EXMA
EXPO MARKETING 2015

BRAINKETING

EL MARKETING ES SENCILLO; CONQUISTAR EL CEREBRO DE LAS PERSONAS ES LO DIFÍCIL

Liliana Alvarado de Marsano

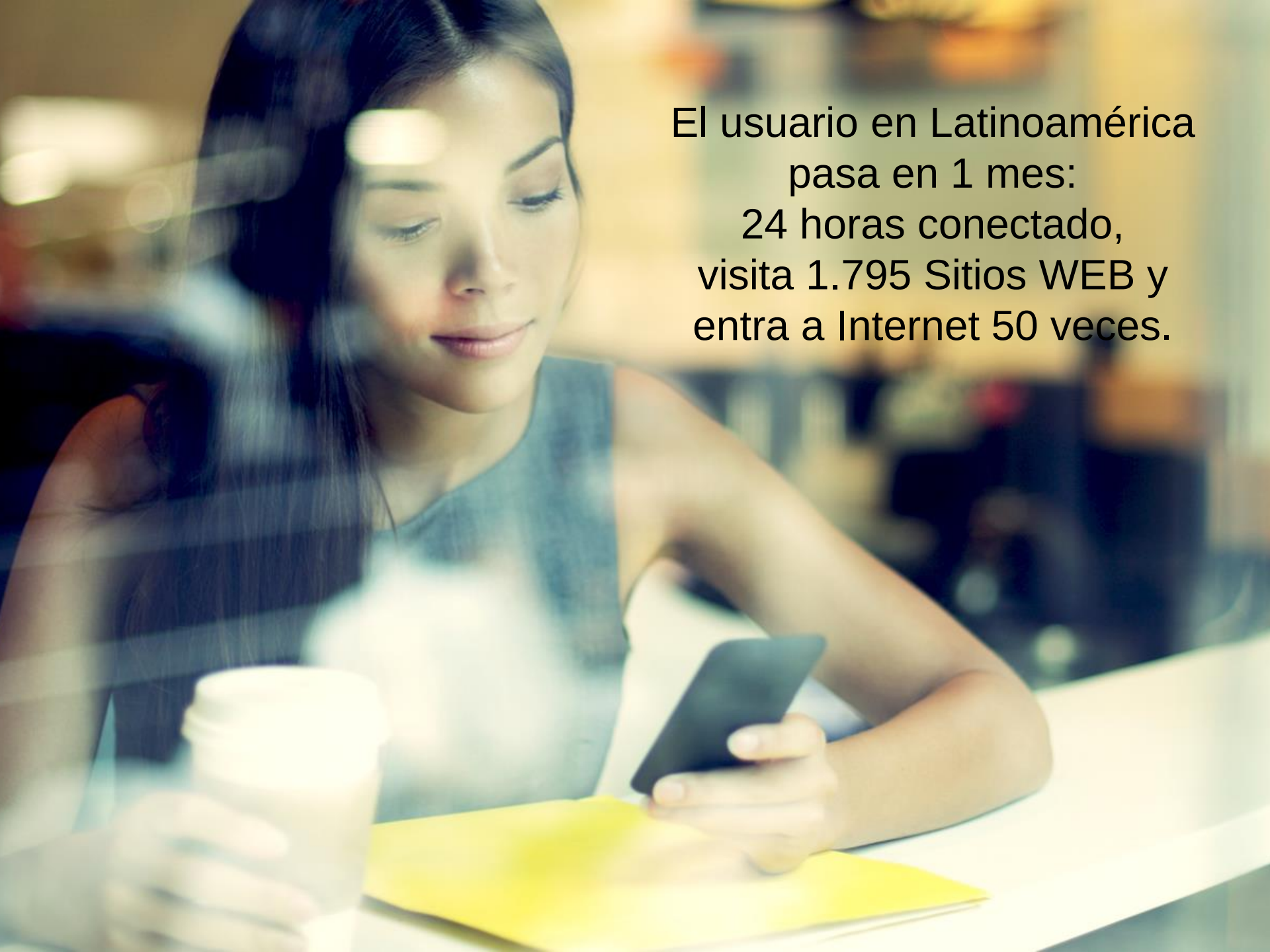
SAMSUNG

LILIANA ALVARADO

El escenario de la
COMUNICACIÓN
ha cambiado

See http://www.mayang.com/textures/

etb 2
SAMSUNG


El usuario en Latinoamérica
pasa en 1 mes:
24 horas conectado,
visita 1.795 Sitios WEB y
entra a Internet 50 veces.

...híper comunicado

...híper informado

60 horas de nuevos videos en *YouTube* cada minuto

+50 **MILLONES** de fotos subidas a *Instagram* cada día

+1 **MILLÓN** de post diarios en *Facebook*

630 **MILLONES** sitios web activos

+1,330 **MILLONES** de fotos de gatos en internet

BIG DATA

Hemos pasado de ser
consumidores
individuales
y aislados.
#BRAINKETING

a ser
consumidores
sociales
y conectados

no sólo
consumimos….

también distribuimos, creamos y …….

queremos opinar de los productos o servicios

Nos dirigimos hacia un mundo conectado
vía el Smartphone.

LILIANA ALVARADO

Domino's
Pizza

"Hoy en día las marcas no son lo que ellas dicen de ellas, sino lo que dice, Google de ellas".

Chris Anderson,
Revista Wired

El rol de la MUJER en la sociedad y su efecto en la Economía han variado enormemente

SAMSUNG

SAMSUNG

Men

are like Bluetooth:

he is connected to you
when you are nearby,
but searches for other devices
when you are away…

Women

are like Wi-Fi:

she sees all available devices
but connects to the strongest one…

La publicidad debe dejar de ser UNISEX.

#BRAINKETING

LILIANA
ALVARADO

MONT BLANC

Las Marcas no valen por lo que son, sino por lo que significan.

LILIANA ALVARADO

Las personas están más informadas pero; no han perdido su capacidad…
de emocionarse de ser influenciadas de equivocarse
ser simplemente “SERES HUMANOS”

El cerebro es responsable de la complejidad, origen y funcionamiento del pensamiento, memoria, emociones y lenguaje.

Funcionamiento del Cerebro

Cerebro Neocórtex

SAMSUNG

Cerebro Límbico

Aquí se aloja el amor, el odio, la felicidad, el placer; el dolor, la tristeza, etc.

Las EMOCIONES !!

SAMSUNG

Hoy los consumidores no ven los comerciales los sienten …..

Nintendo
SEIKO
AXIA
TAMRON
FUJITSU
Apple Computer
XEROX
BRONICA
SONY
imation
CORONA
TAXAN
HITACHI
TREND
SAMSUNG

reto

para las MARCAS

…. conectar emocionalmente con nuestros consumidores ……
adidas
ORIGINALS
a través de la generación de EXPERIENCIAS INOLVIDABLES!!

SAMSUNG

Las emociones estimulan la mente
3,000 veces más rápido
que el pensamiento racional.

#BRAINKETING

152.267
NIÑOS AL AÑO
SON CONCEBIDOS
EN UNA CAMA
FLEX.
tu cama. FLEX
el lugar más importante del mundo.

541.257 CUENTOS
SE LEEN CADA
NOCHE JUNTO
A UNA CAMA FLEX.
tu cama. FLEX
el lugar más importante del mundo.

SAMSUNG

Las Marcas hoy
se construyen con
la Emoción.

Cerebro Reptil

Es el que, sin que seamos conscientes,
toma las decisiones por nosotros.

SAMSUNG

El reptil antropológicamente está acostumbrado a reaccionar,

no tiene capacidad de sentir y pensar.

#BRAINKETING

Las EMOCIONES
enfocan nuestros
PENSAMIENTOS
y FACILITAN las
prioridades en nuestros
procesos de
DECISIÓN.
#BRAINKETING

NO PERSIGAS MÁS
A TUS CLIENTES
invadiéndolos de descuentos y ofertas*!*

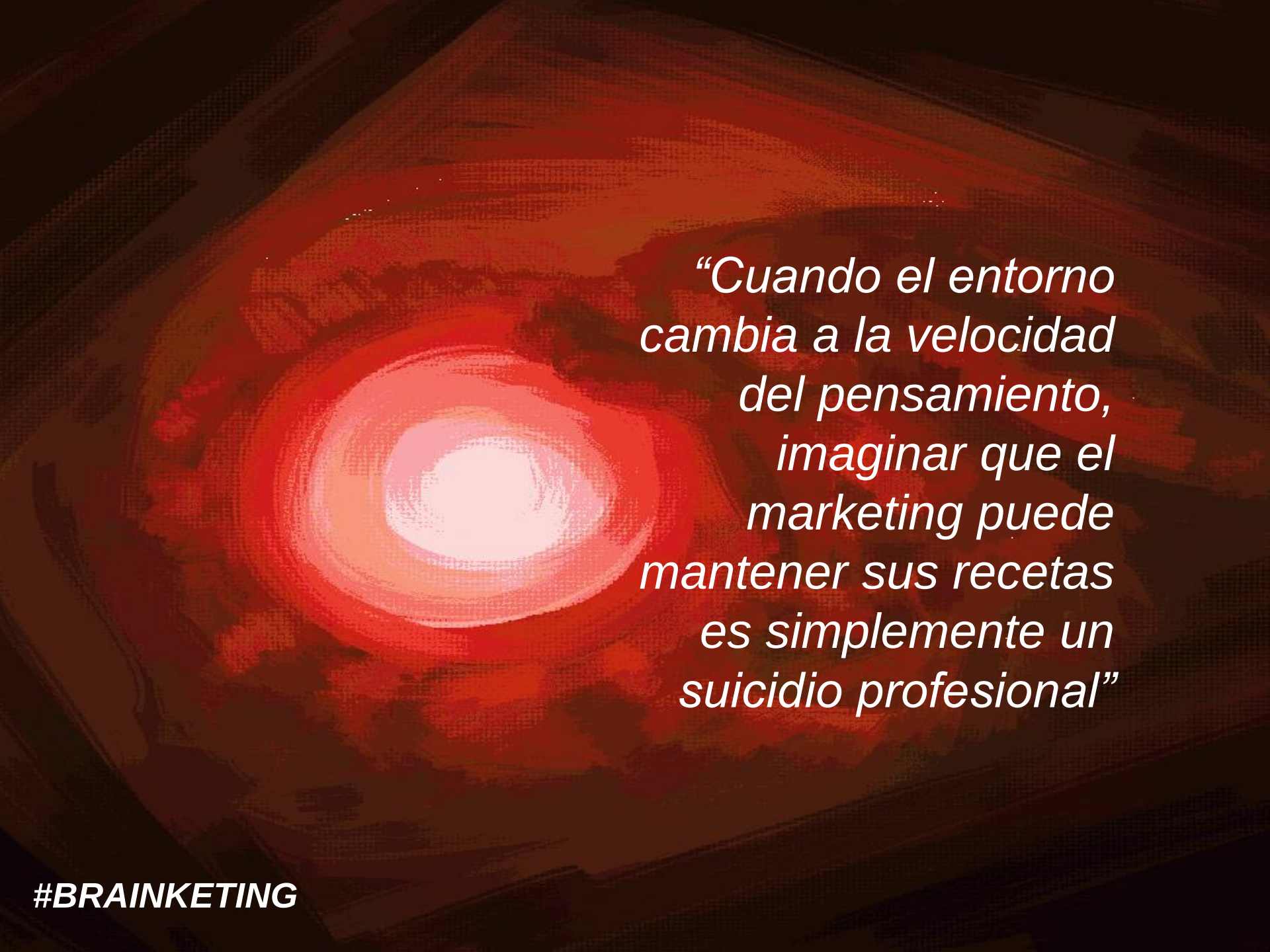
AHORA
ENAMÓRALOS.
CREA VALOR….
VENDE EMOCIONES
GENERA EXPERIENCIAS

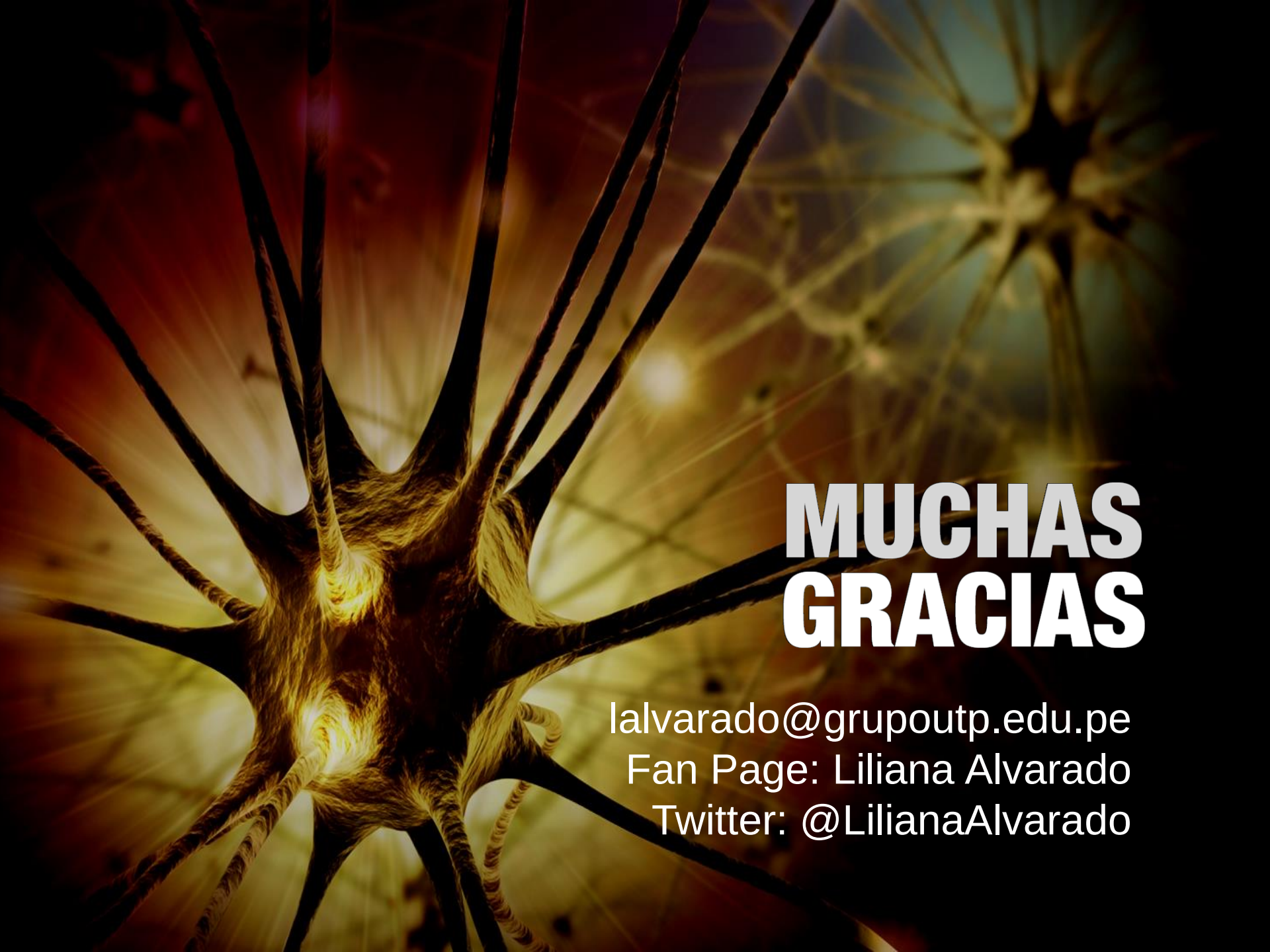
#BRAINKETING

SAMSUNG

... sin emoción
no hay conexión.

LILIANA ALVARADO


“Cuando el entorno cambia a la velocidad del pensamiento, imaginar que el marketing puede mantener sus recetas es simplemente un suicidio profesional”
#BRAINKETING



lalvarado@grupoutp.edu.pe
Fan Page: Liliana Alvarado
Twitter: @LilianaAlvarado