

# ENGANCHANDO CLIENTES EN LA ERA DIGITAL

LORENA BIN – COFUNDADORA DE NEUROMARKETING.LA



# 1. CONTEXTO



# EN SU MAYORÍA LAS DECISIONES DE COMPRA ESTÁN OCULTAS

15%

De las decisiones son racionales y conscientes

85%

Son motivaciones emocionales y subconscientes

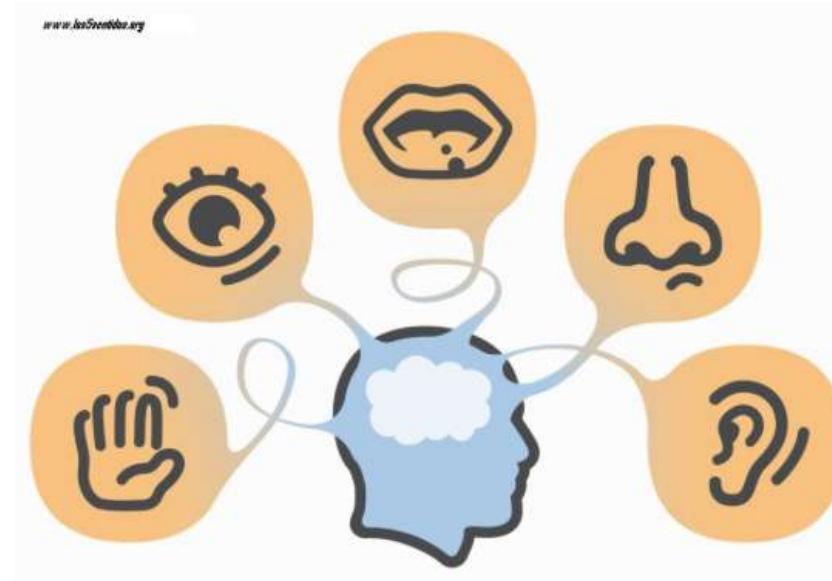




La atención es la moneda del futuro.

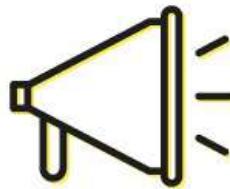
¿Cómo se capta la atención?

A través de los sentidos.



# MARKETING DIGITAL – 2 TIPOS DE ABORDAJES

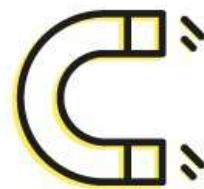
**Outbound**  
Interrupción



Puerta fría  
Spam  
Publicidad  
Marketer-Centric

VS

**Inbound**  
Permito



SEO  
Blogging  
Atracción  
Customer-Centric

**Inbound**

▼  
Earned Media  
Comunicación Bidireccional  
Usuarios activos  
SEO  
Emailing  
Blogging  
Social Media



**Outbound**

▼  
Paid Media  
Comunicación Unidireccional  
Usuarios pasivos  
Publicidad tradicional  
(Tv, radio, prensa)  
Banners  
Ventanas y anuncios emergentes



El contexto influye en nuestras  
decisiones



# DECIDE: BLUEPRINT APLICADO A BEHAVIORAL DESIGN



DEFINE EL  
PROBLEMA



EXPLORA EL  
CONTEXTO



DISEÑA LA  
INTERVENCIÓN



IMPLEMENTA LA  
SOLUCIÓN



DETERMINA EL  
IMPACTO



EVALUA LOS  
SIGUIENTES PASOS



INTERNET

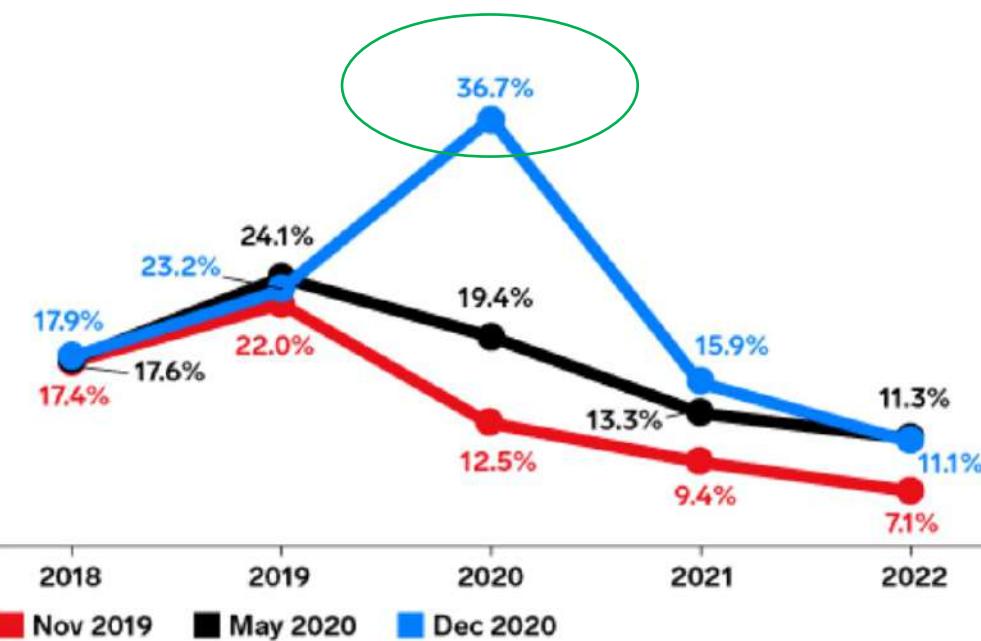
EN EL MUNDO



# E-Commerce en Latinoamérica

## How Has the Forecast for Retail Ecommerce Sales Growth in Latin America Changed? 2018-2022

% change



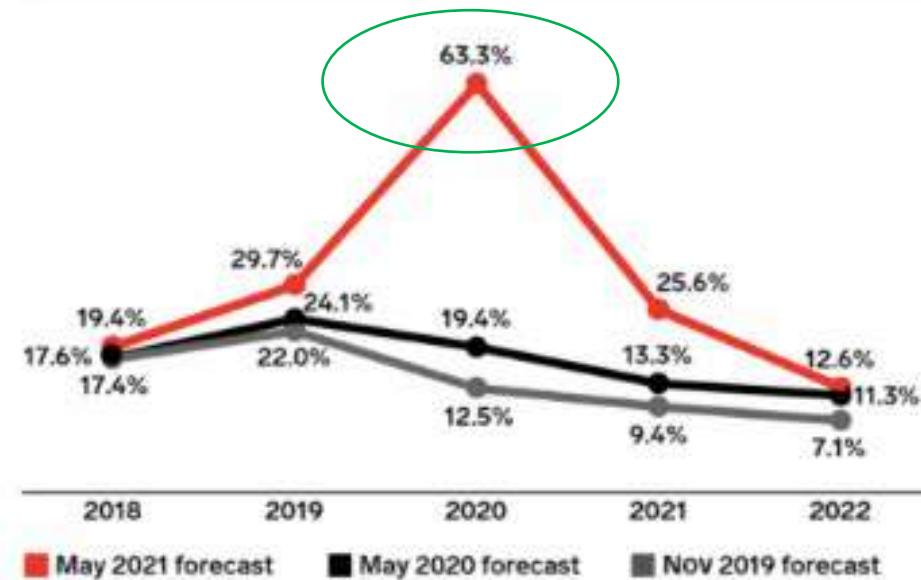
Note: includes products or services ordered using the internet, regardless of the method of payment or fulfillment; excludes travel and event tickets, payments such as bill pay, taxes or money transfers, food services and drinking place sales, gambling, and other vice goods sales  
Source: eMarketer, Dec 2, 2020

261674

eMarketer | InsiderIntelligence.com

## How Has the Forecast for Retail Ecommerce Sales Growth in Latin America Changed? 2018-2022

% change



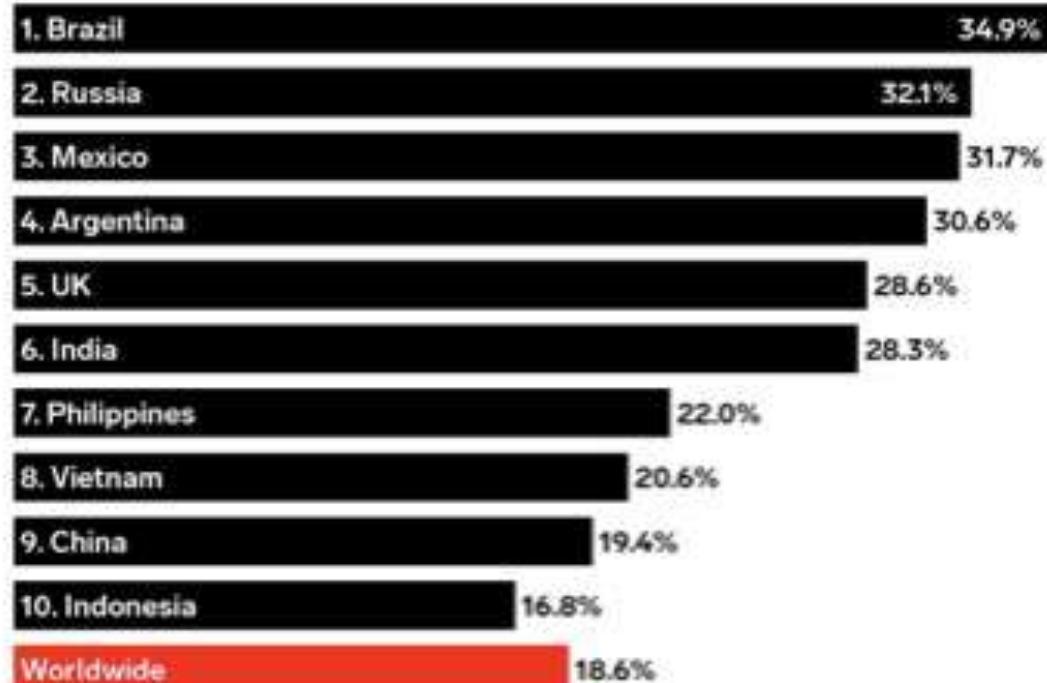
Note: includes products or services ordered using the internet, regardless of the method of payment or fulfillment; excludes travel and event tickets, payments such as bill pay, taxes, or money transfers, food services and drinking place sales, gambling, and other vice goods sales  
Source: eMarketer, May 2021

T11624

eMarketer | InsiderIntelligence.com

## Top 10 Countries, Ranked by Retail Mcommerce Sales Growth, 2021

% change



Note: includes products or services ordered using the internet via mobile devices, regardless of the method of payment or fulfillment; includes sales on tablets; excludes travel and event tickets, payments such as bill pay, taxes, or money transfers, food services and drinking place sales, gambling, and other vice goods sales

Source: eMarketer, May 2021

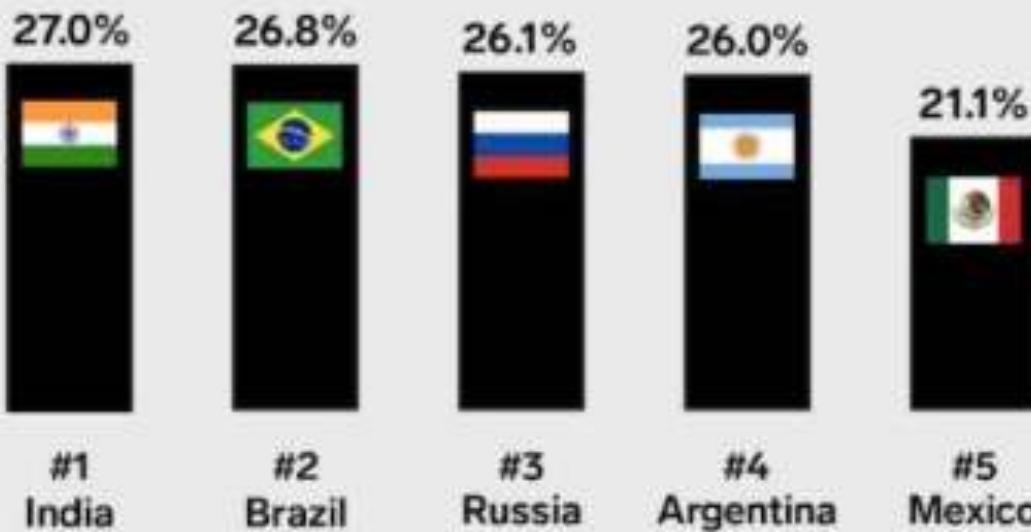
266717

eMarketer | [insiderintelligence.com](https://insiderintelligence.com)

3 países de LA figuran entre el Top 10 de mayor crecimiento en Ventas de Retail Ecommerce **via Móviles**.

## Top 5 Countries, Ranked by Retail Ecommerce Sales Growth, 2021

% change



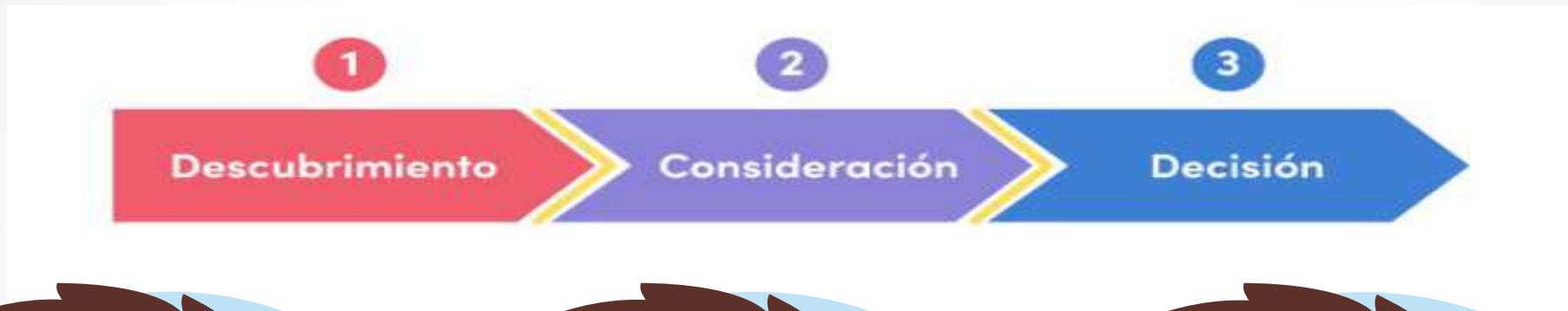
*Note: includes products or services ordered using the internet, regardless of the method of payment or fulfillment; excludes travel and event tickets, payments such as bill pay, taxes, or money transfers, food services and drinking place sales, gambling, and other vice goods sales*

Source: eMarketer, May 2021

3 países de LA figuran entre el Top 5 de mayor crecimiento en Ventas de Retail Ecommerce.

# Evolucionamos hacia una mezcla de información y entretenimiento





Tengo una necesidad



¿Qué  
productos/servicios  
tengo en el mercado?



Decido entre las  
diferentes opciones

¿Cuántos segundos  
crees que tienes  
para captar la  
atención?

❖ De 50 a 500  
❖ milisegundos

❖ Según los estudios del Dr. Gitte Lingaard



DEBEMOS CONSIDERAR  
SESGOS Y HEURÍSTICOS



# La Primacía de las Asociaciones

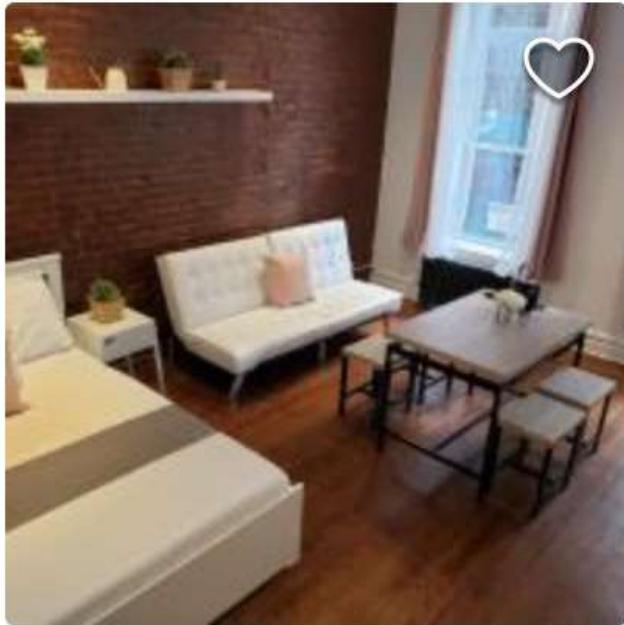
Asocio... luego pienso



## ¿Sesgos Cognitivos?

Es una tendencia psicológica  
que conduce a las personas  
a sacar conclusiones  
incorrectas





Apartamentos

## Broadway Suite NY - Family Two

Bedroom



[NoMad, Nueva York](#) • [Mostrar en el mapa](#) • Cerca del metro

Fabuloso  
167 comentarios

8

Ubicación S

⌚ ¡Qué pena!

Se ha reservado nuestra última habitación disponible en este alojamiento.

# Heurístico de Disponibilidad y escasez

# Opciones con Sugerencia a Descartar

**Agency License**

Use the plugin on your own sites & on client websites.

- ✓ All features included.
- ✓ Free, unlimited updates.
- ✓ Unlimited support included.

Get it Now for **\$588/year**

Add To Cart



**Unlimited Sites**

Use the plugin on all sites that you own & operate.

- ✓ All features included.
- ✓ Free, unlimited updates.
- ✓ 1 year of support included.

Get it Now for Only **\$97!**

Add To Cart

**Single Site License**

Install & activate the plugin on one single website.

- ✓ All features included.
- ✓ Free, unlimited updates.
- ✓ 1 year of support included.

Get it Now for Only **\$67!**

Add To Cart

The most popular option

ifebelet

xatakafoto					
	Sony A550	Nikon D90	Canon EOS 550D	Olympus E-620	Pentax K-7
Sensor	CCD de 14,2 mpx	CMOS de 12,3 mpx	CMOS de 18 mpx	LiveMOS de 12,3 mpx	CMOS de 14,6 mpx
Objetivo del Kit	18-55mm	18-105mm	18-55mm	14-42mm	18-55mm
Live View	Si	Si	Si	Si	Si
LCD	3" de 921.000 puntos	3" de 920.000 puntos	3" de 1.040.000 puntos	2,7" de 230.000 puntos	3" de 920.000 puntos
Vídeo	No	HD 720p	Full HD 1080p	No	HD a 1536x1024 y 1280x960
Estabilizador de imagen	Integrado en el cuerpo	No	No	Integrado en el cuerpo	Integrado en el cuerpo
Puntos de enfoque	9	11	9	7	
Velocidad de ráfaga	5 fps	4,5 fps	3,7 fps	4 fps	
Cobertura del visor	95%	96%	95%	95%	
Construcción del cuerpo	Plástico	Aluminio de acero	Acero y resina de policarbonato	Plástico y vidrio	
Peso	599 gramos	620 gramos	560 gramos	610 gramos	
Precio	729 Euros	829 Euros	759 Euros	799 Euros	

# Valoración Minuciosa

“Corta tu propia madera y te  
calentará 2 veces.” Henry  
Ford

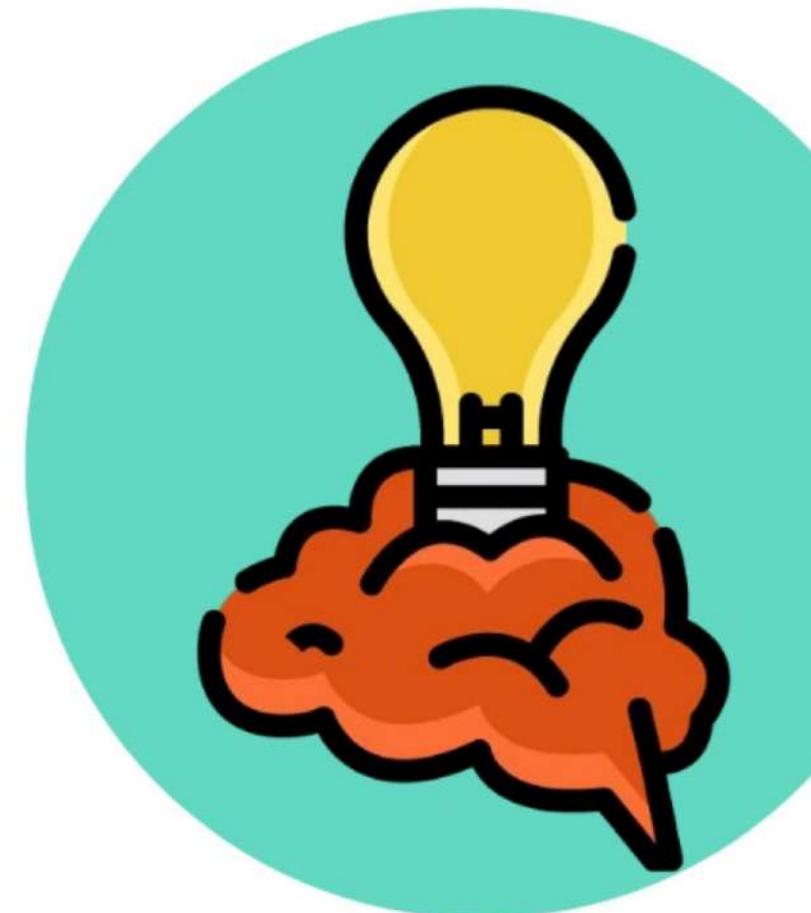
A white jigsaw puzzle with one red piece missing.

¿Qué debe considerar en la Comunicación?

# ¿Qué es la Carga Cognitiva?

“La cantidad de recursos mentales que requiere la realización de una tarea.”

(O'Donnell y Eggemeier, 1986)

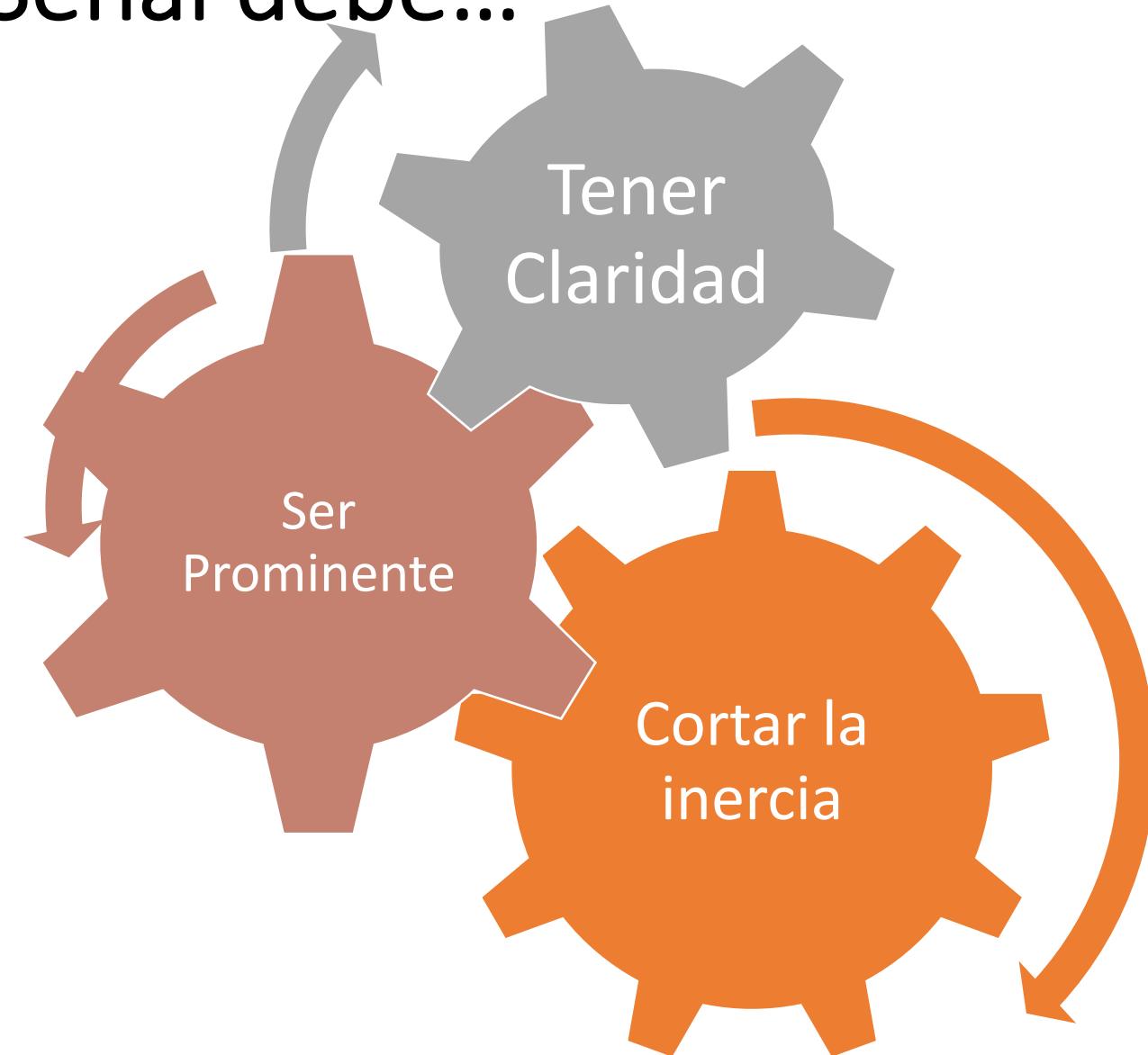


## **¿Qué aumenta la Carga Cognitiva?**

- 1. Complejidad**
- 2. Falta de claridad**
- 3. Muchas opciones**



# Una Buena Señal debe...



**Identifique en su  
comunicación:  
Señal  
Reacción**

VERBOS DE  
ACCIÓN

IMAGINA ENCONTRAR  
A TU PAREJA PERFECTA

DESCUBRE SI ERES  
100% COMPATIBLE  
CON ALGÚN PERFIL.



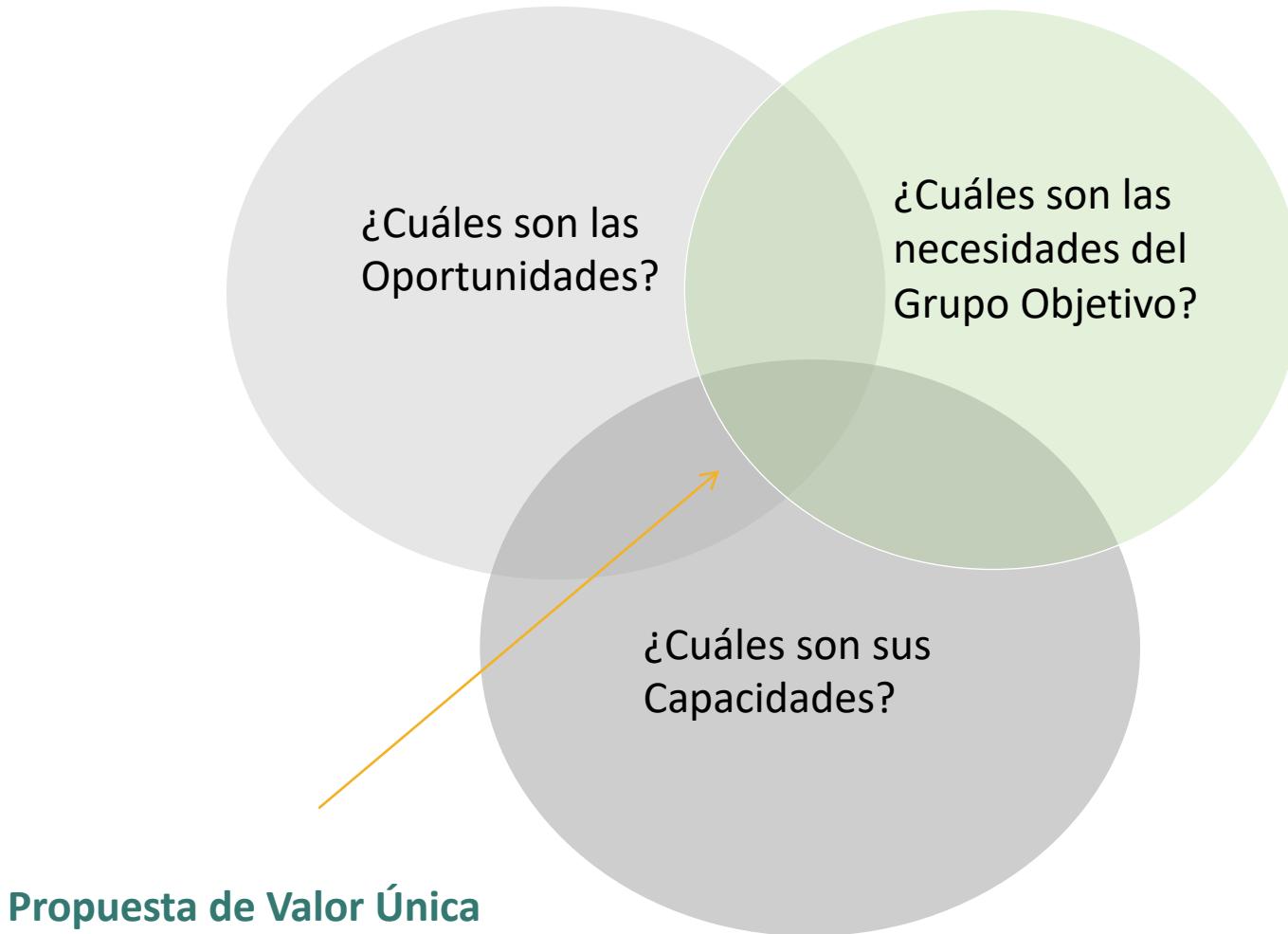
HACER EL TEST AHORA >>

APELAR A LA  
CURIOSIDAD



FOTO  
ATRACTIVA

## PROPUESTA DE VALOR



### Clientes:

- Necesidades Emocionales y Funcionales
- Impulsores y Frenos

### Empresa/Proyecto:

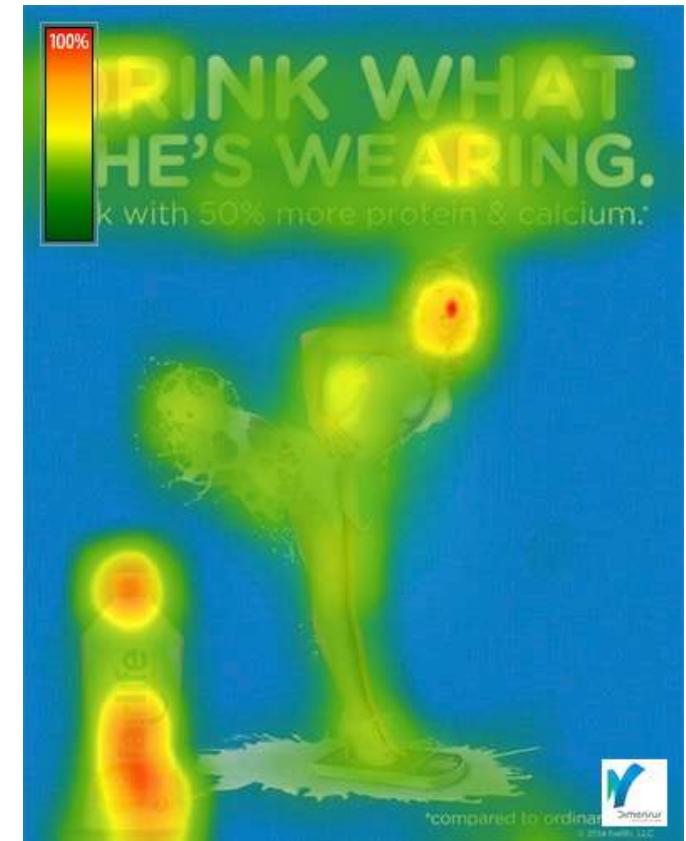
- Capacidades
- Fortalezas
- Valores

# FASES DE UN EMBUDO DE CONVERSIÓN

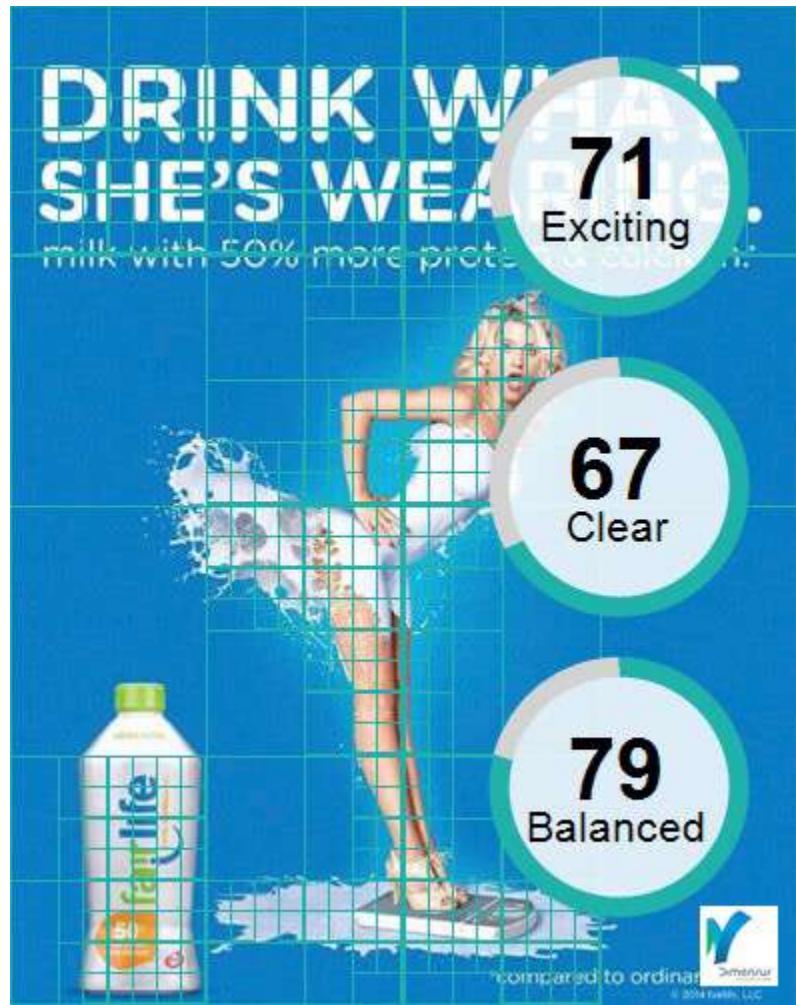


**79%**  
de los usuarios  
consideran Internet  
su principal fuente de  
información

Hoy en día  
Podemos hacer  
que nuestra  
comunicación  
sea más efectiva.



<https://brainpro.la>



Es posible aplicando  
plataformas de medición, que  
nos brindan indicadores de  
**diseño** y **atención** predictiva.

<https://brainpro.la>

lifebelt

# Algoritmos Predictivos



<https://brainpro.la>

+

## ÚLTIMAS ENTRADAS

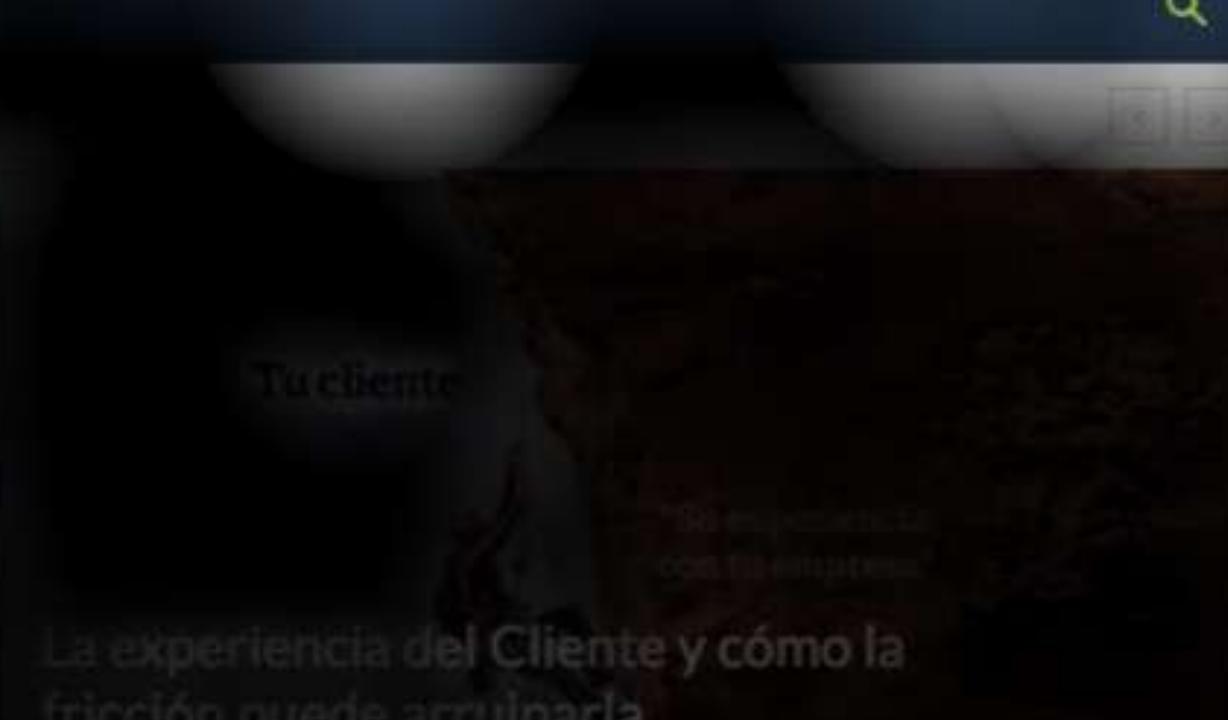
Cómo identificar a mis clientes en línea: Guía fácil



## Cómo identificar a mis clientes en línea: Guía fácil

Autor Invitado - mayo 4, 2021

Tu cliente



“...en contacto con tu empresa”

### La experiencia del Cliente y cómo la fricción puede arruinarla

CHILE

### Cómo combatir los sesgos cognitivos en situaciones cotidianas

GUATEMALA

### Digital Trends 2021 Tendencias de Trends plataformas digitales, con enfoque en Honduras

Cómo identificar a mis clientes en línea: Guía fácil



## Cómo identificar a mis clientes en línea: Guía fácil

Autor invitado - mayo 4, 2021

### Tu cliente

### La experiencia del Cliente y cómo la fricción puede arruinarla

CHILE

#### Cómo combatir los sesgos cognitivos en situaciones cotidianas

Digital Trends 2019  
Tendencias de las plataformas digitales, con enfoque en Honduras

5.0  
5  
7.5

Noticias 16

Tendencias Latinoamerica

Mundo Asia

Contactenos

12

15

1

2

Cómo identificar a mis clientes en línea: Guía fácil



## Cómo identificar a mis clientes en línea: Guía fácil

Autor Invitado - mayo 4, 2021

10



7

Digital Trends 24  
Tendencias de tendencias digitales, plataformas digitales, con enfoque en Honduras

8





NUESTRA SOLUCIÓN

COMO FUNCIONA

PLANES

# Diseños visuales más Efectivos

IMPACTA A TUS CLIENTES Y LOGRA MEJORES DISEÑOS CON BRAIN PRO !

VER LOS PLANES

OBTÉN UNA PRUEBA

64  
Exciting

87  
Clear

77  
Balanced





NUESTRA SOLUCIÓN

COMO FUNCIONA

PLANES

Ingresar

# Diseños visuales más Efectivos

IMPACTA A TUS CLIENTES Y LOGRA MEJORES DISEÑOS CON BRAIN PRO !

VER LOS PLANES

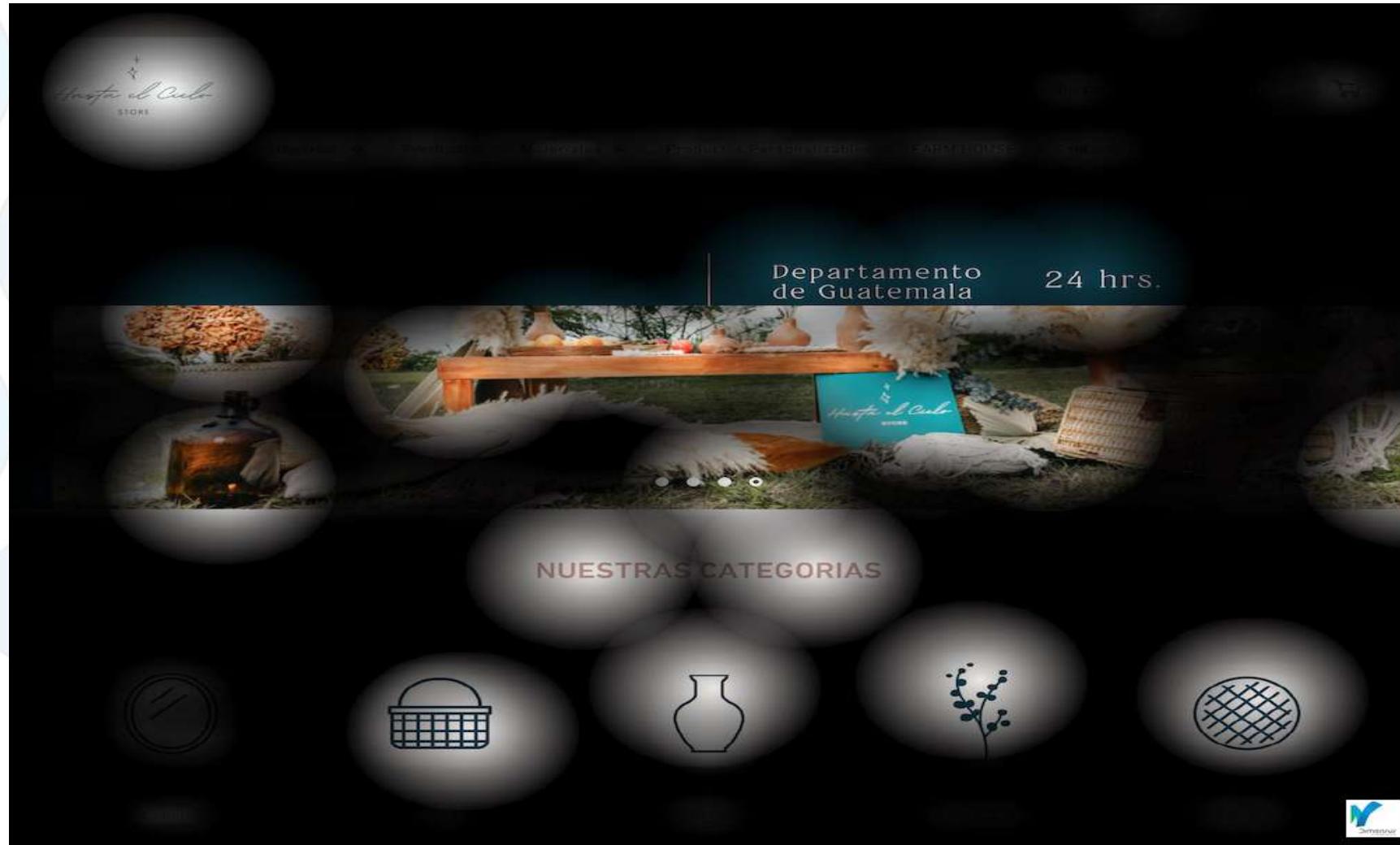
OBTÉN UNA PRUEBA



# Estética Visual

The screenshot displays a website for "Hasta el Cielo STORE". The header features the store's name and a search bar. A navigation menu includes "Categorías", "Productos", "Materiales" (highlighted in pink), "Productos Personalizables", "FARM HOUSE", and "Contacto". On the right side, three circular icons represent different design principles: "19 Exciting" (green), "62 Clear" (teal), and "82 Balanced" (light blue). The main content area shows a grid of product images, including a banner for "Departamento de Guatemala" and "24 hrs.". Below the grid, a section titled "NUESTRAS CATEGORIAS" lists five categories with corresponding icons: "Espejos" (mirror), "Cestos" (basket), "Floreros" (vase), "Flores Secas" (dried flowers), and "Baja Platos" (low plates). The footer contains a logo for "Demensur".

# Opacity – Mapa de Opacidad



Si queremos convencer a  
alguien de probar al  
nuevo...

Debemos enfocarnos en entender sus creencias, actitudes o  
experiencias de modo que éstas le hagan desear comprar el producto.

La mente humana solo es capaz de mantener una cosa en la conciencia al tiempo.

Seleccionamos la información de manera consciente aquella que queremos registrar en ese momento.

Todo aquello que hagamos para favorecer que la gente preste atención a algo, provocará que esa cosa les parezca **más importante** de lo que era antes.

Daniel Kahneman

Nada en la vida es tan  
importante como tú crees  
que es mientras estás  
pensando en ello...

# Escribir para Facebook [como hacerlo]

Siempre que sea posible  
añadir elementos “humanos”.



A screenshot of a Facebook post from the page "Neuromarketing.la". The post features a man looking up at a wall covered in various screens displaying different images. The caption reads: "Esta década está marcada por varios avances en la neurociencia y en el procesamiento de información ¿Cuál es más relevante?". Below the image, a question is posed: "¿Estamos en la década del cerebro o en la década de la información?". A quote is included: "Nestor Braidot dice que estamos en la década del cerebro, pero los avances de la tecnología nos llevan a pensar que estamos en la década de la información." The post has 1.518 people reached and 7 shares. It includes standard Facebook interaction buttons for likes, comments, and sharing, along with a "Promocionar publicación" button.

ifeobet



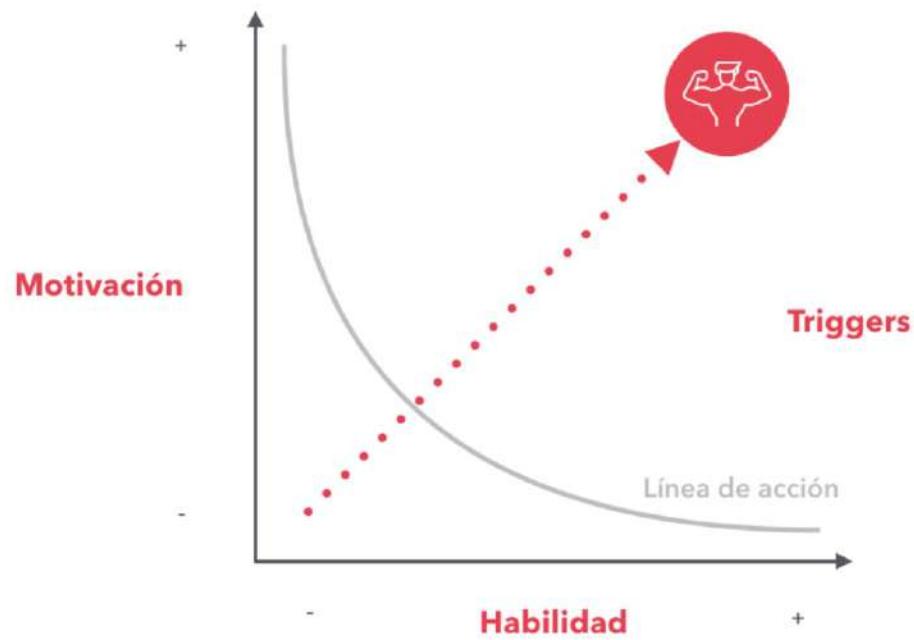
# El Poder de los Hábitos

lifebelt



# Modelo de comportamiento de Fogg

¿Cómo podemos incentivar a que ocurra un determinado comportamiento?



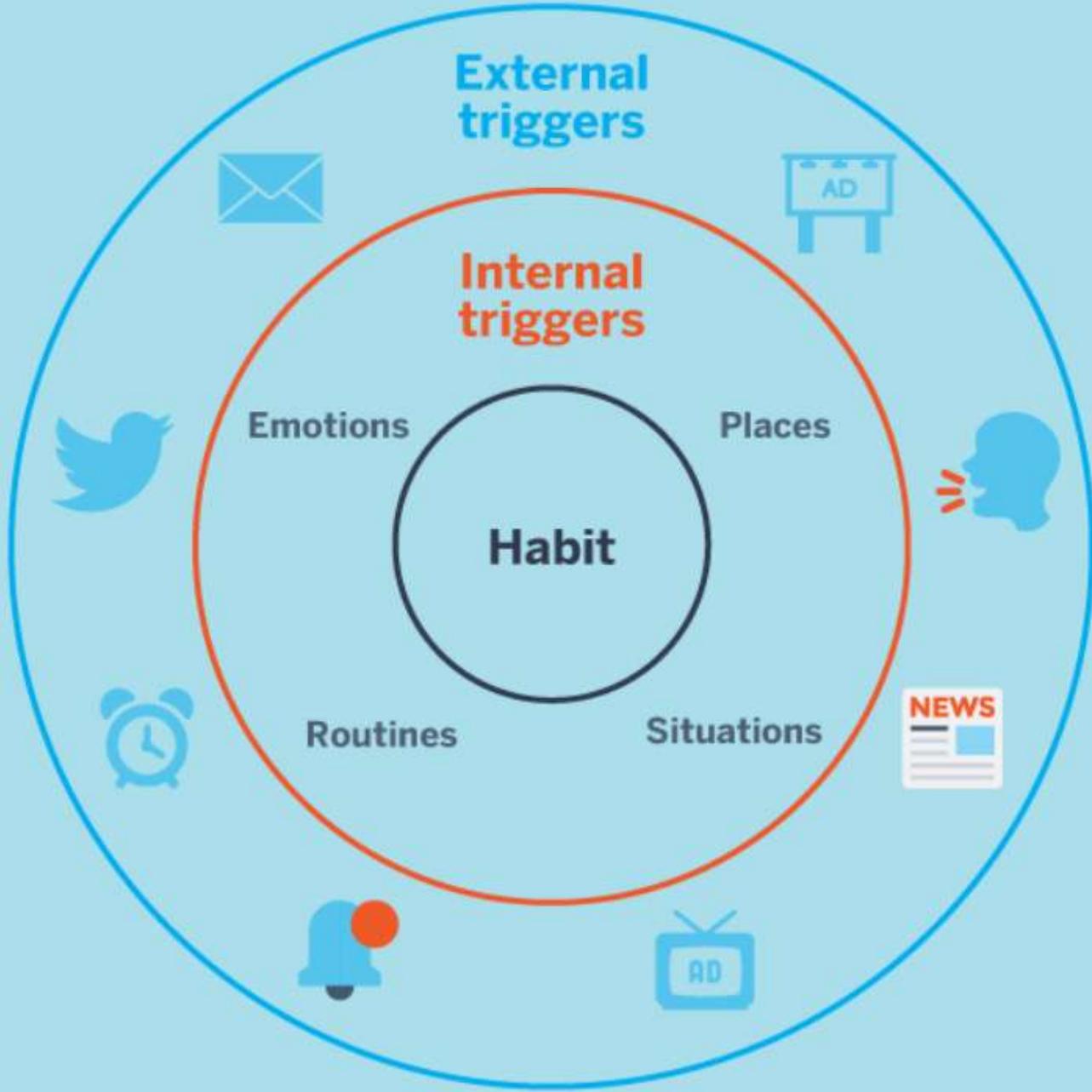
Nuevos hábitos = Motivación + Habilidad + Triggers

ifebelt

# Modelo CREATE – S. Wendel



lifebelt

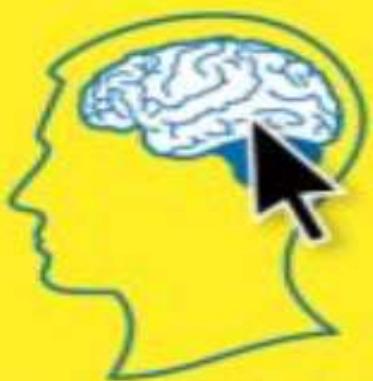


Activadores  
Internos

'A must-read for everyone who cares  
about driving customer engagement'

ERIC RIES, author of *The Lean Startup*

# HOOKED



How to Build  
Habit-Forming Products

NIR EYAL

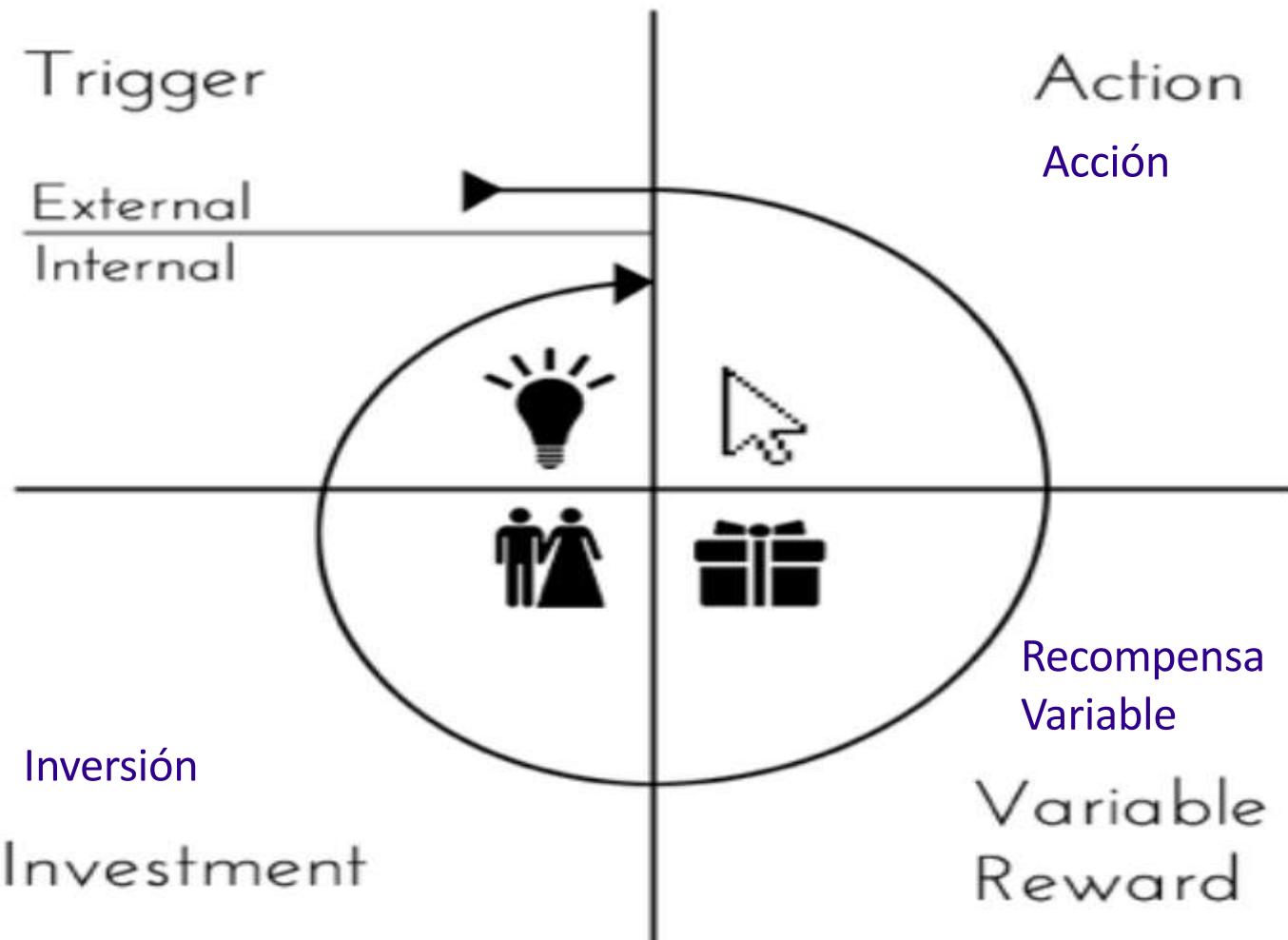
WITH RYAN HOOVER

lifebelt



# The Hook

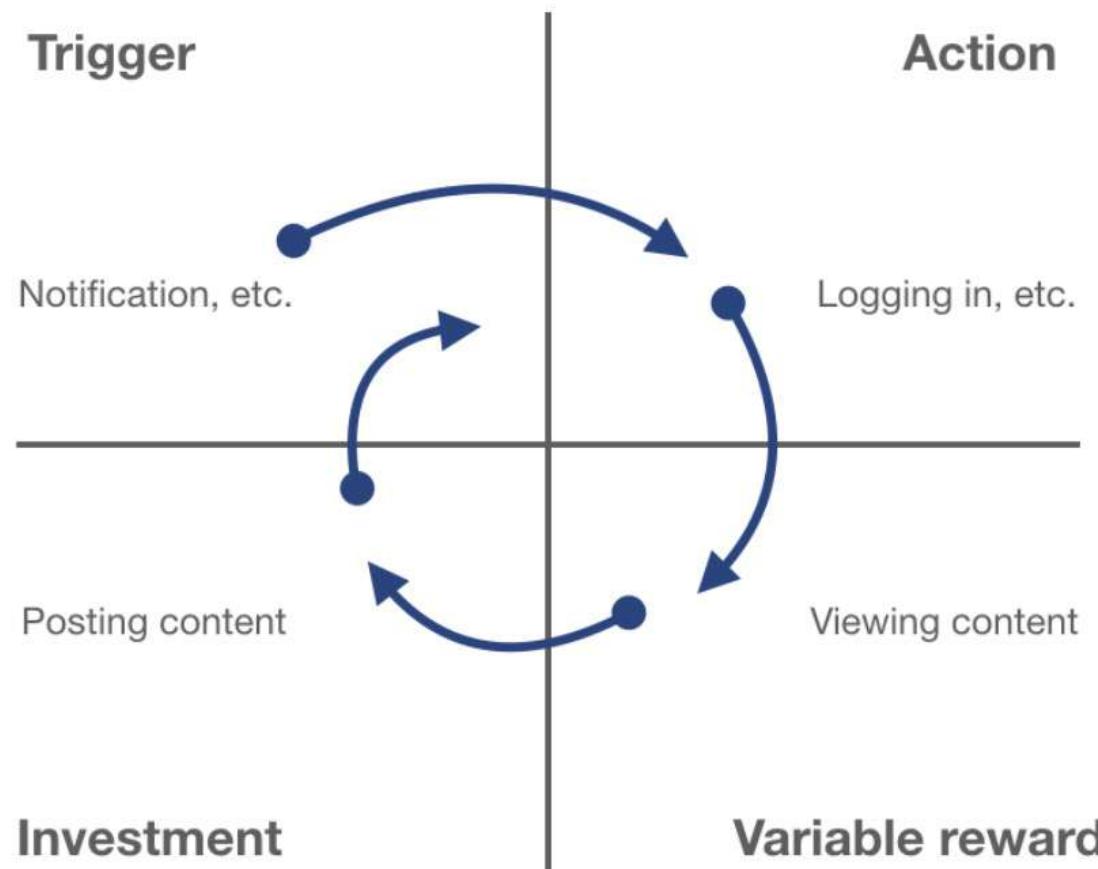
Activador – Interno / Externo



COPYRIGHT NIR EYAL

lifebelt

### Example of Nir Eyal Hooked Model with Instagram loop



rocketblocks

lifebelt



# ¡Crea Guías y Consejos!

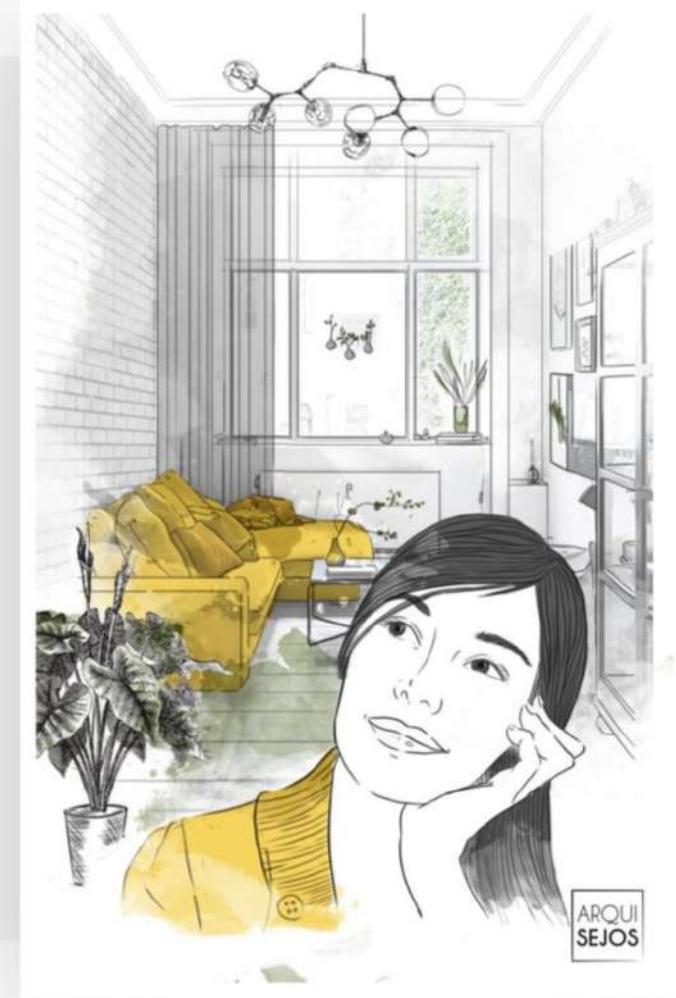
## IMAGINA EL HOGAR DE TUS SUEÑOS CON LOS OJOS ABIERTOS

CONSEJOS DE ARQUITECTURA & DISEÑO  
PARA HOGARES FELICES

MASTERCLASS GRATUITA

Dime CÓMO eres y te diré CÓMO es  
la casa de tus sueños

[ACCEDE DESDE AQUÍ Y DESCÚBRELO >>](#)



ARQUI  
SEJOS

ifeelt



SE NECESITA EXPLORAR Y  
DISEÑAR



El éxito de una estrategia e-commerce y de las ventas online, tienen que ver más con **psicología y estrategia** que con programación.

lifebelt



# El miedo de quedarse afuera

Es la preocupación estar perdiendo los beneficios o las experiencias que otras personas están disfrutando.

## ¿Cómo aplicar este sesgo cognitivo?

- Crea campañas con cantidad y tiempo limitado
- Muestra la disponibilidad de stock de tus artículos de mayor movimiento
- Haz énfasis en la conducta de visitantes recientes.

ifeobelt

# 2

## El sesgo de confirmación

La tendencia de las personas a buscar, interpretar o recordar información de manera que confirme sus creencias o hipótesis.

### ¿Cómo aplicar este sesgo cognitivo?

- Crea campañas con líderes de opinión, para incentivar conversaciones.
- Haz campañas para reforzar tus beneficios en la mente de tus clientes potenciales.
- Muestra ejemplos de soluciones a problemas en empresas al contratar los servicios que tú prestas.

la conducta de las personas que creen y hacen cosas basadas únicamente en el hecho de que otras personas lo hacen.

### ¿Cómo aplicar este sesgo cognitivo?

- Aplica el cross selling como lo hace Amazon. Cuando ves un producto, el sitio te dice: los usuarios que han comprado este producto, también han comprado estos accesorios.
- Muestra reseñas de las personas que han comprado tu producto.



# 3

## El efecto arrastre

ifebeit



# 4 Efecto de anclaje

Una persona se forma una opinión usando como contexto la primera información que se le presenta.

## ¿Cómo aplicar este sesgo cognitivo?

- Diseña la experiencia del usuario para que cada producto muestre también:
  - Productos similares
  - Productos de la misma marca
  - Productos según el historial de compras
- Productos filtrados por características en común

ifeobet

# 5

## Aversión a la pérdida

Resulta curioso que los humanos consideramos más valioso aquello que perdimos. El “qué hubiera pasado si...” juega con nuestra mente y nuestras emociones.

### ¿Cómo aplicar este sesgo cognitivo?

- Haz pruebas A/B con dos campañas para ver cuál redacción te resulta mejor. (“Obtén 20% de descuento sólo por hoy” tiende a funcionar mejor que “Precio normal Q100. Precio de promoción Q80”)
- Incluye contadores para mostrar el tiempo restante para determinada promoción.

ifeobet

La comunicación y contenido trabaja sobre la **expectativa** del producto. El producto trabaja sobre la **experiencia**.

Ambas pueden ser mejoradas con  
**#BehavioralDesign.**

ifebeit



# ¡GRACIAS!

FB: @LoreBin

Twitter: @lorenbin

Instagram: @lore.bin

web: [www.neuromarketing.la](http://www.neuromarketing.la)

