

# El Marketing y la PNL



Un blog de marketing

# Marketing Experiential



Un blog de marketing

## Marketing Experiencial



**un cliente elige un producto o servicio por la vivencia que le ofrece antes de la compra y durante su consumo**



Un blog de marketing

**PNL**

“Cómo hacemos funcionar (programación) nuestros cerebros (neuro) y cómo expresamos lo que pensamos (lingüística)”

**Nos permite conocer los procesos mentales que usamos para codificar información, y por lo tanto cambiar nuestra forma de pensar y de actuar.**



# Modelos de Aprendizaje

Estudiante  
**visual**



Aprende lo que ve

Estudiante  
**kinestésico**



Aprende lo que hace

Estudiante  
**auditivo**



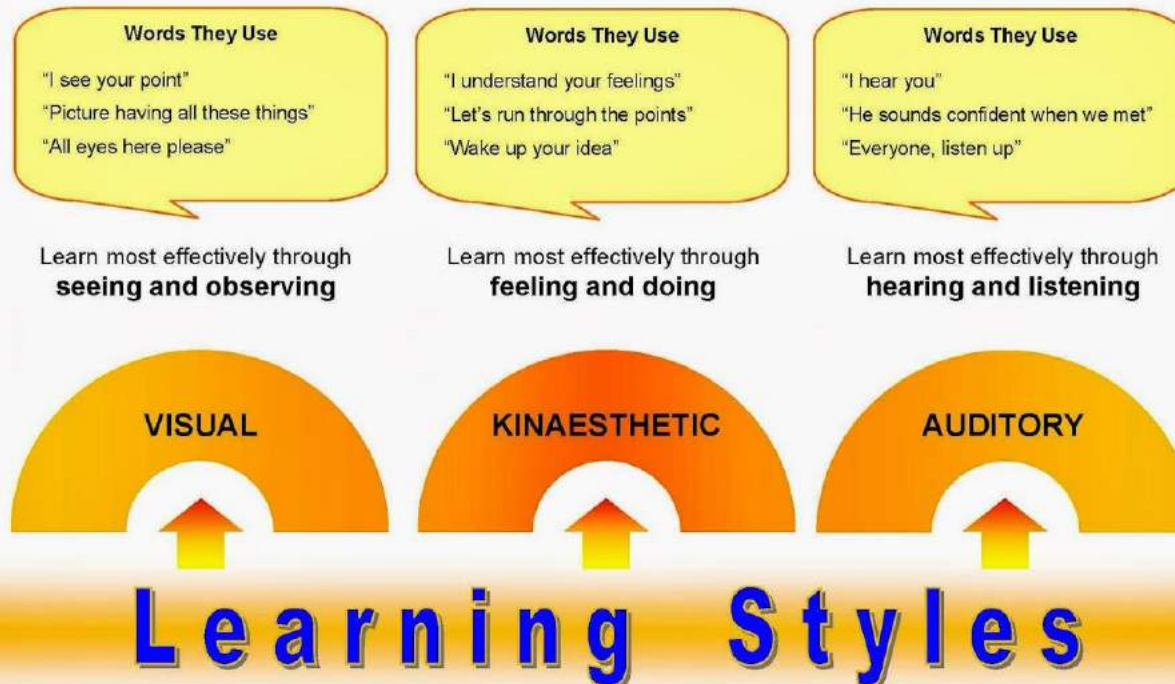
Aprende lo que oye



# Modelos de Aprendizaje

## VAK Learning Styles

The **VAK Learning Styles** denote the three dominant learning modes namely **Visual**, **Auditory** and **Kinaesthetic**. A common mistake in education is to assume whatever is taught is learnt. Good educators are mindful of the differing learning styles and adjust their teaching methods accordingly to maximise learning and retention. Tools such as questionnaires and games can assist in determining the learning styles of individuals.



Have training or consulting enquiries? Contact us at [training@luminarieslab.com](mailto:training@luminarieslab.com) or visit [www.luminarieslab.com](http://www.luminarieslab.com) © Luminaries Lab Pte Ltd





Un blog de marketing

# El consumidor Visual

## Las imágenes son TODO

### Palabras que las Personas Visuales usan con Frecuencia

Las personas que están procesando visualmente usan palabras como: ver, visualizar, buscar, imagen, ilustrar, observar, percibir, notar, visión, perspectiva.

### Características

Prestan mucha atención a cómo otras personas los miran, y cómo luce su hogar y ellos mismos.

Necesitan espacio para ver sus imágenes internas – otra persona podría interrumpir su pensamiento al meterse en su “zona de visualización”.

También pueden tener dificultades para concentrarse cuando hay mucha actividad visual.

Hablan rápido, respiran más fuerte y a menudo desarrollan tensión en la parte superior del cuerpo.

Ellos usan la información visual para planificar, recordar y tomar decisiones.

Necesidad ver la imagen de lo que otra persona está diciendo.

Son mejores para recordar caras que nombres.

Para entender lo que otra persona está diciendo, prefieren ver las gesticulaciones faciales en lugar de sólo escuchar (como cuando se habla por teléfono)

Tienden a mover los ojos hacia arriba o directamente en frente.







Un blog de marketing

# El consumidor Auditivo

## El sonido es lo IMPORTANTE

### Palabras que Utilizan las Personas Auditivas

Cuando una persona está procesando con su sistema auditivo, utiliza palabras tales como: oye, escucha, pregunta, ruidoso, suena, sordo, silencioso, voz, eco, volumen, zumbido, fuerte, etc.

### Características de las personas auditivas:

Presta atención al tono de la conversación en lugar de las palabras en sí.

Tiene una resonancia en su voz y habla a un ritmo medio.

Respira más profundamente en su diafragma.

Le gusta hablar para resolver los problemas y hace muchas preguntas.

Le gusta escuchar música, hablar y el silencio.

Los ruidos tienden a distraerlos con facilidad.

A veces no se dan cuenta de lo que está pasando alrededor de ellos visualmente.

Prefieren hablar por teléfono en lugar de cara a cara

Su forma de vestir no importa tanto como sus ideas

### Movimientos de Ojo en las Personas Auditivas

Las personas auditivas tienden a mover los ojos de derecha e izquierda, o tienden a tener una “postura de teléfono” en la que inclinan la cabeza, como si estuvieran hablando por teléfono.





Un blog de marketing

# El consumidor Kinestésico

## Emociones + Sentimientos

### Palabras que Usan con Frecuencia

Las personas kinestésicas utilizan palabras como: sentir, tocar, acariciar, textura, sensación, sostener, agarrar, abrazar, abrazo, masaje, pesado, opresivo, sofocante, incómodo, etc.

### Características de las Personas Kinestésicas

Prestan atención a sus cuerpos y sentimientos.

Aprenden haciendo, y por lo tanto tienen dificultades con los métodos tradicionales de educación.

Les gusta tocar las cosas y las personas.

Prefieren usar ropa y zapatos cómodos aunque no se les vea muy bien.

Tienden a hablar más despacio, ya que los sentimientos toman mucho más tiempo en procesarse que las imágenes.

Toman decisiones en función de cómo se sienten.

### Movimientos de los Ojos

Las personas kinestésicas usualmente mueven mucho los ojos hacia el área inferior derecha (para la mayoría de las personas diestras, ya que para las zurdas puede variar). Puede que no hagan contacto visual porque eso impide que se concentren en sus sentimientos.





Un blog de marketing

# Ejemplos prácticos

# Campaña **Beer Ripples Maker**



# Campaña **Ikea** Realidad Aumentada



# Campaña **Ikea** Díselo Cantando





# Campaña **Donkin' Donuts Flavor Radio**



# Campaña **Pesadilla en Burger King**



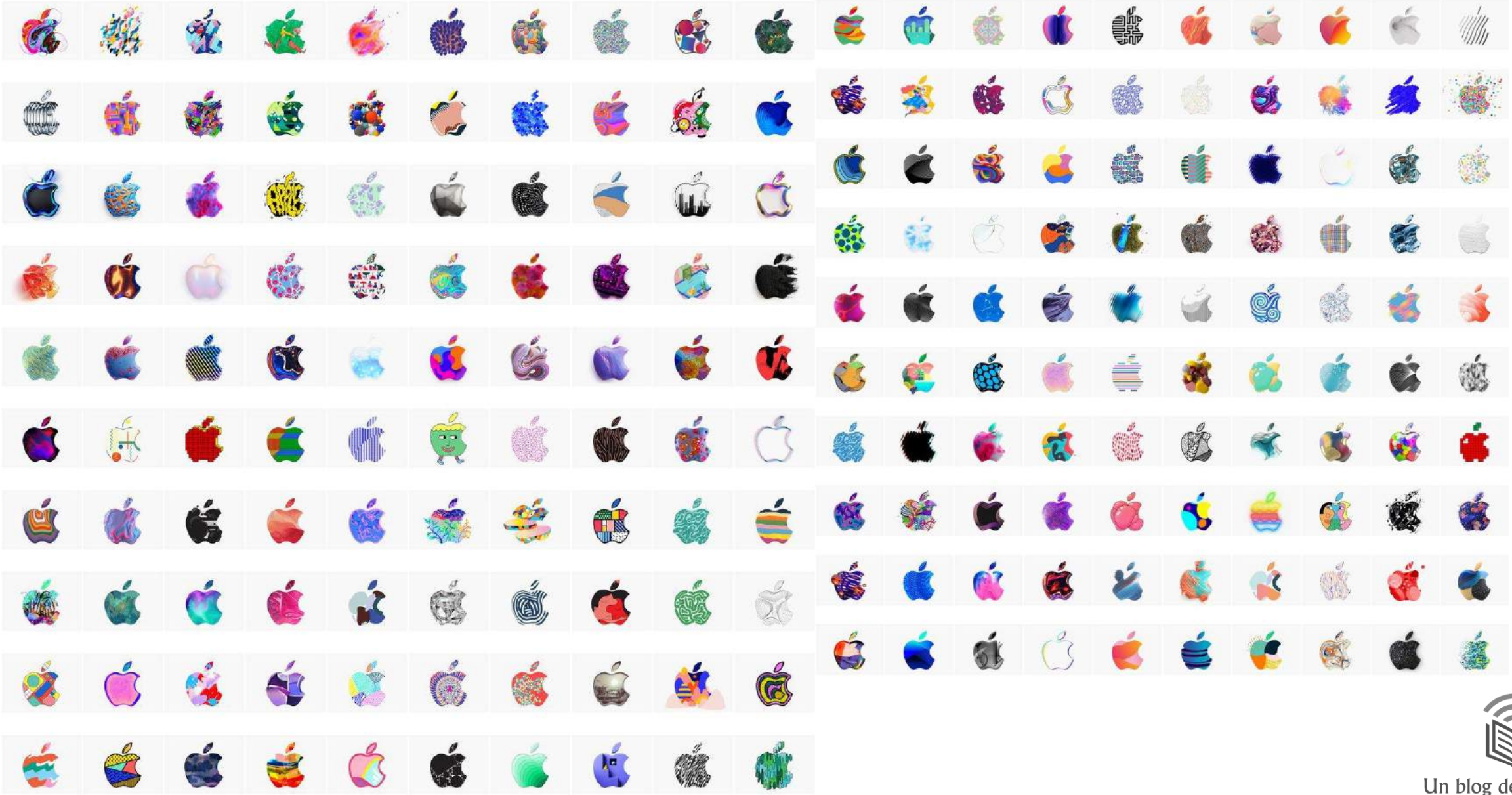
# Campaña **Small Foot**



# Campaña **Scream for Royal**



# Evento Applesfera





Un blog de marketing

# Recomendaciones

## Consejos



- 1.- Además de comunicarnos con palabras, lo hacemos con gestos y actitudes, parece necesarios que planteemos campañas de marketing experiencial que tengan en cuenta los estilos de aprendizaje que podemos encontrarnos en nuestros clientes potenciales y actuales
- 2.- Identifica y cualifica en la medida de lo posible los estilos de aprendizaje de tu público objetivo y prioriza acciones afines a cada uno de ellos.
- 3.- El lenguaje verbal es importante, pero quizás el lenguaje no verbal sea la clave para conectar de manera diferente y más auténtica en determinados contextos para gestionar experiencias de marca.
- 4.- A la hora de plantear ciertas estrategias de marketing experiencial, donde tengamos que conectar con el máximo número posible de consumidores y activar experiencias de marca, quizás debemos tener en cuenta un mix equilibrado, donde podamos llegar de manera auténtica a las personas con predominio visual, auditivo y kinestésico.
- 5.- El problema aquí no es del consumidor, sino del creativo que quizás nos empeñamos en dar la información normalmente por los canales visual y auditivo generalmente, dejando fuera a los clientes más sensoriales y emotivos y para ellos el marketing experiencial y emocional apuesta por ello.
- 6.- Si hoy en día hay una apuesta por el marketing de contenidos, en un intento por parte de las marcas por que sus comunicaciones sean más educativas y entretenidas, quizás parezca razonable tener en cuenta que las personas tenemos preferencias de aprendizaje y habrá que plantear acciones de comunicación y experienciales, que estén alineadas con esta características.



Un blog de marketing

**Completa el test  
para saber si eres  
Visual, Auditivo o  
Kinestésico**  
**[aquí](#)**



**FIN**



Un blog de marketing



Un blog de marketing

Acceso  
A Libro



Un blog de marketing

Acceso a  
Caso de estudio



Un blog de marketing

Descarga de  
documentos



Un blog de marketing

Acceso al  
Post