



Adriana González Gil

Responsable de Comunicaciones
Investigadora en Neuromarketing

ma:
com



TWITTER: @ADRI_GG

WWW.MASTERMARKETINGUPV.COM

ADRIANA@MACOM.UPV.ES



Escenario Empresarial S XXI

ma:
com



Times Sq

Broadway

Times Square-42 Street
Subway Station

NQBS 1237

2012
TOSHIBA

GREAT
TIMES
ARE
WAITING

ma.
com

MARY POPPINS
MARY POPPINS

War
Horse

HEART
WASSALLI

OUTRAGEDUS FUN!

Disney

ROXY
WELLSTESSEN

AL

AI

DAM

PLRACE

REGAL

VIRGIL'S

PREMIER



MARINA
PALA?

NASDAQ

JUST
WORK
If You Can Get It

SONY
RESTORED ABO

NEW 42nd STREET STATION

EMERGENCY DISCHARGE OVER AIRTRAMA FACEBOOK COMMENT

CHRIS TARDIA

MARCO'S

JERSEY BOYS

BL
WORTH

La mayoría de los usuarios no miran lo que parece publicidad, tanto si lo es como si no

Jakob Nielsen, experto en usabilidad

6

ma:
com

ma.
com



ma.
com



**¿Qué
tienen en
común?**

ma:
com

Beatriz Vera

Diseñadora
32 años



**Manuel
Gutiérrez**
Médico
26 años



11

ma:
com

12



Andrés Marín

Abogado
29 años

ma.
com

María Gil
Arquitecto
27 años



13

ma:
com

14



Luis Galván
Ingeniero
34 años

ma.
com



ma.
com



COST

EFFICIENCY

QUALITY





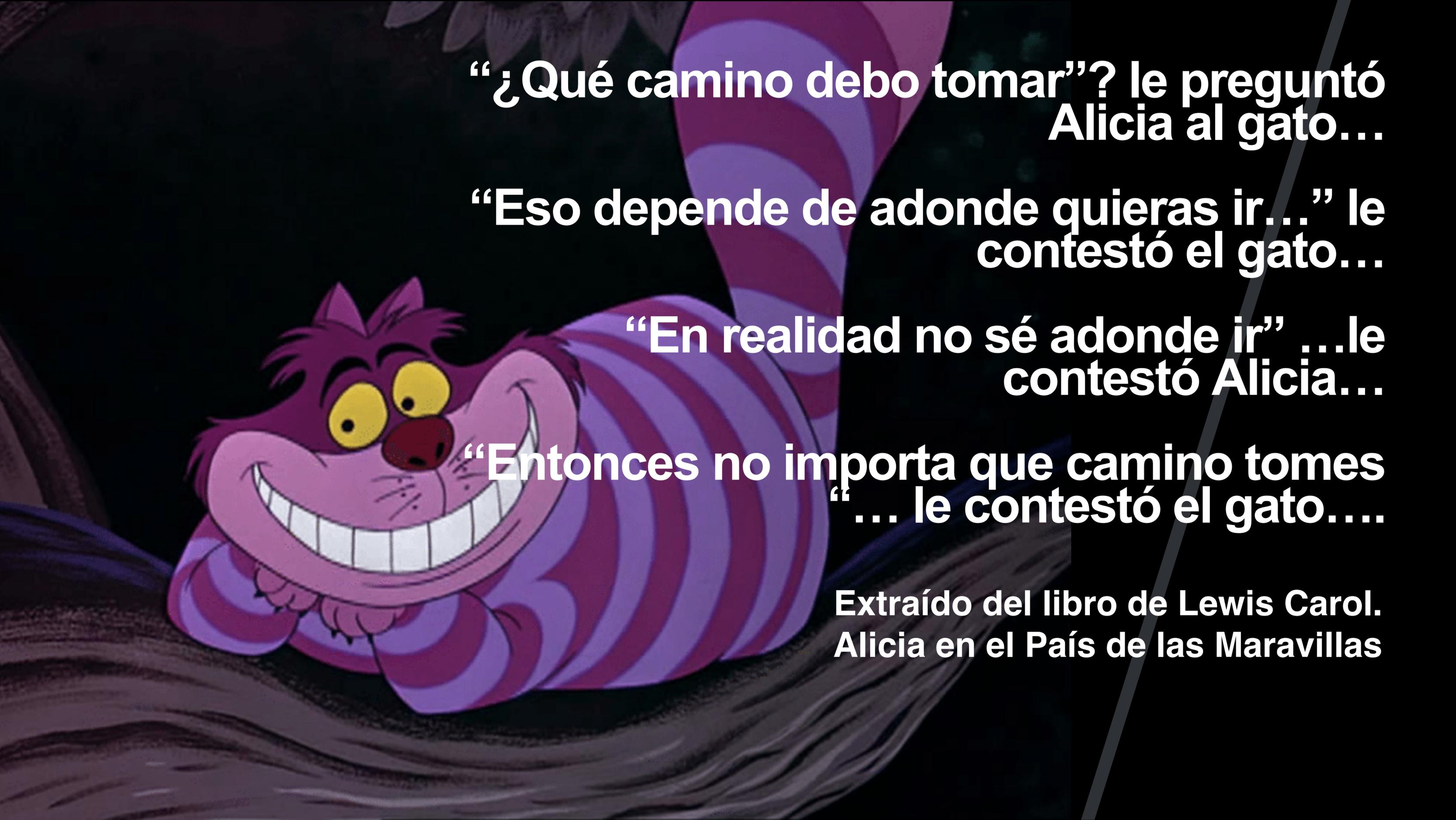


3

Etapas

01

Clarificación Estratégica



**“¿Qué camino debo tomar”? le preguntó
Alicia al gato...**

**“Eso depende de adonde quieras ir...” le
contestó el gato...**

**“En realidad no sé adonde ir” ...le
contestó Alicia...**

**“Entonces no importa que camino tomes
...” le contestó el gato....**

**Extraído del libro de Lewis Carol.
Alicia en el País de las Maravillas**

**¿Por qué
creamos una
empresa?**

ma:
com

Para ganar dinero

23

ma:
com



**¿Cuál es el punto
de partida del
producto/servicio
a ofrecer?**

ma.
com

El Consumidor

25

ma:
com



DEJEMOS DE PENSAR EN NOSOTROS

26

02

Las emociones en el desarrollo estratégico

Paradigma del SXX HOMO ECONOMICUS

Las emociones fuera del radar



29



ick Photo



ma:
com



EMOCIONES vs EXPERIENCIAS

ma.
com

**¿Nos damos
cuenta
del valor de las
emociones?**

GOLDPLAY PARADISE

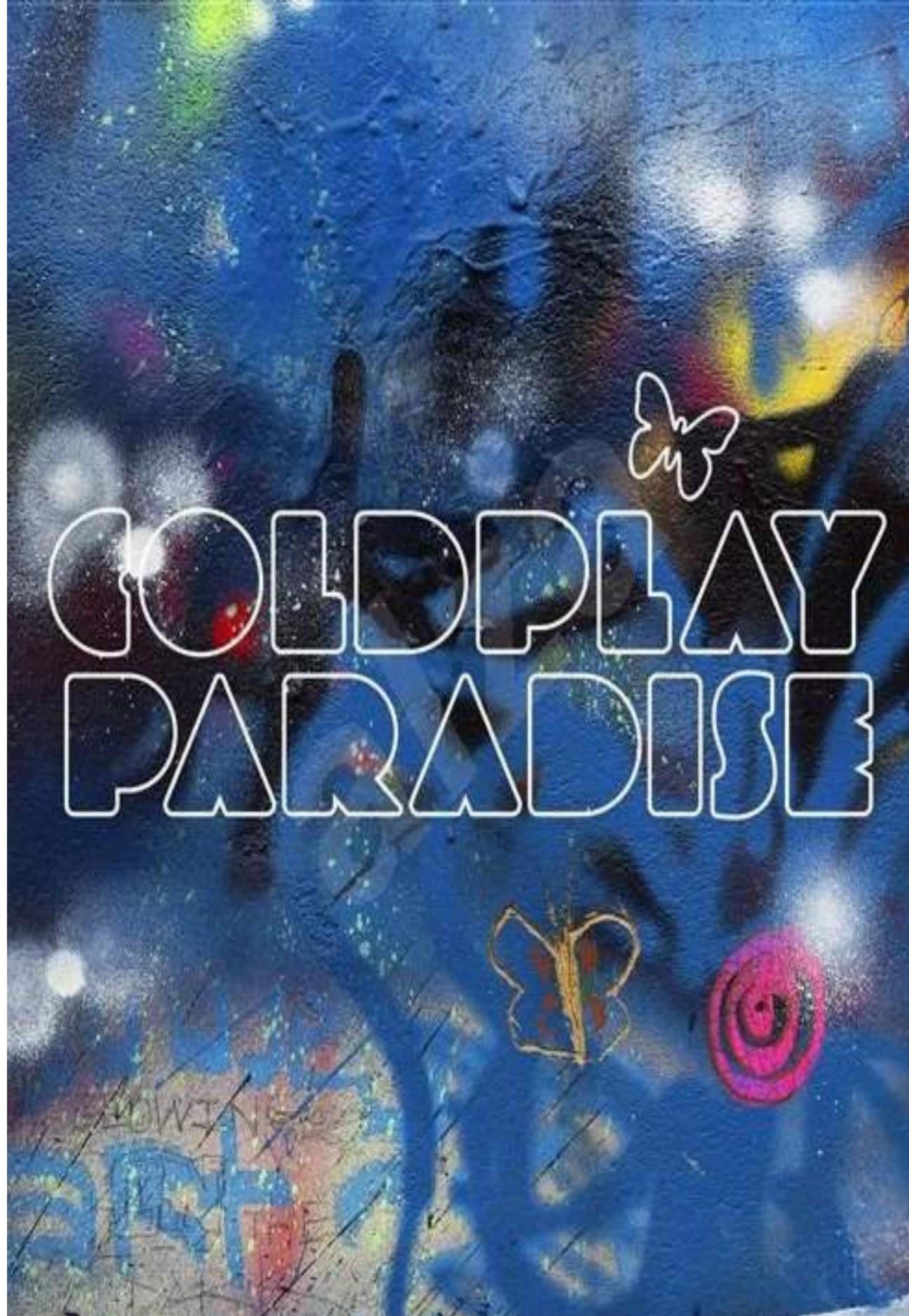


ma:
com

ma:
com



ma:
com













ma:
com



**¿Recuerdas
a tus profes
del cole?**

ma.
com

Cariño



**O todo lo
contrario**



ma:
com

A large red triangle pointing upwards, centered on a black background. Two thin white lines extend from the top and bottom vertices of the triangle towards the corners of the frame.

Secuencia Fundamental

ma:
com

ESTÍMULO

ma:
com

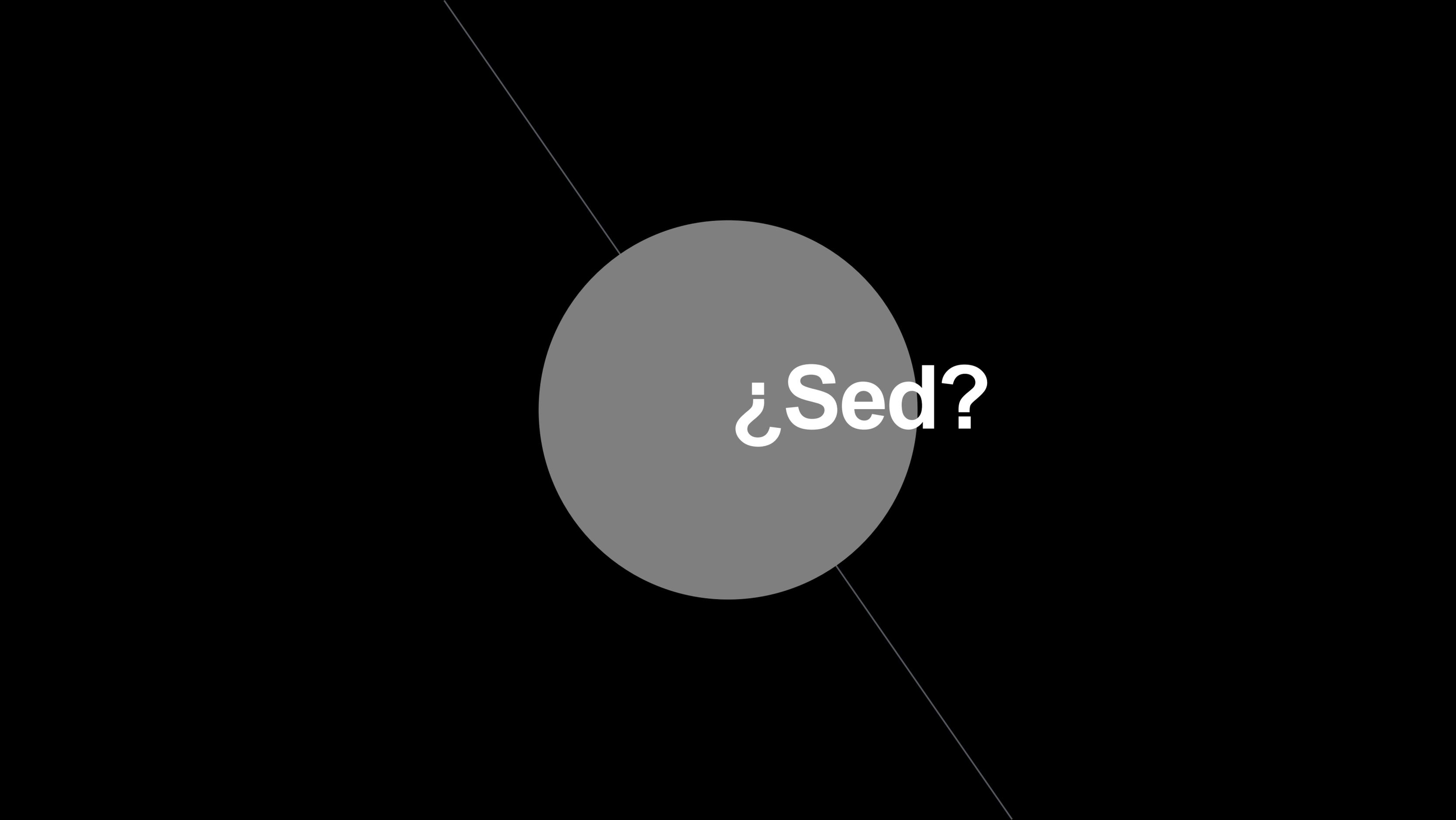
EMOCIÓN

ma:
com

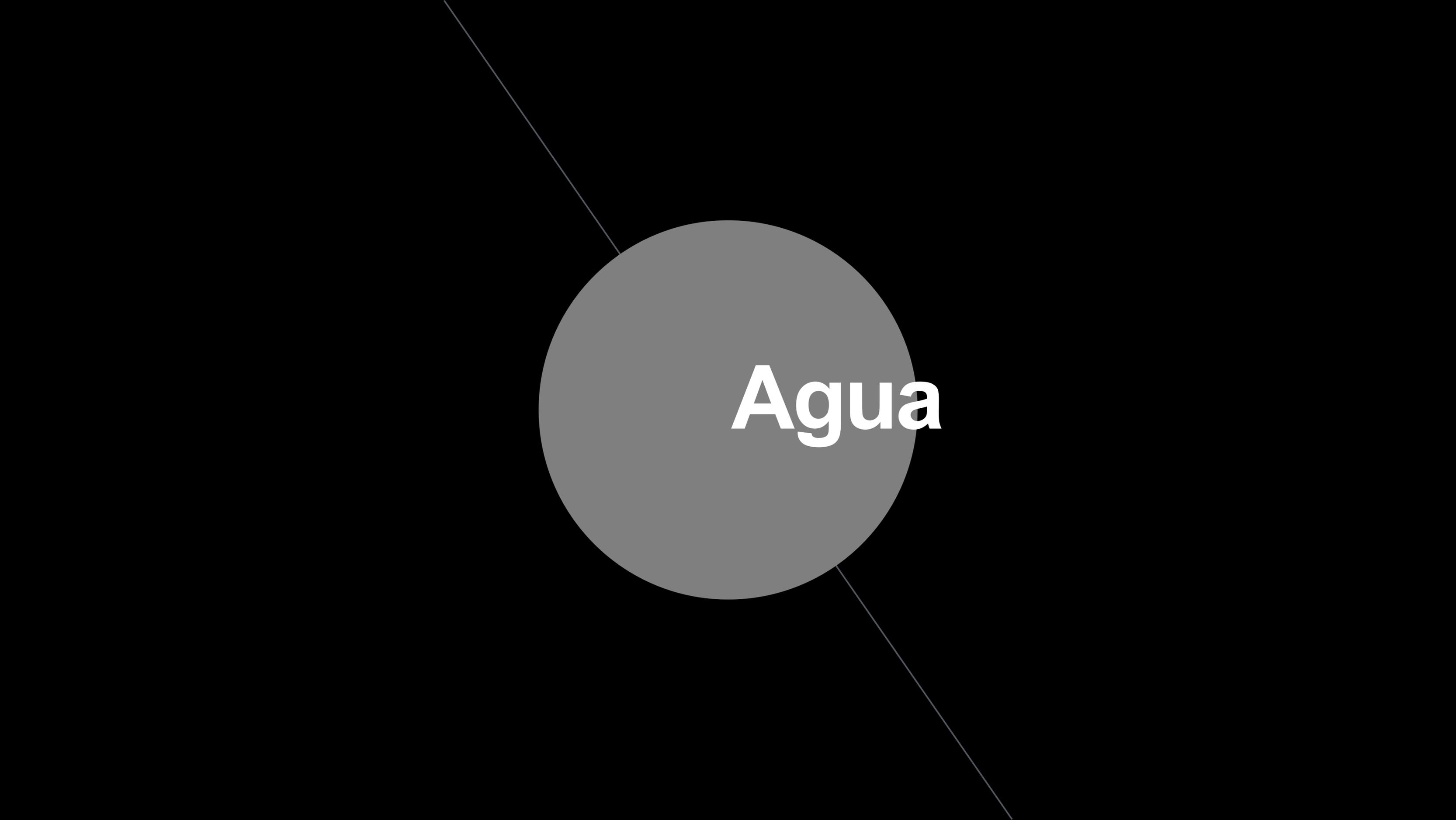
DECISIÓN

ma:
com

RECUERDO



¿Sed?



Agua



ma:
com

ma:
com



**Pero
¿Lo entienden
las marcas?**

**ma:
com**

ma:
com

avanzamos contigo.



caso marca mal gestionada

avanzamos contigo.

BBVA

caso marca mal gestionada

ma:
com



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

tu mejor opción.

ma.
com



tu mejor opción.

03

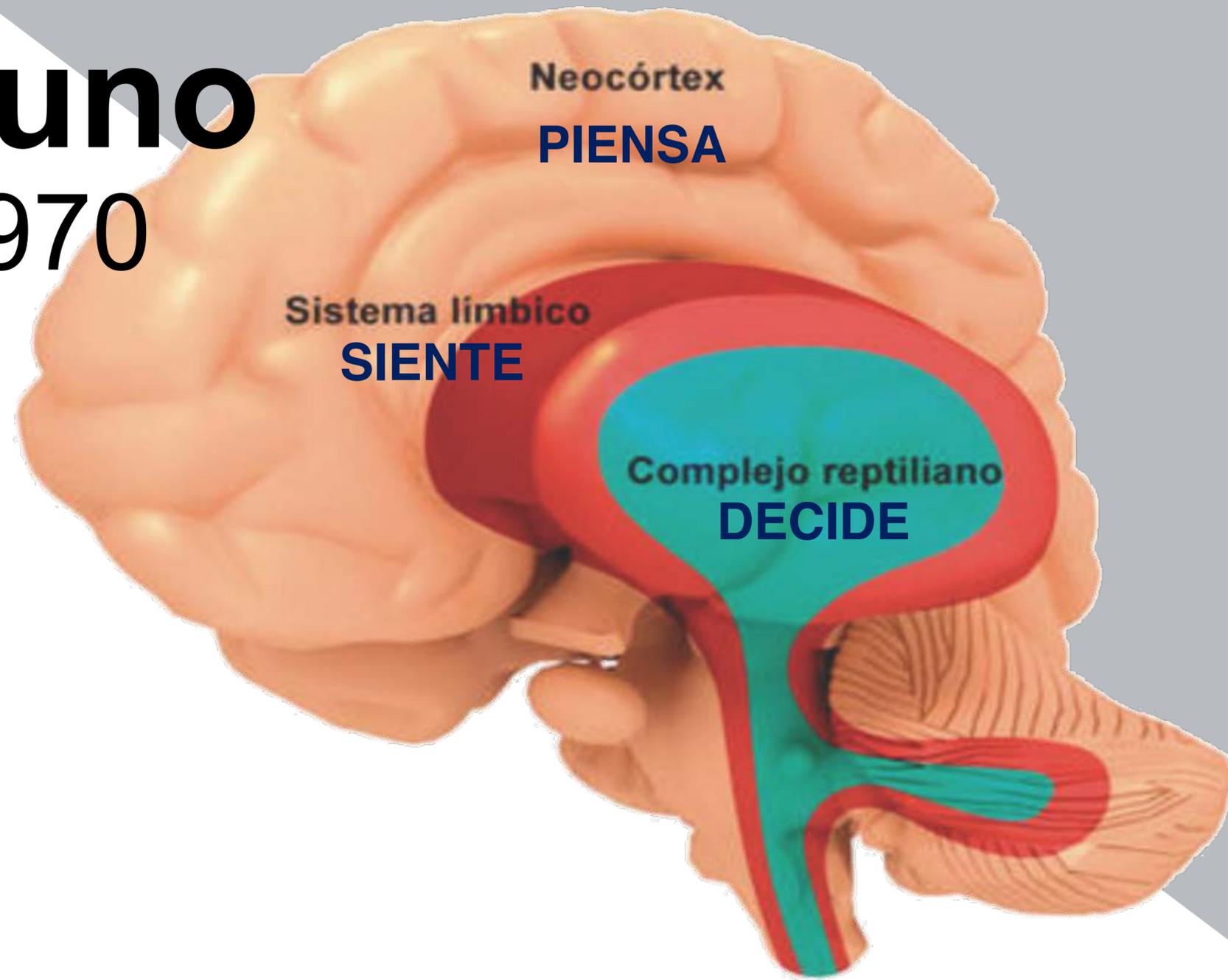
Vender a la mente del consumidor

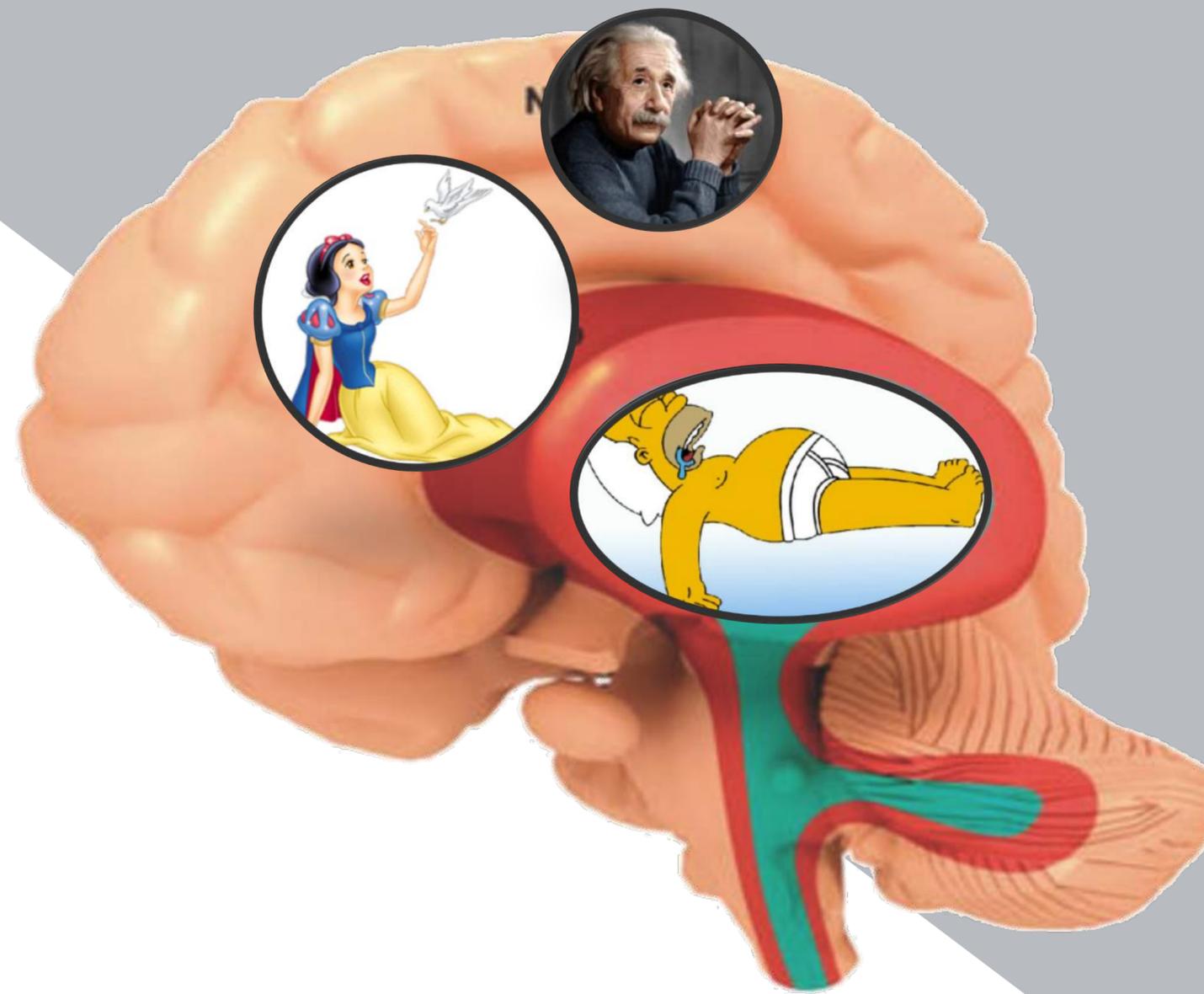
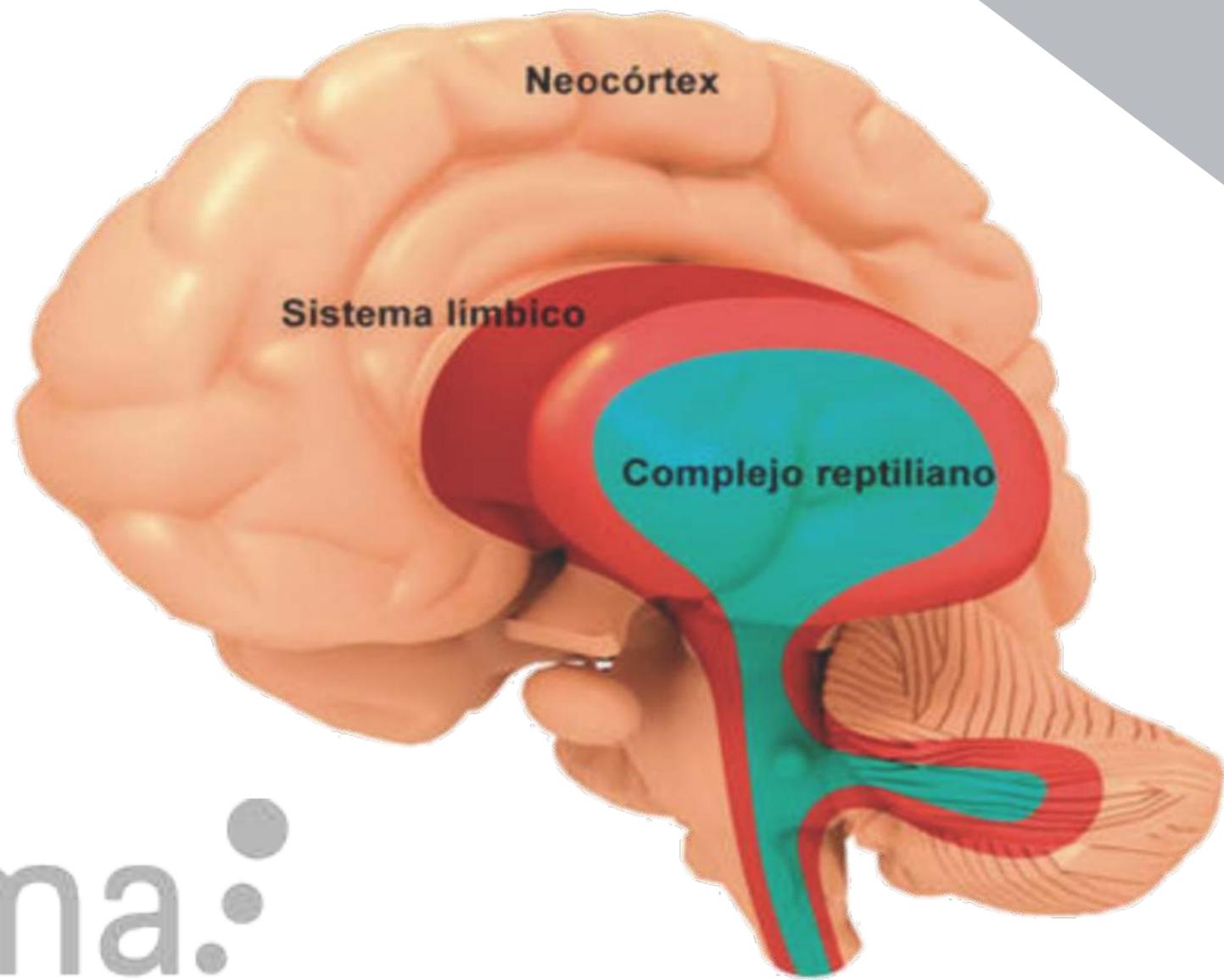
ma:
com

**Nos gusta que
nos cuenten
historias que
nos emocionen**

Modelo Triuno

Paul McLean, 1970





¿Cómo decidimos?



ma.
com





ma:
com

FC BARCELONA - REAL MADRID
Barcelona, 1 d'Abril de 2006 CAMP NOU



ma.
com

ma:
com





ma:
com



ma.com

**¿Todo esto ha
sido racional?**

ma.
com



¿Por qué? = El propósito

¿Cuál es la causa? ¿Qué crees?

¿Cómo? = El proceso

Acciones específicas tomadas para realizar el Por qué

¿Qué? = El resultado

¿Qué haces? El resultado del Por qué. Prueba

ma:
com



ma.
com





ma:
com



ma:
com



A photograph of the Statue of Liberty in New York City, with the city skyline in the background. The statue is green and stands prominently in the foreground. The background shows a dense urban landscape with various skyscrapers under a blue sky with scattered clouds. A semi-transparent blue banner is overlaid on the top part of the image, containing white text.

NEW YORK:

CINE (ARQUITECTURA, TEATRO, CULTURA, NEGOCIOS,
TECNOLOGÍA, ETC.)











PARÍS: AMOR



LAS VEGAS: OCIO



BARCELONA: CULTURA Y ARTE



HOLANDA: FLORES Y...



HOLANDA: ...QUESO



BUÑOL: TOMATINA



BUÑOL: TOMATINA



BUÑOL: TOMATINA



JÚZCAR: EL PUEBLO PITUFO









El pueblo pituto

¡Preparados para...

Construcción de una de las tirolinas más grandes de la zona de Málaga

Nueva tematización y decoración

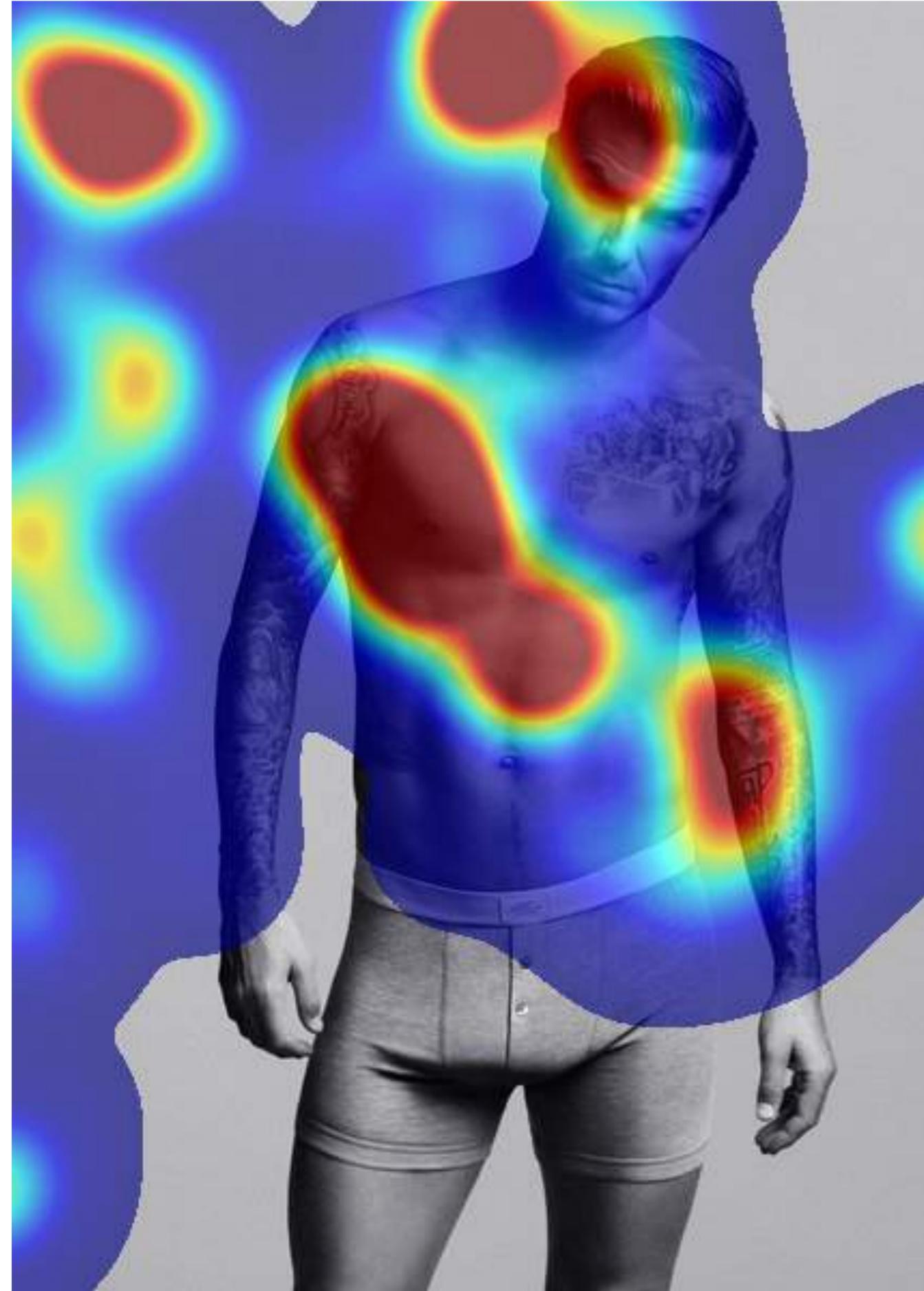
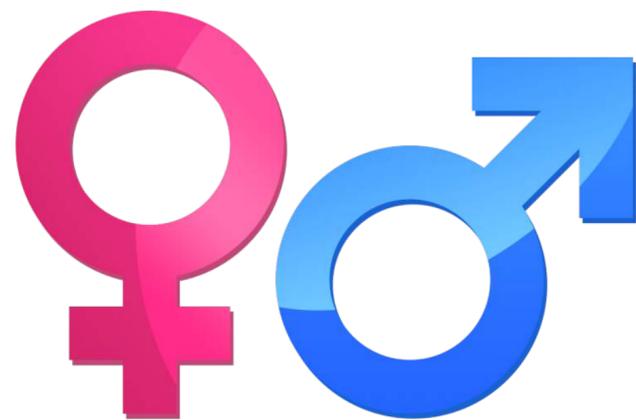
accesos

¡JAZZMAN!
Non a pituto!

Neuromarketing



ma:
com





ma:
com





ma:
com





ma:
com





ANALISIS MEDIANTE NEUROMARKETING

Acción de comunicación - Empresa de calzado moda

Máster en Dirección de Marketing y Comunicación Empresarial

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA

(La universidad politécnica número 1 de España)



VOLVO
OCEAN
RACE

ROUND THE WORLD

ma: Emotional
COM experience

Fuimos a la Zona Volvo en Alicante...

ma: NIVEL
COM EMOCIONAL

15 -

10 -

5 -



Muchas Gracias

Máster en Dirección de Marketing y Comunicación Empresarial

 @MasterMarketingUPV
 @MarketingUPV

TWITTER: @Adri_GG

www.mastermarketingupv.com

adriana@macom.upv.es