

TIP 1 La importancia de la tipografía

TIP 2 Mensajes de venta para niños

TIP 3 Usa los verbos de acción

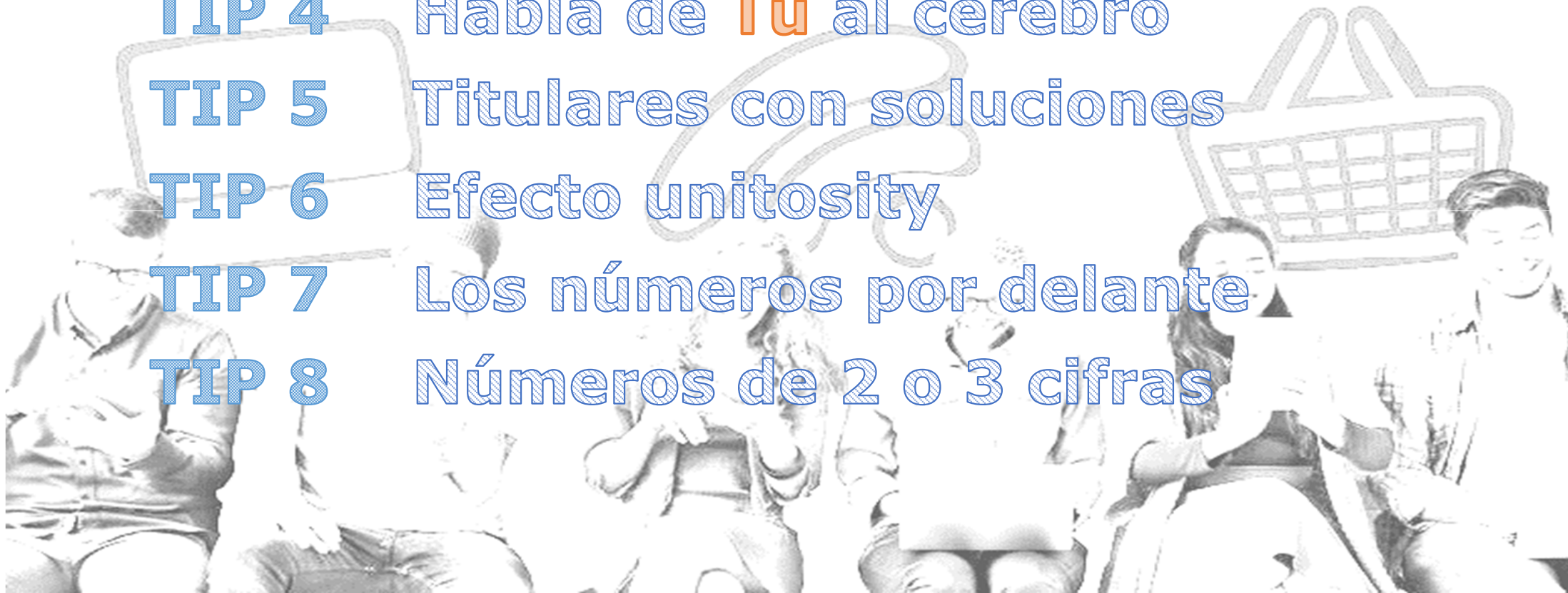
TIP 4 Habla de **Tu** al cerebro

TIP 5 Titulares con soluciones

TIP 6 Efecto unitosity

TIP 7 Los números por delante

TIP 8 Números de 2 o 3 cifras



TIP 9 La mayor por delante

TIP 10 Retos y desafíos

TIP 11 El principio de *neotenia*

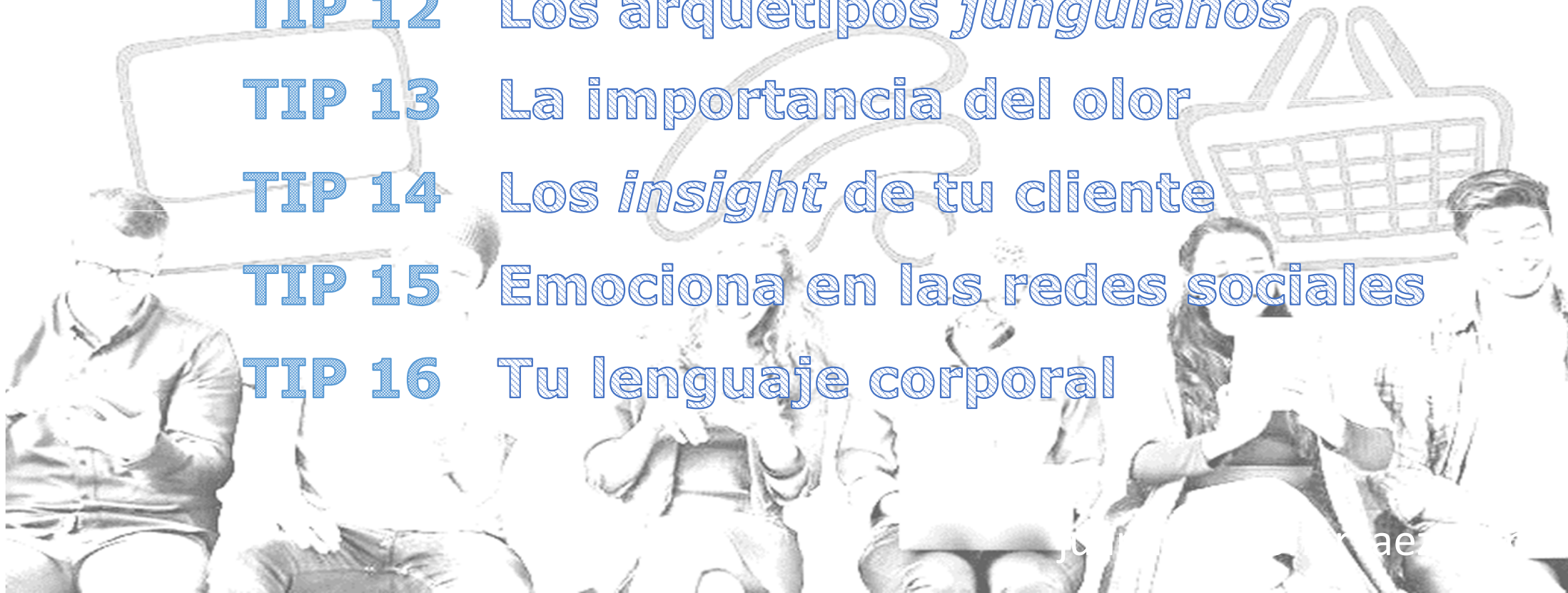
TIP 12 Los arquetipos *junguianos*

TIP 13 La importancia del olor

TIP 14 Los *insight* de tu cliente

TIP 15 Emociona en las redes sociales

TIP 16 Tu lenguaje corporal



TIP 17 La importancia de la palabra gratis

TIP 18 Tu cerebro necesita el contraste

TIP 19 Crea un ritual alrededor de tu producto

TIP 20 La magia del 3X2

TIP 21 La oferta señuelo

TIP 22 Asocia tu producto a una emoción
o a una experiencia





JUAN ANTONIO NARVAEZ
Neuromarketing Comercial 4.0



Ayudo a profesionales y empresas a mejorar su estrategia comercial, para incrementar sus ventas y consolidar sus equipos de trabajo.







JUAN ANTONIO NARVAEZ
Neuromarketing Comercial 4.0

[INICIO](#) [CONTACTO](#) [MENTORING](#) [EVENTOS](#) [BLOG](#) [ACERCA DE](#) [CURSOS](#) [▼](#) [🔍](#)

CURSO DE HERRAMIENTAS

En 2017 implanta la estrategia con la que más nuevos
clientes puedes captar:

El márketing de contenidos

Más información

TALLER DE NEUROENTRENAMIENTO 100% ON LINE PARA TU
DEPARTAMENTO COMERCIAL





**¿CÓMO HABLAR AL 95% DEL CEREBRO
NO CONSCIENTE DE TU CLIENTE?**

juanantonionarvaez.com





50 cm/h

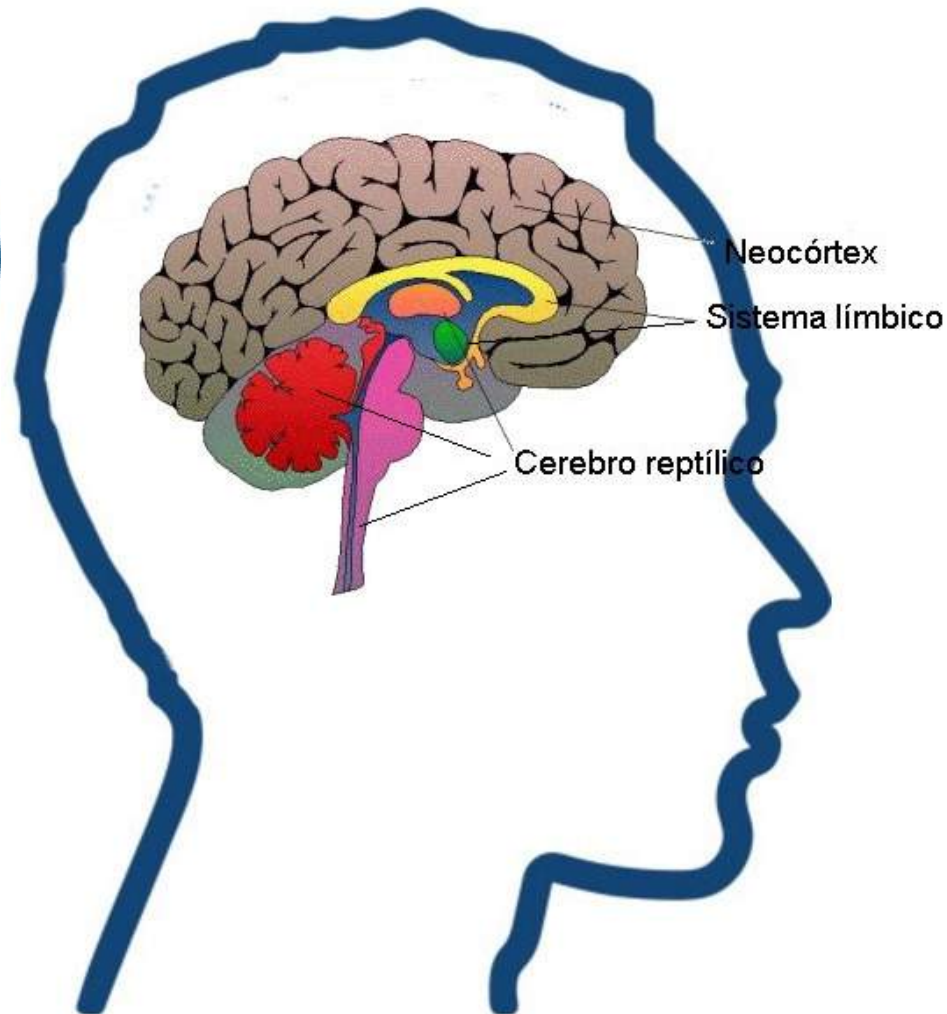
CEREBRO CONSCIENTE



12.500 Km/h

CEREBRO INCONSCIENTE

CEREBRO TRIUNO



Neocortex:

Raciocinio. Reflexión.

Cerebro límbico:

Emociones.
Percepción no consciente.

Cerebro reptiliano:

Instinto. Supervivencia.

EMOCIÓN

SENTIMIENTO



juanantonionarvaez.com

Senses



Ut enim ad minim veniam,
quis nostrud exercitation
ullamco laboris nisi ut
aliquip ex ea commodo
consequat.



Ut enim ad minim veniam,
quis nostrud exercitation
ullamco laboris nisi ut
aliquip ex ea commodo
consequat.



Ut enim ad minim veniam,
quis nostrud exercitation
ullamco laboris nisi ut
aliquip ex ea commodo
consequat.



Ut enim ad minim veniam,
quis nostrud exercitation
ullamco laboris nisi ut
aliquip ex ea commodo
consequat.



Ut enim ad minim veniam,
quis nostrud exercitation
ullamco laboris nisi ut
aliquip ex ea commodo
consequat.

juananton

HAY MUCHA CIENCIA DETRÁS DEL NEUROMARKETING



NEUROMARKETING

MARKETING DE

CONTENIDOS

TIP 1

La importancia de la tipografía

Indulgencia Tentación

Indulgencia Tentación



TIP 1 La importancia de la tipografía

ROBOTO: Para webs dedicadas a público masculino. Sencilla y directa. Llama a la acción.
Nivel social medio

Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.

GLORIA HALLELUJAH: Enfocada a público juvenil. Sobre el que predomina la lógica y frialdad frente al sentimiento. Apego hacia el pasado y tendencia a confrontar los cambios.



Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.

TIP 3
TIP 3

Usa los verbos de acción

entretener

acelerar

avanzar

mejorar conseguir

alcanzar

construir

empezar

conquistar

transformar



TIP 4 Habla de **Tu** al cerebro
Lib 4

egoísta

Tu



TIP 5 Titulares con soluciones

10 maneras para conseguir llegar a final de mes



TIP 6 Efecto unitosity

Los números mayores son más atractivos en situaciones orientadas al futuro

Cuotas de 150,00 € al mes, durante 24 meses

Cuotas de 150,00 € al mes, durante 2 años



TIP 7 Los números por delante

1000 películas que tiene que ver antes de morir

11 manera de mejorar tu dieta

10 sitios que visitar del Madrid de los Austrias

Tu cerebro percibe de una forma directa cualquier titular que tenga una cifra numérica por delante



TIP 8 Números de 2 o 3 cifras

10 consejos para llegar a fin de mes

Atraen mucho más los números con dos o tres cifras, que los que contienen una o más de tres.



TIP 9 La mayor por delante

40 entradas a 4 euros cada una
4 euros por cada una de las 40 entradas

Nuestro cerebro percibe mayor beneficio si colocamos primero la cifra más alta



TIP 10 Retos y desafíos

Lib 10

¿ ERES CAPAZ DE
APRENDER INGLÉS EN
10 DÍAS?



TIP 11 El principio de *neotenia*

L1b IT



TIP 12 Los arquetipos *junguianos*



TIP 13 La importancia del olor

Lib T3

Recordamos

40% de lo que olemos.

10% de lo que vemos.

6% de lo que oímos.

5% de lo que tocamos.



TIP 13 La importancia del olor

Scent marketing

El olfato humano puede que palidezca en comparación con el de muchos animales. Sin embargo, es un sentido muy sugestionable.



TIP 14 Los *insight* de tu cliente



TIP 15 Emociona en las redes sociales



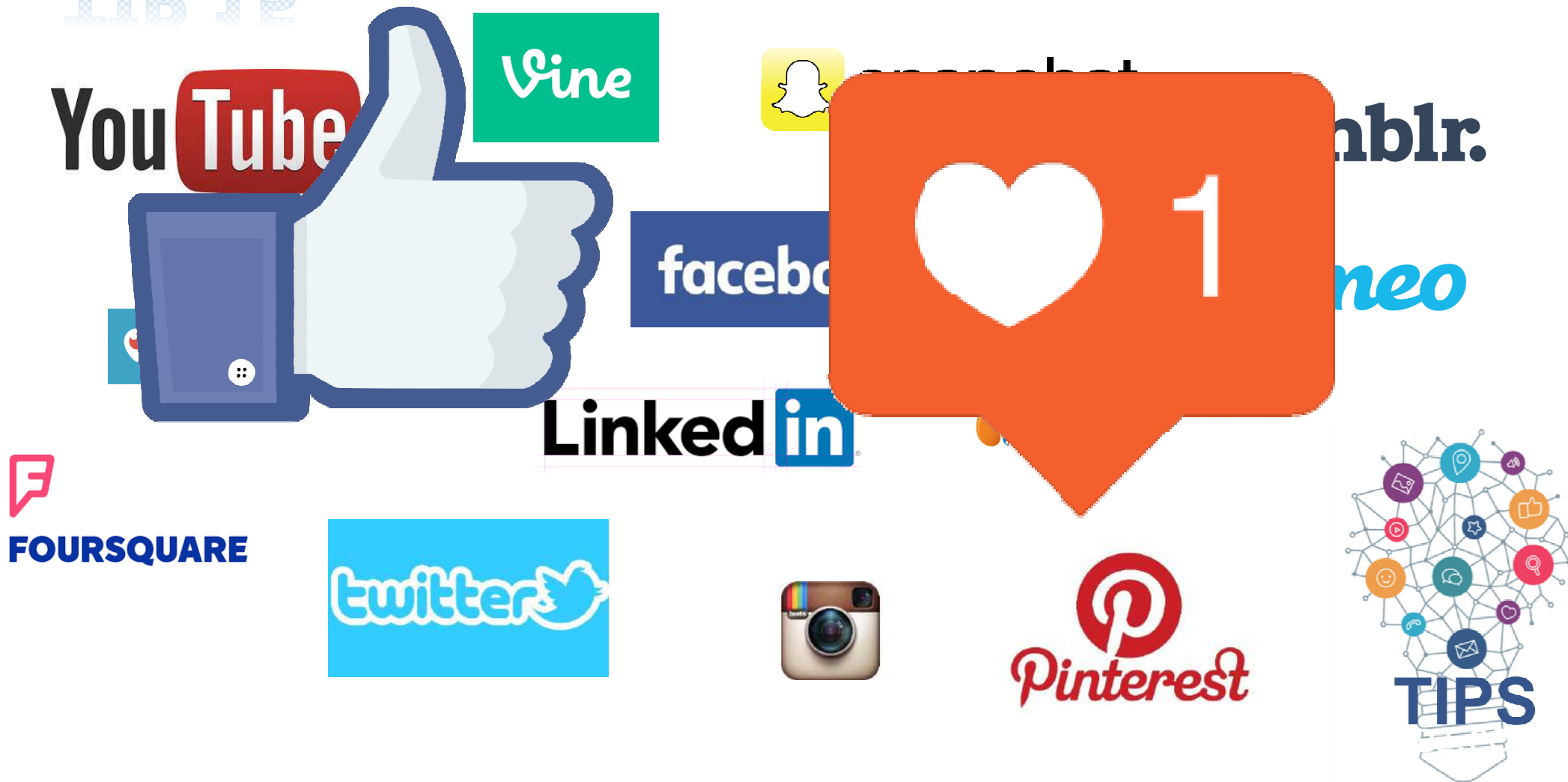
tumblr.



vimeo



TIP 15 Emociona en las redes sociales



TIP 16 Tu lenguaje corporal

15 % lo que dices

30 % el tono, el sonido de tu voz

55 % el lenguaje corporal



TIP 17 La palabra gratis

Dos grupos de sujetos vieron estas dos ofertas:

Oferta 1

1\$ Chokolatina de alta calidad (89%)
0,9\$ Chokolatina normal (11%)

Oferta 2

0,10\$ Chokolatina de alta calidad (2%)
GRATIS Chokolatina normal (98%)



Tu cerebro necesita decidir
comparando respecto a algo

TIP 18 Tu cerebro necesita el contraste



150,00 \$



250,00 \$



TIP 19 Crea un ritual alrededor de tu libro producto



TIP 19 Crea un ritual alrededor de tu libro producto



TIP 20 La magia del 3X2

Lib 50

3x2

OFERTAS

REBAJAS
SÓLO EN TU TIENDA

3X2

en toda la
sección rebajas

3x2

Alójese 3 noches y pague solo 2

Oferta válida todo el año (excepto en temporada alta)



TIP 21 La oferta señuelo

Dos grupos de sujetos vieron estas dos ofertas:

Oferta 1

59\$ Suscripción sólo a Internet (68)

125 \$ Suscripción a Internet y a la versión impresa (32)

Ingresos previstos 8.012 \$

Oferta 2

59\$ Suscripción sólo a Internet (16)

125 \$ Suscripción sólo a la versión impresa (0)

125 \$ Suscripción a Internet y a la versión impresa (84)

Ingresos previstos 11.444 \$



TIP 21 La oferta señuelo

Dos grupos de sujetos vieron estas dos ofertas:

Oferta 1

59\$ Suscripción sólo a Internet (68)

125 \$ Suscripción a Internet y a la versión impresa (32)

Ingresos previstos 8.012 \$

Oferta 2

59\$ Suscripción sólo a Internet (16)

125 \$ Suscripción sólo a la versión impresa (0)

125 \$ Suscripción a Internet y a la versión impresa (84)

Ingresos previstos 11.444 \$



TIP 21 La oferta señuelo

Lib ST

VIAJE A ROMA + Desayuno	450,00 €
VIAJE A ROMA	450,00 €
VIAJE A PARIS + Desayuno	450,00 €

TIP 21 La oferta señuelo



COCTELES

MARGARITA	7,10€
MARGARITA SABORES Fresa, Tamarindo, Mango, Jamaica.	6,05€
MOJITO	6,05€
PIÑA COLADA	5,90€
DAIQUIRI	5,90€
DAIQUIRI DE SABORES Fresa, Mango, Plátano.	6,00€
CONGA (sin alcohol)	4,85€
TEQUILA SUNRISE	5,90€
CAIPIRNHA/ CAIPIROSKA	5,90€
BLOODY MARY	5,55€
PALOMA	5,90€
VAMPIRO	5,65€
CUCARACHA	5,65€
MARTÍN	5,40€
NEGRO	5,90€

REFRESCOS

MORDIDA'S CÓCTEL (sin alcohol)	4,85€
JARRA DE MARGARITA	21,00€
JARRA DE MARGARITA DE SABORES Fresa, Tamarindo, Mango, Jamaica.	22,00€
JARRA DE DAIQUIRI	17,40€
JARRA DE DAIQUIRI DE SABORES Fresa, Tamarindo, Mango, Plátano.	17,50€
AGUAS REFRESCANTES Horchata, Tamarindo, Jamaica, Fresa, Plátano, Sandía.	3,15€
LIMONADA	3,15€
ZUMOS Mango, Guayaba, Melocotón, Piña, Naranja, Tomate.	2,90€
BATIDOS Fresa, Plátano, Vanilla, Chocolate	3,70€
GENERAL	2,25€
COLA	2,95€
FANTA	2,95€

VINOS

FIESTAS CUMPLEAÑOS

MEJORES PARA FIESTAS CUMPLEAÑOS

TIP 22 Asocia tu producto a una emoción o a una experiencia

Deja de mirar a tu empresa y a tu producto

Mira a tu cliente ESCÚCHALE

Cambia la perspectiva de tu visión

Asocia una experiencia a tu producto

**Genera un marketing de contenidos
alrededor de esta experiencia**



JUAN ANTONIO NARVAEZ

Neuromarketing Comercial 4.0

