.

Sígueme en

You **Tube** / **JuanMerodio**

➡ EN ESTE CANAL VAS A APRENDER DIARIAMENTE: ➡

- 📌 Trucos y estrategias de MARKETING DIGITAL
- 📌 Ideas de NEGOCIO para aplicar en tu vida EMPRENDEDORA
- 📌 A vivir siendo un EMPRENDEDOR EXITOSO

COMPRA AHORA el curso completo de YouTube para Negocios, con un 50% de DESCUENTO

SI, QUIERO EL CURSO al 50% de DESCUENTO



CURSO VENDE MÁS CON **WhatsApp**

CURSO PRÁCTICO DE WHATSAPP MARKETING: ESTRATEGIAS DE VENTA PARA EMPRESAS

En este curso en video, aprenderás todas las estrategias que necesitas saber para usar WhatsApp como herramienta de marketing, comunicación y ventas para tu negocio.

- Lanzamiento el 1 de Abril de 2019
- Aprovecha ahora el 50% de DESCUENTO
- El precio habitual es de 99€ pero HOY PARA TI por solo 49,95€

**SI, QUIERO EL CURSO AL 50%
DE DESCUENTO**



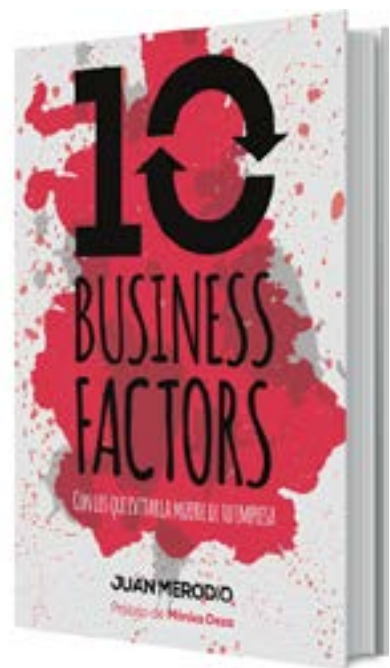
10 Business Factors

¡SI! Quiero mejorar los resultados de Marketing Digital en mi empresa desde hoy con el probado método 10 Business Factors de Juan Merodio.

ÚLTIMO CASO DE ÉXITO

Uno de los últimos casos de éxito en los que se ha aplicado la metodología de Juan Merodio es la empresa canadiense Turnstyle, de la que fue consultor y advisor digital durante un año y medio, período en el que la empresa creció más de un 1.000% en clientes, y concluyó con la compra de la empresa por parte de la multinacional YELP por 20 millones de USD (<https://techcrunch.com/2017/04/04/yelp-acquires-wi-fi-marketing-company-turnstyle-analytics-for-20-million/>).

Si quieres contratar a Juan Merodio como consultor solicita información:



¡SÍ, QUIERO RECIBIR MÁS INFORMACIÓN!



¡Gracias!

Handwritten signature