

JORNADA ABIERTA

“Fundamentos del Neuromarketing, tipos de señales y medidas”

Jueves, 25 de mayo de 2017

Presentación

Se tratará de ofrecer una visión del Neuromarketing como la herramienta de investigación de mercados que tanto marcas como distribuidores están empezando a usar a la hora de conocer si una determinada estrategia y/o acción de marketing se debe implementar o no.

Se aportará una visión científica del concepto de Neuromarketing, aprendiendo a conocer cómo la neurociencia nos puede ayudar a comprender mejor al consumidor, mediante la incorporación de tecnologías innovadoras y el desarrollo de contenidos y experiencias que generen mayor engagement con el consumidor.

Objetivos:

- Aprender a distinguir el Neuromarketing del Marketing experiencial y/o sensorial
- Descubrir el potencial de investigación, para poder tomar decisiones más eficientes y eficaces
- Descubrir el potencial de estimulación sensorial de las tecnologías inmersivas
- Conocer las herramientas y tecnologías aplicadas al conocimiento del comportamiento del consumidor

Programa

1. Neuromarketing y/o Neurociencia. Principales contribuciones de la neurociencia aplicadas al conocimiento del comportamiento del consumidor
2. Dar a conocer las principales herramientas o sistemas utilizados en neurociencia
3. Principales líneas de investigación aplicadas a la empresa. Diseño de páginas web, virtual commerce, digital signage, advertising, retail
4. El futuro del Neuromarketing

Dirigido a:

Empresarios, gerentes, directivos de PYMEs y futuros empresarios.

Ponente

Carmen Torrecilla Moreno.

Responsable de Retail en LabLeni

Día, Hora y Lugar

Jueves 25 de mayo de 16:30 a 20:00 h.

Salón Actos CEEI Valencia