

NEUROVENDAS E NEUROMARKETING APLICADAS ÀS TRANSAÇÕES IMOBILIÁRIAS

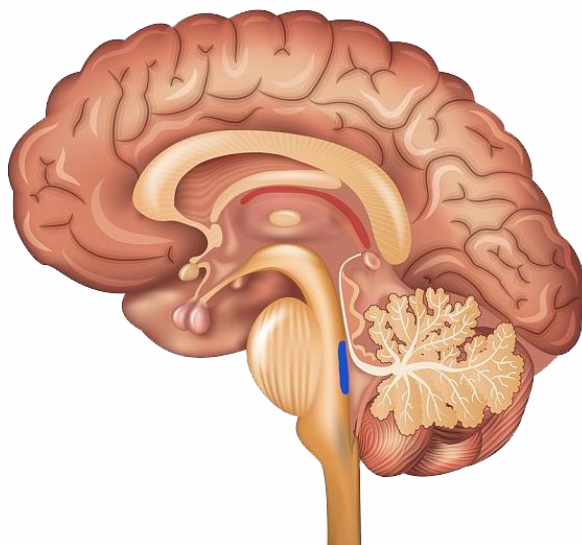
-
- Prof. FELIPE NASSER

NeuroVendas e Neuromarketing Aula 2



Mentes Humanas

Subconsciente para o Pensamento Consciente



Cérebro Reptiliano

- Frequência cardíaca
- Respiração
- Equilíbrio
- Comportamento Compulsivo

Cérebro Límbico

- Memória das Emoções
- Juízos de valor
- Sentimentos

Neocórtex

- Linguagem / Língua
- Pensamento abstrato
- Imaginação
- Consciência

95% das decisões tomadas aqui

1. pensamento subconsciente

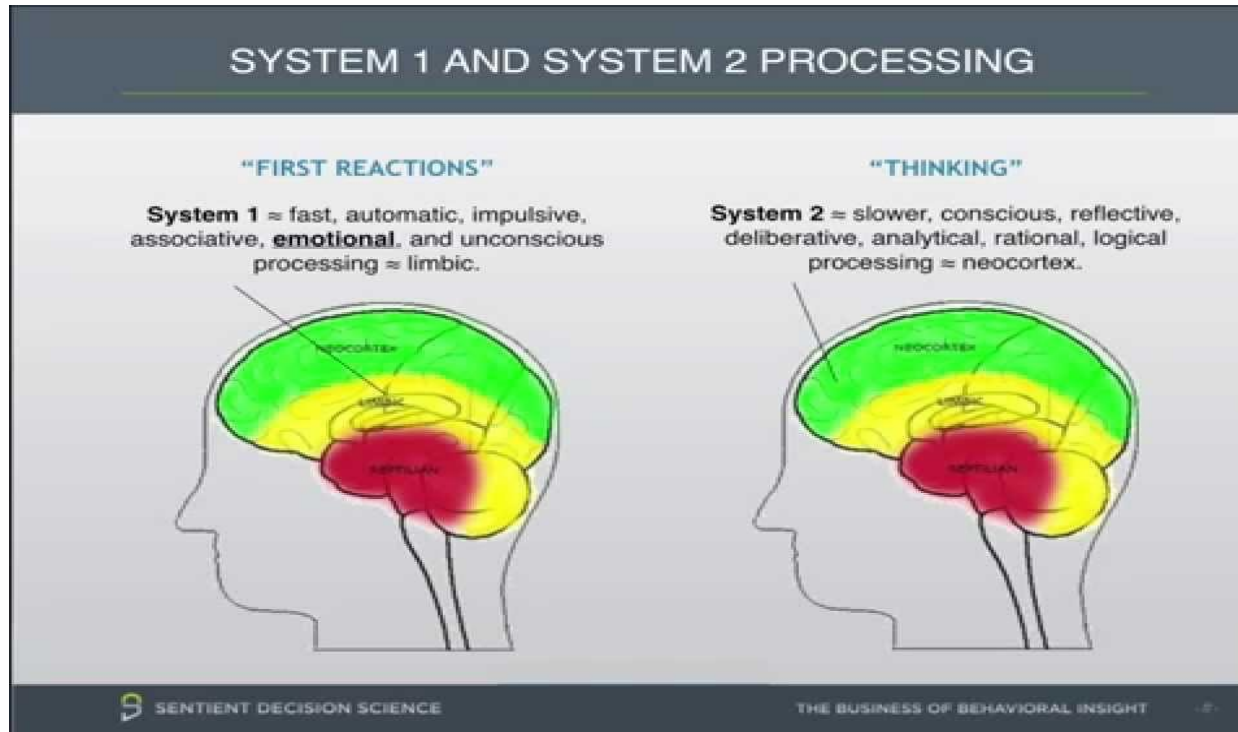
- Processamento rápido
- Emoção impulsionado
- Se preocupa com o aqui e agora

2. Lógico e Esforço

- Futuro focalizado
- Nenhum driver principal de tomada de decisão

Mentes Humanas

Subconsciente para o Pensamento Consciente



SYSTEM 1: Emocional - Processado pelo Sistema Límbico.

SYSTEM 2: Lógico - Processado pelo Neocórtex.

System 1

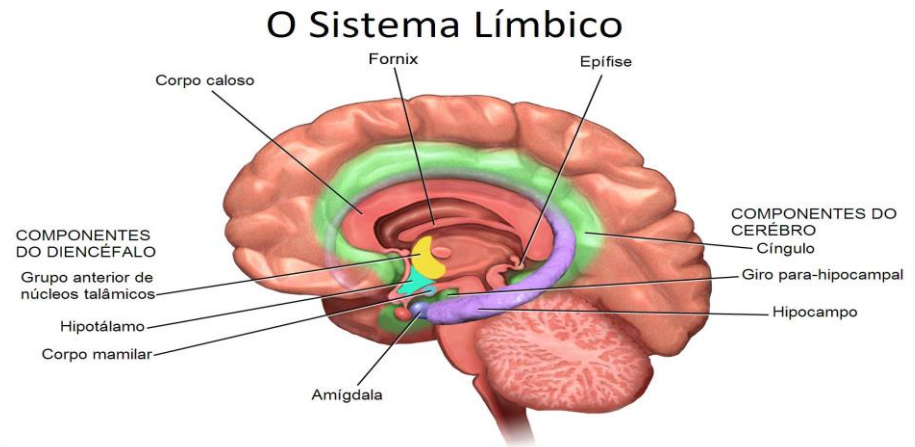
Subconsciente para o Pensamento Consciente

Características:

Rápido, automático, impulsivo, associativo, emocional e inconsciente.

É dicotômico, gosta ou não gosta.

Não tem meio termo.

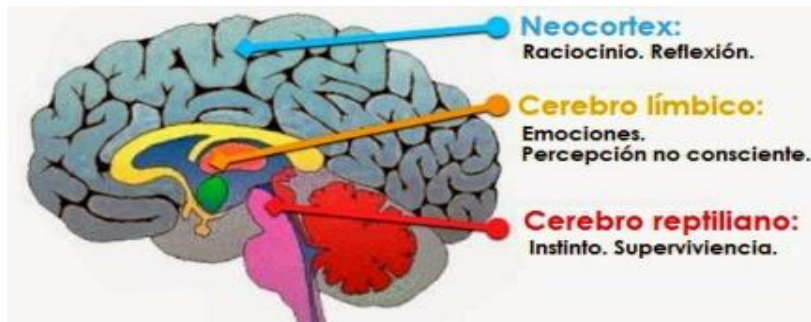


Tálamo: Classifica a informação do sistema sensorial e emocional, ligando ao sistema nervoso central.

Hipotálamo: controla a temperatura do corpo, produção de hormônios, os batimentos cardíacos fazendo relação com o sistema endócrino. Ainda regula o apetite, o sono, a temperatura corporal é responsável pela sensação de dor, quente ou frio e o desejo sexual.

System 2

Subconsciente para o Pensamento Consciente

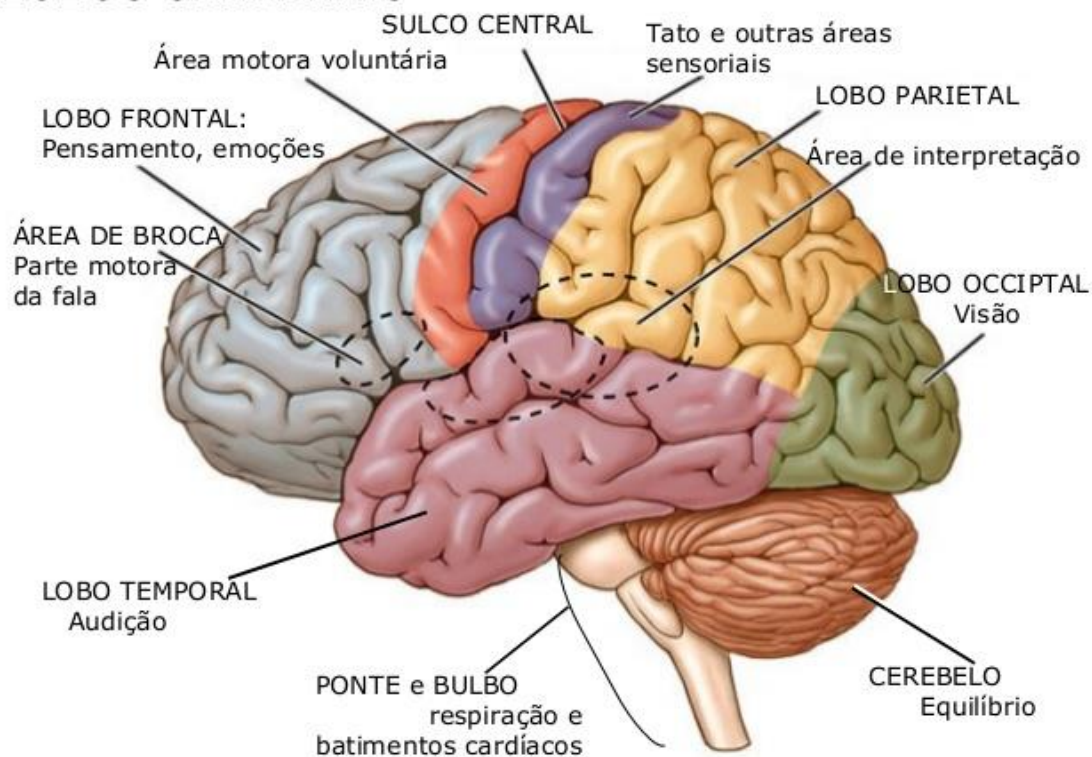


- Ele é o Neocórtex
- Características: devagar, consciente, reflexivo, deliberativo, analítico, racional.
- O neocórtex é quem regula as emoções do system 1, é capaz de entender a linguagem formal e simbólica, cálculos e a própria criatividade.

Mentes Humanas

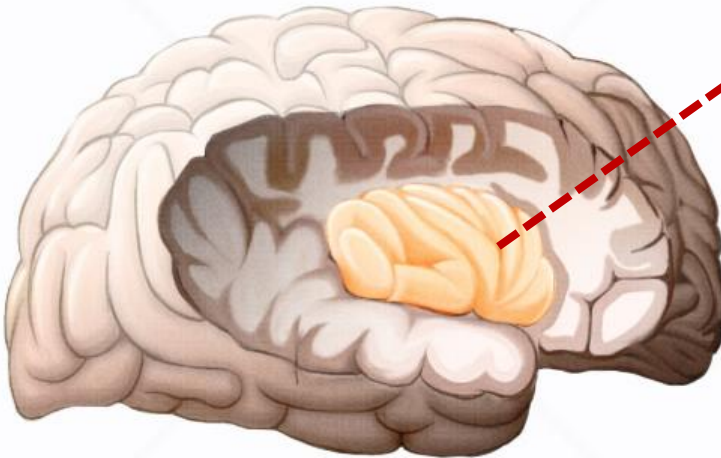
Você manda?

LOBOS CEREBRAIS



Mentes Humanas

Você manda?



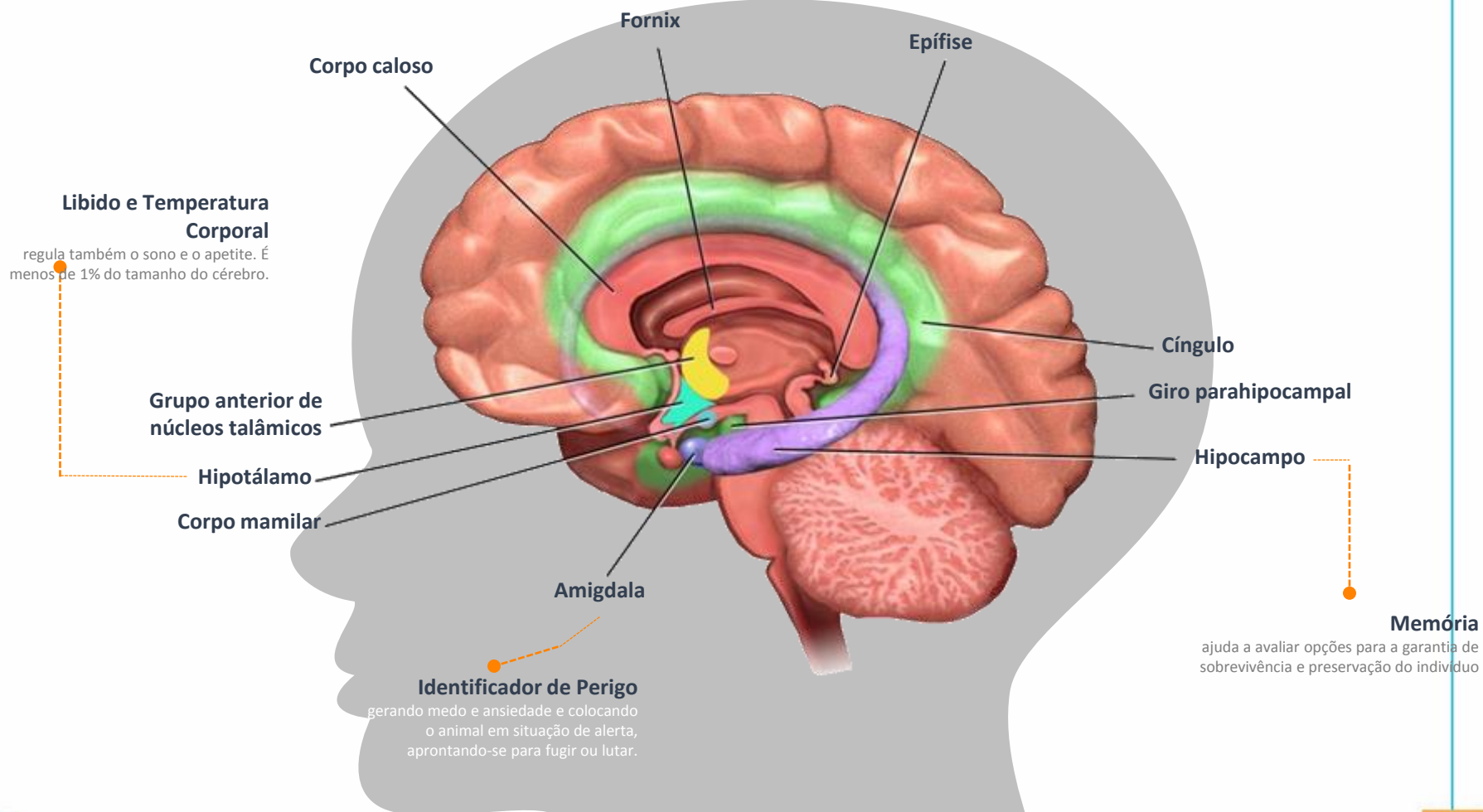
Ínsula

Ativada por experiências relacionadas com a **Dor** e outras emoções negativas como:

- Raiva
- Desgosto
- Sensação de Injustiça

Mentes Humanas

Você manda?

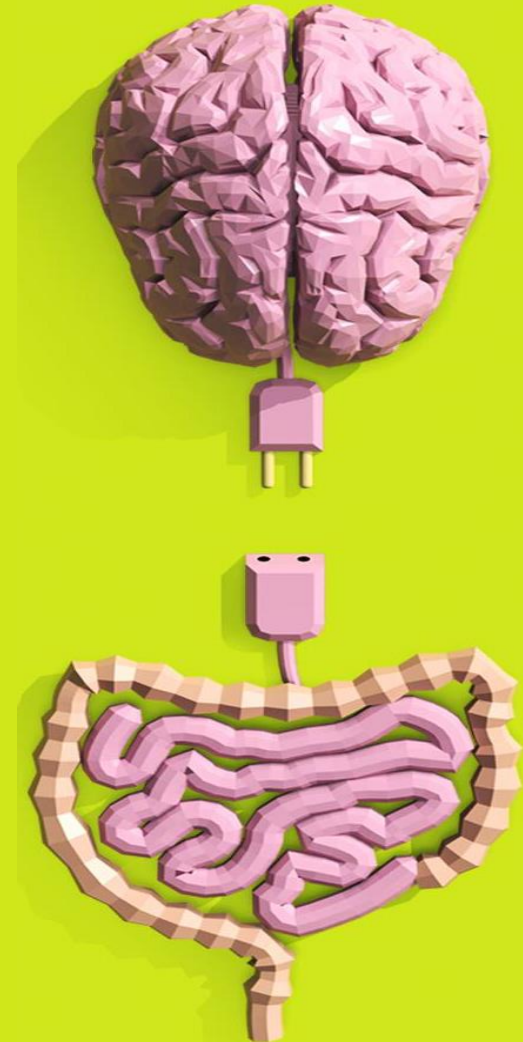




2º Cérebro Neuromarketing

INTESTINO: Ligado ao humor, vitalidade, à disposição e a alegria

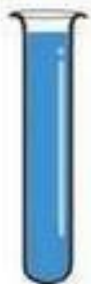
- 90% da serotonina é produzida é produzida pelo intestino
- 90% do nosso humor está ligada ao bom ou mal funcionamento do intestino
- Alterações de humor são impulsionadores de compra de consumo
- Neurotransmissores em falta ou excesso = alterações emocionais = comportamento impulsivo de compra



Mentes Humanas

Você manda? Neurotransmissores

Esquizofrenia



Ansiedade



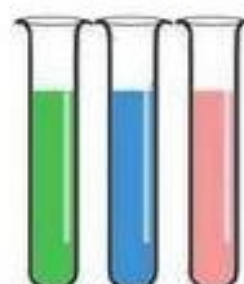
Felicidade



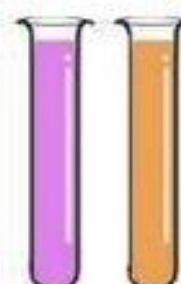
Depressão



Amor



Lutar ou Fugir



-  - Dopamina
-  - Serotonina
-  - Ocitocina
-  - Noradrenalina
-  - Adrenalina

Mentes Humanas

Você manda?



95
%

**das decisões são
inconscientes!**

juntamente o
impulso ocorre

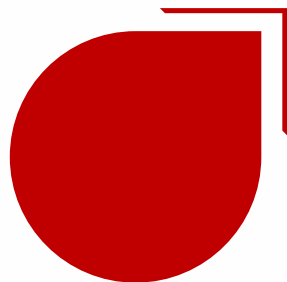
2,5_s

após o contato
visual

ATTENTION

Mentes Humanas

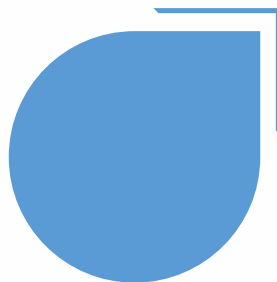
Você manda?



Atenção

O que criamos ou confeccionamos
chama atenção?

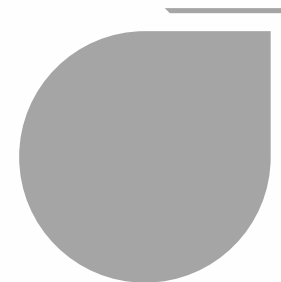
Como fazer o consumidor acreditar
que somos importante e essencial
para ele?



Engajamento Emocional

Quais as emoções estamos gerando
em nossos consumidores?

Eles estão excitados ou calmos?
Estão felizes ou tristes?



Memória

Nossa marca ficou na memória do
consumidor?

Qual memória foi estimulada?
Houve cristalização?

Mentes

Seu consumidor sabe nada

As 3 lições mais importantes da neurociência que nos ensinam sobre as escolhas e comportamento do consumidor.

- Nosso cérebro é cognitivo - não gostamos de perder muito tempo pensando.
- Nossa mente consciente é “um controlador lento” dos nossos pensamentos inconsciente.
- Nós somos atraídos por coisas que são familiares, simples e seguras.

PRINCÍPIOS DE FUNCIONAMENTO DO CÉREBRO

BUSCA ATIVA DE INFORMAÇÕES (SCANNING,
MOVIMENTOS SACÁDICOS)

MÁQUINA DE SELECIONAR INFORMAÇÕES E
RECONHECER PADRÕES

ALTO CONSUMO METABÓLICO, PENSAR CUSTA CARO !

TENDÊNCIA AO CONFORTO COGNITIVO

Tipos de Atenção

Uma caixa de pandora

ATENÇÃO SELETIVA: SE CONCENTRAR EM APENAS PARTE DOS ESTIMULOS

ATENÇÃO SUSTENTADA: FOCAR, CONCENTRAR MUITO EM ALGO

ATENÇÃO MODULA NOSSO FOCO SENSORIAL

AJUDA A SELECIONAR INFORMAÇÕES

MAS É SATURÁVEL, TEM UM LIMITE. QUAL É O SEU?