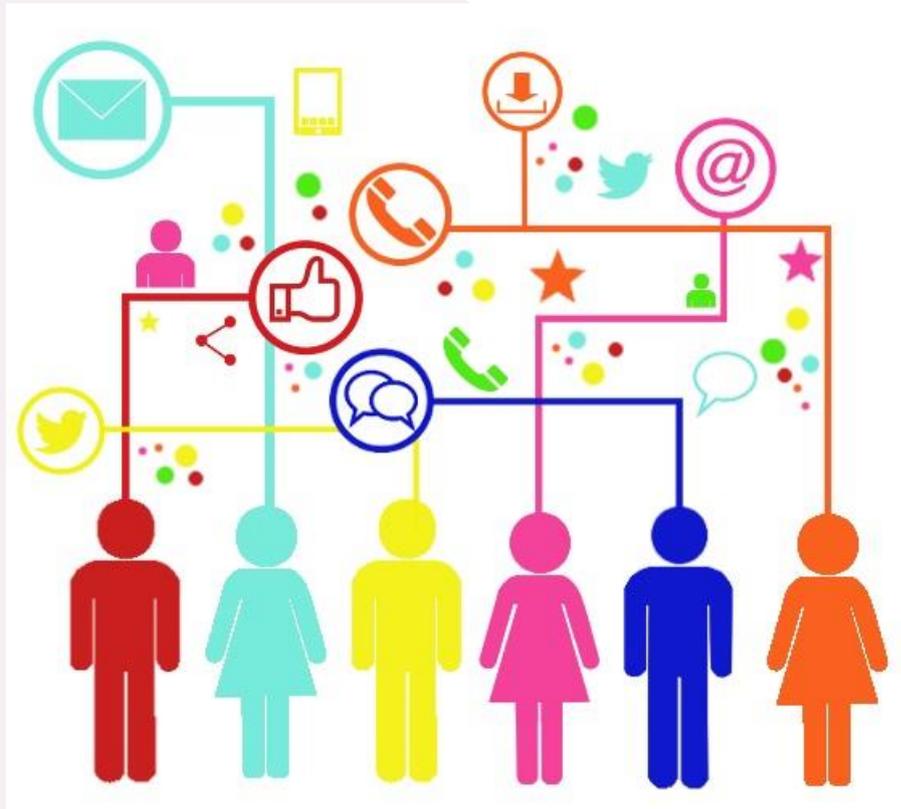


# ANTES DE EMPEZAR



“El Medio es el Mensaje”  
**M. McLuhan**

Las claves del éxito en Internet son:  
la **Omnicanalidad** y  
la **Emocionalidad**.



GENERALITAT  
VALENCIANA

TOTS  
A UNA  
veu

**IVACE**  
INSTITUTO VALENCIANO DE  
COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL



**FOCUS**  
PYME Y EMPRENDIMIENTO  
Comunitat Valenciana



CENTRO EUROPEO DE  
EMPRESAS INNOVADORAS

# EL PODER DE LA EMOCIÓN



“La gente olvidará lo que hiciste, la gente olvidará lo que dijiste, pero no olvidará cómo la hiciste sentir”

**Maya Angelou**



NO ES EL ALGORITMO,  
ES QUE  
**ABURRES.**



# EL PODER DE LA EMOCIÓN



## Técnicas para dominar el arte de emocionar

### 1. StoryTelling:

El storytelling es el arte de **CONTAR HISTORIAS CON UN FIN**. Historias que conectan y emocionan para un propósito (**Carlos Salas**).

### 2. Neurocopywriting:

**REDACCIÓN PERSUASIVA** para el medio digital orientada a un objetivo concreto, teniendo en cuenta técnicas de neuromarketing (**Rosa Morel**)



# PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA

- ❑ La fórmula de la compra, según Jürgen Klärle (Experto en Neuromarketing):
  - ❑ Atención
  - ❑ Emoción
  - ❑ Memoria



# Fórmula de compra

Jürgen Klaric

## Atención

Lo primero, llamar la atención de la mente del posible comprador para que el juego comience.

## Emoción

Después conseguir que el comprador haga una **asociación emocional positiva** con nuestra marca, producto o servicio.

*Dato: Las emociones hacen que paguemos entre un 20 y un 30% más por productos similares.*



# Fórmula de compra

Jürgen Klaric

## Memoria

- Enviar un **mensaje directo** a su cerebro para activar la **asociación de instintos** con su propia vida.
- Decir cómo nuestro producto o servicio va a servir para su **supervivencia**.

# STORYTELLING



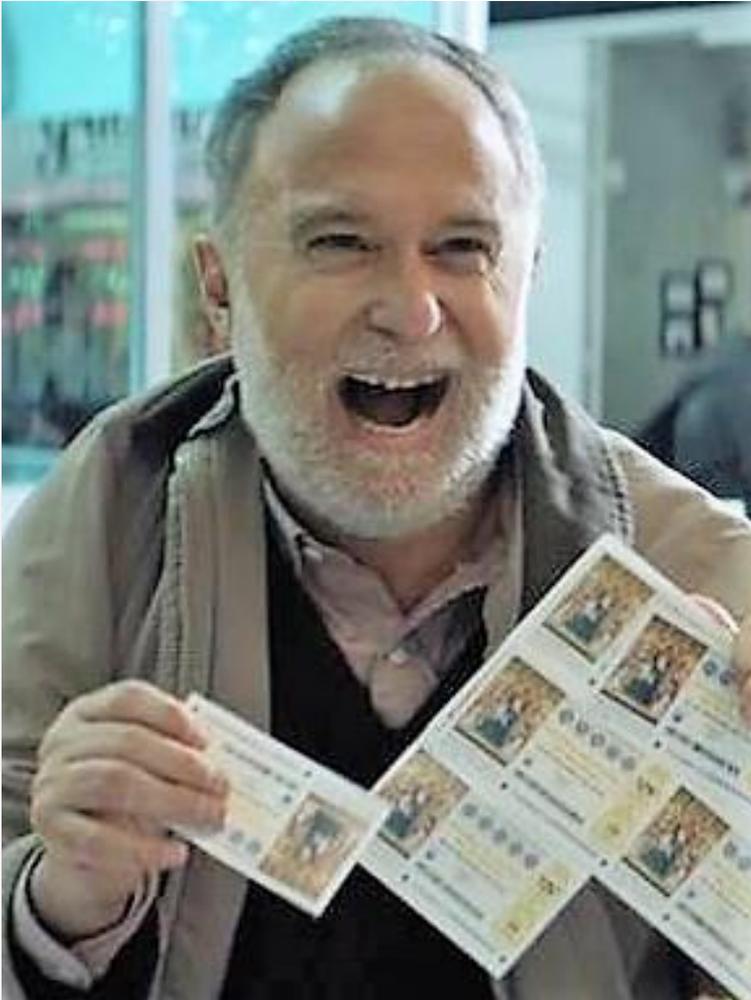
Cuando nos cuentan una historia en nuestro cerebro se activan 4 cosas:

**1. La oxitocina:** Vinculada a la empatía.

Si eres capaz de empatizar con tu audiencia, estarás cerca de ATRAPARLA de manera sólida y duradera.

**2. La dopamina:** Es la culpable de nuestra curiosidad. Está relacionada con la atención y se estimula cuando una historia consigue captar nuestra atención y despertar el interés por conocer el final.

# | STORYTELLING



### **3. Neuronas espejo:**

Despiertan nuestra capacidad de imitación.

Se estimulan cuando “vemos” hacer algo a un semejante, o cuando imaginamos la acción.

“¿Y si te toca?”

### **4. Serotonina:**

Cuando algo nos hace felices, nos sentimos bien.

# UNA BUENA HISTORIA



1. Debe ser **creíble y coherente**
2. Contener un **elemento humano**
3. Estar orientada al **público concreto**
4. Ser **fácil de recordar**, sin detalles excesivos
5. Utilizar símiles y **metáforas**
6. No ser plana, tener **puntos de interés**
7. **Evocar emociones**, no ser descriptiva
8. Un mensaje final **positivo**
9. Debe haber equilibrio entre **palabras, imágenes, colores, tipografías, emojis, etc.**

**¡No es lo que dices sino cómo lo dices!**

# TÉCNICAS DE COPYWRITING



Aquí tienes **3 técnicas** para escribir tus textos:

1. Estructura **PAS** Problema- Agitación- Solución.

- Deja huella lo primero y lo último que leemos.
- Necesitamos ver para activar nuestro cerebro.
- Las emociones nos ayudan a recordar.

# UNA BUENA HISTORIA



2. **FAB** (Features / Advantages / Benefits).  
características / ventajas / beneficios.

Crea tu texto respondiendo a 3 :

- ✓ F —> ¿Qué puede hacer tu producto?
- ✓ A —> ¿Por qué puede ayudarme?
- ✓ B —> ¿Qué conseguiré con ello?

# UNA BUENA HISTORIA



3. **4U** (Urgente / Único / Útil / Ultra-específico)

1U —> Haz que sientan urgencia por tenerlo.

2U —> Transmite sus beneficios como únicos

3U —> Hazlo útil para el lector.

4U —> Sé ultra-específico y no te vayas por las ramas.

# EMOCIONAR EN RRSS



## 7 principios a tener en cuenta

1. **Reciprocidad.** Da algo a cambio.
2. **Compromiso y consistencia.** Comentarios.
3. **Consenso.** Aceptamos lo que dice la mayoría.
4. **Simpatía.** Nos atrae lo que nos gusta
5. **Autoridad.** Creemos a los líderes.
6. **Escasez.** Queremos aquello de lo que menos podemos tener
7. **Pertenencia.** Somos seres sociales.

# ANTES DE CONCLUIR



La única manera que existe de ATRAPAR a nuestro cliente y no soltarlo jamás es EMOCIONARLO

1. Quién soy y qué hago
2. Quién es mi audiencia, qué quiere y por qué
3. Deja de hablar de ti y empieza a hablar de tú.
4. Decide el tono de voz que quieres tener
5. Elige el mensaje, la historia que quieres contar y el medio
6. Planifica
7. Enseña el alma de tu marca
8. Implica a tu equipo

GRACIAS ;)



[✉ gemmamateosvera@gmail.com](mailto:gemmamateosvera@gmail.com)

➔ @gemmamateosvera