

NEUROMARKETING

Explica



Por que você compra

Prof. Rubens Sant'Anna

“O Marketing é uma guerra de percepções.”

Al Ries

O grande dilema



“Metade do dinheiro que gasto em publicidade é desperdiçada; o problema é que eu não sei qual é esta metade.”

John Wanamaker (1838-1922)

NEUROMARKETING?

The diagram consists of three overlapping white ovals on a black background. The top oval is labeled 'Marketing' in green. The middle oval is labeled 'NEUROMARKETING' in red. The bottom oval is labeled 'NeuroCIÊNCIA' in green, with a horizontal line underlining the word 'CIÊNCIA'. Two red boxes with white text are connected to the diagram by red lines: one points to the 'Marketing' oval and the other points to the 'NeuroCIÊNCIA' oval.

Marketing

NEUROMARKETING

NeuroCIÊNCIA

- Intangível
- Não mensurável
- Baseado na percepção
- Emocional

- Tangível
- Mensurável
- Baseado em medidas concretas
- Racional

Indústria da NEUROTECNOLOGIA

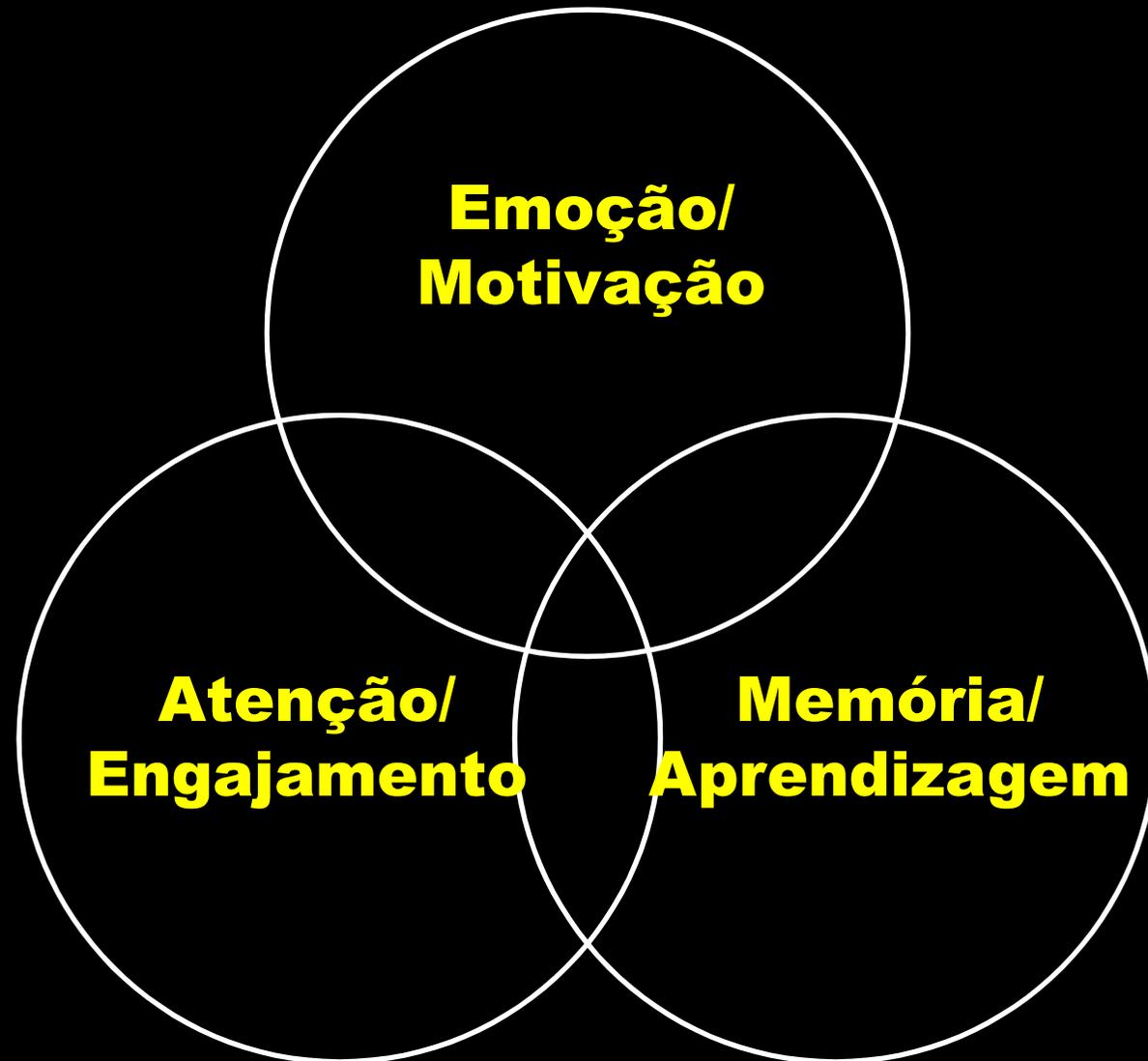


143 bilhões de dólares em 2009

Nada vai escapar da REVOLUÇÃO CIENTÍFICA



Os três pilares do NEUROMARKETING



Gostamos de pensar sobre nós mesmo como seres “modernos” e “racionais”...



Mas a verdade é que, na hora de decidir, quem assume o comando é o ser primitivo que habita nossa mente



BEST-SELLER INTERNACIONAL

Uma breve história da humanidade



Sapiens

Yuval Noah Harari

“Harari é brilhante [...]. *Sapiens* é realmente impressionante, de se ler num fôlego só. De fato questiona nossas ideias preconcebidas a respeito do universo.”

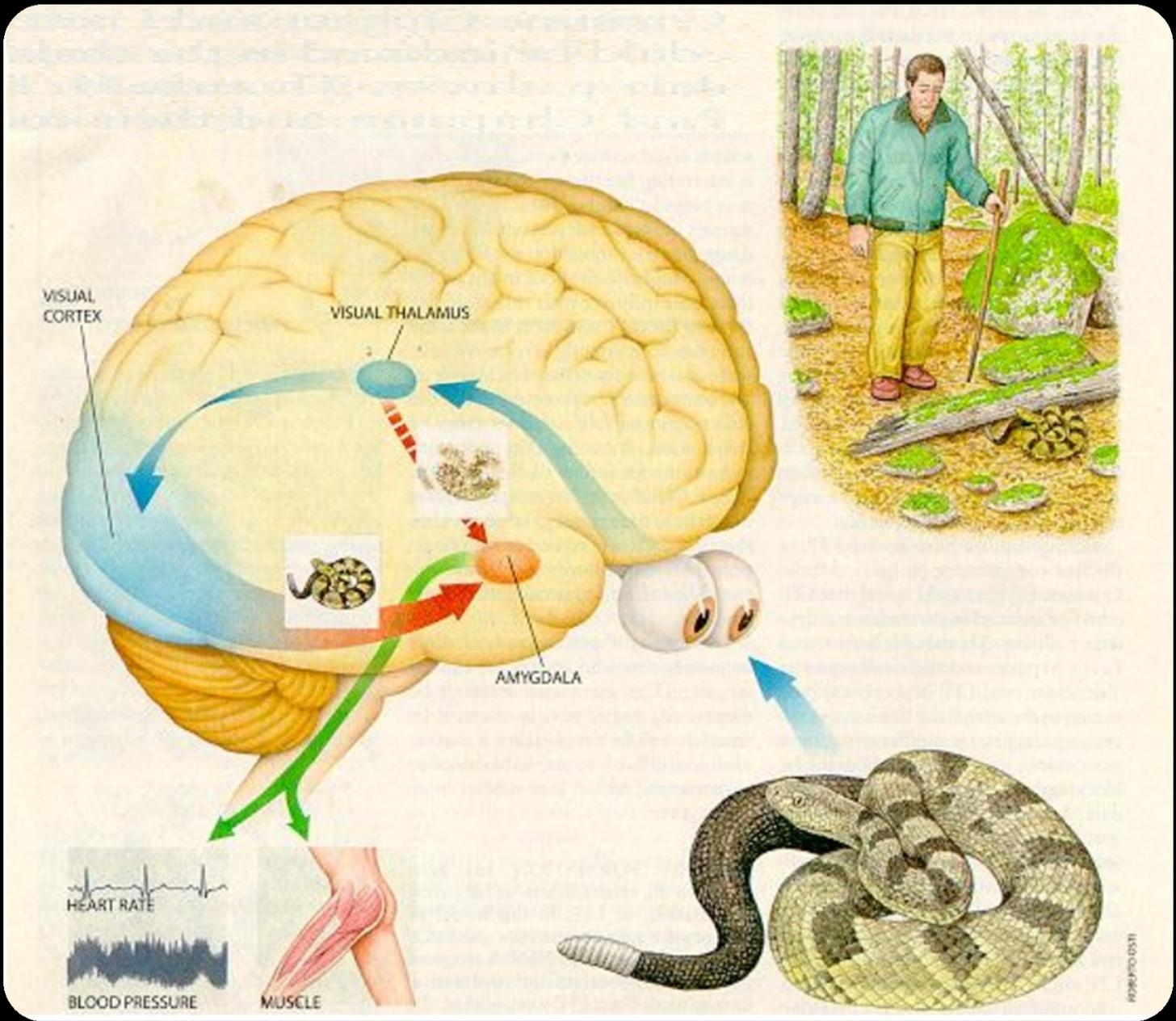
The Guardian

L&PM
editora

***"Para entender a
nossa natureza, nossa
história e nossa
psicologia, devemos
entrar na cabeça dos
nossos ancestrais
caçadores-coletores."***

Já sabemos quais são os caminhos percorridos pelos estímulos até serem processados pelo cérebro.

E a ciência demonstrou que antes de *pensarmos*, já tomamos uma decisão.



Cérebro humano: Uma obra prima da Natureza



- ✓ **100 bilhões de neurônios (mesmo número de estrelas na Via Láctea)**
- ✓ **Mil trilhões de conexões sinápticas entre eles**
- ✓ **Recebe 11 milhões de BITS de informação sensorial por segundo**
- ✓ **PROCESSA APENAS 40 BITS CONSCIENTEMENTE**

Cérebro humano: Uma visão simplificada

O cérebro trino

(Autor da teoria: Neurocientista Paul MacLean, 1970)



✓ Em termos de evolução biológica, as **FUNÇÕES COGNITIVAS** são extremamente recentes.

O cérebro primitivo possui 2 funções básicas:



**GARANTIR A
SOBREVIVÊNCIA**

**BUSCAR
PRAZER**

**Qual é atualmente o
Santo Graal
do Marketing?**

**Compreender como essa
máquina toma decisões...**

**E influenciá-la de modo
mais efetivo.**

Algumas teorias já foram (e ainda são) utilizadas para explicar o funcionamento da mente:

Abordagem Psicanalítica

Freud e o inconsciente. Id, Superego e Ego.

Abordagem Behaviorista

Skinner e o pré-condicionamento. Somos tábuas rasas ao nascer.

Abordagem Cognitiva

Aaron Beck e os esquemas mentais. O aprendizado através da experiência.

**A Neurociência comprovou
que Freud estava certo...**

**O inconsciente existe, e
influencia nossas decisões,
muito além do que
imaginamos.**

**Como isso altera as regras do
Marketing?**

O estranho caso das imagens de advertência no verso das carteiras de cigarro



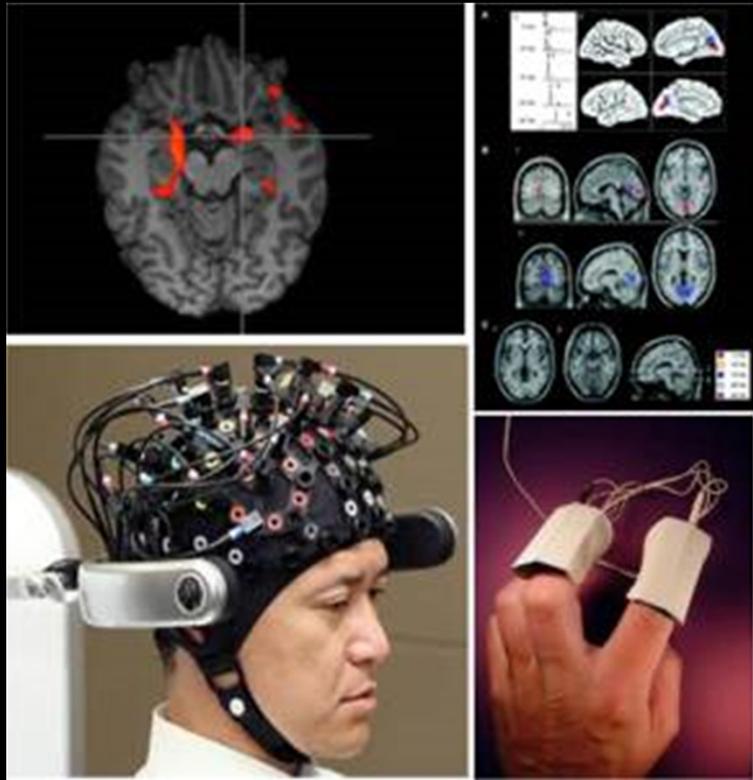
Até que ponto as
imagens ao lado
desestimulariam um
fumante a fumar?

O estranho caso das imagens de advertência no verso das carteiras de cigarro



Em uma pesquisa inédita, quando entrevistados, os fumantes diziam que sim, as fotos tinham um efeito de certa forma assustador e os faziam pensar duas vezes sobre a compra de cigarros.

O estranho caso das imagens de advertência no verso das carteiras de cigarro

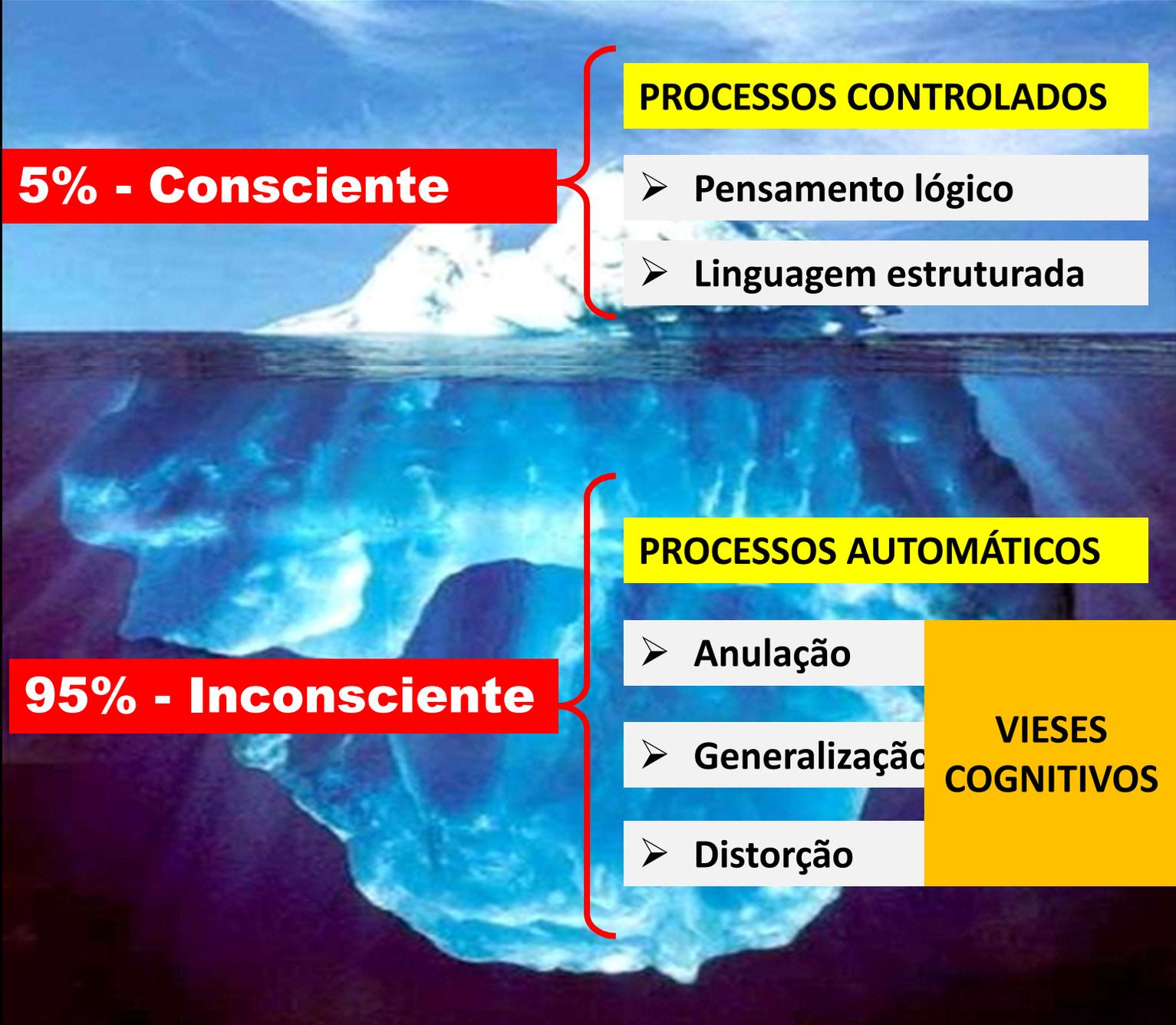


Mas quando o cérebro desses consumidores foi “vasculhado”, os pesquisadores chegaram à conclusão de que as imagens não possuíam utilidade e, algumas vezes, incentivavam a compra do cigarro.

**Casos como esse colocam
em cheque as formas
tradicionais de pesquisa.**

**É preciso acessar o
inconsciente para sabermos
de fato o que o Consumidor/
Shopp sente.**

**Mas afinal, o quanto da nossa
mente é inconsciente?**



5% - Consciente

The image shows an iceberg floating in the ocean. The small tip above the water represents the conscious mind (5%), while the much larger part below the water represents the unconscious mind (95%). The background is a blue sky and dark blue water.

PROCESSOS CONTROLADOS

- Pensamento lógico
- Linguagem estruturada

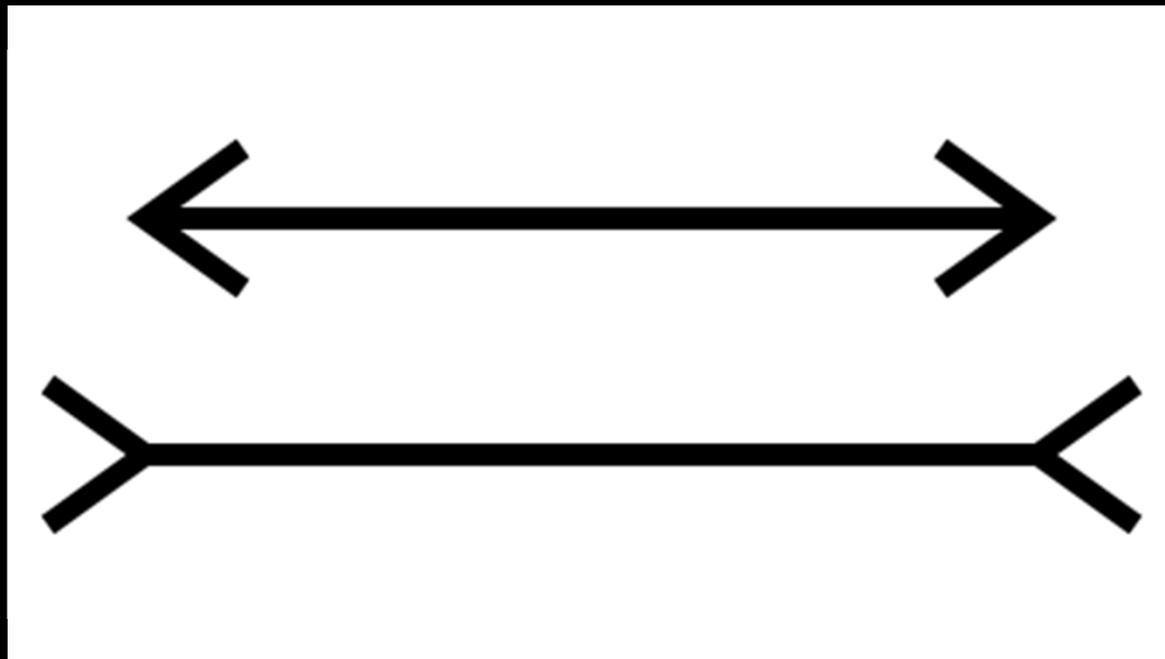
95% - Inconsciente

PROCESSOS AUTOMÁTICOS

- Anulação
- Generalização
- Distorção

**VIESES
COGNITIVOS**

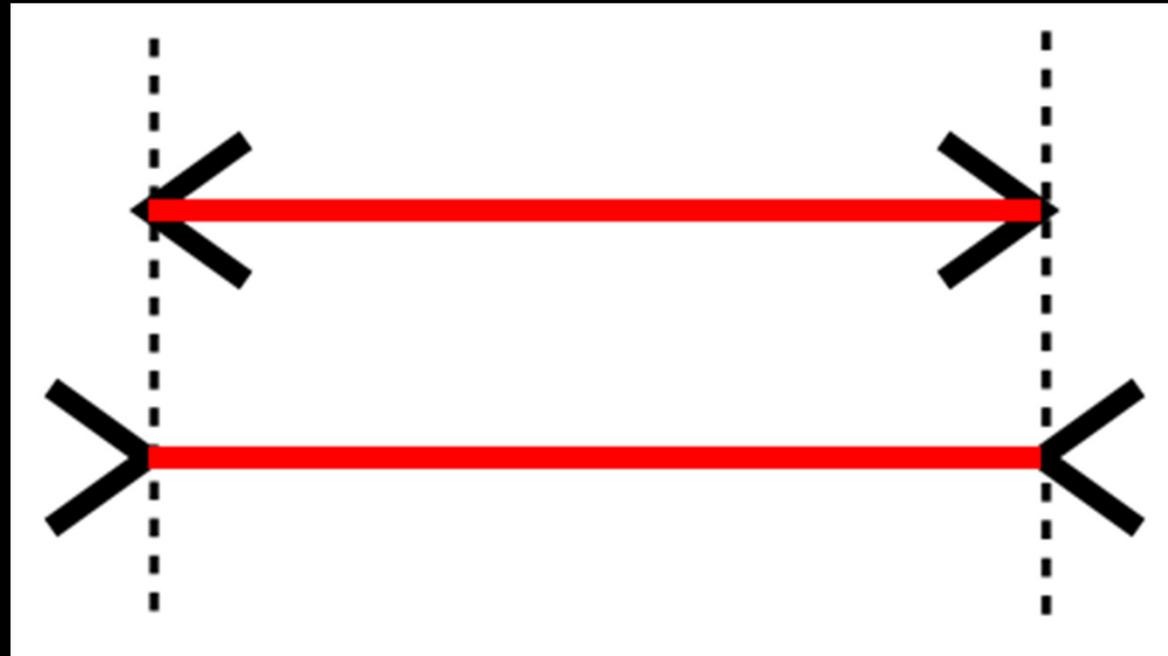
**O inconsciente pode confundir
nossos julgamentos.**



Ilusão de Müller-Lyer

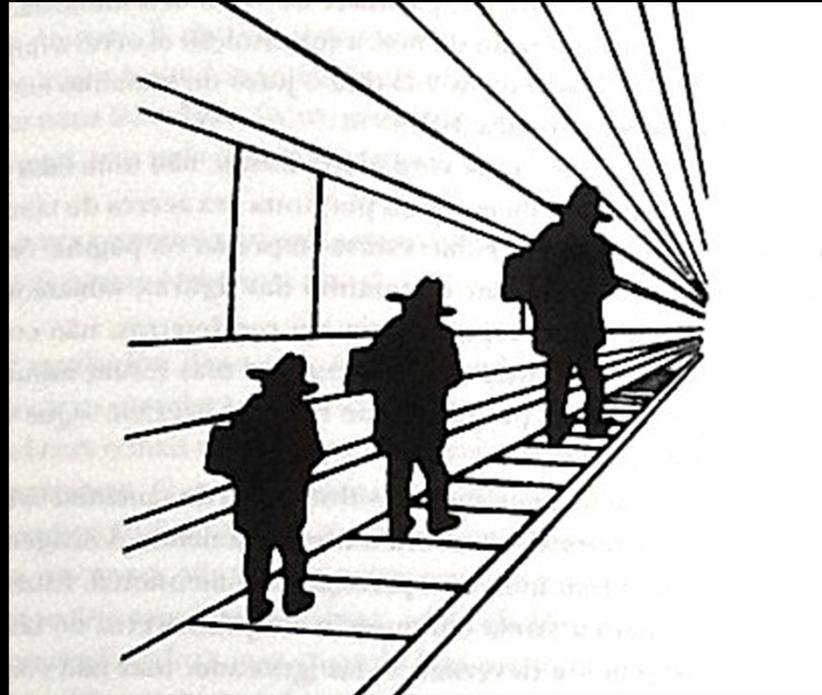
Qual destas linhas é maior?

**O inconsciente pode confundir
nossos julgamentos.**



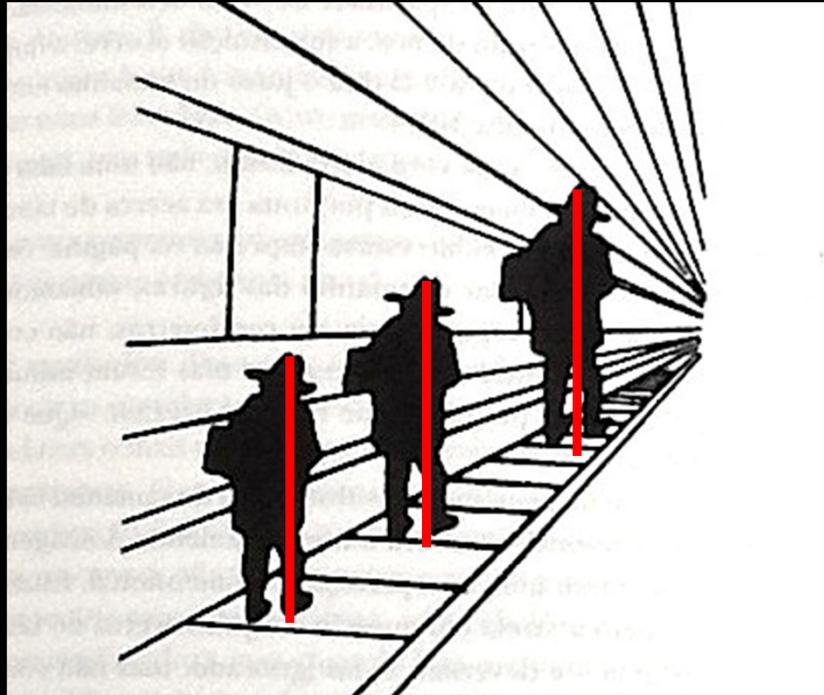
Ilusão de Müller-Lyer

**O inconsciente pode confundir
nossos julgamentos.**

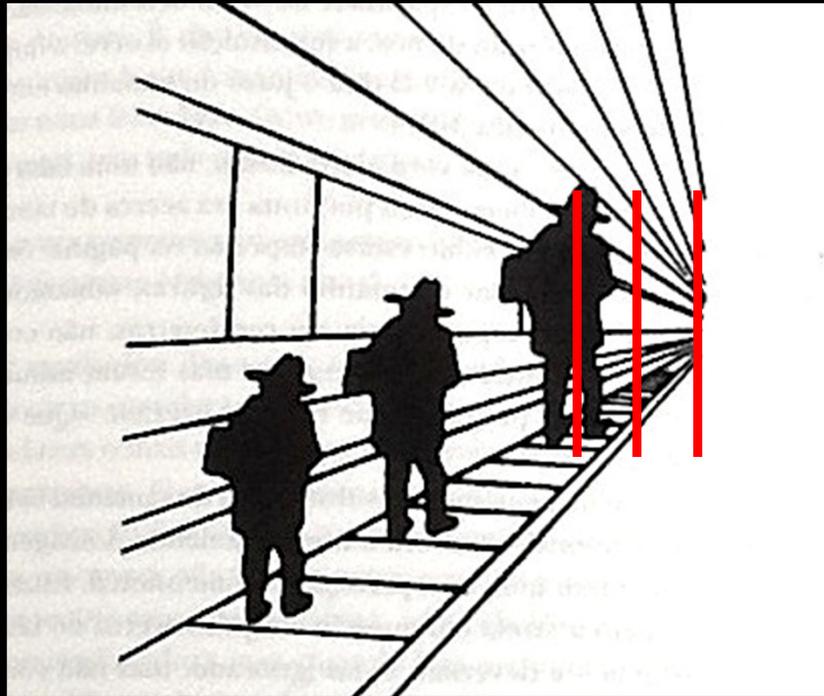


Qual destes homens é maior?

**O inconsciente pode confundir
nossos julgamentos.**



**O inconsciente pode confundir
nossos julgamentos.**



Estes poucos exemplos demonstraram como nosso inconsciente influencia nossos julgamentos.

AGORA, VOCÊ JÁ APRENDEU A PRIMEIRA LIÇÃO:

Para ser efetivo na comunicação, estimule o inconsciente, que é guiado pelas emoções.

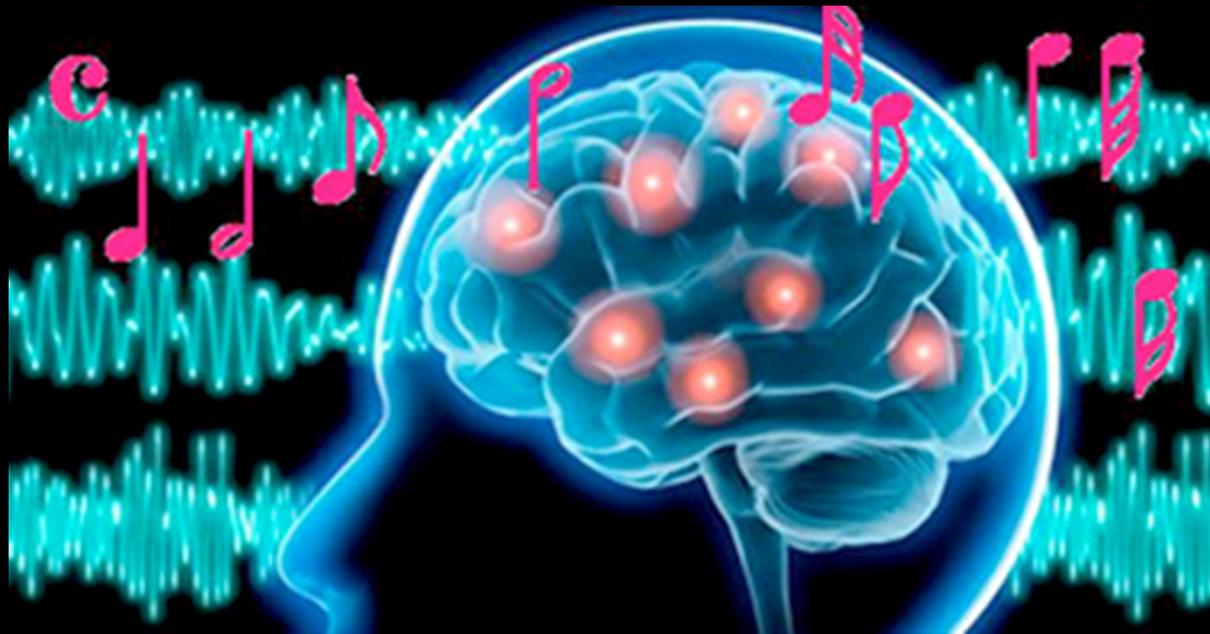
O processo emocional é mais rápido que o racional.

**Torta
de
Amora**



A informação é a mesma. Mas qual é mais efetiva?

Você quer influenciar o *Shopper* a comprar mais, sem que ele perceba?



Que tal usar estímulos auditivos?



Um estudo da Universidade de Leicester (LINDSTROM, 2009, p. 137) mostrou que o som pode determinar se vamos optar por uma garrafa de vinho francês ou alemão.



Nesse estudo, músicas que podiam ser reconhecidas como francesas ou alemãs foram colocadas nos alto-falantes da seção de vinho dentro de um supermercado.



Nos dias em que foram incorporadas à seção músicas francesas, os vinhos dessa nacionalidade tiveram 77% de aumento de vendas.



Quando questionados, os *Shoppers* não citaram a música como um fator que os teria influenciado...

AGIRAM DE FORMA INCONSCIENTE, GUIADOS PELA MÚSICA.

**Somos seres visuais. Estimular
este sentido pode aumentar
muito as vendas.**



A Mabel desejava saber quanto...

**Para isso, “enveloparam” uma
gôndola...**



E foram medir os resultados...

Reproduzindo 'cam escondida 01'



CÂMERA ESCONDIDA VIDEO 01

00:01

Windows taskbar with icons for Start, Recycle Bin, Internet Explorer, Firefox, VLC, Word, Excel, OneDrive, Photoshop, Skype, and File Explorer. System tray shows keyboard, network, volume, and system clock (13:07, 24/09/2016).

cam escondida 02



CÂMERA ESCONDIDA VIDEO 02

00:01

Windows taskbar with icons for Start, Recycle Bin, Internet Explorer, Firefox, VLC, Word, Excel, OneDrive, Photoshop, Skype, and File Explorer. System tray shows keyboard, network, volume, and system clock (13:07, 24/09/2016).

**Porém, de todos nossos sentidos,
o olfato é aquele que mais age no
nosso inconsciente.**



Agora, você entende por que colocar os pães na fornada ao final do dia faz com que os supermercados vendam muito mais.



Somos altamente influenciados pelo sentido olfativo. É o mais primitivo deles.

Quanto mais estimulado com mensagens coerentes através dos 5 sentidos, maior será a propensão do cérebro a reter memórias emocionais.

Visão

Audição

Olfato

Tato

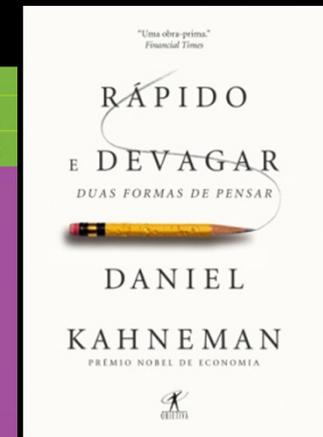
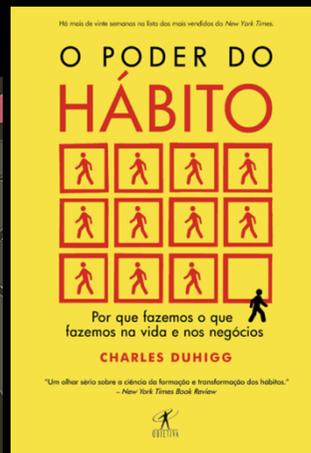
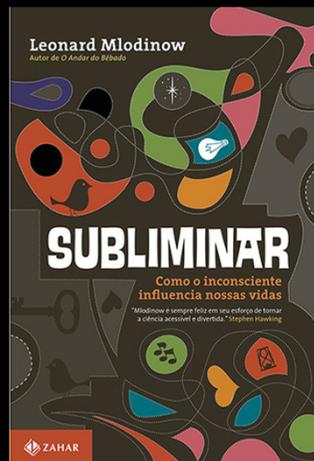
Paladar



Explore ao máximo ambientações de categorias, com ação conjunta de todos os estímulos possíveis.

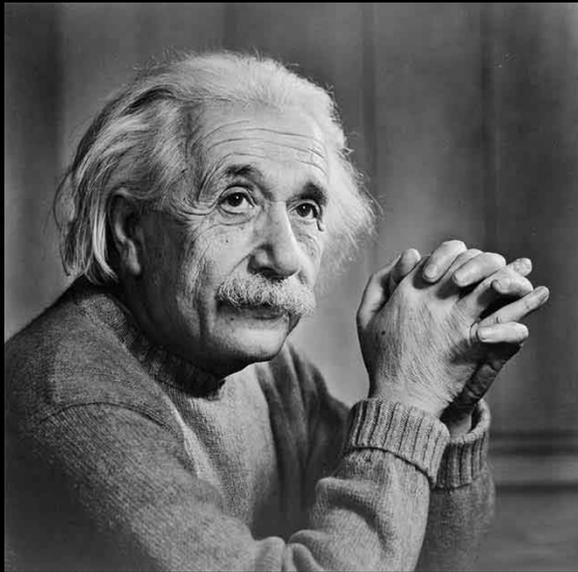


Todo conhecimento apresentado é resultado de muita pesquisa, muita leitura.



Quero propor a você um desafio:

Que a partir de hoje, leia pelo menos 10 páginas de um livro por dia.



***“A mente que se abre a
uma nova ideia jamais
voltará ao seu tamanho
original.”***

Albert Einstein

Obrigado!

rubens@rubenssantanna.com.br

www.rubenssantanna.com.br

Canal You Tube: Rubens Santanna