08/03/2023

ECONOMIST&JURIST

Redacción

Las cinco estrategias de fidelización de clientes basadas en el neuromarketing

El neuromarketing es un tipo de ciencia que estudia cómo responde el cerebro humano ante ciertos estímulos externos, dicho de otra manera, se basa en averiguar qué estímulos o emociones impulsan a los consumidores a tomar decisiones basándose en la emoción en vez de la lógica. Gracias a esta ciencia se ha logrado entender **de qué manera las personas, subconscientemente, procesan la información de las campañas publicitarias y las estrategias de las empresas con el objetivo de atraer y fidelizar a los clientes**. Por lo que, disponer de esta información acerca del comportamiento de los consumidores ayuda a diseñar estrategias empresariales más efectivas con el fin de lograr el crecimiento de las empresas.

Los negocios de todos los sectores se están aprovechando de los resultados obtenidos en estas investigaciones, incluidas las empresas de servicios legales. Lo cierto es que las firmas legales que ponen en acción las estrategias recomendadas por el neuromarketing consiguen mejores resultados ...

SUSCRÍBETE > para una conversión completa a PDF |