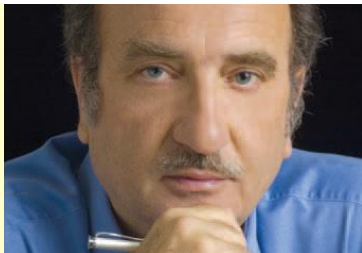


Seminario intensivo

NEUROMARKETING

Estrategias de avanzada para mejorar la performance del área comercial y desarrollar negocios exitosos



nestor@braidot.com
www.nestorbraidot.com

Con más de veinte años de investigación sobre el funcionamiento del cerebro humano, tras la publicación de sus exitosas obras: Neuromarketing, Neuroeconomía y Negocios, Venta Inteligente y Neuromanagement, y ante el lanzamiento en España de su esperada obra, Neuromarketing, en este ciclo intensivo el Dr. Néstor Braidot entrenará a los participantes en la aplicación de las neurociencias al desarrollo de estrategias comerciales de avanzada.

¿Cuáles son las verdaderas razones que determinan la conducta de compra? ¿Cuáles son los estímulos sensoriales que debe contener un producto para aumentar la satisfacción del cliente?

¿Qué estímulos debe contener un comercial para lograr un mayor grado de impacto? ¿Cuál debe ser el nivel de repetición en cada medio para que una campaña sea efectiva?

¿Cuál es la mejor estrategia con respecto al precio? ¿Cómo se puede seducir a los clientes para que permanezcan más tiempo en un punto de venta, aumenten su volumen de compras y regresen?

El neuromarketing suministra un conjunto de herramientas que permiten responder con un mayor grado de certeza muchas de las preguntas que siempre nos hicimos. Se trata de una evolución sin precedentes, de enormes posibilidades de aplicación para las organizaciones que deseen estar a la vanguardia en el abordaje del mercado.

Beneficios para los participantes

- ◆ Incorporar conocimientos sobre los mecanismos cerebrales que determinan la percepción de los clientes, como así también sus decisiones cuando eligen productos, servicios, formas y lugares de compra.
- ◆ Interiorizarse sobre el alcance y aplicación de los estímulos multineurosensoriales en las estrategias de marketing: productos, servicios, precios, comunicaciones y canales (diseño de puntos de venta).
- ◆ Desarrollar, en el ámbito de la organización de la que forman parte, las capacidades necesarias para investigar el mercado con nuevas metodologías, segmentarlo y diseñar estrategias de marketing efectivas en el marco de la neurociencia cognitiva y la neurociencia afectiva.

Metodología:

- ◆ La exposición se realizará de forma dinámica, complementando los conceptos teóricos con investigaciones y casos reales.
- ◆ Se utilizarán técnicas visuales, auditivas y kinestésicas,
- ◆ Se propiciará la interacción y debate sobre los temas abordados, como así también sobre las técnicas neurocientíficas y su campo de aplicación.

Temario

Módulo 1

- ◆ Nuevos paradigmas: por qué es necesario migrar desde el marketing hacia el neuromarketing.
- ◆ Las neurociencias en las empresas: cómo se investigan los mecanismos cerebrales que determinan el posicionamiento de productos, servicios y marcas.
- ◆ Análisis de casos.

Módulo 2

- ◆ ¿Qué es el cerebro? Estructura anatómica y funcional, procesamiento de la información.
- ◆ El cerebro dividido: la importancia del conocimiento sobre los hemisferios cerebrales en las estrategias de neuromarketing.
- ◆ Sistemas de percepción: la construcción cerebral de la realidad (productos, servicios, marcas y puntos de venta).

Módulo 3

- ◆ Neurofisiología de las necesidades humanas.
- ◆ Neurociencia cognitiva y afectiva: su aplicación al estudio de las necesidades y comportamiento del cliente.
- ◆ Motivación: mecanismos y sistemas cerebrales de recompensa.

Módulo 4

- ◆ Targeting: de la segmentación a la neurosegmentación.
- ◆ Mercados: conceptos de avanzada.
- ◆ Neurosegmentación: cómo detectar las diferencias que se reflejan en las personas y definir parámetros de segmentación en forma eficaz.

Módulo 5

- ◆ Inteligencia de negocios: por qué debemos pasar de la investigación a la neuroinvestigación de mercados.
- ◆ Validez y confiabilidad de la información: técnicas tradicionales vs. técnicas neurocientíficas.
- ◆ Monitoreo estratégico de la información.

Módulo 6

- ◆ Neurociencias aplicadas al diseño de productos.
- ◆ Rol de la marca en la estrategia de neuromarketing.
- ◆ Perfiles multineurosensoriales: cómo se construyen y aplican en las decisiones sobre productos, marca y posicionamiento.

Módulo 7

- ◆ Rol de los canales en la estrategia integrada de neuromarketing.
- ◆ *Retail trade*: construcción y aplicación de perfiles multineurosensoriales.
- ◆ Neurociencias aplicadas al diseño y ambientación de puntos de contacto con el cliente.

Módulo 8

- ◆ De la comunicación a la neurocomunicación.
- ◆ Realidades subjetivas: productos, servicios y marcas como juego de imágenes.
- ◆ La Venta Inteligente.

Módulo 9

- ◆ Realidades objetivas: aplicaciones de lo aprendido en las empresas.
- ◆ Análisis de casos.
- ◆ Debate.

Sobre el expositor

Conferencista, catedrático, empresario, consultor y escritor, **Néstor Braidot** es pionero en la aplicación de las neurociencias a la actividad organizacional, el liderazgo, la educación y el aprendizaje.

Luego de más de veinte años de actuación como directivo en distintas organizaciones, creó y dirige el Grupo Braidot, un equipo consultor interdisciplinario con sedes en Europa e Hispanoamérica, y el Brain Decision Braidot Centre, un instituto de investigaciones de gran prestigio internacional en el desarrollo y aplicación de las neurociencias a diferentes actividades.

Actualmente, se desempeña en Europa como catedrático en la Universidad de Salamanca (España), investigador y profesor invitado en varias universidades, entre ellas, Uppsala University Business School (Suecia), y conferencista en temas de su especialidad en varios países.

También ha sido distinguido como profesor consulto y visitante por otras universidades: Wirtschaftsuniversität Wien (Universidad de Economía de Viena (Austria), Centre de Développement du Management, Lyon Graduate School of Business, Lyon (Francia), Universidad de León, Universidad de Oviedo, Universidad de Santiago de Compostela, Universidad Autónoma de Madrid, Katholieke Universiteit of Leuven y Université Catholique de Louvain, Louvain-La-Neuve (Bélgica), Università Bocconi (Italia), y Université de Geneve (Suiza).

En Argentina, dirige su grupo consultor, aplicando en la economía y la empresa los conocimientos de las neurociencias con un enfoque interdisciplinario que potencia no solo la comprensión de los problemas, sino también el abordaje de sus soluciones. Simultáneamente, colabora y desarrolla trabajos e investigaciones con institutos de avanzada en neurociencias, entre ellos, la Universidad Favaloro, CEMIC y Fleni, y dirige el CINAP (Centro de investigaciones en neurociencias aplicadas y prospectiva) de la Universidad Nacional de la Plata.

Como escritor, y desde que publicó su primera obra, Marketing Total -que agotó siete ediciones en menos de tres años-, se convirtió en un autor de consulta obligada para profesionales, docentes y alumnos. Sus libros Los que Venden, Comunicación Relacional, Nuevo Marketing Total, Pymes Latinoamericanas y Crisis Marketing han formado a varias generaciones de empresarios y ejecutivos, y a partir de 2005, con la publicación de dos de sus grandes obras: Neuromarketing, Neuroeconomía y Negocios y Venta Inteligente, provocó un cambio de paradigma, caracterizado por la incorporación de las neurociencias al mundo de las organizaciones.

En 2009, año de lanzamiento de sus obras Neuromanagement (en Argentina) y Neuromarketing (en Europa) es convocado por empresas, instituciones y centros académicos de prestigio internacional para explicar cómo estos avances están cambiando la conducción y gestión de organizaciones.

Esta trayectoria, caracterizada por un espíritu investigador, atento a las innovaciones y a la generación de nuevos conocimientos, tiene como base una sólida formación académica: Néstor Braidot es Doctor en Ciencias de la Administración, Máster en Economía, Licenciado en Administración de Empresas, Contador Público, Licenciado en Cooperativismo, Máster en Programación Neurolingüística y Trainer en Diseño Conductual. Actualmente, se encuentra profundizando sus investigaciones en los campos de la neurobiología y la neurociencia cognitiva en la Universidad Autónoma de Barcelona, España.