

Título del documento

Neuromarketing

Nombre del docente

Eliseo Mendoza Montero

Fecha de producción

13/ 12/ 2022

Lugar

Querétaro, Qro.

Programa educativo (Marque un solo programa con una X):

P4. TSU en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia - Intensivo

Nombre de la asignatura

Comportamiento del consumidor

Unidad Temática

1

Propósito

Que el alumno conozca los conceptos básicos del neuromarketing

Referencia (en formato APA):**Licencia Creative Commons:**

Pegue aquí la licencia



NEUROMARKETING

NEUROMARKETING

Término que combina:

«**neuro**» (neurociencia, que es la rama de la psicología que estudia los procesos mentales)

y «**marketing**» (estrategias que se llevan a cabo con el fin de obtener la atención del consumidor y que éste realice una compra).

El profesor **Ale Smidts**, quién introdujo el término **neuromarketing** en el 2002.

Técnica basada en una serie de métodos de investigación de la mente que permitían descubrir cómo funciona el subconsciente del ser humano en el momento de ver una publicidad



El neuromarketing es la práctica que utiliza la tecnología para medir la actividad cerebral de los consumidores.



CREATED USING

PWT

NEUROMARKETING

~~OPINIÓN DEL CLIENTE~~



?



TECNOLOGÍA



MEDIR EL INCONSCIENTE





ACCIÓN EMOCIONAL



JUSTIFICACIÓN RACIONAL

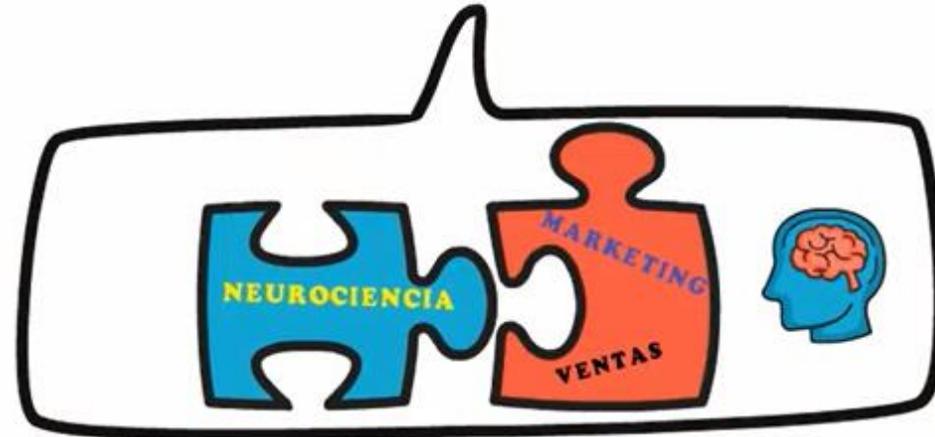
85 % DE LAS DECISIONES



INCONSCIENTE

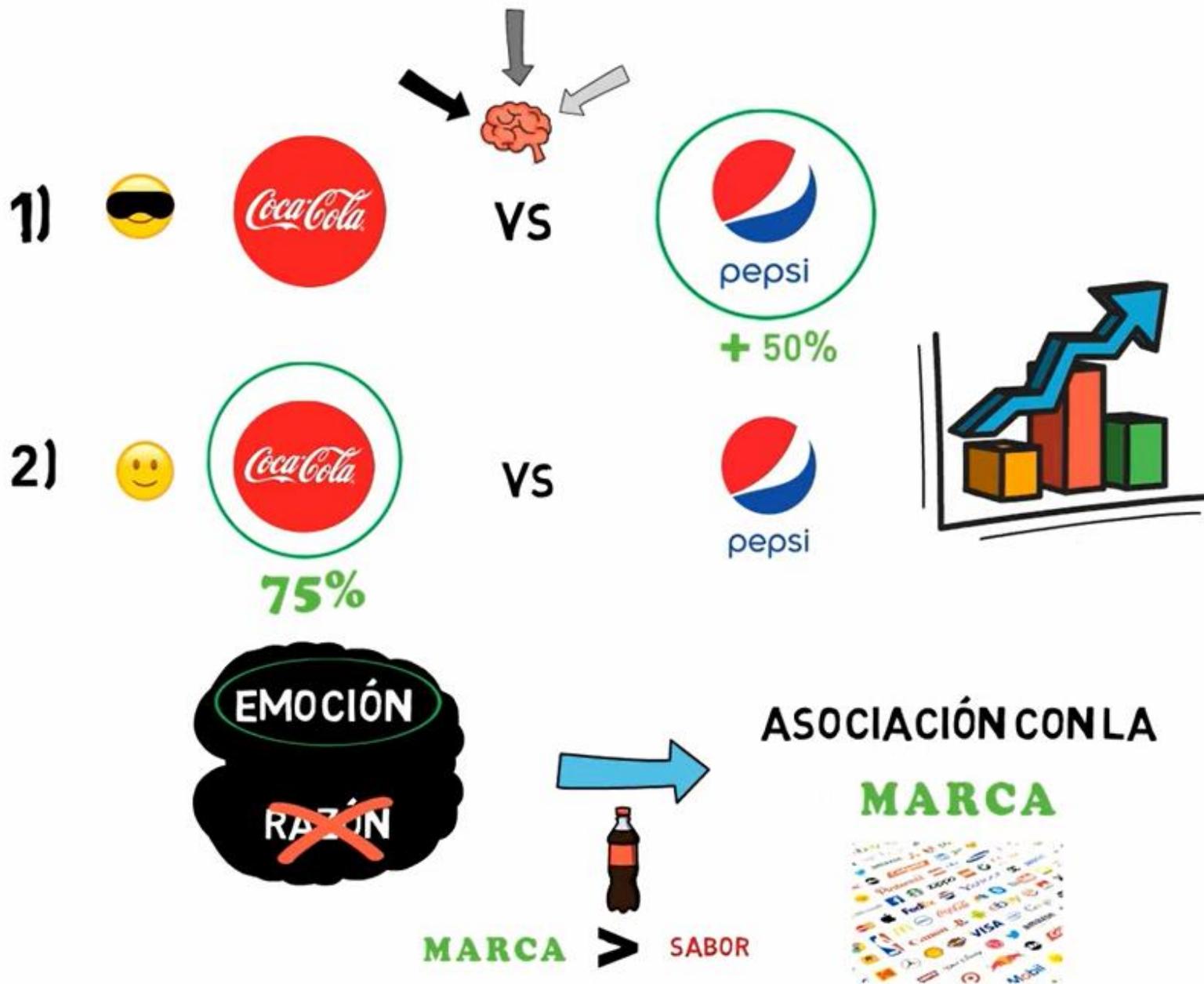


¿QUÉ ES EL NEUROMARKETING?



INFORMACIÓN OBJETIVA

2003: UN PUNTO DE INFLEXIÓN



EYE TRACKING



SEGUIMIENTO OCULAR

FIJO

MÓVIL



ELECTROENCEFALOGRAMA



ACTIVIDAD ELÉCTRICA DEL CEREBRO

- ✓ INFORMACIÓN EN DIRECTO
- ✓ A LA VEZ QUE EL EYE TRACKING

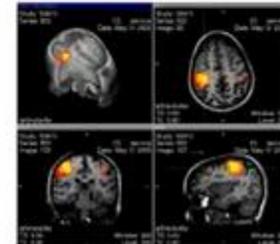


RESONANCIA MAGNÉTICA FUNCIONAL



INFORMACIÓN MUY PRECISA DEL CEREBRO

- ✗ COSTE
- ✗ INTRUSIVA
- ✗ INFORMACIÓN EN DIFERIDO
- ✗ NO SE PUEDE USAR CON OTRAS
- ✓ INFORMACIÓN MÁS PRECISA DE TODAS

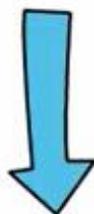


RESPUESTA GALVÁNICA DE LA PIEL



PRESIÓN SANGUÍNEA Y SUDORACIÓN

COMPLEMENTARIA A OTRAS



NO INDICA SI LA EMOCIONES

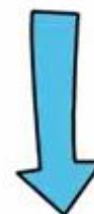


RESPUESTA GALVÁNICA DE LA PIEL



PRESIÓN SANGUÍNEA Y SUDORACIÓN

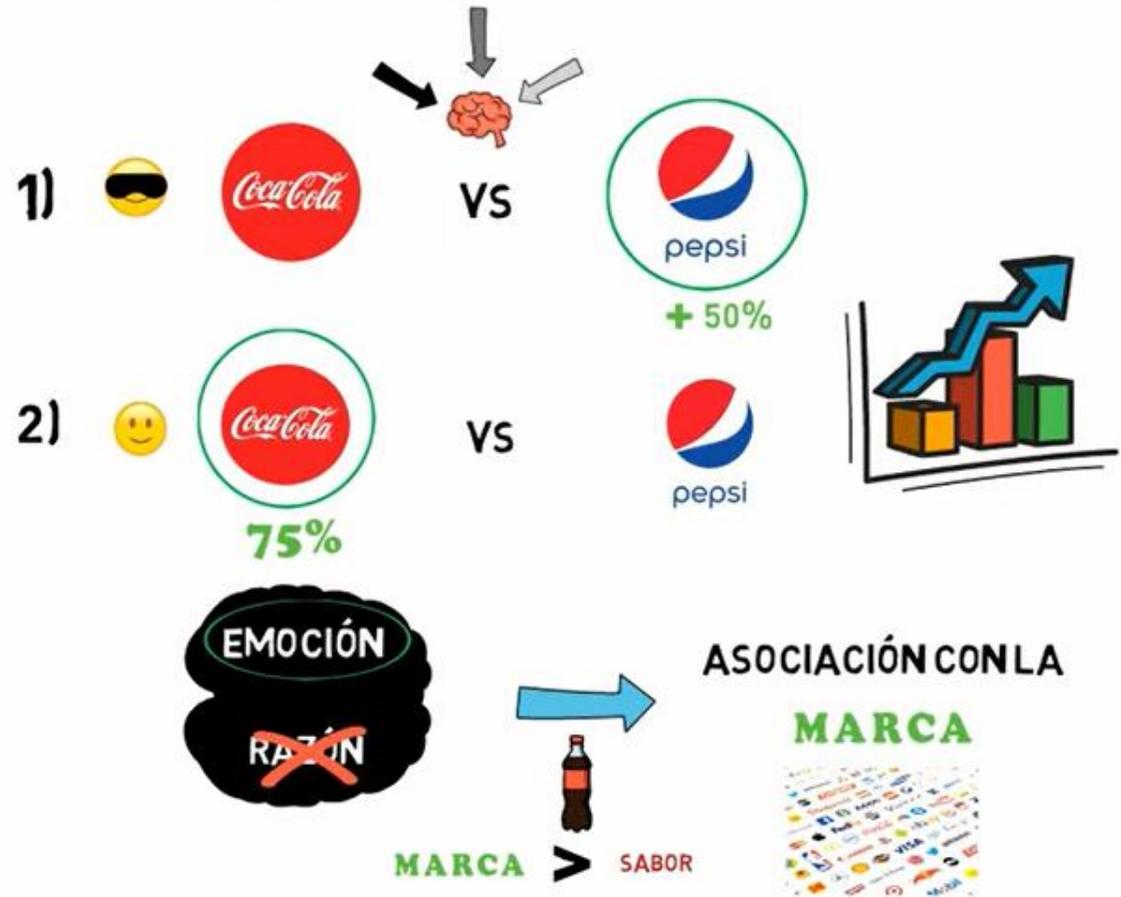
COMPLEMENTARIA A OTRAS



NO INDICA SI LA EMOCIONES



2003: UN PUNTO DE INFLEXIÓN



TÉCNICAS MÁS UTILIZADAS ACTUALMENTE



