

DEEP

MARKETING

Booklet Informativo



Bienvenido

Los años 90 fueron denominados la década del cerebro, debido a la gran cantidad de secretos ocultos en la mente que la neurociencia reveló. Secretos que hoy en día están revolucionando disciplinas como el management, la educación y sobre todo el marketing.

Las neurociencias nos han permitido entender como nunca antes el comportamiento humano y sobre todo el comportamiento de compra. Nos mostró en donde se encuentran alojadas las marcas, los deseos y las necesidades más profundas en la mente del consumidor.

Sin duda el mayor aporte para el marketing es el descubrimiento de los mecanismos que desencadenan la compra y otros datos impactantes como el hecho de que el 90% de las decisiones que realiza una persona son inconscientes.

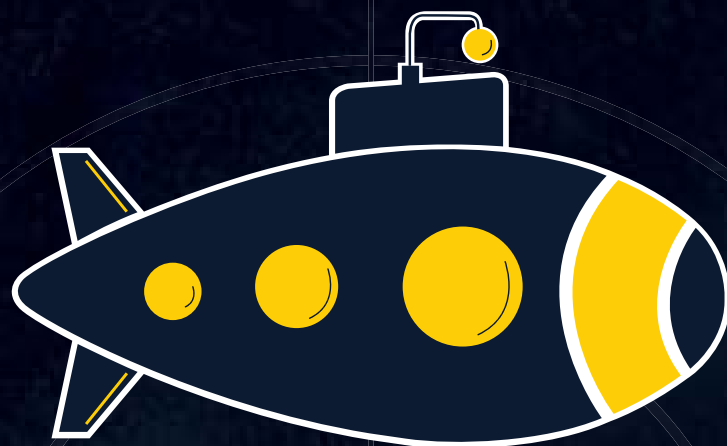
La buena noticia es que ahora contamos con las técnicas y tecnologías necesarias para profundizar en la mente del consumidor, lo cual nos permite buscar información que ayude a aumentar la efectividad de la toma de decisiones en actividades comerciales.

En Deep Marketing estamos comprometidos con la investigación profunda de los comportamientos inconscientes del consumidor.

Le damos la bienvenida a la nueva era del marketing, la era de las

neurociencias aplicadas.





Deep Services

Deep marketing ha desarrollado una serie de servicios innovadores enfocados a la mejora de los procesos de marketing. Nuestras metodologías están basadas en principios sensoriales, biométricos y neuropsicológicos que nos permiten investigar a mayor profundidad las verdaderas necesidades del consumidor. Esta revolución en la inteligencia de mercados le permitirá desarrollar estrategias más certeras y efectivas.

Deep Research

¿Lo que dicen es igual a lo que piensan? La investigación de mercado ha evolucionado gracias a que las nuevas técnicas neurocientíficas y tecnologías de medición han aumentado en 90% la efectividad de la inteligencia de mercado. En **Deep Marketing** hemos desarrollado evaluaciones innovadoras que le ayudarán a conocer mejor su mercado objetivo, su producto o servicio y la competencia.

Branding

Una marca esta alojada en el cerebro de las personas y su recordación depende de una experiencia previa con la marca o producto. En **Deep Marketing** podrá medir de un modo objetivo la respuesta emocional que provoca una marca en la mente del consumidor.

- **Tracking emocional de marca:** Obtenga el posicionamiento emocional de una marca. Compare sus resultados con los de la competencia y siga su evolución en el tiempo.
- **Experiencia de marca:** Evalué si la marca tiene un impacto positivo o negativo en el cliente.
- **Re-diseño de imagen de marca:** Estudio para comprobar si el nuevo diseño se percibe como una evolución del antiguo y conserva el posicionamiento emocional adquirido o, si por el contrario difiere del anterior perdiendo su posicionamiento.

Producto

Más del 50% de los lanzamientos de nuevos productos fracasan, un porcentaje que aumenta hasta un 90% cuando hablamos de productos de gran consumo. Se tiende a pensar que el éxito o fracaso de un producto depende de una evaluación racional del consumidor. Sin embargo, la ciencia ha demostrado que las emociones son el elemento primordial en la toma de decisiones.

- **Diseño de producto o packaging:** Obtenga el posicionamiento emocional que produce el diseño de un producto o packaging. Compárelo con el posicionamiento de la competencia y detecte aspectos del diseño a mejorar.



-
- **Experiencia de uso de producto:** Evalué la experiencia emocional que provoca el uso del producto y compárelo frente a los de la competencia.
 - **Segmentación emocional:** Compruebe si el posicionamiento emocional de un producto en un segmento determinado es homogéneo o, por el contrario, existen sub-segmentos que perciben emocionalmente el producto de formas diferentes.

Publicidad

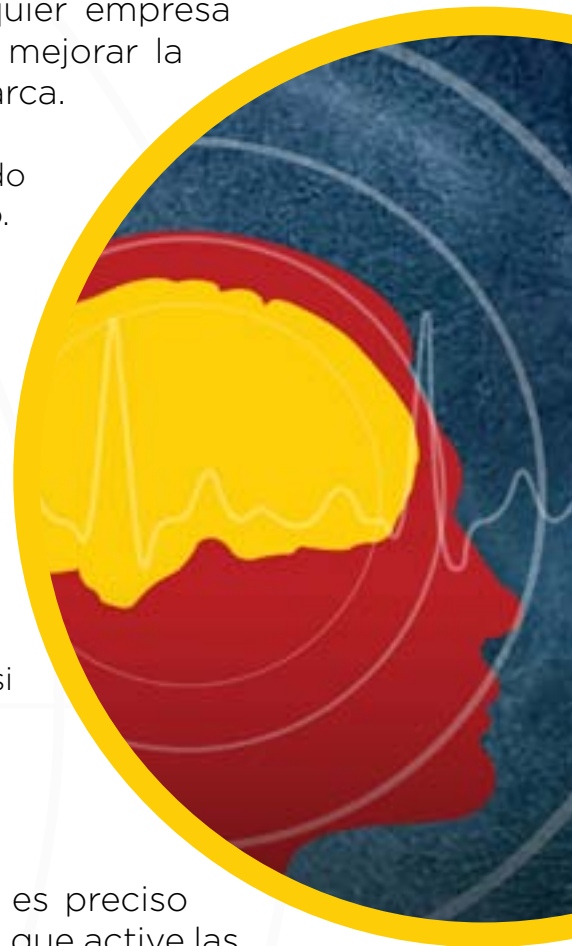
Gran parte del presupuesto de marketing de cualquier empresa se invierte en publicidad y uno de los objetivos es mejorar la relación emocional que las personas tienen con la marca.

- **Publicidad audiovisual:** Conozca segundo a segundo lo que sienten las personas al visualizar un anuncio. Detecte tramos que pueden ser mejorados o que pueden ser eliminados. Evalué el impacto de la música o de un determinado efecto para comprobar si produce una asociación emocional con la marca.
- **Publicidad impresa:** Evalué si el posicionamiento emocional de la publicidad impresa es adecuado. Detecte si la pieza es percibida por igual dentro del segmento de interés y si los elementos que se desea comunicar son visualizados de forma efectiva.
- **Publicidad on-line:** Compruebe el efecto de la publicidad on-line, si se visualiza, si genera rechazo o si por el contrario aporta valor para el usuario.

In-Store

Para conquistar a los clientes en el punto de venta es preciso ofrecer un excelente servicio y experiencia de compra que active las emociones positivas.

- **Experiencia en tienda:** Obtenga un conjunto de métricas que permitirán realizar un diagnóstico completo sobre la experiencia emocional de las personas en la tienda. Descubra cuales son las zonas de la tienda que provocan más activación emocional, zonas con mayor foco de atención, los recorridos más comunes, etc.
- **Usabilidad en tienda:** Compruebe si los consumidores son capaces de encontrar los productos de una forma sencilla, rápida y sin experimentar estrés durante el proceso de compra.
- **Evaluación de Publicidad en lugar de venta:** Evalué la respuesta emocional de la publicidad. Compruebe su visibilidad y la capacidad de impulsar la compra.



On-line

En un mundo tan saturado de información como el on-line, el engagement emocional es fundamental para atraer y retener a los usuarios.

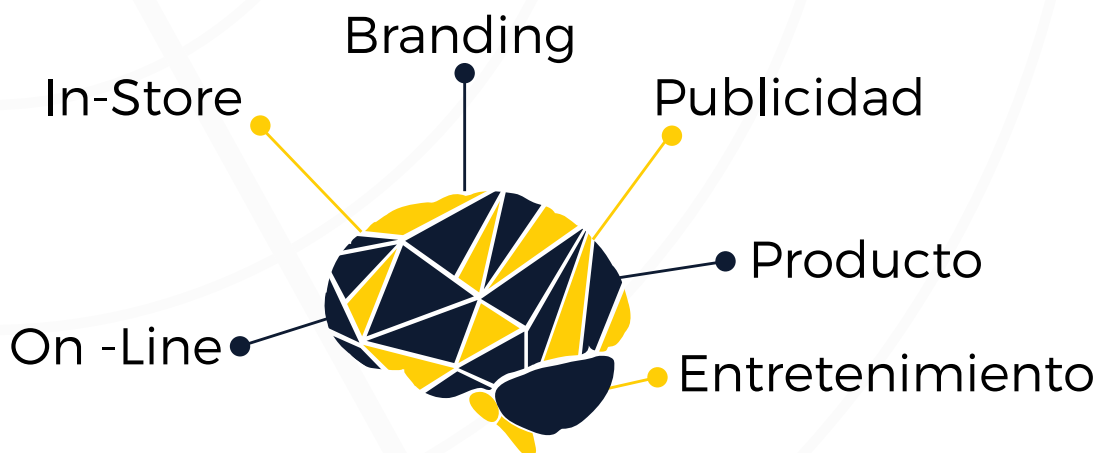
- **Medición del primer impacto de una web:** Evalúe de forma objetiva la primera impresión que produce una web y detecte áreas de mejora para disminuir el porcentaje de rebote.
- **Usabilidad web:** Evalúe los niveles de estrés y el tiempo que tardan los usuarios en realizar diversas tareas en una página web.
- **Multiplataforma:** Compare los diversos impactos que produce una misma página web en diferentes plataformas.

Entretenimiento

Con una oferta cada vez más amplia de opciones para entretenimiento cada vez es más difícil poder generar un engagement emocional en series, películas, videojuegos o cualquier evento.

- **Evaluación de series y películas:** Conozca fotograma a fotograma la reacción emocional de los espectadores, adicionalmente podrá evaluar aspectos concretos como el papel de los actores y averiguar si el ritmo con el cual se desarrolla la historia es el adecuado.
- **Evaluación de videojuegos:** Evalúe la experiencia de juego así como el desempeño de los distintos niveles y la idoneidad de los protagonistas.
- **Evaluación de eventos:** Evalúe cualquier evento para comprobar su impacto emocional en conferencias, conciertos o mítines políticos.

Desarrolle una experiencia global de marca acorde a la mente del consumidor.



Deep Branding

Aumente el posicionamiento de su marca con estrategias multisensoriales.

Percibimos el mundo a través de los sentidos. En **Deep Marketing** desarrollamos estrategias que le permitirán comunicar su marca a través de otros sentidos no utilizados comúnmente, con el objetivo de posicionarla en las profundidades de la mente del consumidor.

- **Identidad olfativa:** El olfato es conocido como el sentido de vía rápida, ya que es percibido por cerebro milisegundos antes que el resto de los sentidos por lo que es un 60% más efectivo que el resto de sentidos. Está comprobado que el consumidor es capaz de reconocer una marca mediante un aroma estable. Añade aroma a tu estrategia de branding y aumenta la respuesta emocional.
- **Identidad auditiva:** Implemente estimulación auditiva a través de música y sonidos ad-hoc a su empresa e influya positivamente en el estado de ánimo de las personas.
- **Identidad visual:** Las neurociencias proporcionan datos reveladores que nos permiten mejorar la eficiencia del branding visual tradicional.

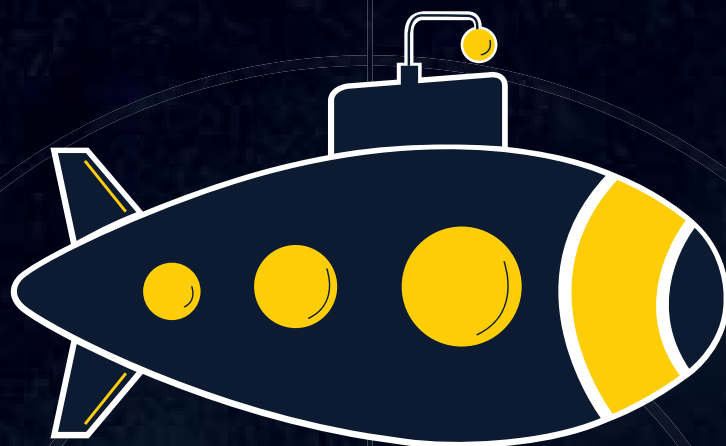


Deep Training

Las neurociencias aplicadas ofrecen una gran cantidad de técnicas y conocimientos que ayudan a mejorar los esfuerzos de marketing. Aprenda sobre neuromarketing en nuestras conferencias y talleres.

- **Conferencias:** Cursos cortos para comprender las neurociencias aplicadas al marketing. Mejore la toma de decisiones e incremente exponencialmente los resultados positivos.
- **Talleres:** Aprenda cómo aplicar las neurociencias a las actividades profesionales con nuestros talleres prácticos interactivos. Mejore profesional y personalmente.





Tecnología

Deep marketing utiliza tecnología de medición con los más altos estándares y certificaciones internacionales que permiten asegurar la veracidad de los resultados que se ofrecen a nuestros clientes.

Tipo de Medición

Tecnología

Aplicaciones

Medición
Biometrica

Bio Feedback



Conozca las emociones que generará su marca con el medidor de respuesta galvánica.

Publicidad
In-Store
Producto
On-Line
Entretención
Branding

Medición
Biometrica

Eye Tracking



Identifique las áreas a las que el consumidor esta prestando atención y los puntos de mayor concentración.

Publicidad
In-Store
Producto
On-Line
Entretención
Branding

Medición
Biometrica

Facial Coding



Evalue de forma accesible las emociones que su marca genera por medio del reconocimiento facial.

Publicidad
On-Line

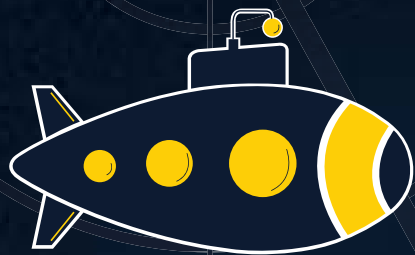
Test
Neuropsicológico

Latencia de respuesta




Identifique lo que el subconsciente del consumidor opina sobre su marca.

Publicidad
In-Store
Producto
On-Line
Entretención
Branding



DEEP
MARKETING

 Calzada Aguilar Batres 43-35 Zona 12 Plaza Montemaria.



Info@deepmarketingla.com



www.deepmarketingla.com