

ÍNDICE

.....

AGRADECIMIENTOS	9
PRÓLOGO	11
CAPÍTULO 1. ALICIA CAMBIA EL PAÍS DE LAS MARAVILLAS POR EL MUNDO DEL MARKETING.....	13
1.1 INTRODUCCIÓN: ALICIA Y EL ESPEJO	13
1.2 EL MARKETING Y EL ESPEJO DE ALICIA: CÓMO HEMOS CAMBIADO	18
1.3 ALICIA Y EL MARKETING: LOS AÑOS LOCOS DEL FINAL DEL SIGLO XX..	21
1.4 ALICIA Y EL OTRO LADO DEL ESPEJO: LOS PILARES DEL NEURO + MARKETING	22
1.4.1 Los retos del Neuromarketing	26
PARTE PRIMERA. LOS PILARES DEL NEUROMARKETING: LA CONSTRUCCION DEL HOMO COMPRADOR	29
CAPÍTULO 2. DARWIN, EL PRIMER LICENCIADO EN MARKETING.....	31
2.1 EL SISTEMA MÉTRICO DECIMAL DE LA EVOLUCIÓN	31
2.2 LA EVOLUCIÓN SEGÚN DARWIN	38
2.3 ¿POR QUÉ DARWIN APROBÓ EN MARKETING?	44
2.4 EL EXAMEN FINAL DE DARWIN: ERP, CRM Y FIDELIZACIÓN	48
CAPÍTULO 3. QUÉ LE APORTA AL HOMO ÊMPTÔRIS (COMPRADOR) 4.500 MILLONES DE AÑOS DE EVOLUCIÓN	53
3.1 LA EVOLUCIÓN DE LA VIDA	53
3.2 LA EDAD DE LOS REPTILES. LA VISTA.....	55
3.2.1 El cerebro del reptil. El instinto de supervivencia	58
3.2.2 Comportamiento de los reptiles	59
3.3 LA EDAD DE LOS MAMÍFEROS. EL OLFATO	61

3.3.1	El cerebro del mamífero. Las emociones	63
3.3.2	Comportamiento de los mamíferos	65
3.4	UN CEREBRO EN CONSTRUCCIÓN: UNO Y TRINO	69
3.5	LA TEORÍA DE LOS TRES CEREBROS	71
3.5.1	La metáfora del recién nacido que nadaba	73
CAPÍTULO 4. LOS RENGLONES TORCIDOS DE LA EVOLUCIÓN DEL HOMO ÉMPTÔRIS.....		75
4.1	EL HOMO ÉMPTÔRIS (COMPRADOR) SAPIENS: LOS RENGLONES TORCIDOS DE LA EVOLUCIÓN	75
4.2	EL HOMO: UNA EVOLUCIÓN A SALTOS	77
4.2.1	De cuatro a dos patas o cómo ir erguidos	80
4.2.2	La bipedestación: la posición del vigía	84
4.3	NUESTRO ROSTRO: MÁS ALTO, MÁS LEJOS, MÁS PROFUNDO, MÁS COLORES.....	86
CAPÍTULO 5. EL PENÚLTIMO VIAJE DEL CEREBRO DEL HOMO COMPRADOR.....		91
5.1	EL PENÚLTIMO VIAJE DE NUESTROS CEREBROS: EL TERCER CEREBRO	91
5.1.1	Doce etapas, doce cerebros. El viaje evolutivo del cerebro	95
5.1.2	Más Cerebro, más Energía. Tasa metabólica del Homo	99
5.1.3	Nacemos inmaduros: Más cerebro después del nacimiento	103
5.1.4	Sin lenguaje no hay más cerebro	107
5.2	LA PARADOJA DE DARWIN: CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN = SUPERVIVENCIA = CEREBRO	110
PARTE SEGUNDA.		
NEUROMARKETING: EL FUNCIONAMIENTO DEL CEREBRO DEL HOMO ÉMPTÔRIS (COMPRADOR)		115
CAPÍTULO 6. LAS LEYES DEL CEREBRO: YO EVOLUCIONO (SE CONFIGURA EL CEREBRO DEL HOMO ÉMPTÔRIS (COMPRADOR)).....		117
6.1	LA METÁFORA DEL EXTRAÑO CASO DEL DOCTOR JEKYLL Y MÍSTER HYDE	117
6.2	LOS ÚLTIMOS ESLABONES. YA ESTAMOS AQUÍÍÍ.....	119
6.3	NACE EL CEREBRO DE JEKYLL: HOMO ÉMPTÔRIS: MÁS RACIONAL	121
6.4	SE CONFIGURA EL CEREBRO DEL HOMO ÉMPTÔRIS	125
6.4.1	El cerebro del Homo Émptôris.....	127
6.4.2	Neocórtex: cerebro de Homo, corazón de mono.....	130
6.5	MÍSTER HYDE: EL ESLABÓN PERDIDO DEL MARKETING, EL OTRO LADO DEL ESPEJO	132
6.5.1	La decisión de compra en tres niveles	133
CAPÍTULO 7. LAS LEYES DEL CEREBRO: YO PERCIBO		137
7.1	EL SIGUIENTE PASO: ENTENDER EL DESEO	137
7.2	LA PERCEPCIÓN EN EL PROCESO DE COMPRA	138
7.2.1	Si Maslow levantara la cabeza	141
7.3	LA EMOCIÓN EN EL PROCESO DE COMPRA	146
7.3.1	A mi hijo le gustan las marcas	147
7.4	MARKETING 4.0: EL NEUROMARKETING(YO PERCIBO)	149
7.4.1	La metáfora de Rapaille y los Jeep tienen los faros redondos	153

CAPÍTULO 8. LAS LEYES DEL CEREBRO: YO COMUNICO.....	155
8.1 MATRIX: EL VIAJE AL INCONSCIENTE	155
8.2 LA RELACIÓN CONSCIENTE E INCONSCIENTE AFECTA A NUESTRA COMUNICACIÓN.....	157
8.3 FILTROS: DEL INCONSCIENTE AL CONSCIENTE	159
8.3.1 La máquina de la verdad. La piel	161
8.4 BASES PARA LA COMUNICACIÓN	161
8.4.1 La niebla nos confunde	164
8.5 EL SECRETO ESTÁ EN LA PERSUASIÓN	166
8.6 LOS PUENTES: EN EL PROCESO DE VENTA.....	167
8.7 LA METÁFORA DEL PUENTE SOBRE EL RIO KWAI	170
CAPÍTULO 9. LAS LEYES DEL CEREBRO: YO DESEO	173
9.1 LAS CARENCIAS Y NECESIDADES	173
9.2 LA LEY DEL DESEO.....	176
9.3 LA LEY DEL INTERCAMBIO	178
9.4 LA LEY DE LAS EMOCIONES	182
9.4.1 La metáfora: el mito de Fausto y el Renault Clío	182
9.5 LA LEY DE LA SATISFACCIÓN: LA METÁFORA DEL ORDENADOR.....	184
9.6 ¿Y EL MARKETING QUÉ PINTA EN TODO ESTO?.....	186
9.6.1 Alicia, somos seres insatisfechos, siempre buscamos más.....	188
PARTE TERCERA.	
NEUROVENTA. CAZADORES DE VELOCIRAPTORES	191
CAPÍTULO 10. LOS HÁBITOS DEL VELOCIRAPTOR (SU LENGUAJE).....	193
10.1 LA METÁFORA DEL CAZADOR CAZADO. EL VELOCIRAPTOR	193
10.2 CÓDIGO NATIVO DEL VELOCIRAPTOR: SU LENGUAJE NO VERBAL.....	195
10.3 EL CEREBRO PRIMITIVO SE EXPRESA A TRAVÉS DEL LENGUAJE NO VERBAL	197
10.3.1 La pila de las emociones: positivas o negativas.....	198
10.3.2 Barrió Sésamo: Abierto o Cerrado.....	200
10.4 EL CUERPO Y EL VERBO: UN ÚNICO SIGNIFICADO	203
10.4.1 La metáfora del Señor Feudal y el Veneno	203
10.5 LA METÁFORA DEL PUENTE LEVADIZO: CONECTAMOS.....	205
10.5.1 <i>Rapport</i> : Sintonizamos	206
10.5.2 Las neuronas espejo: Sincronizamos.....	208
10.6 ¡CUIDADO! ENTRAS EN MI ÁREA VITAL.....	210
CAPÍTULO 11. LAS HUELLAS DEL VELOCIRAPTOR (GUÍA DE CAMPO DEL LENGUAJE SIN PALABRAS).....	213
11.1 DARWIN TRAS LAS HUELLAS DEL VELOCIRAPTOR.....	213
11.2 LOS PRIMEROS PASOS CON EL LENGUAJE NO VERBAL.....	214
11.3 LA CARA ES EL ESPEJO DEL ALMA.....	216
11.3.1 Los ojos. La metáfora del Jugador de Póquer.....	219
11.3.2 La metáfora de Pinocho y su nariz	223
11.3.3 Los brazos y las piernas	224
11.3.4 Las manos	225
11.4 LAS POSTURAS.....	230

11.5	EXTREMIDADES INFERIORES.....	231
11.6	ALGO PASA CON MARY... SUS NERVIOS.....	231
11.6.1	Me pica pero no veo el mosquito.....	232
11.6.2	Mamá acaríciame	233
CAPÍTULO 12. MÉTODOS DE CAZA. CÓMO VENDER Y NEGOCIAR CON EL VELOCIRAPTOR.....		235
12.1	HISTORIAS DE CAZADORES	235
12.2	TÉCNICAS DE CAZA.....	237
12.3	CAZAR AL VELOCIRAPTOR: EL DUEÑO DEL CEREBRO PRIMITIVO	237
12.4	FASE M: MOTIVACIÓN	240
12.5	FASE E. EL EXPLORADOR	241
12.6	FASE V. PENSAR COMO EL VELOCIRAPTOR	241
12.7	FASE O. EL OJEADOR	242
12.8	FASE P. EL PUENTE LEVADIZO.....	242
12.9	FASE H. LAS HUELLAS DEL VELOCIRAPTOR	243
12.10	FASE T. TÁCTICAS DE CAZA. EL CEBO	243
12.10.1	El reclamo del Velociraptor.....	244
12.10.2	El sistema de medida del Velociraptor	244
12.10.3	El sistema de grabación del Velociraptor	245
12.11	FASE A. SE AMPLIFICA EL DESEO	246
12.12	FASE N. NEGOCIAMOS CON DEL VELOCIRAPTOR	246
12.13	FASE D: DOMA DEL VELOCIRAPTOR.....	247
CAPÍTULO 13. LOS VENDEDORES: CAZADORES DE VELOCIRAPTORES		249
13.1	INTRODUCCIÓN	249
13.2	LA VENTA TRADICIONAL: ELEGIDOS PARA LA GLORIA EN 15 PASOS....	250
13.3	LA NEUROVENTA. EN 10 PASOS	256
13.3.1	Fase M: Motivación	257
13.3.2	Fase E: Explorador.....	259
13.3.3	Fase V: Piensa como el Velociraptor.....	260
13.3.4	Fase O: Ojeador	260
13.3.5	Fase P: Puente Levadizo. Conectamos	260
13.3.6	Fase H: Las Huellas del Velociraptor	261
13.3.7	Fase T: Tácticas de Venta. El botón del Pánico	261
13.3.8	Fase A: Amplificar el deseo	268
13.3.9	Fase N: Negociar con el Velociraptor	269
13.3.10	Fase D: Domar al Velociraptor	270
13.3.11	La llave para una buena presentación	271
13.3.12	Nosotros laboratorio Práctico. Examínese	273
CAPÍTULO 14. HISTORIAS DE CAZADORES. EL EFECTO MICHAEL JORDAN		275
14.1	LA ASOCIACIÓN MENTAL. EL EFECTO MICHAEL JORDAN.....	275
14.1.1	Moraleja.....	278
14.2	EL RESUMEN DEL CAMINO A LA GLORIA.....	279
BIBLIOGRAFÍA.....		281