PDT ATACAMA 2020 Anfitriona

TURISMO DE NEGOCIOS

Neuromarketing

para el turismo de negocios

29 octubre 2020

Este programa es financiado gracias a los aportes del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) del Gobierno Regional de Atacama.

Herramientas para fomentar el neuromarketing orientado al turismo MICE

Pamela Lathrop Varela

MUJER EMPRENDEDORA

Amante de la naturaleza y del turismo como oportunidad de desarrollo económico local. 13 años apoyando a los emprendedores, empresarios y a las organizaciones gremiales a avanzar en sus objetivos de crecimiento y desarrollo.

Magíster en Gestión de Negocios, Licenciada en turismo, diplomada en Innovación y Ecoturismo y Master Coach Profesional entre otros estudios.

Fundadora de

@LathropConsultores

LATHROP CONSULTORES

¿Qué veremos hoy?

- Conceptos generales de la venta
- ¿Qué es el Neuromarketing?
- 12 principios que podemos aplicar

Qué esperamos con este taller?

Conozcan qué es y para qué sirve el Neuromarketing y cómo utilizarlo en sus empresas para aumentar las ventas en el turismo de negocios

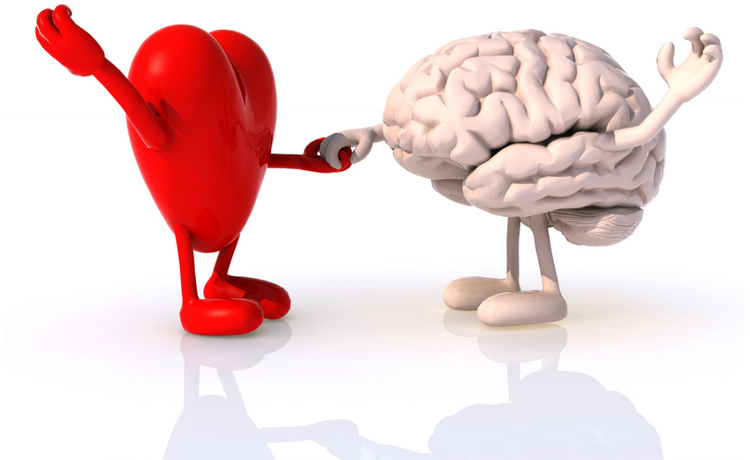
Conceptos generales sobre la venta

" A la gente no le gusta que le vendan,
pero les encanta comprar"
Jeffrey Gitomer

Generalmente podríamos señalar que las personas compramos un producto o servicio para pasar de una situación en la que nos encontramos a otra en la cual nos gustaría estar.

¡No olvidar!

- Los clientes tienen sus razones para comprar, no tienen que ver con las tuyas.
- No les interesa tu producto o servicio en si, si no lo que estos pueden hacer para resolver su problema
- La tendencia es que la compra es emocional, justificada por la razón



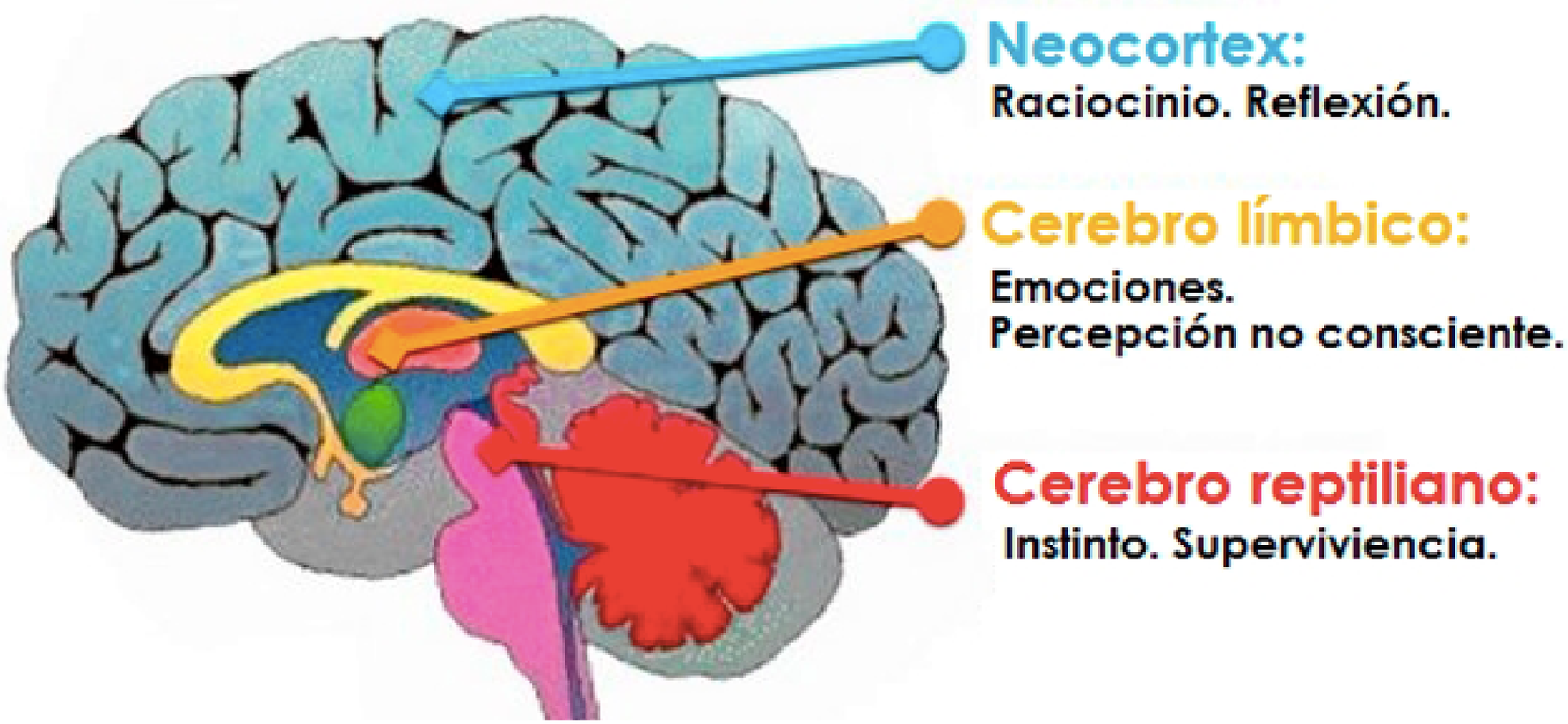
¡No olvidar!

- Cuando es cliente empresa, una persona representa a la organización y su problema, ahora bien, también atiendes su necesidad personal. Es decir, se superponen y no necesariamente son iguales.

Vender sin Vender

- Escuchando.
- Comiendo.
- Compartiendo.
- Trabajar
- sin pedir nada a cambio.
- Desestresando.
- Emocionando y enseñando.
- Hablar de deportes, hijos, chistes...

¿Cómo operamos?

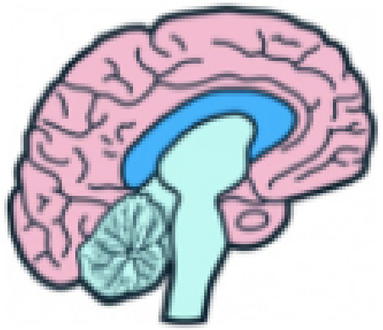


Paul D. Maclean - 1952

¿Cómo operamos?

El Neocórtex

1. Racional
   a. Funcional
   b. Lógico
   c. Analítico
2. Maneja Lenguaje



El Límbico

1. Emocional
2. Kinestesia
3. Sensaciones
4. Miedos

El Reptiliano

1. Supervivencia
2. Reproducción
3. Dominación (poder)
4. Protección

Paul D. Maclean - 1952

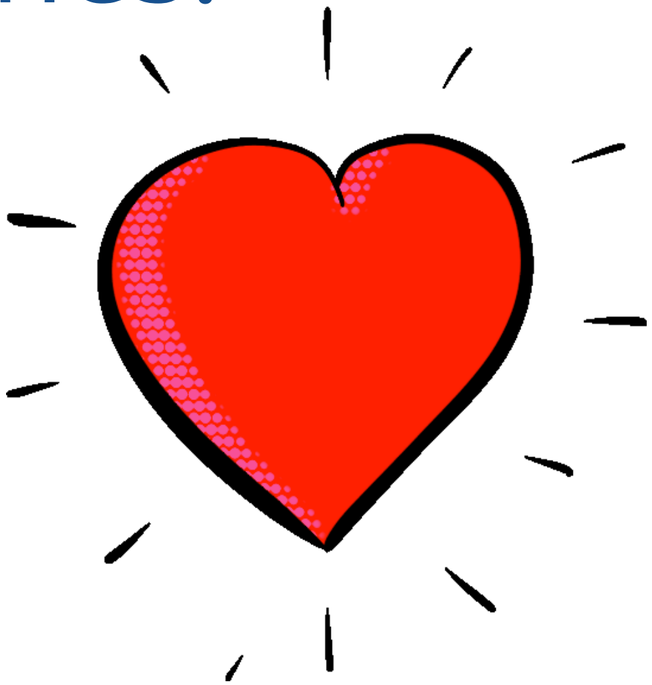
Simplemente somos seres emocionales que razonamos...

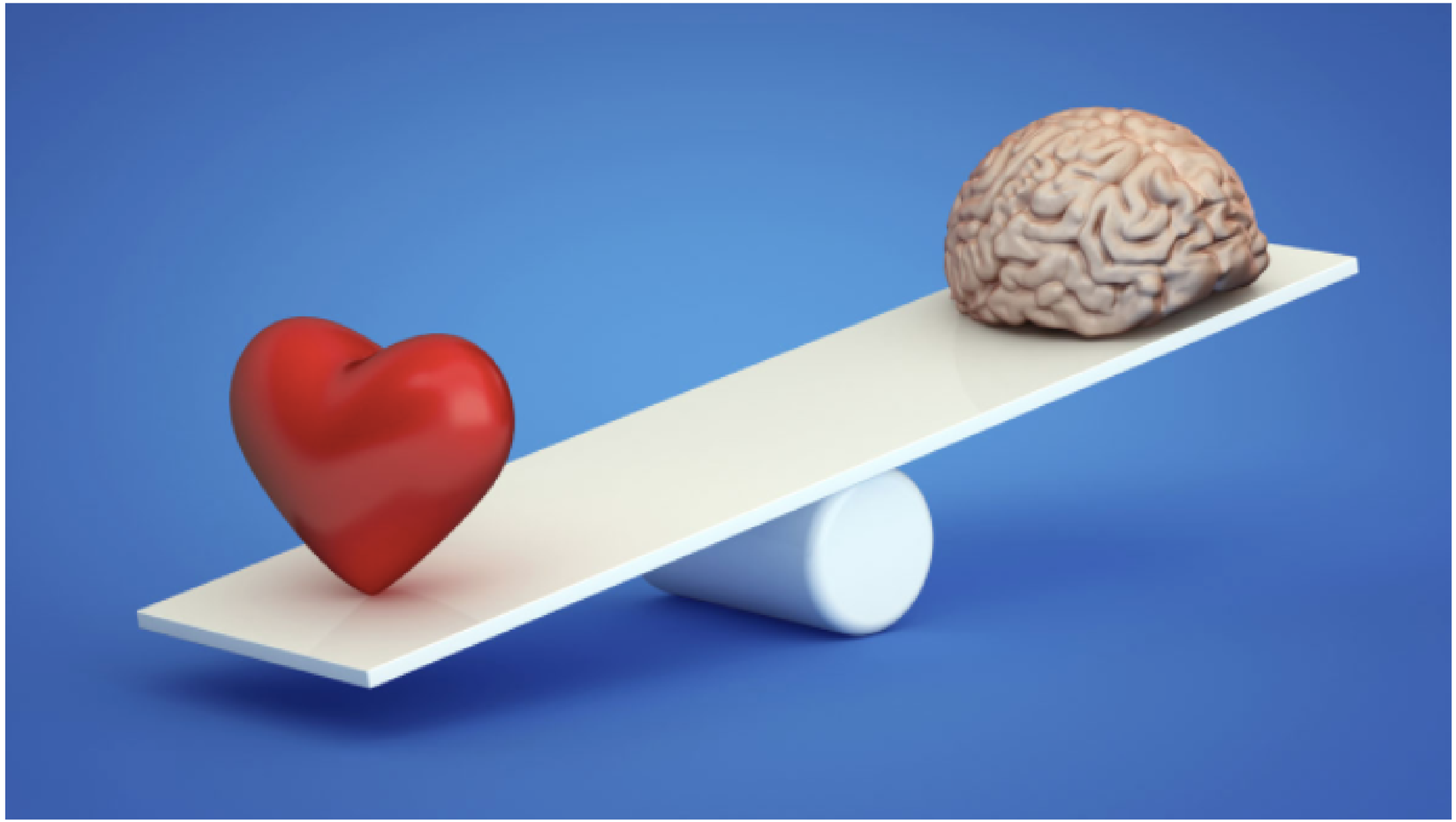
DR. Daniel Lopez Rosetti

Cuando una persona es estimulada en algo, comienza una reacción instantes previos a ser conscientes. Con una media de 0,5 segundos de anticipación.

¿qué significa esto?

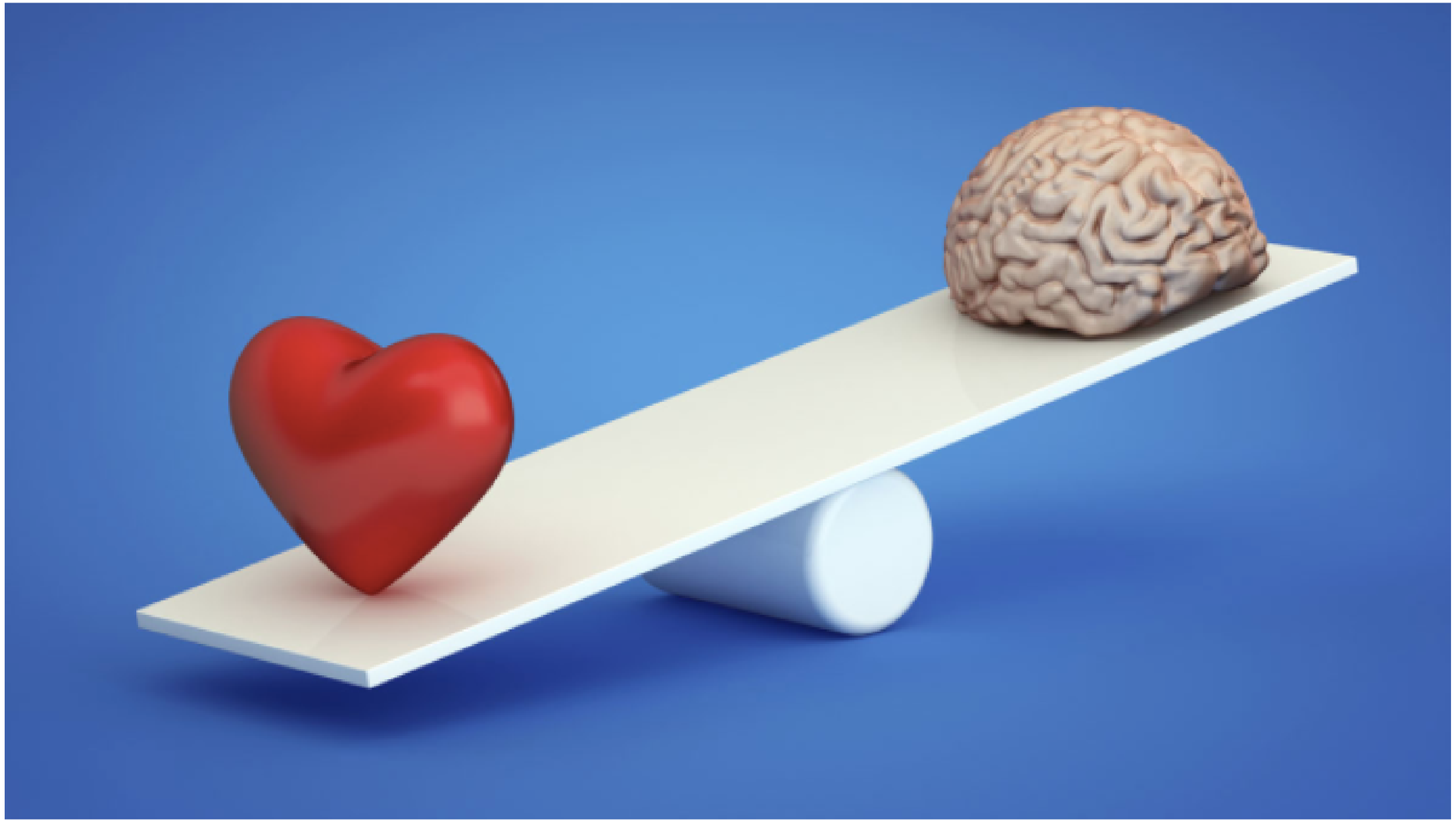
el 85% de las decisiones que tomamos son instintivas y mediadas por las emociones.





Módelos de Neuroventas

Valor Simbólico y Neuroventas



Las cosas valen más por lo que significan, que por lo que son.

Viaje de negocios = Un tiempo para mi

Activar las emociones es el negocio

Debes
ser consciente
de que la mente usa los 5 sentidos
para tomar
la decisión, es por esto...

El cliente no busca un taladro, sino un hoyo en la pared

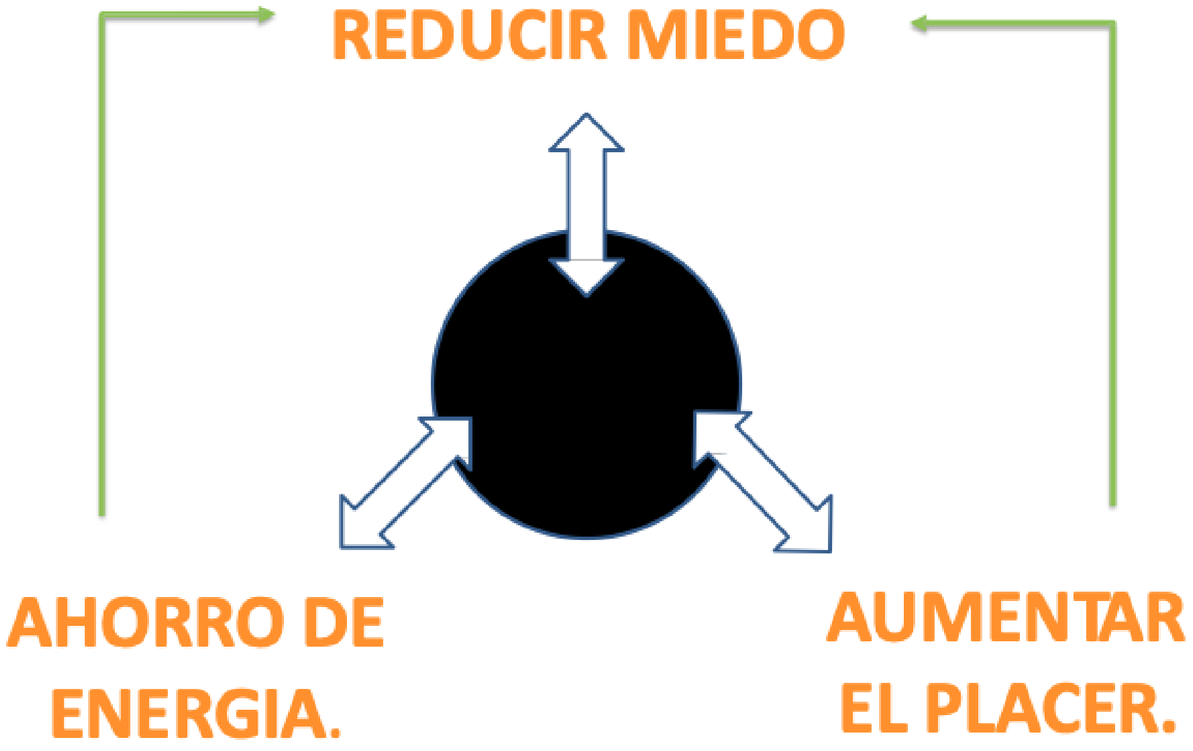
PDT ATACAMA 2020 Anfitriones
TURISMO DE NEGOCIOS

PDT ATACAMA 2020 Anfitriona
TURISMO DE NEGOCIOS

Tu cliente busca que **reduzcas su miedo**, que le ayudes a **ahorrar energía** y que **aumentes su placer**.

El botón Instintivo

Retornar al confort



Al utilizar una imagen en primera persona podemos asociar ponemos al cliente como protagonista y lo ayudamos a internalizar su experiencia. En este caso reduce el miedo de un descanso en un lugar muy popular o lleno de gente, te ahorra energía si se asocia a un servicio turístico (ej, all inclusive) y aumenta tu placer al disfrutar del sol y la vista sin preocupaciones.

Otro ejemplo en el contexto de que la visita de negocios puede servir como un momento de desconección total. Reduces el miedo a no aprovechar el viaje, ya que tu oferta siempre contempla esta opción, le ahorras energía porque está dentro de tus opciones de servicio incluyendo traslado y aumentas su placer gracias al escenario natural que pueda apreciar.

¿Qué es el neuromarketing?

Disciplina
que busca entender el comportamiento del consumidor, en base a sus **decisiones inconscientes.**

#1 - Todo está en los ojos

PDT ATACAMA 2020 Anfitriona
TURISMO DE NEGOCIOS

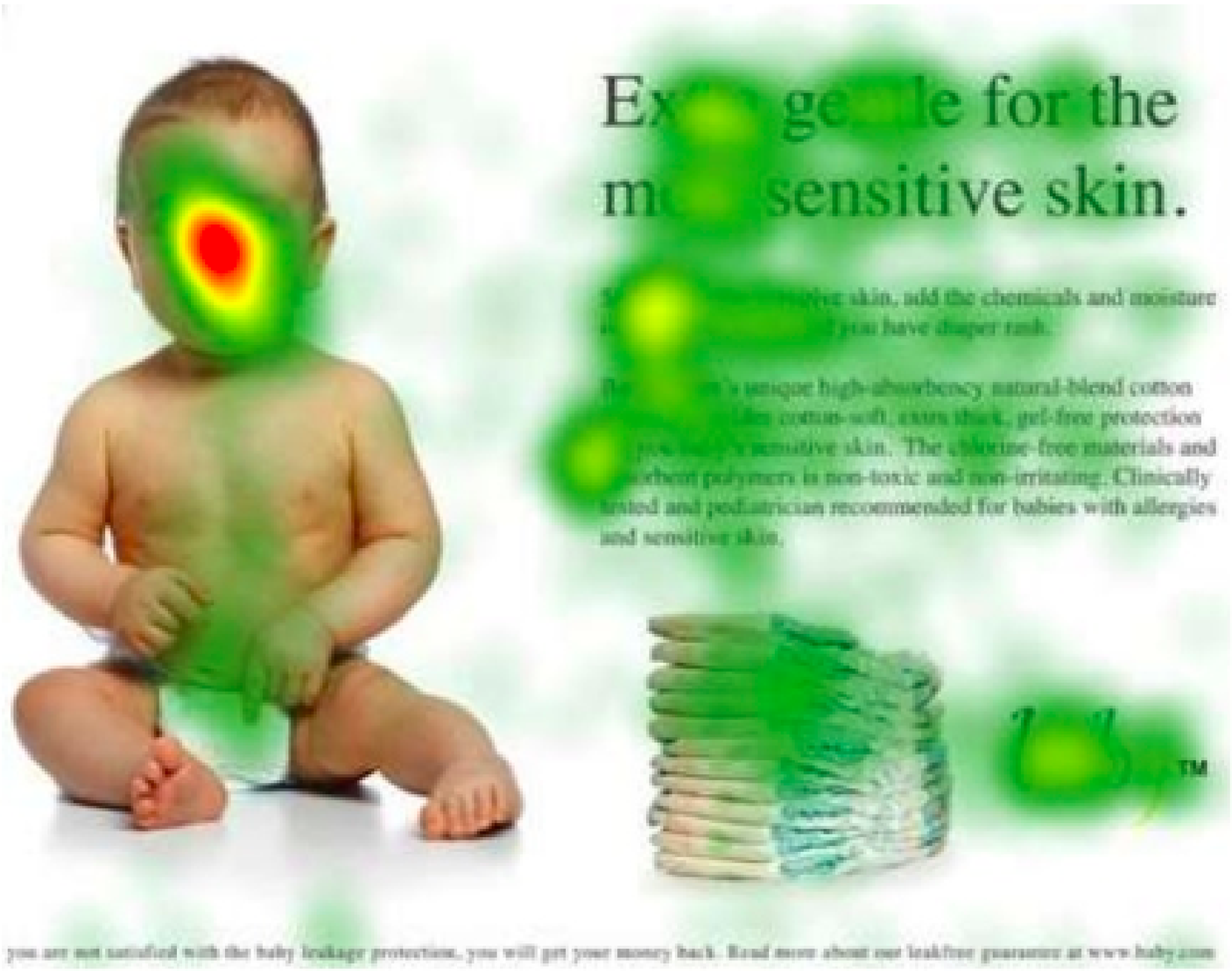
Extra gentle for the most sensitive skin.

Start with ultra sensitive skin, add the chemicals and moisture of urine and stools, and you have diaper rash.

Baby diaper's unique high-absorbency natural-blend cotton padding provides cotton-soft, extra thick, gel-free protection for you baby's sensitive skin. The chlorine-free materials and absorbent polymers is non-toxic and non-irritating. Clinically tested and pediatrician recommended for babies with allergies and sensitive skin.

baby™

If you are not satisfied with the baby leakage protection, you will get your money back. Read more about our leakfree guarantee at www.baby.com


Ex ge le for the
m sensitive skin.
you have diaper rash.
unique high-absorbency natural-blend cotton
cotton-soft, extra thick, gel-free protection
sensitive skin. The chlorine-free materials and
polymers is non-toxic and non-irritating. Clinically
and pediatrician recommended for babies with allergies
and sensitive skin.
™
you are not satisfied with the baby leakage protection, you will get your money back. Read more about our leakfree guarantee at www.baby.com

0 counts

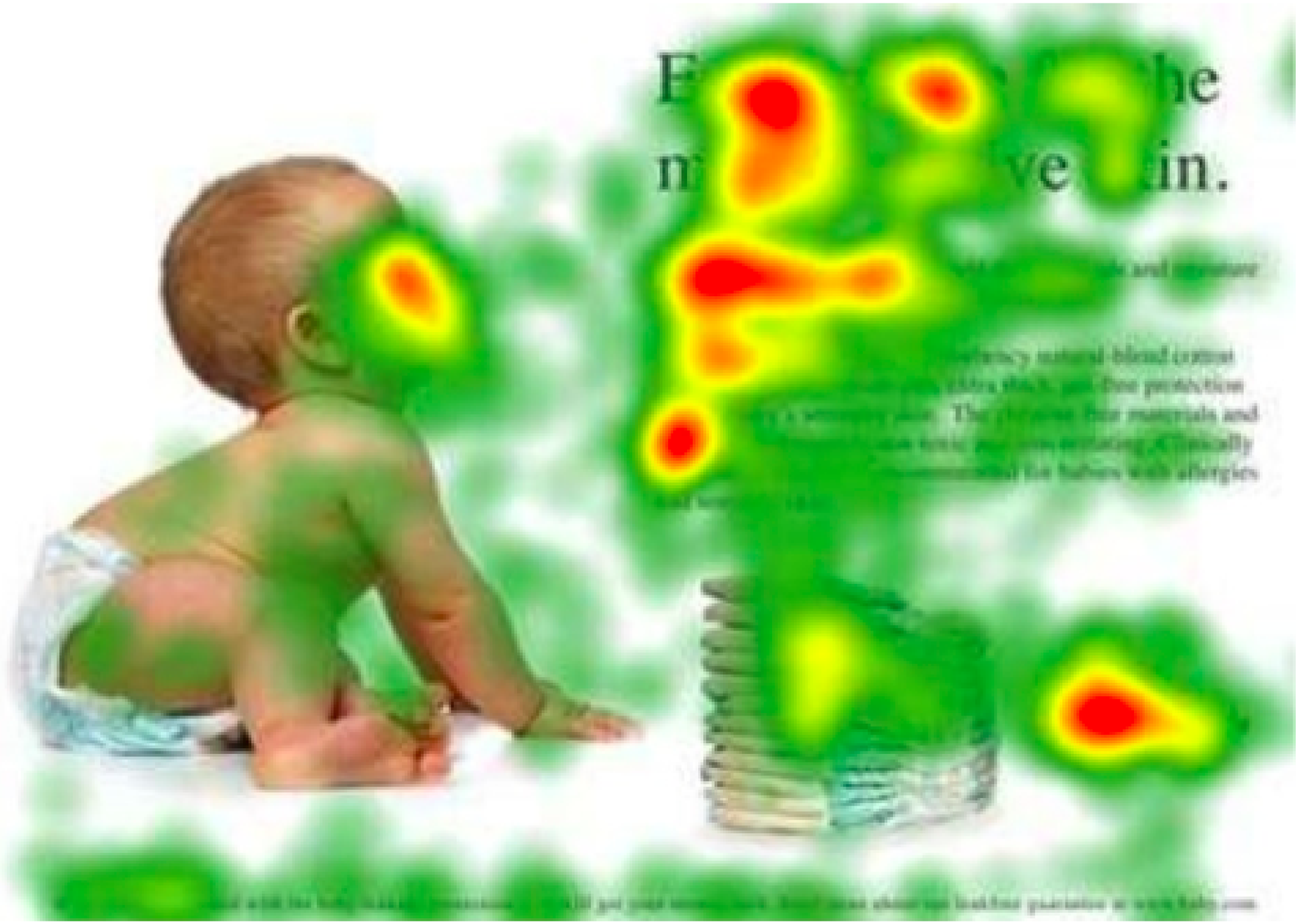
Extra gentle for the most sensitive skin.

Start with ultra sensitive skin, add the chemicals and moisture of urine and stools, and you have diaper rash.

Baby diaper's unique high-absorbency natural-blend cotton padding provides cotton-soft, extra thick, gel-free protection for you baby's sensitive skin. The chlorine-free materials and absorbent polymers is non-toxic and non-irritating. Clinically tested and pediatrician recommended for babies with allergies and sensitive skin.

baby™

If you are not satisfied with the baby leakage protection, you will get your money back. Read more about our leakfree guarantee at www.baby.com



#2 - Lo sencillo nos gusta más

#3 - El daño reversible

PDT ATACAMA 2020 Anfitriona
TURISMO DE NEGOCIOS

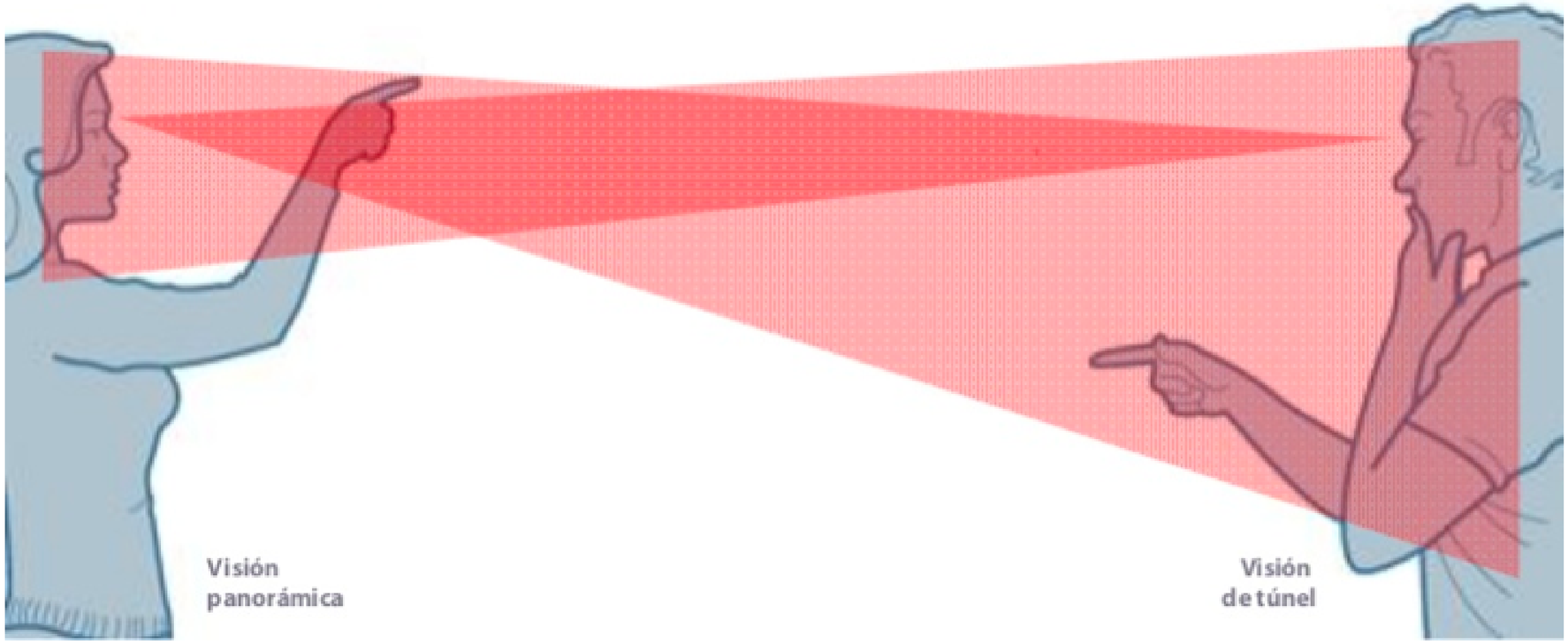
#4 - Completa la imagen

#5 - Las formas orgánicas son bien recibidas

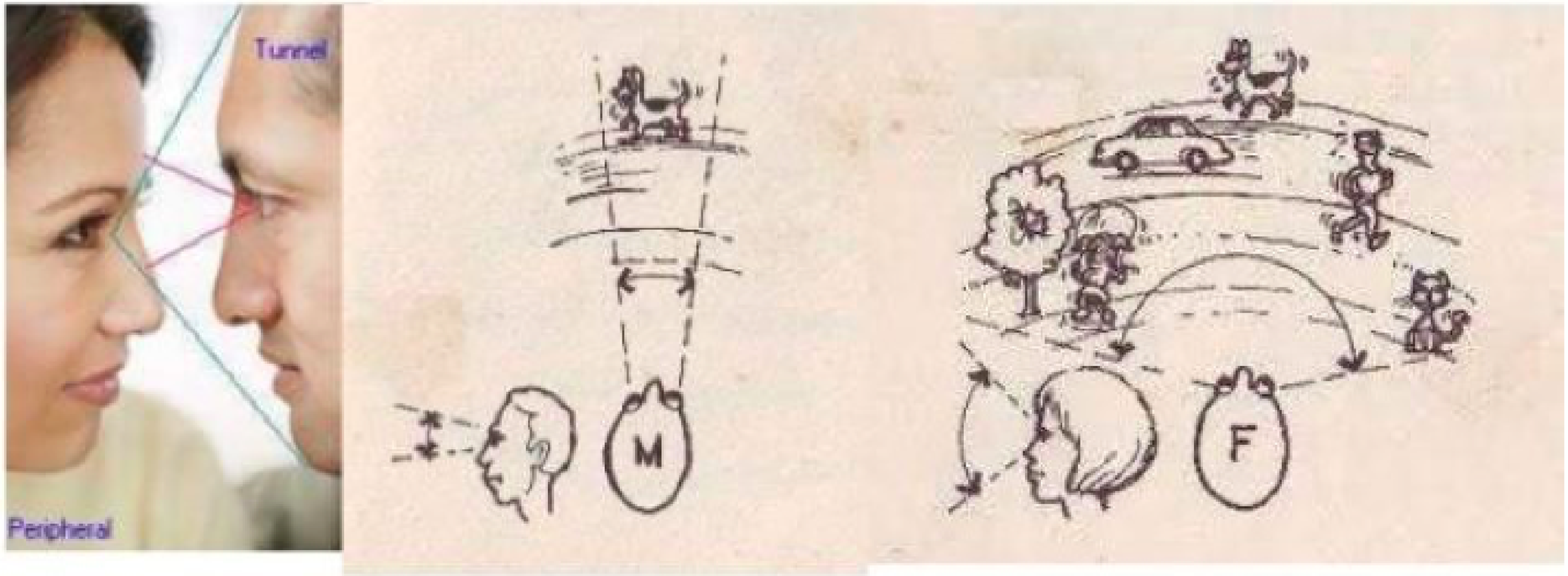
#6 - Búsqueda de lo tangible

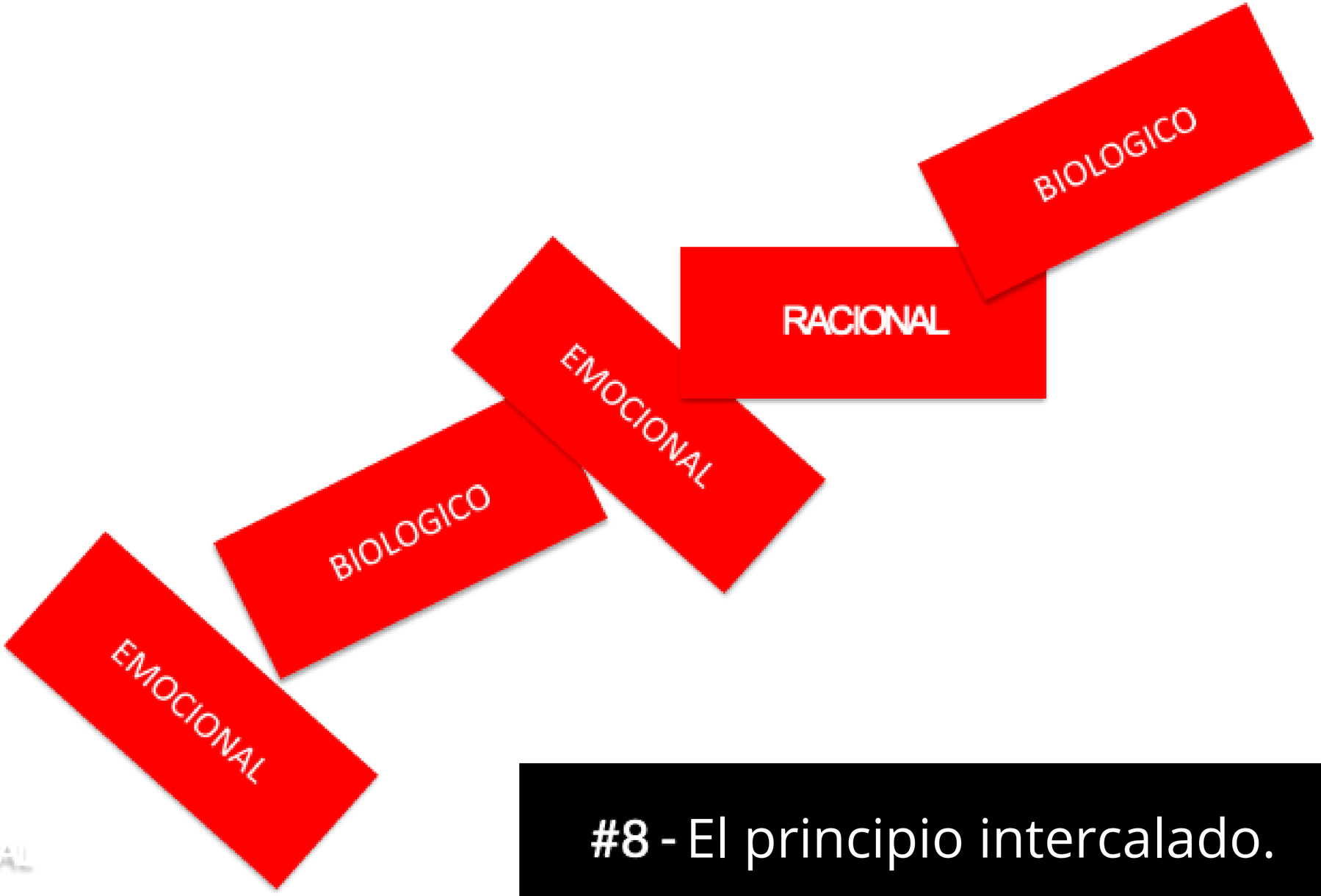
PDT ATACAMA 2020 Anfitriona
TURISMO DE NEGOCIOS

LA SERVILLETA ES UN ELEMENTO TANGIBLE PARA RECORDAR UN MOMENTO ÚNICO



#7 - Dispersión de elementos, según el género


Tunnel
Peripheral
M
F



RACIONAL

#8 - El principio intercalado.

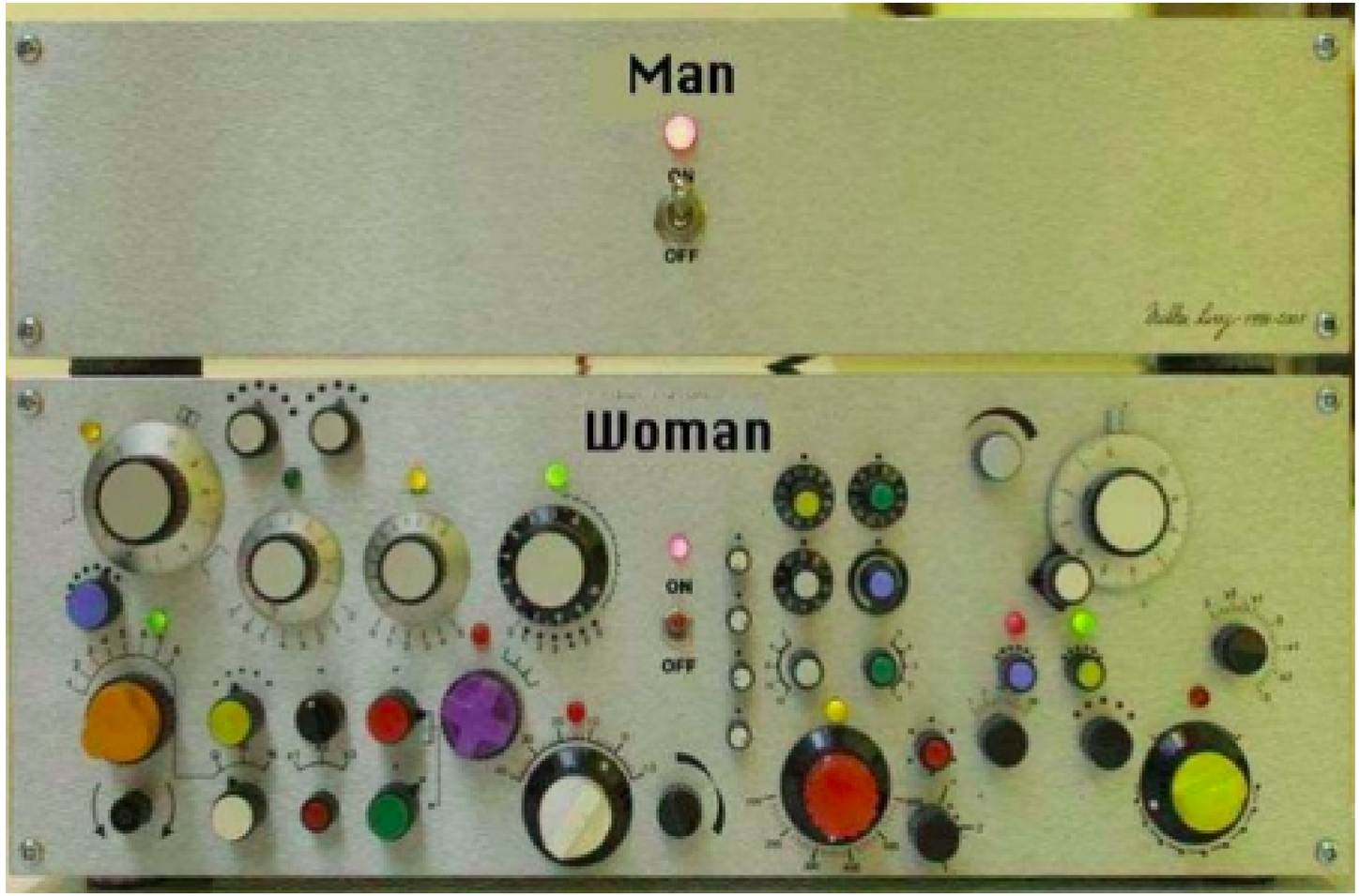
Lograr Poder Proteger
Entretener Dominar
Transformar Recordar
Disfrutar Conquistar
Y la palabra favorita es... TÚ

#9 - Usa verbos de acción.

PDT ATACAMA 2020 Anfitriona
TURISMO DE NEGOCIOS

#10 - El poder de las Neuronas espejo.

#11 - El género evalúa de forma diferente los estímulos



#11 - El género evalúa de forma diferente los estímulos

PDT ATACAMA 2020 Anfitriones
TURISMO DE NEGOCIOS

6 a 8 MIL PALABRAS DIARIAS.
2 a 3 MIL SONIDOS.
10 MIL GESTOS.

(Lenguaje no verbal)
TOTAL 20 MIL UNIDADES DE COMUNICACIÓN

14 a 16 ZONAS CLAVES DE DECODIFICACION.

6 a 8 MIL PALABRAS DIARIAS.
2 a 3 MIL SONIDOS.
10 MIL GESTOS.

(Lenguaje no verbal)
TOTAL 20 MIL UNIDADES DE COMUNICACIÓN

14 a 16 ZONAS CLAVES DE DECODIFICACION.

Si le vendes a una mujer y tú eres hombre habla 3 veces más.

Si le venderás a un hombre y eres mujer habla 3 veces menos.

#12 - El cerebro agradece el buen humor

MENSAJE ASCENSOR

MENSAJE EN LA PUERTA

PDT ATACAMA 2020 Anfitriona
TURISMO DE NEGOCIOS

LATHROP
CONSULTORES

Escanea este código QR y
chatea con Lathrop Consultores

contacto@lathropconsultores.cl

+569 7516 4921 / +569 92519543

instagram.com/lathropconsultores

facebook.com/LathropConsultores

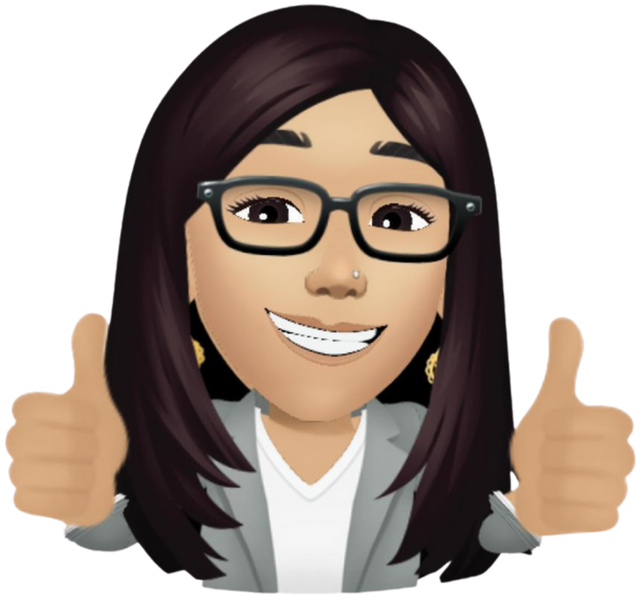
https://bit.ly/ConTacToDirecTo

instagram.com/pame.lathrop

linkedin.com/in/pamelalathrop

http://bit.ly/HaBleMos

¡¡Muchas Gracias
y a seguir avanzando!!



PDT ATACAMA 2020 Anfitriona

TURISMO DE NEGOCIOS

Neuromarketing

para el turismo de negocios

29 octubre 2020

Este programa es financiado gracias a los aportes del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) del Gobierno Regional de Atacama.