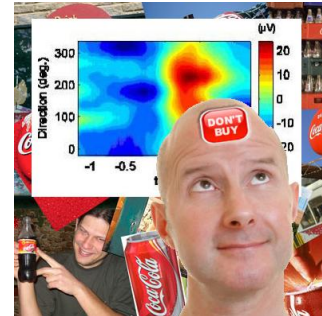


## PROGRAMA EJECUTIVO DE FORMACIÓN E IMPLANTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE NEUROMARKETING

- *¿Cuáles son las necesidades profundas que mueven la conducta de sus clientes?*
- *¿Qué razones existen detrás de sus requerimientos?*
- *¿Cómo procesan la información sensorial que reciben?*
- *¿Cuáles son los elementos dominantes en la toma de decisiones sobre precios, productos, comunicaciones y canales?*
- *¿Cómo se miden sus respuestas emocionales?*



Pioneros a nivel mundial en la aplicación de las neurociencias a la gestión profesional y organizacional, y socios de nuestros clientes en el desarrollo e implementación de estrategias que generen ventajas competitivas y oportunidades de negocios, hemos creado un servicio que se integra y complementa con dos partes que forman una misma unidad y están orientadas a alcanzar un mismo objetivo:

*Suministrar conocimientos sobre las nuevas herramientas de neuromarketing e implementarlas en empresas y organizaciones de todo tipo y tamaño.*

### Parte I

#### Formación ejecutiva

**Seminario-taller teórico práctico intensivo sobre las nuevas herramientas derivadas de la aplicación de neuromarketing.**

Dirigido a todas las áreas relacionadas con los aspectos clave de la estrategia comercial: departamento de marketing, investigación de mercados, publicidad, relaciones públicas, promoción y canales de comercialización, entre otros.

Beneficios:

- Los participantes incorporarán en forma práctica los conceptos del neuromarketing para su posterior implementación en la empresa de la que forman parte. Esta actividad gira en torno al análisis de casos concretos.
- Se estudiarán las principales variables que componen una estrategia comercial desde el enfoque del neuromarketing: necesidades de los clientes, comportamiento de compra, targeting, inteligencia de negocios, branding y posicionamiento.
- Se incorporarán herramientas para definir las estrategias operativas de producto, precios, canales y comunicaciones desde el enfoque de neuromarketing.

## CONTENIDOS

### Módulo 1

- ◆ Nuevos paradigmas: por qué es necesario migrar desde el marketing hacia el neuromarketing.
- ◆ Neurociencias aplicadas: cómo se investigan los mecanismos cerebrales que determinan el posicionamiento de productos, servicios y marcas.
- ◆ Insight: cómo utilizar el potencial del cerebro para desarrollar una gestión efectiva y, al mismo tiempo, propiciar la innovación y la creatividad en el área comercial.

### Módulo 2

- ◆ Neurociencia cognitiva y afectiva: su aplicación al estudio de las necesidades y comportamiento del cliente.
- ◆ Neuromarketing research: nuevas técnicas para investigar el mercado.
- ◆ Targeting: de la segmentación a la neurosegmentación: cómo detectar las diferencias que se reflejan en las personas y definir parámetros de segmentación en forma eficaz.

### Módulo 3

- ◆ Percepción: mecanismos cerebrales que determinan el posicionamiento de productos, servicios y marcas.
- ◆ Perfiles multineurosensoriales: cómo se construyen y aplican.
- ◆ Antropología sensorial: aplicaciones en neuromarketing.



### Módulo 4: Aplicaciones

- ◆ Neuromarketing Mix
  - Diseño de productos y servicios: técnicas multineurosensoriales.
  - Estrategias de precio: el aporte de la neuroeconomía al conocimiento y conquista del mercado.
  - Estrategias de comunicaciones, marca y posicionamiento en la era de las neuroaplicaciones.
  - Casos: los hallazgos de las organizaciones de avanzada.

## Parte II

### Plan de intervención e implantación del neuromarketing en la organización

**Consultoría e implantación de cambios y procesos en las áreas comerciales de la organización, así como en sus estamentos paralelos (agencias de publicidad, marketing e investigación de mercados, según el caso).**

Este servicio comprende un conjunto de acciones para abordar la problemática habitual con metodologías de avanzada y, a su vez, contribuir al desarrollo de capacidades propias que permitan a las empresas enfocar sus estrategias en el marco de los nuevos paradigmas surgidos a partir de neuromarketing, entre ellos:

- Nuevas técnicas para la definición de productos y servicios.
- Rediseño de locales comerciales (neuromarketing sensorial).
- Colaboración con las agencias de publicidad para incorporar conceptos de neuromarketing en la definición de sus propuestas.
- Estrategias de precios.
- Estrategias de comunicaciones.
- Estrategias de canales.
- Estrategias de branding y posicionamiento.



Ofrecemos nuestros conocimientos y la experiencia de más de 30 años asesorando, capacitando y ayudando al éxito de las empresas a través de un equipo de profesionales altamente especializado en las áreas de marketing, management, investigación de mercados y recursos humanos.