

# NEURO MARKETING

Entenda o comportamento  
de compra dos seus clientes



**MR**  
**CH** MÁRCIO  
ROCHA



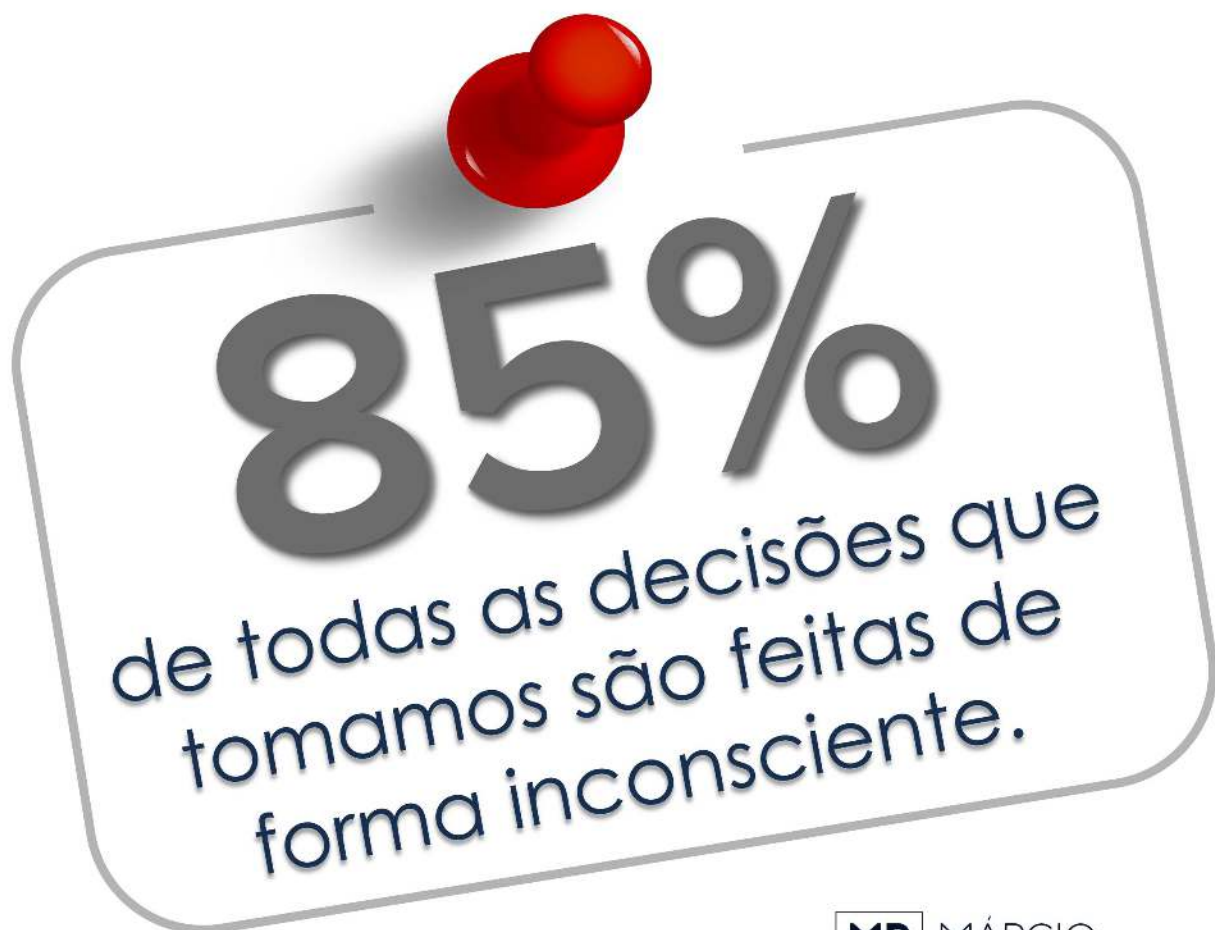
*Copyright Execute Negócios Digitais 2016.  
All Rights Reserved.  
Todos os Direitos Reservados*

## Aviso Legal

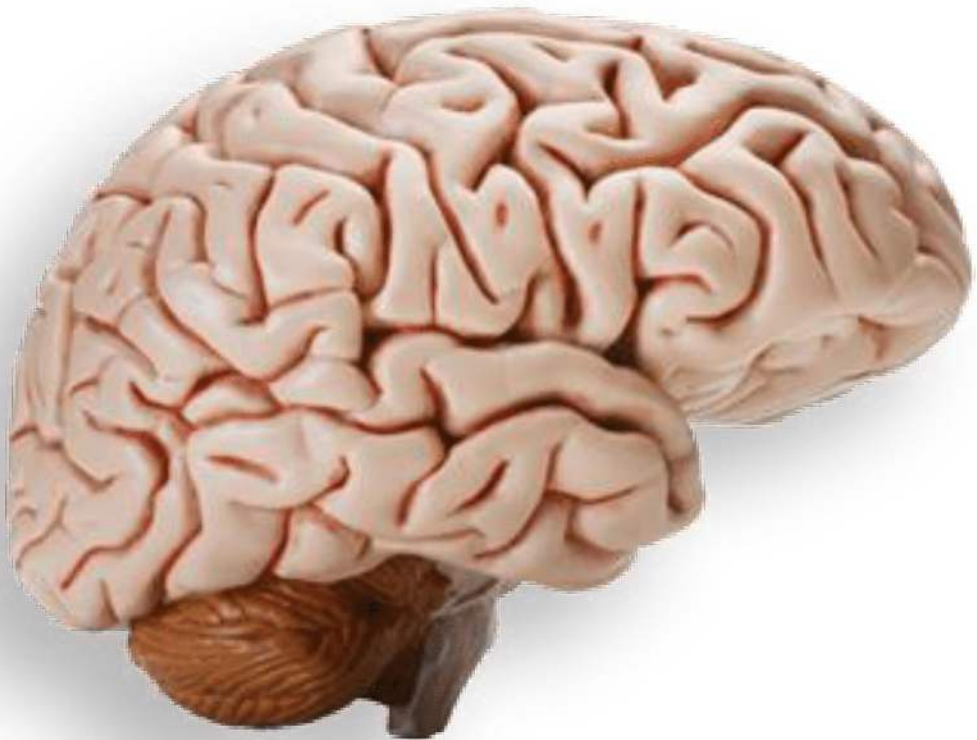
O inteiro teor deste e-book está sujeito à proteção de direitos autorais. Todos os direitos reservados. O conteúdo deste estudo não pode ser copiado de forma diferente da referência individual comercial com todos os direitos autorais ou outras notas de propriedade retidas, e não pode ser reproduzido ou de outra forma distribuído. Não se deve copiar, baixar, distribuir, modificar, reproduzir, republicar ou retransmitir qualquer informação, texto e/ou imagens contidos neste e-book ou qualquer parte deste em qualquer meio eletrônico ou em disco rígido, ou criar qualquer trabalho derivado com base nessas imagens ou texto, sem o consentimento expresso por escrito da *Execute Negócios Digitais*. Os nomes dos produtos e serviços citados são marcas comerciais registradas e pertencem aos seus proprietários e nenhum conteúdo aqui mencionado deve ser interpretado como a concessão de licença ou direito de qualquer patente, direito autoral ou marca comercial da *Execute Negócios Digitais*. As informações contidas neste e-book são fornecidas somente para fins educativos e de informações gerais. As imagens utilizadas neste e-book advêm de material publicitário veiculado nos meios de comunicação autorizados, tais como, mas não se limitando à televisão, mídia impressa e internet.

# Você sabe o que é **NEUROMARKETING?**

Uma das principais descobertas do Marketing é que a maioria das nossas decisões de compra são tomadas de forma inconsciente.



Já imaginou uma forma diferente e inovadora de falar com seu cliente, acessando o seu INCONSCIENTE, entendendo o que ele sente e prevendo suas reações e seus comportamentos?

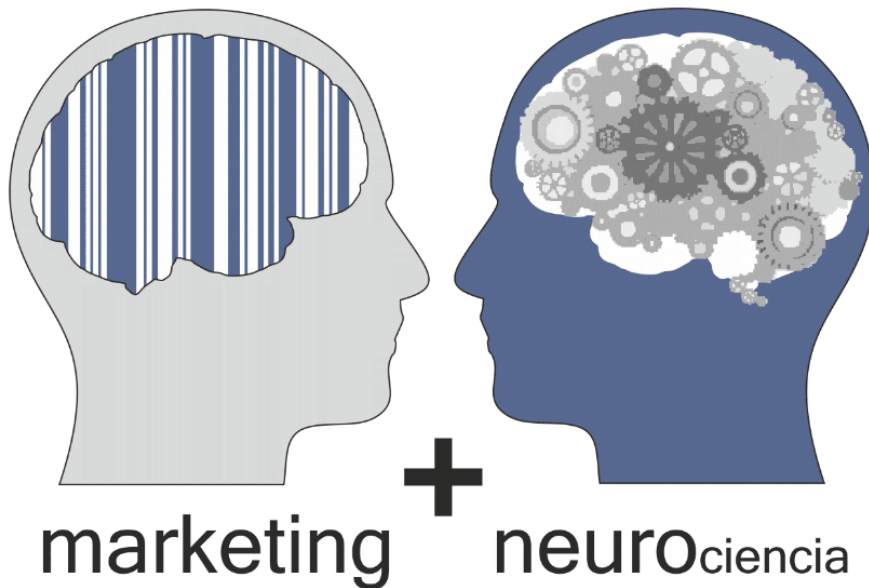


Pois é, o **Neuromarketing** nos ajuda a entender o comportamento de compra dos clientes e, com isso, nos proporciona um mundo de opções em como abordar esse cliente e vender mais... e mais... e mais...





O **Neuromarketing** é algo cientificamente comprovado e muito utilizado nas estratégias atuais de Marketing, criando valor, aumentando o potencial das marcas e gerando a máxima satisfação dos consumidores, mesmo que eles não saibam disso.



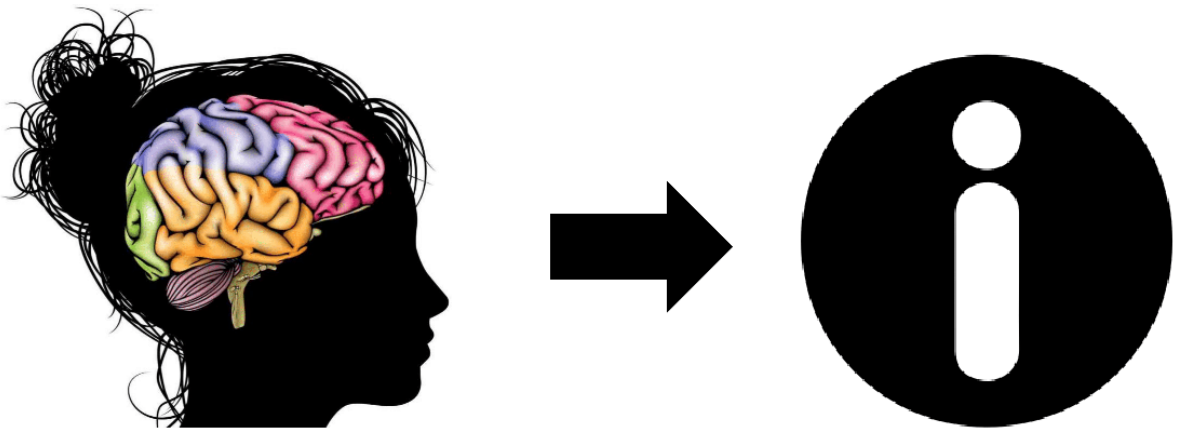
A união do **Marketing** com a **Neurociência**  
abriu para o mundo dos negócios todo o  
entendimento da lógica do consumo.





Nenhuma grande empresa, hoje, no mundo inteiro, desconhece isso e, percebendo a eficácia do **Neuromarketing**, alinham suas estratégias na hora de lançar produtos, criar campanhas inovadoras, produzir comerciais irresistíveis e promover experiências únicas que atraiam o público-alvo de maneira consistente e duradoura.

Conhecendo o comportamento do consumidor, as empresas exploram, de forma ativa e profunda, a maior e mais valiosa fonte de informações que existe em cada uma de nós: o nosso cérebro.



Com isso, essas empresas obtêm resultados bem acima de seus concorrentes que não têm essas mesmas informações.

Somos essencialmente  
**IRRACIONAIS**  
em nossas decisões...

Nós somos seres  
essencialmente irracionais  
em nossas ações diárias...



Não concorda?

Então veja esses exemplos e me diga o porquê de agirmos assim:



Você já foi a um *self-service* e escolheu o segundo prato ao invés do prato de cima?

Por quê? Isso é racional?

# 72%

Sabia que 72% das pessoas que pegam o prato e desistem de comer, colocam o prato logo abaixo do prato de cima?



Você já bateu na madeira  
para “afastar o azar”?  
Por quê? Isso é racional?  
Funciona mesmo?



Você não passa “debaixo de escada” ou não viaja quando cruza com um “gato preto”?  
Por quê? Isso é racional?



Você folheia uma revista  
nova na banca e ao comprar  
pega uma outra que ainda  
não foi folheada?

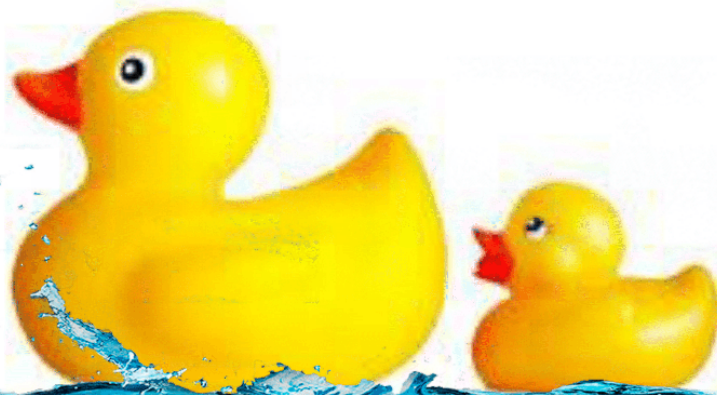


Você boceja ao ver outra  
pessoa bocejar?

Por quê? Isso é racional?

Existem **FATORES**  
que podem **CONDICIONAR**  
e **DIRECIONAR** as nossas  
**DECISÕES DE COMPRA**

Como somos influenciados  
pelos nossos sentidos,  
veremos como grandes  
empresas usam isso para nos  
vender seus produtos... e nós  
caímos feito patinhos...



# FATORES INFLUENCIADORES DA DECISÃO DE COMPRA

## A importância da VISÃO

A utilização do **Neuromarketing** de maneira criativa e inteligente para reunir informações que vão ao encontro dos desejos dos consumidores, dão resultados inimagináveis às empresas que usam essas informações de maneira adequada.

# VOCÊ SABIA ?

Você sabia que 35%  
das 100 maiores multinacionais  
já utilizaram ou estão utilizando  
estudos de **Neuromarketing**  
para o aprimoramento  
de suas estratégias?



# Mercedes-Benz

Há pouco mais de 2 anos,  
por exemplo, a **Mercedes-Benz**  
descobriu que as pessoas gostam de  
carros com “cara de gente”, pois  
o nosso cérebro tem tendência  
a gostar de objetos que são sua  
imagem e semelhança.

Quando olhamos um automóvel de frente, utilizamos as mesmas áreas cerebrais que processam as imagens de faces e rostos.



© izmo cars

Com isso, nos sentimos mais  
“apegados” a esses carros como  
se fossem pessoas próximas e  
queridas.





Esse insight fez com que as vendas de carros da Mercedes, com essas alterações visuais, aumentassem **mais de 30%**.

# FATORES INFLUENCIADORES DA DECISÃO DE COMPRA

## A importância das CORES

Um exemplo clássico  
aconteceu no Brasil no ano de 2011.

A música **Camaro Amarelo**  
foi lançada por uma dupla sertaneja  
e estourou em todo o país.



A General Motors,  
que comercializa a marca  
CHEVROLET no Brasil, começou a  
importar o veículo naquele mesmo  
ano. E adivinhem qual a cor de  
Camaro que foi a campeã de vendas?  
Sim! O **Camaro Amarelo**.



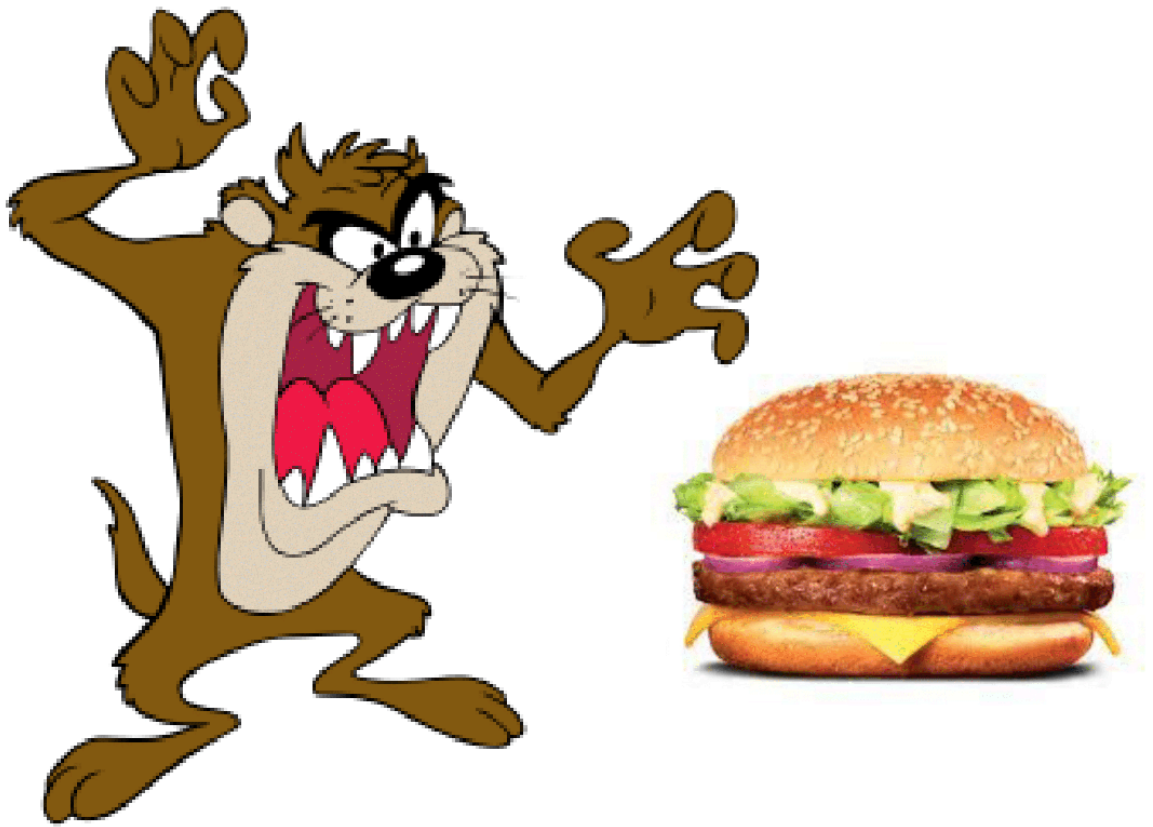
O mesmo se vê na **Ferrari**  
com sua cor vermelha inconfundível.  
Poucas pessoas sabem que existem,  
sim, Ferraris amarelas, verdes,  
pretas... mas “não são como as  
vermelhas”...





No setor de alimentos,  
por exemplo, é comprovado que  
o vermelho estimula o apetite.  
Nas lanchonetes de *fast-food*, essa  
cor está presente em logotipos,  
embalagens, na roupa dos  
vendedores e nos mobiliários.



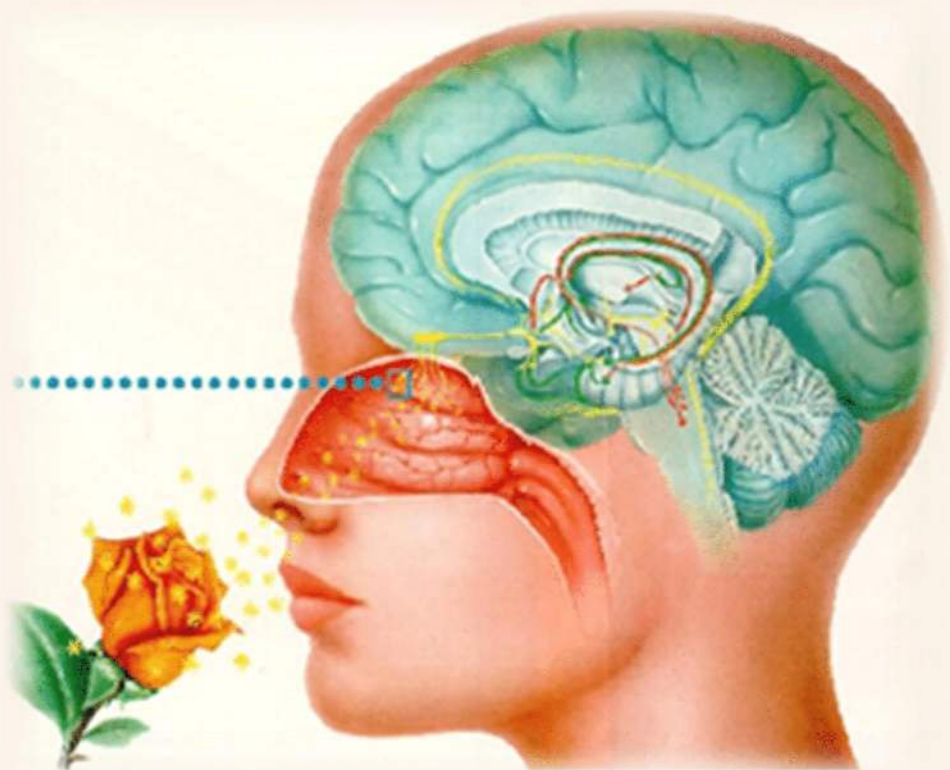


A lógica aí é que o  
consumidor fica com mais fome e,  
portanto, come mais depressa, dando  
espaço para outros clientes famintos.

# FATORES INFLUENCIADORES DA DECISÃO DE COMPRA

## A importância dos AROMAS

O momento da decisão de compra  
envolve vários estímulos sensoriais,  
alguns imperceptíveis para nós.



Na hora em que decidimos comprar ou consumir algo, somos atraídos por estímulos variados que aguçam nossos sentidos e desejos, nos fazendo ter diferentes emoções.



O **olfato** é o sentido que gera maior impacto emocional em nosso cérebro, cientificamente comprovado, sendo assim o órgão sensorial mais fortemente “manipulável”.

Os **AROMAS**  
são as formas  
mais eficazes de  
**“fisgar”**  
um consumidor.

A memória do olfato  
responde por, nada  
mais nada menos, que

70%

de todas as nossas  
emoções diárias.

O cheiro, inclusive,  
está intimamente  
ligado aos estados de  
humor da pessoa.



Dados de uma pesquisa  
comprovaram que, ao  
perfumar o ambiente de uma  
empresa, podemos aumentar  
o consumo em até

**18%**



Empresas como Osklen e Lacoste, dentre várias outras, investem milhões em Neuromarketing Olfativo: essas empresas possuem fragrâncias exclusivas que são colocadas nos dutos de ventilação de suas lojas para harmonizar o ambiente, firmar a identidade da marca no local e criar conexões emocionais com os clientes em tempo real.



Padarias utilizam o aroma exalado pelo pão quentinho para chamar os clientes, hamburguerias de shoppings utilizam aromas específicos, em horários de refeição, para atrair mais clientes, estimulando o apetite e nos fazendo crer que estamos com fome, e com desejo exatamente daquele tipo de comida.



As lojas da Sony têm um leve cheiro  
adocicado de melão, para fazer com  
que seus clientes se sintam mais  
relaxados, e comprem mais.



Em 2001, a Bauducco também fez uma ação bastante interessante: no Natal daquele ano, a empresa espalhou o aroma de **Panetone** em 32 salas de cinema de São Paulo, enquanto imagens do produto eram exibidas na tela, antes do filme começar. Não é preciso dizer como foram as vendas da empresa naquele período.

# FATORES INFLUENCIADORES DA DECISÃO DE COMPRA

## A importância dos SONS

Os sons podem influenciar vários comportamentos dos consumidores, como, por exemplo, a velocidade com que fazem as compras.

Quanto mais rápida  
é a música do ambiente,  
mais rápida é a experiência  
de compra do cliente.



Já o uso de músicas mais lentas e agradáveis, tocadas em lojas de varejo, fazem com que o cliente gaste mais, fique mais tempo no local e ainda recomende a loja para outras pessoas.



Em Londres,  
as autoridades implantaram  
um sistema de som para  
tocar músicas clássicas nas  
estações do metrô.



## **PEACE THROUGH MUSIC**

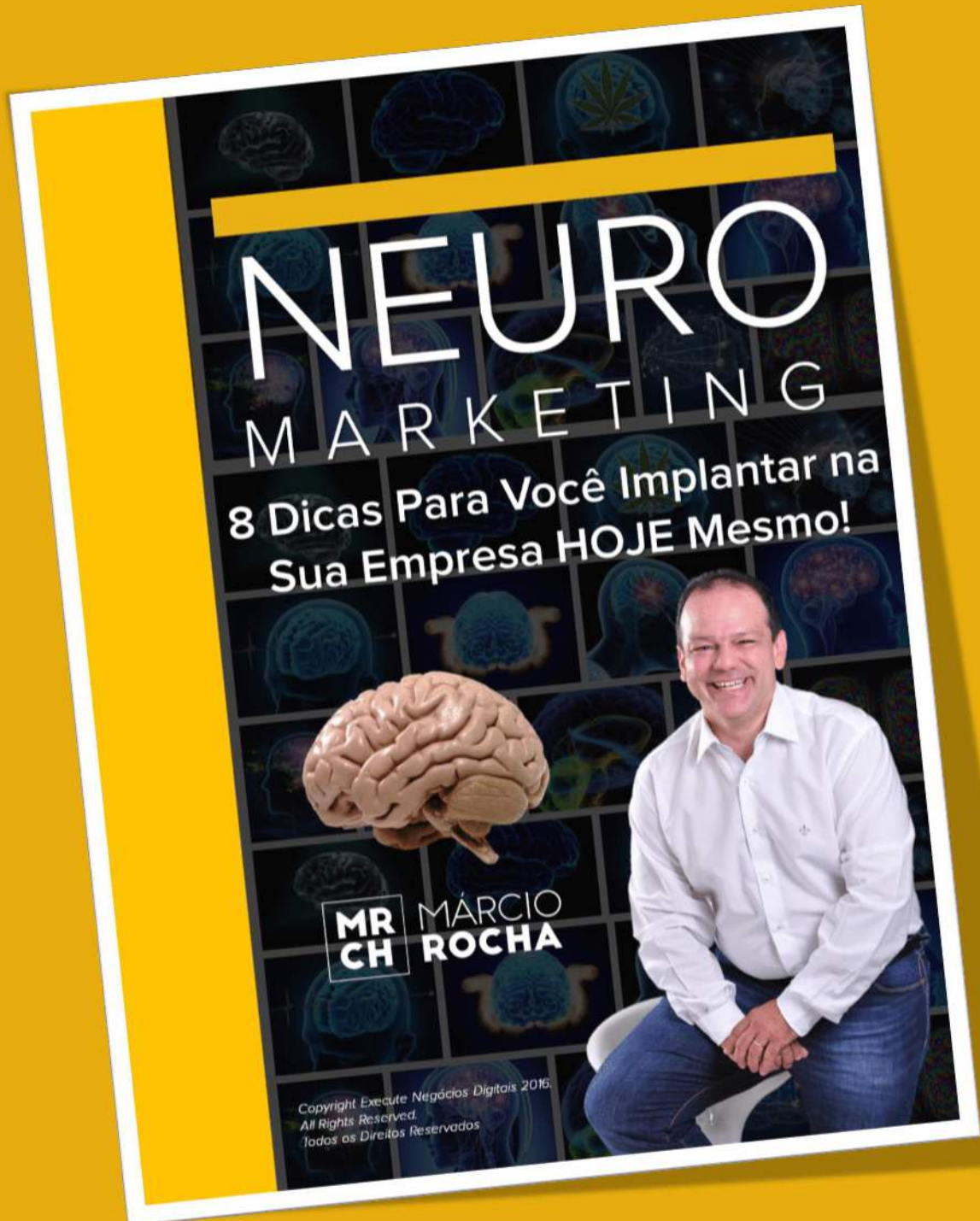
Com essa simples ação, os assaltos, roubos e outras ocorrências violentas no metrô da cidade foram reduzidos em mais de 30%.

Muitos exemplos  
mostram que o uso do  
**Neuromarketing** está  
apenas começando.

Lançar mão dessas  
ferramentas de informação  
é decisivo quando se trata  
de mercados inovadores.

Sua empresa deve estar  
antenada com essas  
inovações do marketing e  
começar a utilizá-las  
**imediatamente**  
para garantir ao seu  
cliente experiências que  
ficarão em sua mente por  
muito tempo.

Baixe também



# Márcio Rocha

Apaixonado por Empreendedorismo. É Empresário, Empreendedor, Professor e Palestrante. Especialista e MBA em Gestão Estratégica de Negócios, com formação pelo MIT (USA). Com experiência adquirida por mais de 20 anos como CEO da **Execute Tecnologia** já ajudou várias empresas a tornarem-se mais eficientes em seus processos de gestão.

Através de sua **plataforma digital**, abraçou a ideia de transformar a realidade das empresas brasileiras, acreditando que pode mudar a vida dos empresários carentes de noções de gestão que fazem a diferença e geram resultados.



Ficou interessado em mais conteúdo?

Conecte-se comigo e receba diariamente  
Dicas e Sacadas sobre como Administrar  
sua Empresa



@marcioexecute



@marciorochapalestrante



@marcioexecute



@marciorocha01



@marcioexecute



MARCIO**ROCHA**.COM