

Modalidad virtual

Neuroventas y Neuromarketing

¡Crea experiencias únicas que fidelicen a tus clientes y diferencien tu marca con neuromarketing!

zegel
EDUCACIÓN
EJECUTIVA

RUC: 20553617627 - Servicio Educativo Empresarial S.A.C.

¿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.

Requisitos

- Tener conocimientos básicos en ventas y liderazgo.

Prestigio

Acompañamiento

Certificación

+55 años formando a los mejores profesionales y empresarios.

Clases virtuales en tiempo real.

Certificación digital al finalizar el curso.

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.

2. Procesos mentales y emocionales del consumidor

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

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 percibidos que afectan la calidad percibida y la satisfacción.
- Percepción sensorial y su impacto en el valor del producto.
- Ventajas diferenciales de la marca.
- Problemas de comunicación entre marca y cliente.

4. Estímulos sensoriales estratégicos

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

5. Estrategias sensoriales y emociones del consumidor

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

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.

Plan de estudios

32 hrs.

1 mes

(32 hrs) clases en vivo

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

Acompañamiento

Certificación

7. Zegel

EDUCACIÓN
EJECUTIVA

zegel.edu.pe
/educacionejecutiva