

Andrés Camilo Díaz Quevedo

Neuro marketing aplicado a la industria turística

Parte 1

*La ciencia en función
del Mercadeo*

Branding emocional

B 2 B o B 2 C

Experiencias

Storytelling

La ecuación de Valor

El mundo de confunde y reinarás

Neuro ciencia

Turismo

Branding

Marketin

La crisis del mercadeo

El retorno por cada dolar invertido en publicidad es de 32 centavos. *AMA

El 60% del publico se siente bombardeado

Ya no existe la lealtad de marca

El 50 % evita adquirir productos con los que se sienten agobiados

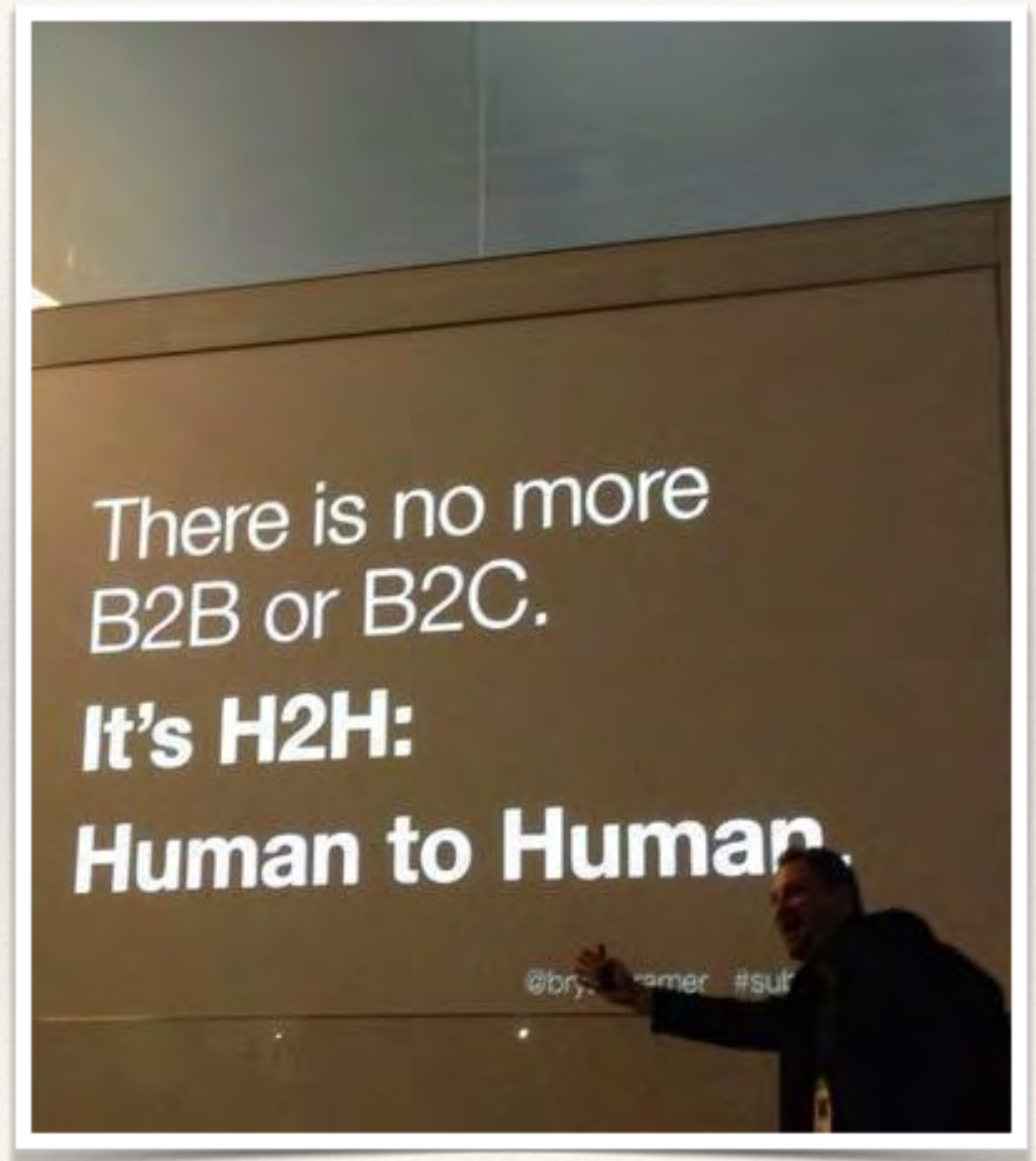
Los consumidores perciben que todos los productos son iguales

Al día estamos expuestos entre 3500 y 5000 anuncios

La publicidad solo supone el 50% de la generación de recuerdo y solo un 25% en la intención de compra

El arte del Mercadeo

- ❖ Cuanto de arte o de ciencia tiene el mercadeo?
- ❖ Un buen marketero nace o se hace?



La evolución de las 4Ps

- ❖ 4Ps Producto Plaza Precio y promoción (1960 McCarthy)
- ❖ 4Cs Características Costo Conveniencia y comunicación (1993 Lutherborn)
- ❖ 4Es Experiencia, everywhere, evangeliacion, exchange (2007 My UberLife consulting)
- ❖ 4Es latinas expectativas, experiencias, ecuación de valor, *emoción* (Liliana Alvarado 2013)



El cerebro es el rey de las emociones

- ❖ Es el quien crea realidades de satisfacción
- ❖ Desarrolla patrones de Comportamiento
- ❖ Las decisiones se toman emocionalmente (70% y 80% son inconscientes Hans Hausel)



El reto es pues Crear Valor

$$V_p = B - C$$

Beneficios

+Trato
+Producto
+Marca
+Detalles

Costos

-Disponibilidad
-Tiempo
-Incomodidades
-Inseguridades

El reto es pues Crear Valor

$$V_p = B - C$$



Valoración
personal

Territorio
notoriedad

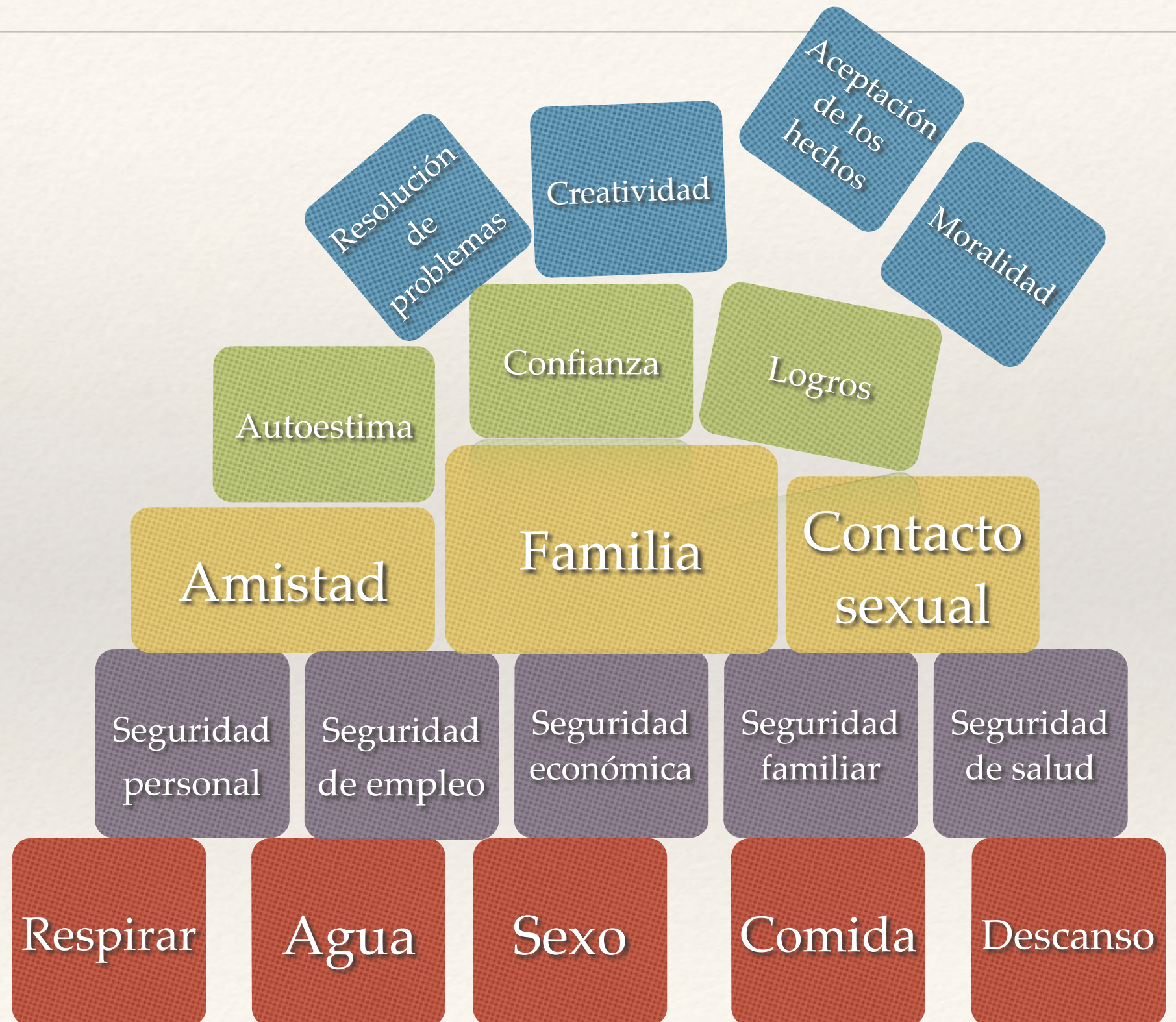
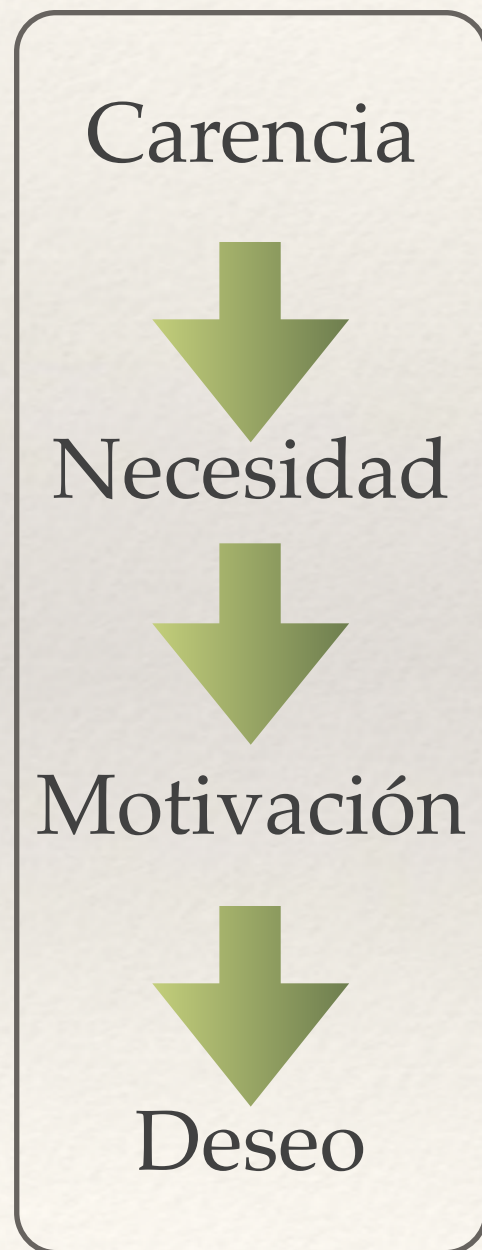
Primer
contacto con
la marca

Experiencia
de uso

Experiencia
de compra

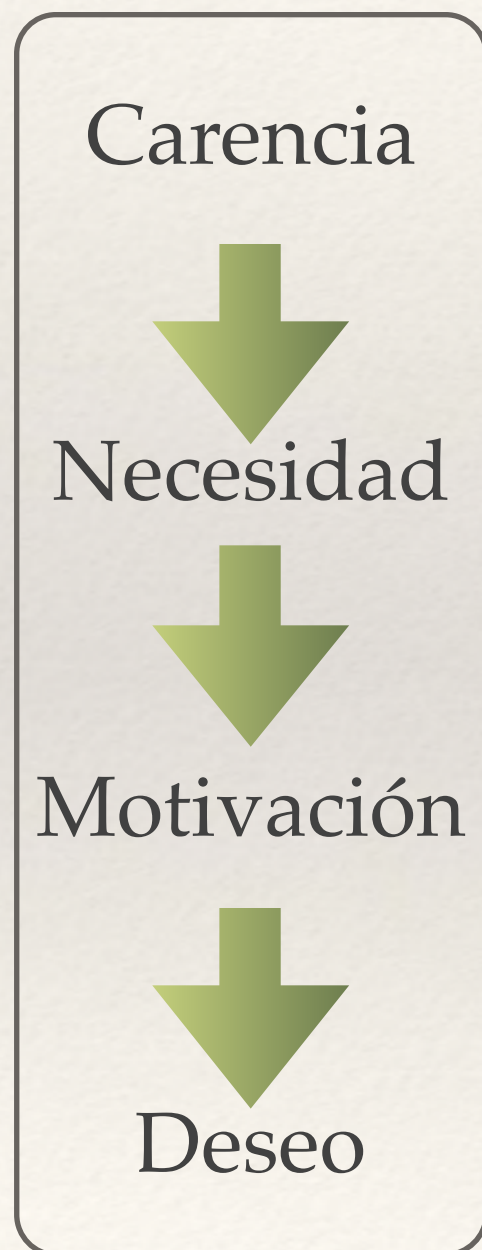
El reto es pues Crear Valor

$$V_p = B - C$$



El reto es pues Crear Valor

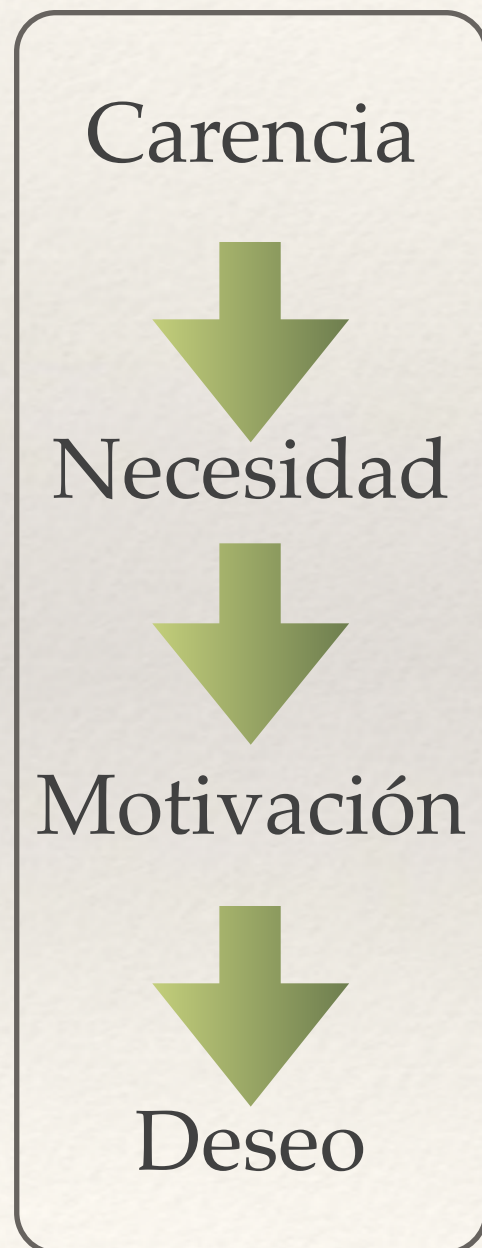
$$V_p = B - C$$



Pirámide
de
Maslow
Desde 1943

El reto es pues Crear Valor

$$V_p = B - C$$



FISIOLÓGICAS

El reto es pues Crear Valor

$$V_p = B - C$$

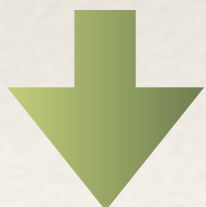
Carencia



Necesidad



Motivación



Deseo

SEGURIDAD



El reto es pues Crear Valor

$$V_p = B - C$$

PERTENENCIA

Carencia



Necesidad



Motivación



Deseo



El reto es pues Crear Valor

$$V_p = B - C$$

ESTIMA

Carencia



Necesidad



Motivación



Deseo



El reto es pues Crear Valor

$$V_p = B - C$$

AUTORREALIZACION

Carencia



Necesidad



Motivación

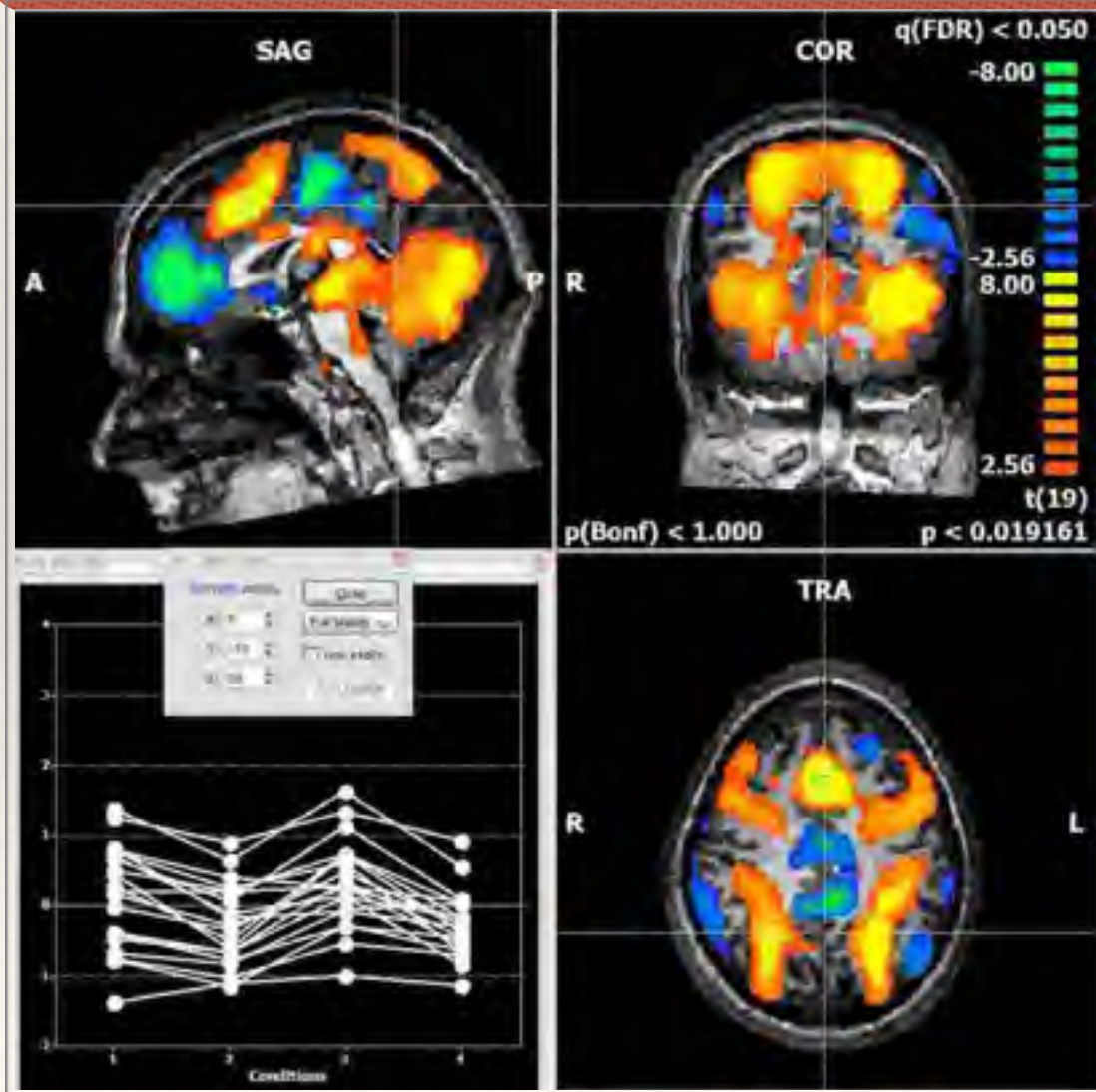


Deseo



El encuentro de las artes

NEUROCIENCIA

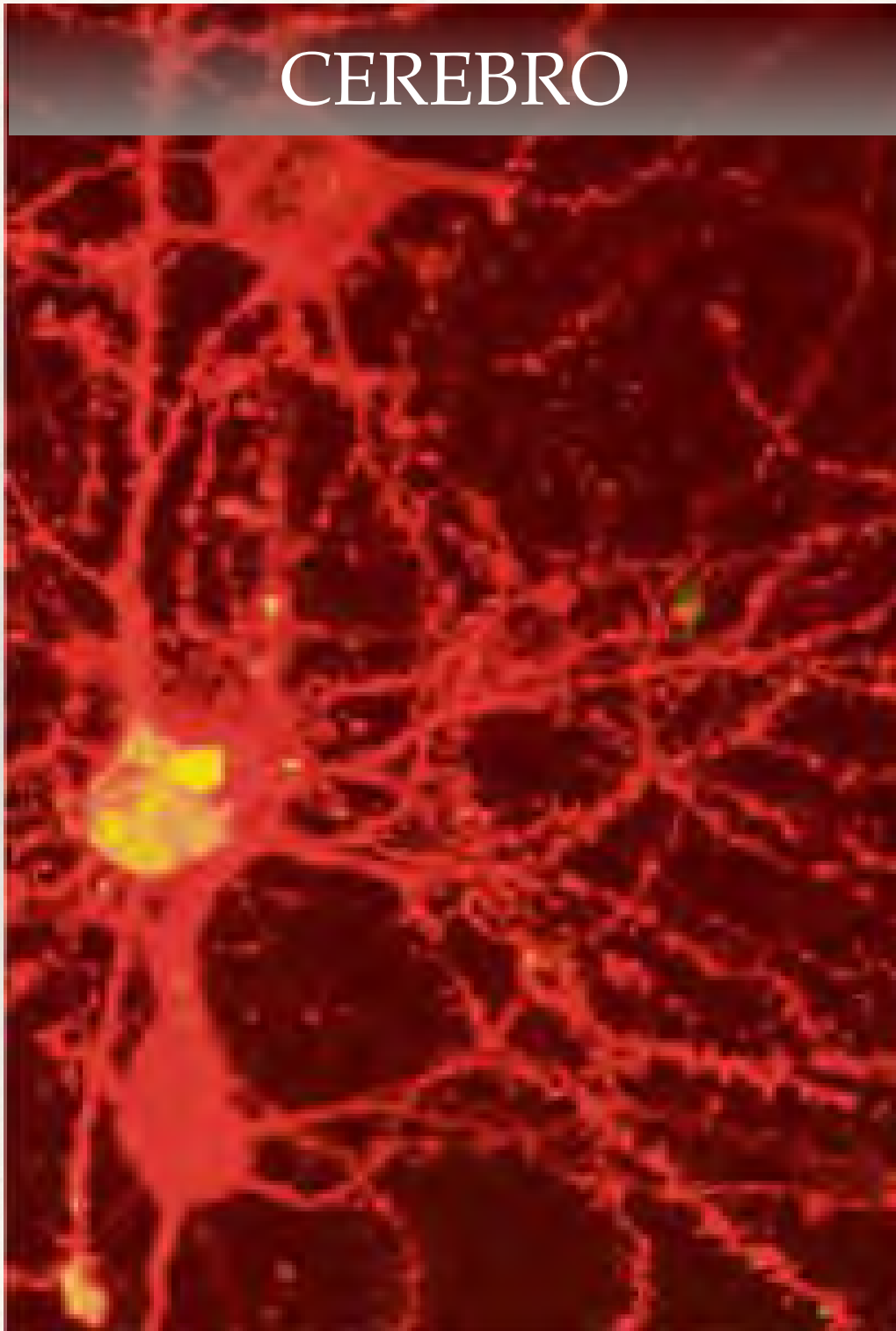


ESTRATEGIA Y PLANIFICACION



NEUROCIENCIA

CEREBRO



UNIVERSO



Por que sabemos mas del cosmos que de nuestro cerebro



La imagen por resonancia Magnética se inventó en 1995 y en estos 15 años hemos aprendido mas de nuestro cerebro que en toda la historia de la humanidad



El telescopio se descubrió hace 400 años, y durante los 15 años posteriores aprendimos mas del cosmos que durante toda la historia de la humanidad

EL CEREBRO

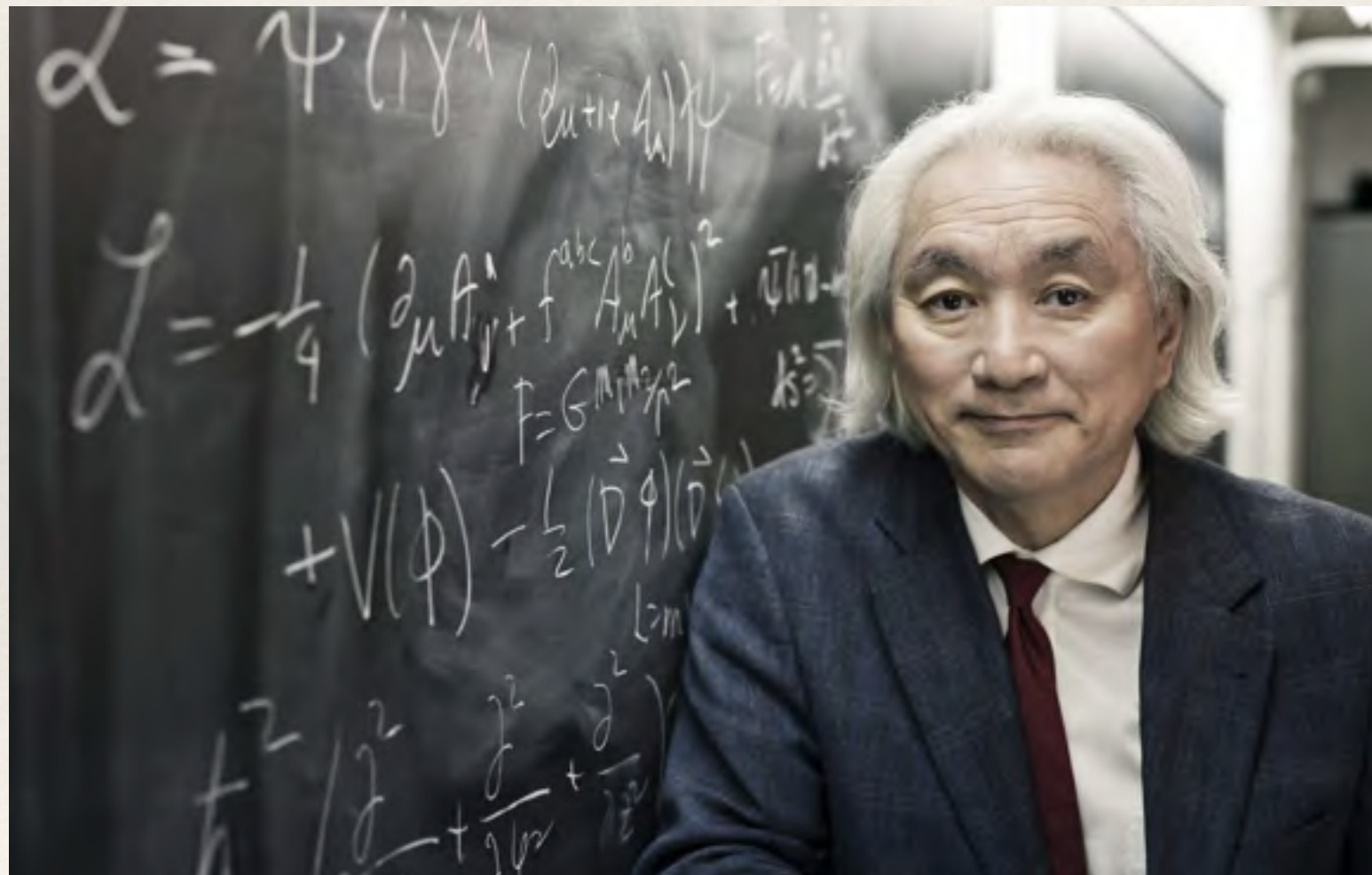
"El cerebro es Mas grande que el cielo
si los pones uno contra otro
el primero contiene
con holgura al segundo. Y a ti a su lado"



Emily Dickinson

EL CEREBRO

"El cerebro pesa alrededor de kilo y medio, sin embargo es el objeto mas complejo del sistema solar,..... es el 2% del peso corporal y consume un 20% de nuestra energía corporal..... el 80% de nuestros genes codifican características del cerebro "



Michio KaKu

EL CEREBRO

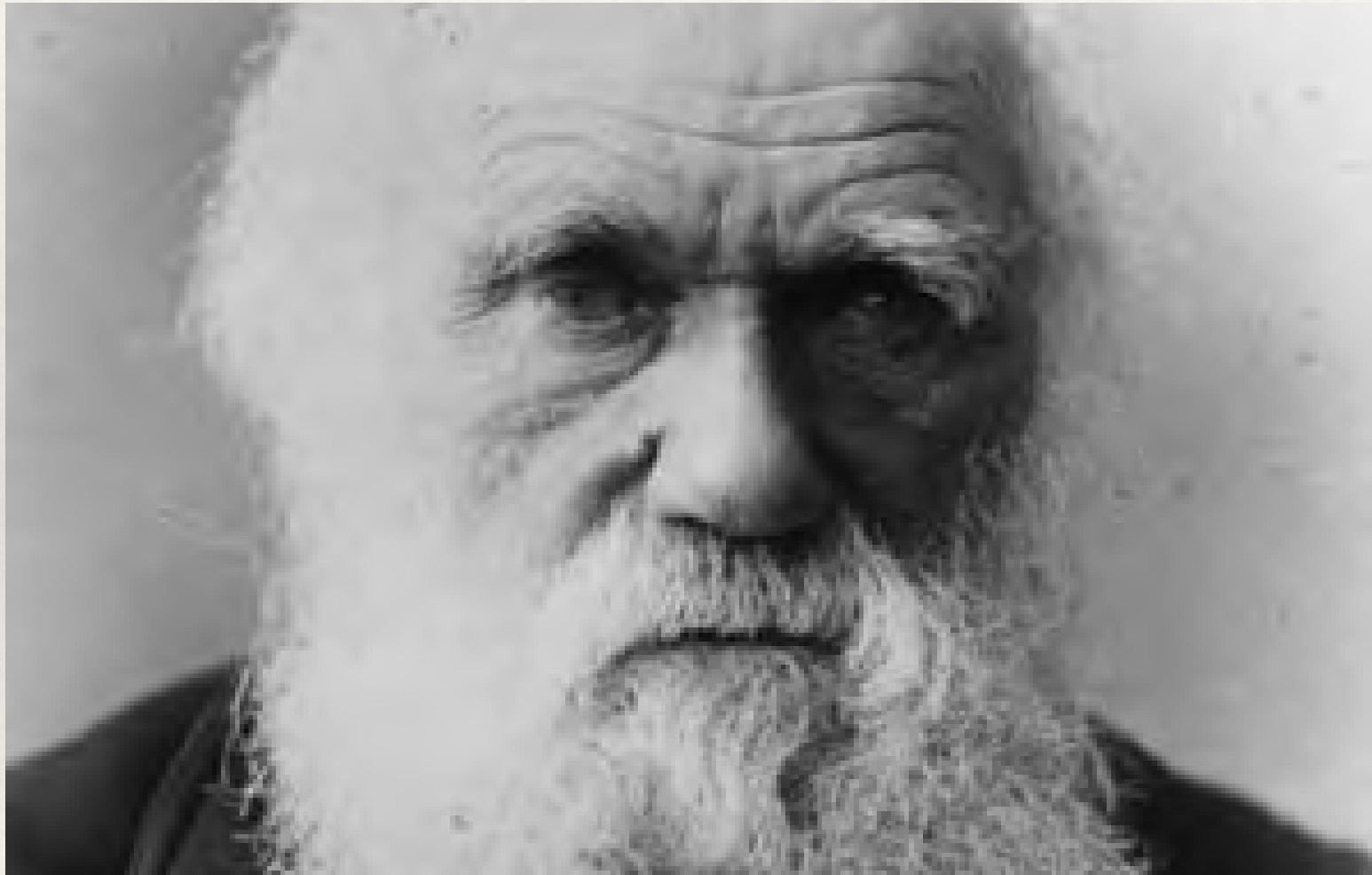
"Mi premisa fundamental sobre el cerebro es que su funcionamiento - eso que a veces denominamos mente - es consecuencia de su anatomía y fisiología, y de nada mas"



CARL SAGAN

EL CEREBRO

La ignorancia genera más confianza que el conocimiento. Son aquellos que poco saben, y no aquellos que más saben, quienes tan positivamente afirman que este o aquel problema nunca será resuelto por la ciencia.”



CHARLS DARWIN

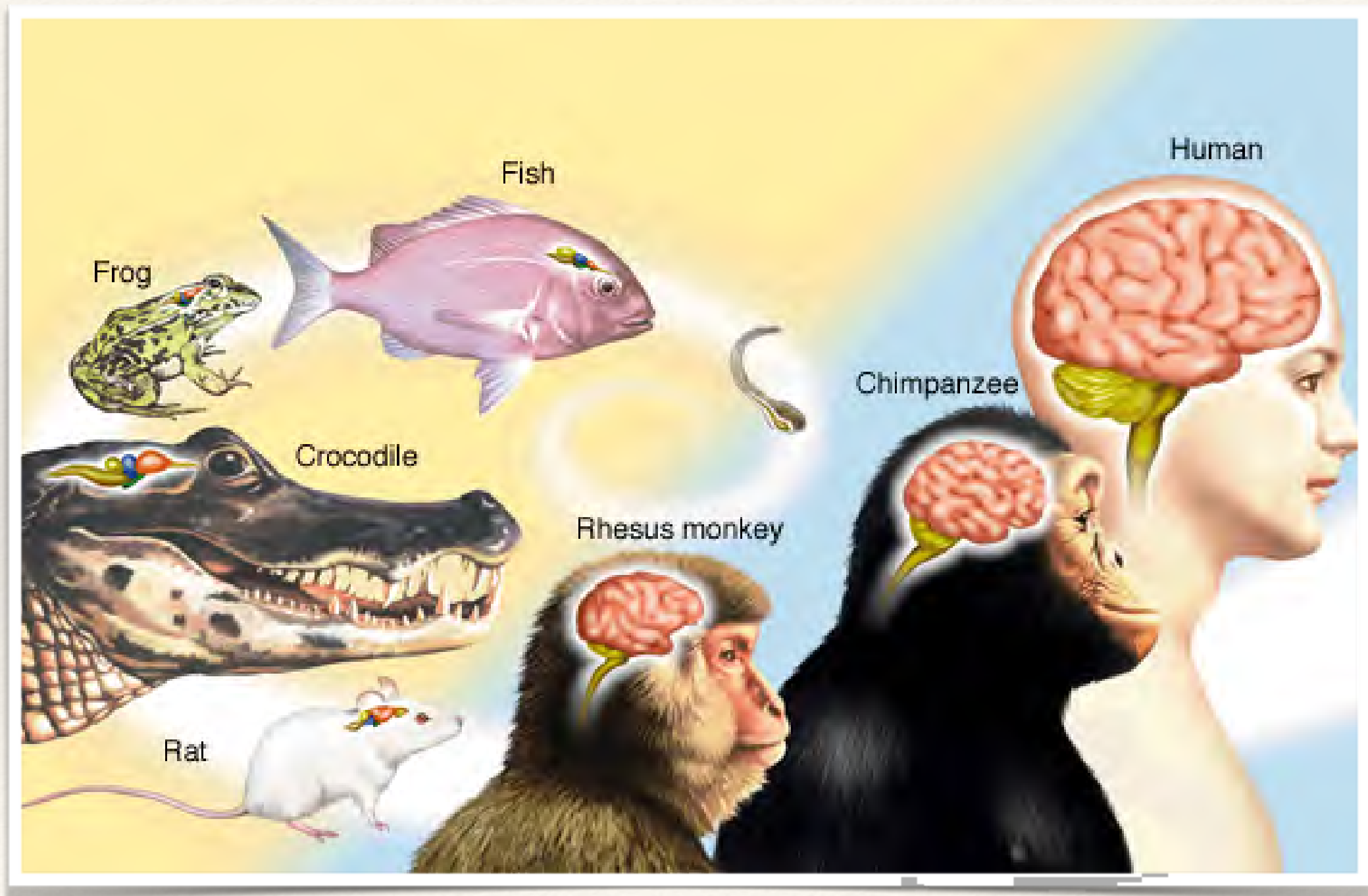
EL CEREBRO

Un mono americano, después de emborracharse de brandy, nunca más lo tocaría, y esto es mucho más sabio de lo que harían la mayoría de hombres”



CHARLS DARWIN

Principio de la evolución orgánica



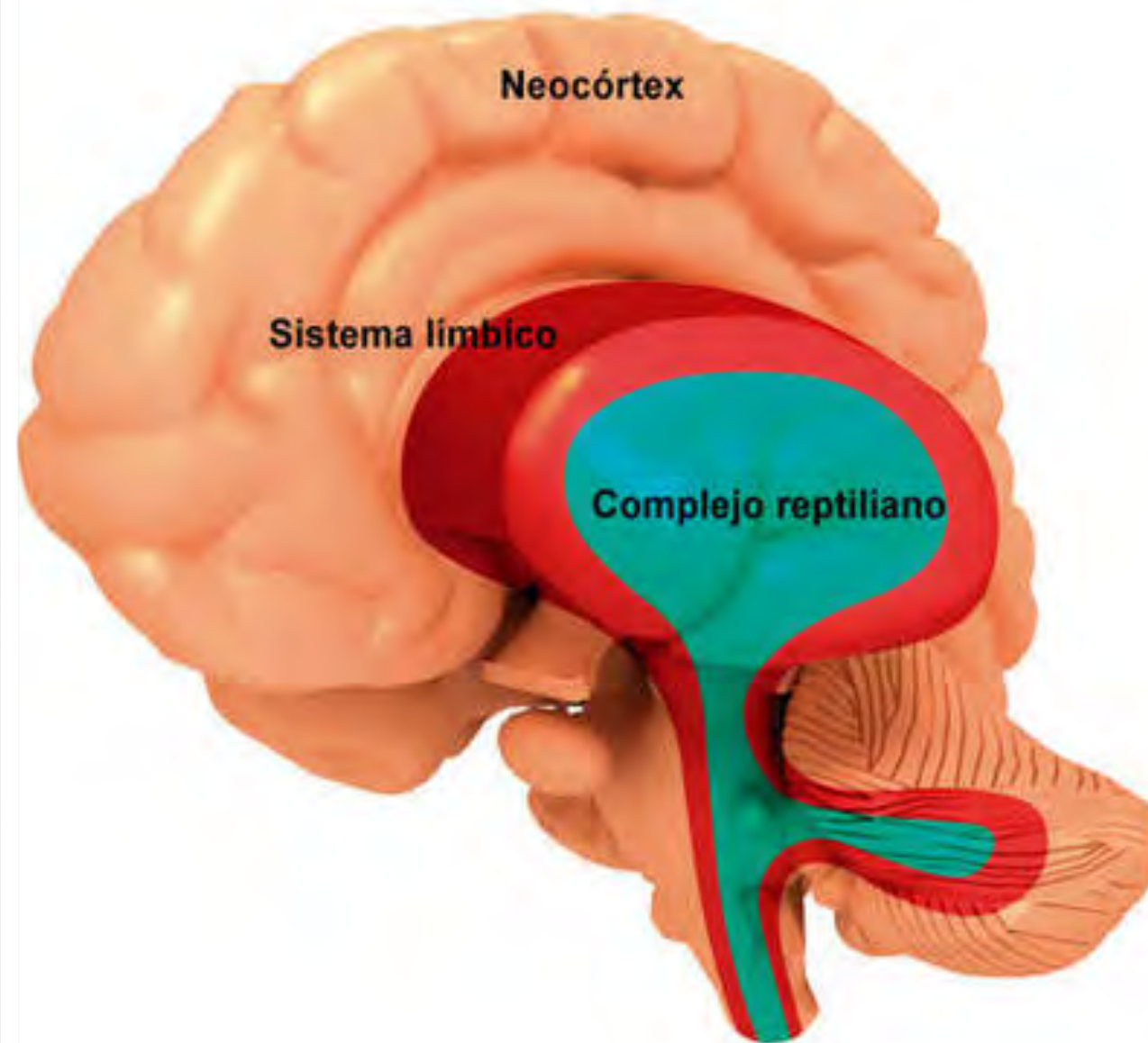
El resultado la teoría del cerebro triuno

LENGUAJE

Expresión Verbal

Sentimientos

Corporal,
Impulsos



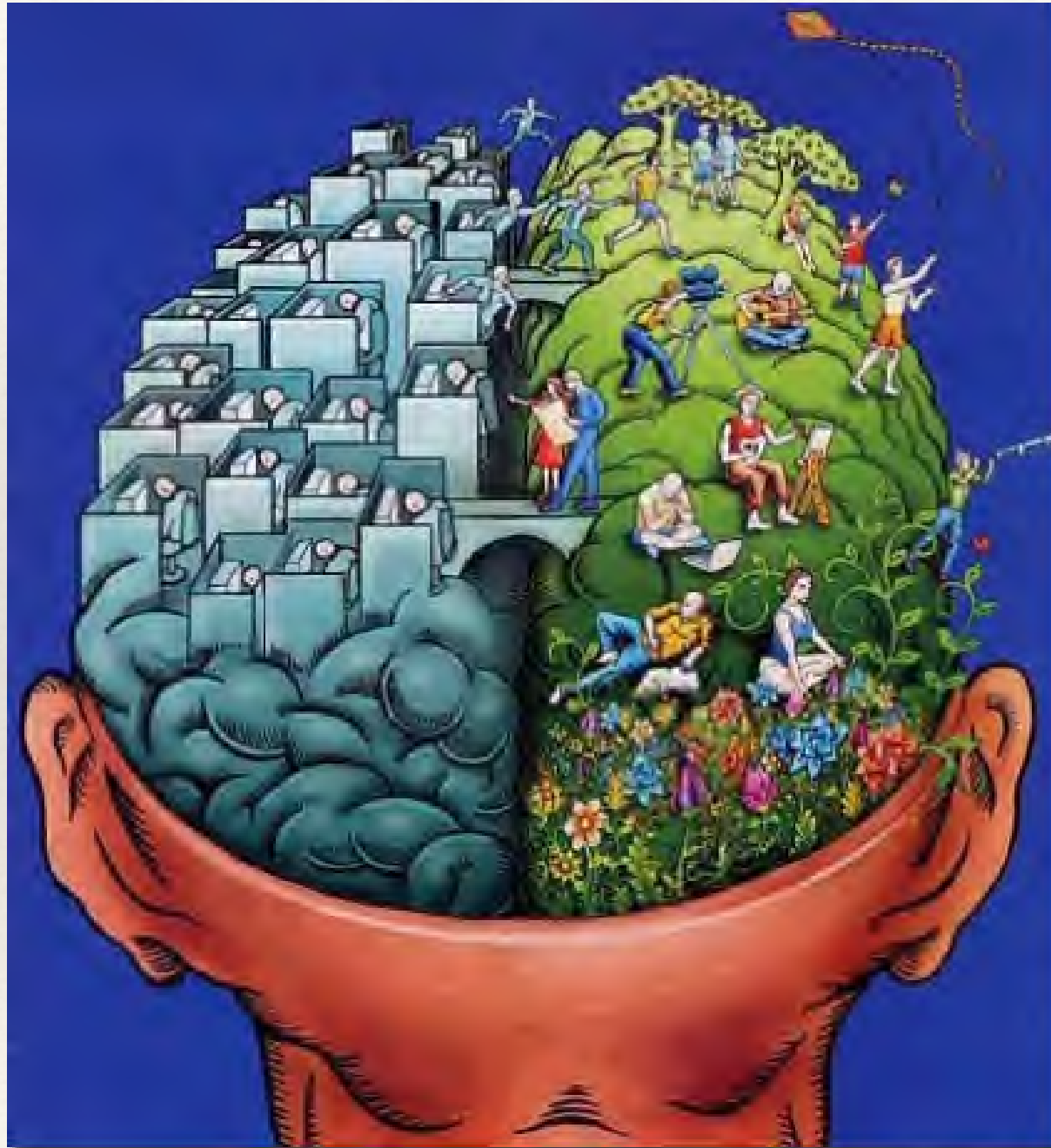
FUNCION

Intelectuales,
pensamiento,
conciencia de si
sueños , creaividad
Experiencias
emocionales,
memoria implícita
Personalidad

Respuestas
instintivas.
Defensa

Los dos hemisferios del Neocortex

ANALITICO
PRECISO
LOGICO
NUMERICO



CREATIVO
IMAGINATIVO
SOÑADOR
CONCEPTUAL
PENSAMIENTO
HOLISTICO

Le eterna lucha interna

Extra extra la ciencia ha descubierto que un diablito y un angelito si se paran en nuestros hombros



Los impulsos eléctricos que generan felicidad

Cerebro Primate
(Neocortex)

Es feliz cuando
Aprende, cuando
se anticipa a una
recompensa
futura, cuando se
conecta a
propósitos mas
elevados

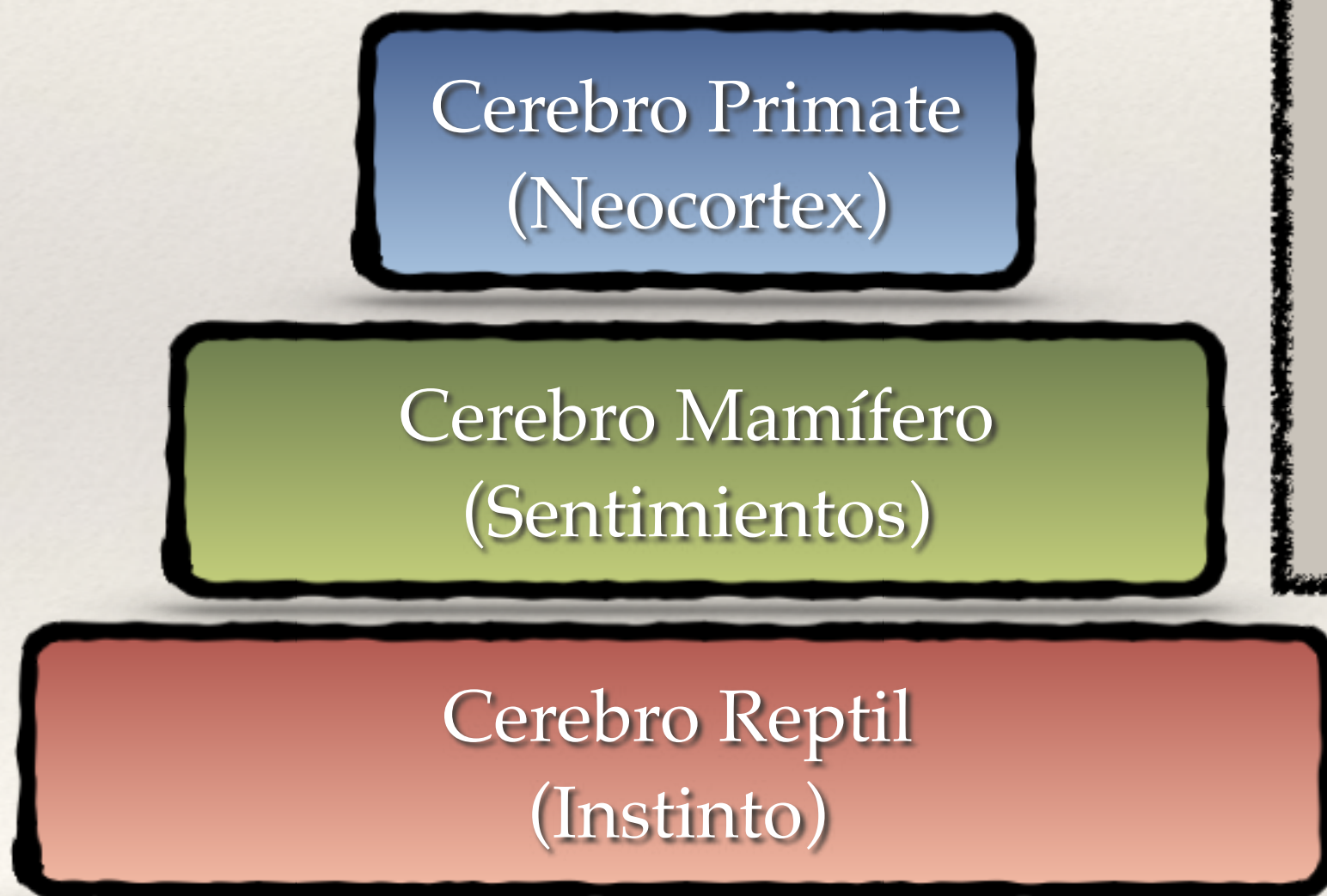
Cerebro Mamífero
(Sentimientos)

Es feliz cuando
genera vínculos,
cuando se le
genera confianza,
al desarrollar
vínculos sociales,
cuando mejora su
status.

Cerebro Reptil
(Instinto)

Cuando está a
salvo de los
peligros

Los impulsos eléctricos que generan felicidad



Pirámide
de
Maslow
Desde 1943

**YA NO PODEMOS HABLAR
DE TANGIBLES,
TODOS SON
INTERPRETACIONES
METACONCIENTES.**

Las ondas en el Neuro marketing

Es hora de utilizar nuestros
conocimientos astrofísicos y aplicarlos al
mercadeo.... Fácil, no?



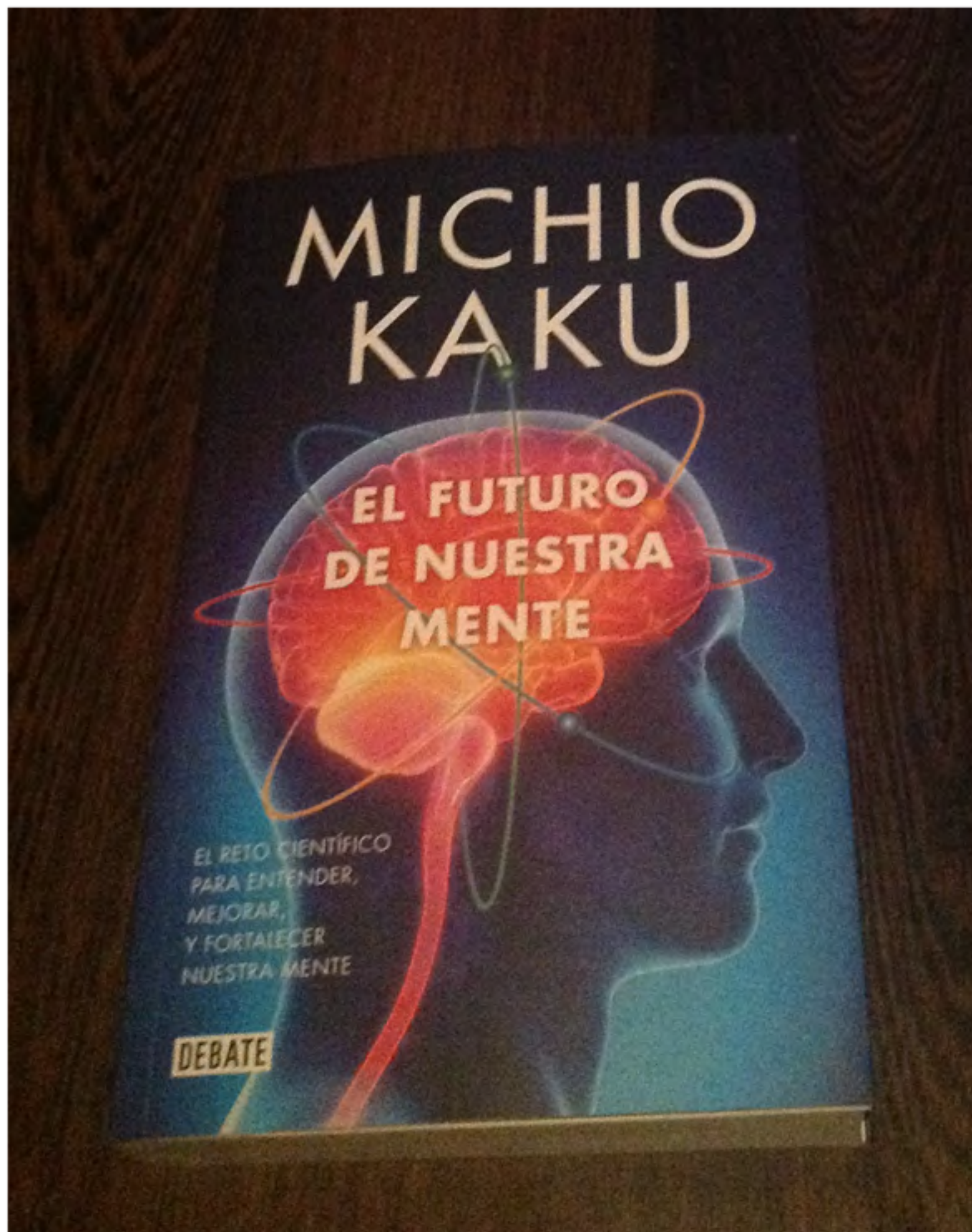
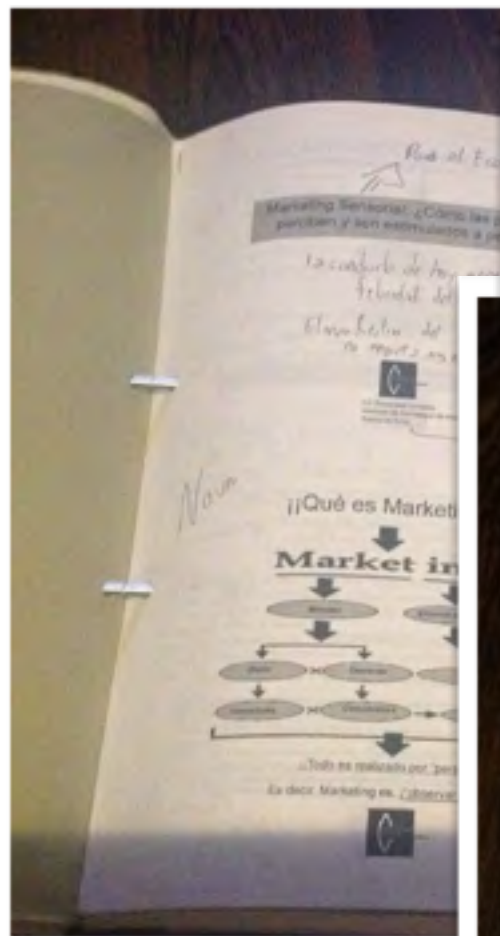
Entre lo que pienso,
Lo que quiero decir,
Lo que creo decir,
Lo que digo,
Lo que quieres oír,
Lo que oyes,
Lo que crees entender,
Lo que quieres entender,
Lo que entiendes,
Existen nueve posibilidades
de no entenderse.



Entre estos dos hay química

Los sentidos con mayor credibilidad para los tres cerebros no son precisamente los mas fáciles de utilizar para mercadear.





“Quien conozca el funcionamiento de la mente humana, no solo lograra conquistar el mundo, si no que tendrá la posibilidad de controlarse a si mismo”

–Andrés Díaz

