Fórmate Sin Coste
info@formatesincoste.com
Tfno: 956 074 222/655 617 059
Fax: 956 922 482

MATRICÚLESE

Neuromarketing y psicología del cliente

Duración: 60 horas

Coste Bonificable: 420 €

Modalidad: Online

Objetivos

El objetivo de este curso es comprender los fundamentos del neuromarketing y su relación con la neurociencia, el comportamiento del consumidor y el marketing tradicional. Analizar cómo el cerebro humano procesa la información del marketing aplicado, incluyendo la atención, emoción, memoria y cómo el neuromarketing influye en la decisión de compra del Cliente, así como aplicar los principios del neuromarketing en estrategias comerciales y publicitarias para aumentar la efectividad de campañas, productos y marcas, se definen en este contenido formativo.

CONTENIDOS

1 Introducción al neuromarketing

1.1 Qué es el neuromarketing

1.2 Breve historia y evolución

1.3 Aplicaciones prácticas para empresas

1.4 Ética del neuromarketing

1.5 Neuromarketing y tipos de atención

1.6 Cuestionario: Introducción al neuromarketing

2 Fundamentos de la psicología del consumidor

2.1 Cómo toman decisiones los consumidores

2.2 Sistema 1 y Sistema 2 - Pensar rápido, pensar despacio

2.3 Procesos emocionales y racionales en la compra

2.4 Factores que influyen en el comportamiento del consumidor

2.5 El rol del contexto y el entorno en la toma de decisiones

2.6 Cuestionario: Fundamentos de la psicología del consumidor

3 El cerebro del consumidor

3.1 Principios básicos de neurociencia aplicados al marketing

3.2 Cerebro reptiliano, límbico y neocortex

3.3 Atención, memoria y percepción en el proceso de compra

3.4 Neuroplasticidad y aprendizaje del consumidor

3.5 Cuestionario: El cerebro del consumidor

4 Activadores emocionales de compra

4.1 El poder de las emociones en la toma de decisiones

4.2 Tipos de emociones que impulsan el consumo

4.3 Estrategias para activar emociones en el punto de venta

4.4 Emociones negativas y su potencial estratégico

4.5 Cuestionario: Activadores emocionales de compra

5 Estímulos sensoriales y neuroventas

5.1 Marketing sensorial - vista, oído, olfato, gusto y tacto

5.2 Crear experiencias de compra memorables

5.3 Aplicaciones asequibles en puntos de venta físicos y digitales

5.4 Bases biológicas de los sentidos y su respuesta emocional

5.5 Cuestionario: Estímulos sensoriales y neuroventas

6 Técnicas de comunicación persuasiva

6.1 El arte de contar historias storytelling

6.2 Uso de metáforas, anclajes y lenguaje emocional

6.3 Copywriting efectivo - Motivar al cliente a la acción

6.4 Construyendo confianza y credibilidad a través de la comunicación persuasiva

6.5 Cuestionario: Técnicas de comunicación persuasiva

7 Estrategias de precios y percepción de valor

7.1 Psicología del precio

7.2 Cómo presentar ofertas y promociones estratégicas
7.3 Valor percibido vs valor real
7.4 Psicología del descuento y trampas cognitivas del consumidor
7.5 Cuestionario: Estrategias de precios y percepción de valor

8 Aplicación en canales digitales
8.1 Neuromarketing en redes sociales
8.2 Publicidad digital emocionalmente inteligente
8.3 Neuromarketing aplicado a webs, emails y e-commerce
8.4 Algoritmos emocionales y personalización digital
8.5 Cuestionario: Aplicación en canales digitales

9 Plan de acción para pymes
9.1 Diagnóstico inicial Qué podemos mejorar
9.2 Creación de un plan de acción personalizado
9.3 Seguimiento y evaluación del plan
9.4 Cultura emocional interna en pymes
9.5 Cuestionario: Plan de acción para pymes

10 Experimentos hallazgos y figuras clave del neuromarketing
10.1 Experimentos históricos que cambiaron la forma de entender al consumidor
10.2 Investigadores clave y sus aportes al neuromarketing
10.3 Casos emblemáticos en publicidad y sus efectos en el cerebro del consumidor
10.4 Aplicaciones reales y aprendizaje para pymes
10.5 Cuestionario: Experimentos, hallazgos y figuras clave del neuromarketing
10.6 Cuestionario: Cuestionario final