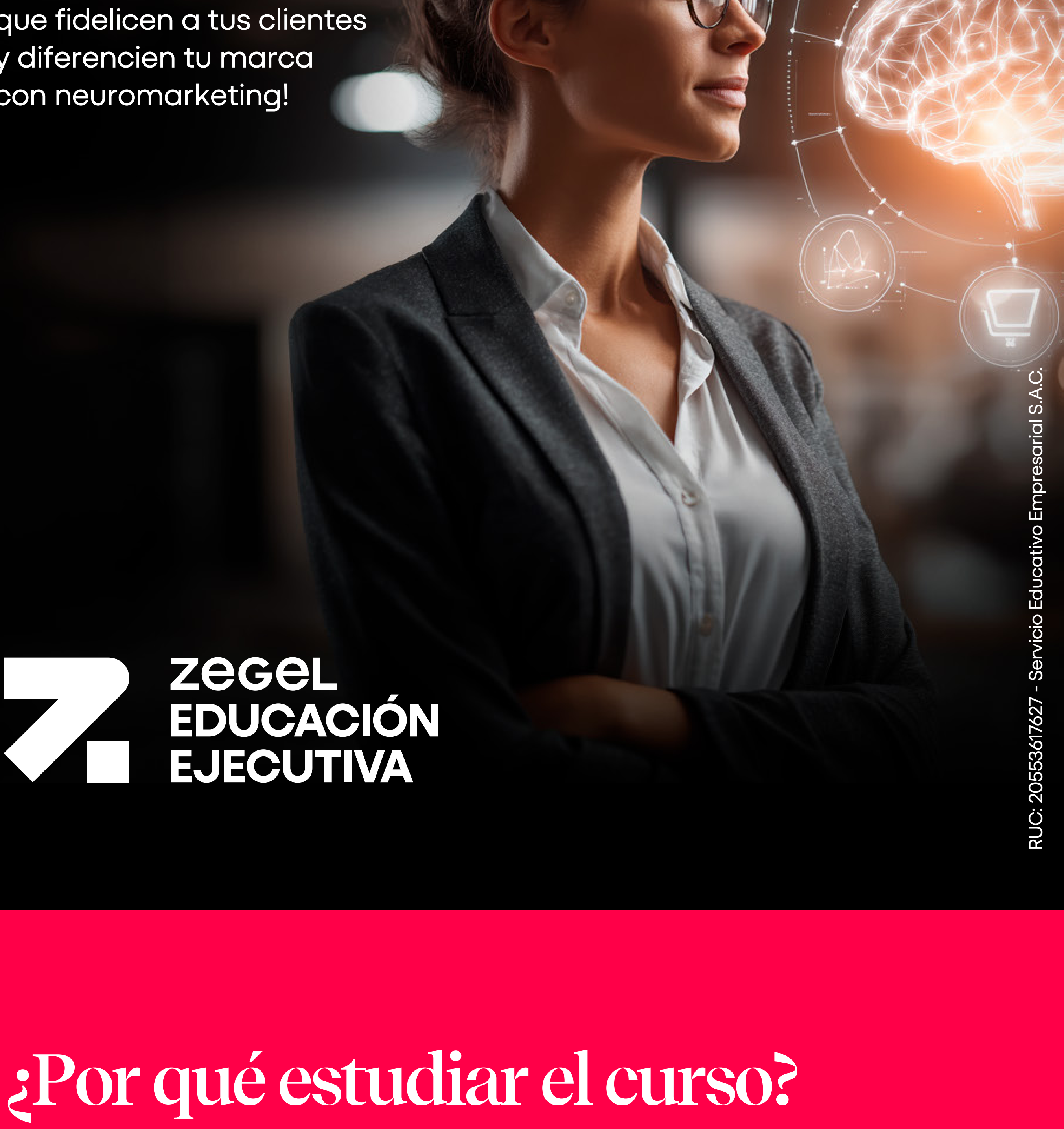


Modalidad virtual

# Neuroventas y Neuromarketing



## ¿Por qué estudiar el curso?

- Adquiere competencias en neuromarketing para diseñar experiencias de compra centradas en el consumidor.
- Domina estrategias sensoriales y emocionales que fortalecerán la conexión entre tu marca y el cliente.
- Desarrolla campañas de marketing innovadoras utilizando insights basados en el comportamiento y decisiones del consumidor.



## ¿A quiénes va dirigido?

Este curso está dirigido a profesionales del marketing, gerentes de ventas y emprendedores que desean profundizar en el comportamiento del consumidor y aplicar estrategias de neuromarketing en sus campañas. Además, está enfocado en aquellos que buscan conectar emocionalmente con sus clientes, mejorar la percepción de su marca y optimizar sus estrategias de diseño de experiencias de cliente.

## ¿En qué campo puede desempeñarse?

Los egresados de este curso podrán desempeñarse en áreas como gestión de marketing sensorial y emocional, diseño de experiencias de cliente, consultoría en neuromarketing y neuroventas, desarrollo de estrategias de fidelización, y gestión de campañas de marketing digital basadas en neuroinsights. Estarán capacitados para liderar proyectos que implementen estrategias sensoriales y emocionales para fortalecer la conexión entre las marcas y sus clientes en diversas industrias.

## Requisitos

- Tener conocimientos básicos en ventas y liderazgo.

## Plan de estudios

32 hrs.

1 mes | 32 hrs. clases en vivo



Tema

### 1. Fundamentos del neuromarketing

- Origen y evolución del neuromarketing.
- Principios y conceptos clave del neuromarketing.
- Neuromarketing vs marketing tradicional.
- Definición y estructura de los neuroinsights.
- Ética y limitaciones del neuromarketing.

Tema

### 2. Procesos mentales y emocionales del consumidor

- Procesos mentales en el consumidor.
- Cómo funciona el cerebro en el proceso de compra.
- Influencia de las emociones en la decisión de compra.
- Procesos emocionales activados por estímulos sensoriales.
- Psicología del consumidor.
- Comportamiento digital del consumidor.

Tema

### 3. Percepción sensorial y valor percibido del producto

- Casos y aplicaciones reales del neuromarketing.
- Cómo la estimulación sensorial influye en la experiencia de consumo.
- Factores sensoriales que afectan la calidad percibida y la satisfacción.
- Percepción sensorial y su impacto en el valor del producto.
- Ventaja diferencial de la marca.
- Problemas de comunicación entre marca y cliente.

Tema

### 4. Estímulos sensoriales estratégicos

- Fundamentos de los estímulos sensoriales en neuromarketing.
- Características y clasificación de los estímulos sensoriales.
- Función de cada sentido en la experiencia del consumidor.
- Integración multisensorial como herramienta estratégica de marca.

Tema

### 5. Estrategias sensoriales y emociones del consumidor

- Aplicación de estrategias sensoriales en la experiencia del cliente.
- Marketing sensorial: vista, oído, olfato, gusto y tacto.
- Rol del marketing sensorial en la fidelización del cliente.
- Vínculo entre estímulos sensoriales y emociones del consumidor.

Tema

### 6. Experiencias sensoriales integradas

- Diseño de experiencias sensoriales centradas en el consumidor.
- Estrategias efectivas para puntos de contacto clave.
- Aplicaciones emocionales para generar engagement de marca.



## Beneficios

Nuestros Cursos brindan un enfoque especializado en el área de interés, acompañado de técnicas, conceptos, teorías y herramientas con el objetivo de complementar tu éxito dentro de una organización.

### Prestigio

+55 años formando a los mejores profesionales y empresarios.

### Acompañamiento

Clases virtuales en tiempo real.

### Certificación

Certificación digital al finalizar el curso.