

3.1 Atenção



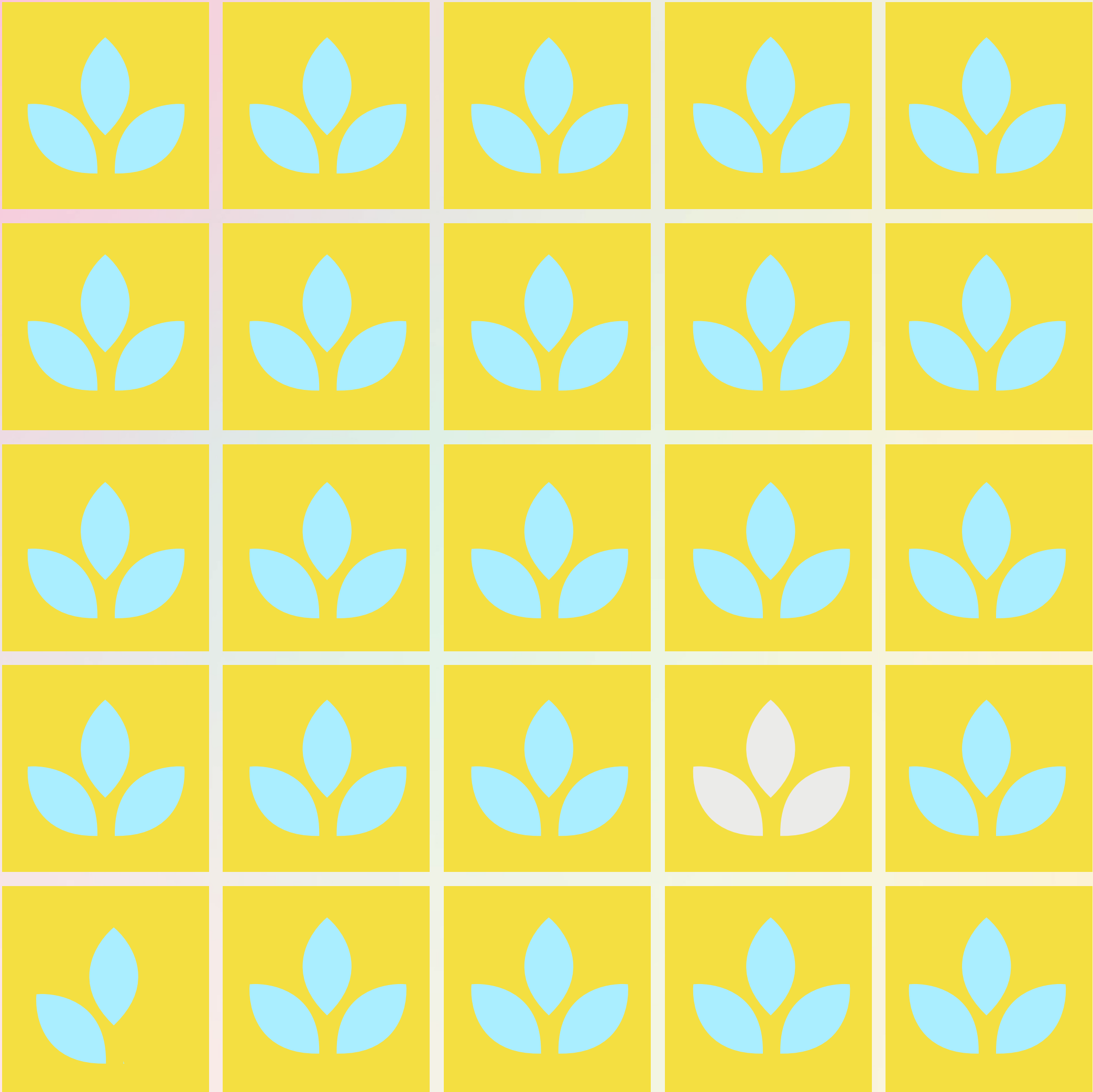
Tripé do neuromarketing

The diagram illustrates the 'Tripé do neuromarketing' (NeuroMarketing Triad). It features a central title box at the top with a red vertical bar extending upwards. Three red arrows originate from the bottom of this box and point downwards to three distinct terms: 'Atenção' (Attention) on the left, 'Memória' (Memory) in the center, and 'Emoção' (Emotion) on the right. The background is a light green-to-yellow gradient, and the three terms are highlighted with orange brushstroke-like backgrounds.

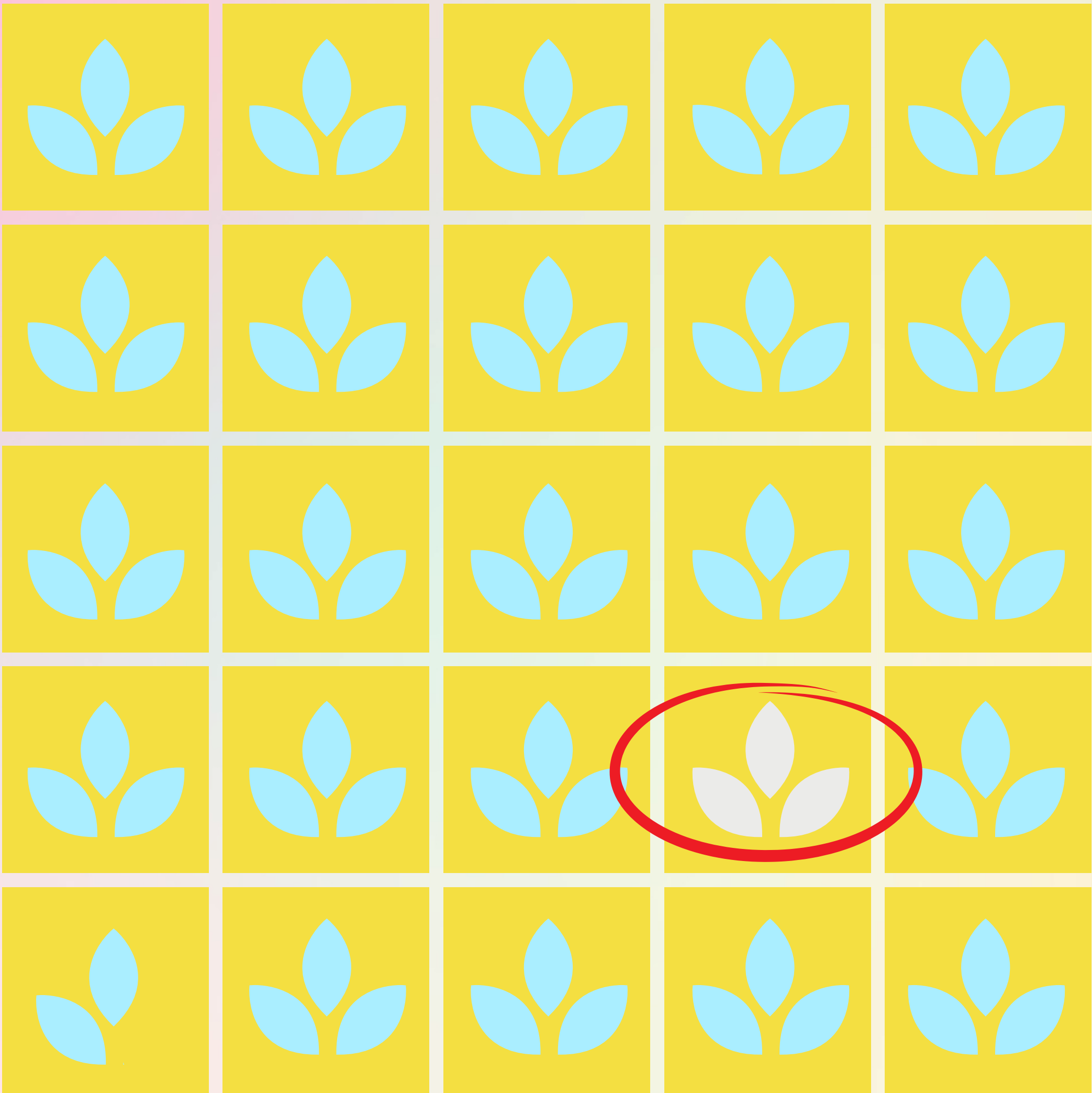
Atenção

Memória


Emoção

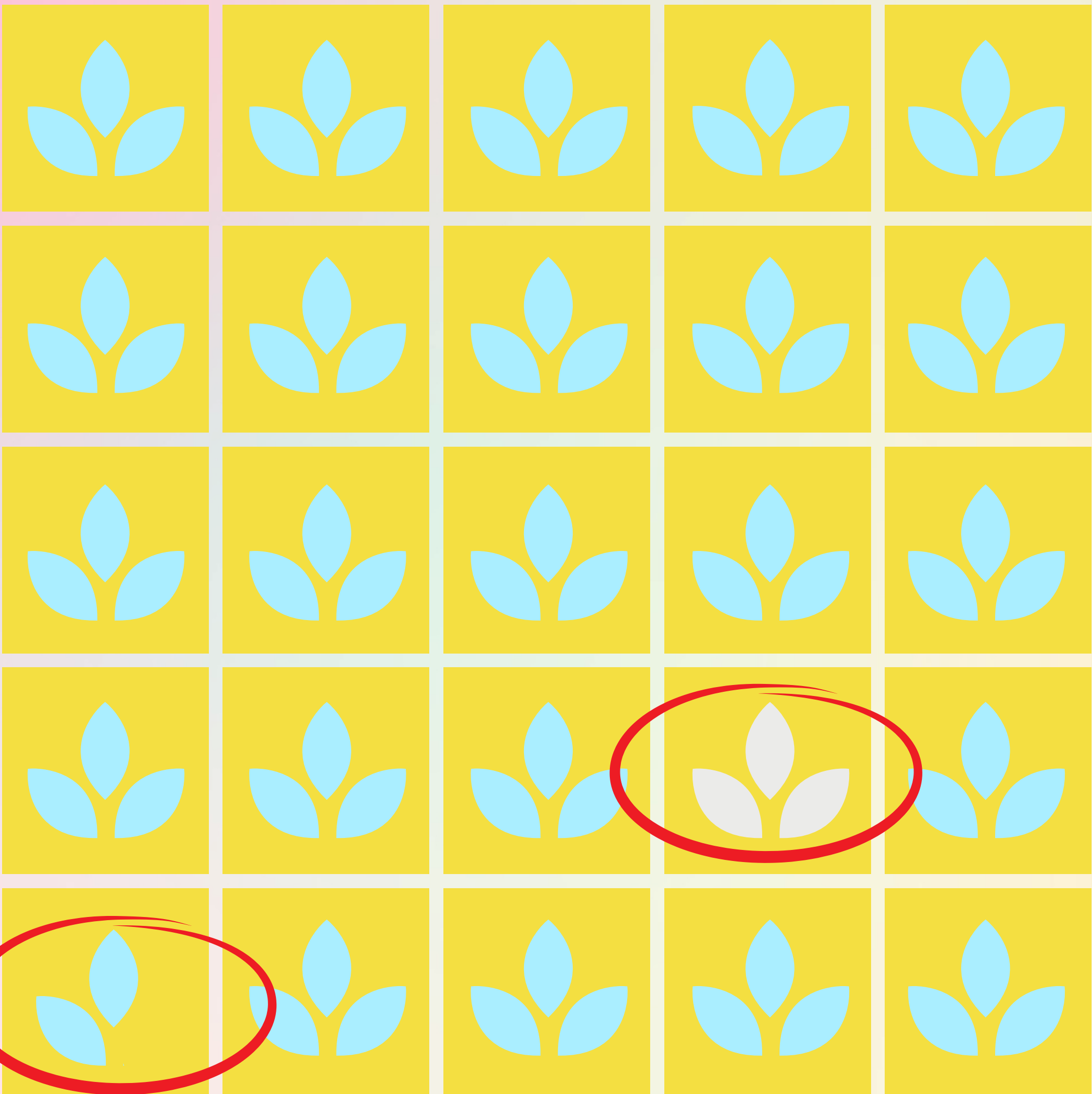


Atenção




Atenção

Bottom-up 



Atenção

Bottom-up 

Amarelo

Azul

Atenção

Verde

Vermelho

Marrom

Preto

Roxo

Rosa

Amarelo

Azul

Atenção

Verde

Vermelho

Marrom

Preto

Roxo

Rosa

Amarelo

Azul

Verde

Vermelho

Marrom

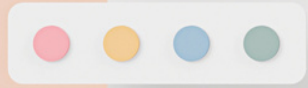
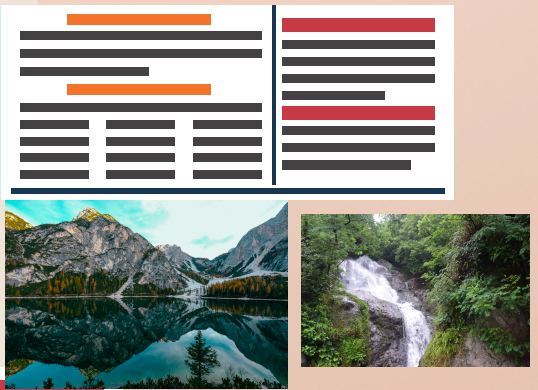
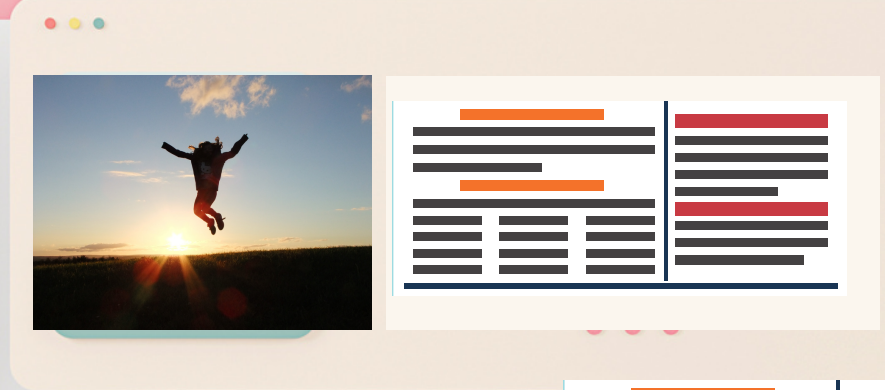
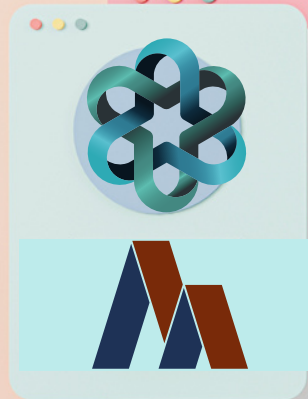
Preto

Roxo

Rosa

Atenção

Top-down 



CADASTRE-SE



GO GREEN







homesweethome

FOLLOW



**Estranho mesmo é você
ainda não ter um sofá
desse na sua casa...**



143 likes

Spending everyday with awesomeness! #fun

Atenção

3.3 Memória

Elemento totalmente
relacionado à experiência

Memória



Memória

De acordo com Fernando Kimura,
especialista em marketing,
a memória pode ser construída
de duas formas:

Memória

De acordo com Fernando Kimura, especialista em marketing, a memória pode ser construída de duas formas:

- ★ **Aprendizado explícito** que acontece de forma consciente.
- ★ **Aprendizado implícito** que acontece de forma inconsciente.

Memória

De acordo com Fernando Kimura, especialista em marketing, a memória pode ser construída de duas formas:

- ★ **Aprendizado explícito** que acontece de forma consciente.
- ★ **Aprendizado implícito** que acontece de forma inconsciente.



Memória

Quem não é visto,
não é lembrado!

Se faça presente

Crie memórias positivas

Memória

Podemos impactar com nossos títulos e subtítulos:

Pesquisadores da University College London descobriram que quando alteramos uma frase de algo familiar, nosso hipocampo é ativado.

Memória

Podemos impactar com nossos títulos e subtítulos:

O **hipocampo** é a parte do nosso cérebro considerada o local de armazenamento de nossas memórias.

Água mole em pedra dura...



Água mole em pedra dura...
tanto bate até que fura!



MELÃO
ROUGE!



COMO RESISTIR À BELEZA
DESTA GRANDE ESTRELA
DA HORTIFRUTI?

Aqui a natureza é a estrela



<https://institucional.hortifruti.com.br/comunicacao/campanhas/hollywood/>

AS TARTARUVAS NINJA

*MESTRES EM
DEFENDER SUA PELE.*



AGU! A NATUREZA
TEM SURPRESAS!



hortifruti.com.br

Política de Privacidade e Termos de Uso disponíveis em: [hortifruti.com.br/privacidade](#)

PRACTICE MAKES PATRÓN.

FROM HARVESTING THE FINEST WEBER BLUE AGAVE TO SIGNING EVERY LABEL, IT TAKES MORE THAN SIXTY HANDS TO CRAFT EACH BOTTLE OF PATRÓN TEQUILA. THIS EXCESSIVE ATTENTION TO DETAIL MAY NOT SOUND EFFICIENT, BUT PERFECTION RARELY IS.

IT DOESN'T HAVE TO MAKE
SENSE TO BE PERFECT.



The perfect mix to enjoy Patrón is responsibly. Agave spirits are imported exclusively from Mexico by The Patrón Spirits Company, Los Angeles, CA. ©2011.


SIMPLY PERFECT.
patrontequila.com

A prática leva
à perfeição.

PRACTICE MAKES PATRÓN.

FROM HARVESTING THE FINEST WEBER BLUE AGAVE TO SIGNING EVERY LABEL, IT TAKES MORE THAN SIXTY HANDS TO CRAFT EACH BOTTLE OF PATRÓN TEQUILA. THIS EXCESSIVE ATTENTION TO DETAIL MAY NOT SOUND EFFICIENT, BUT PERFECTION RARELY IS.

IT DOESN'T HAVE TO MAKE
SENSE TO BE PERFECT.



The perfect mix to enjoy Patrón is responsibly. Imported and bottled exclusively from Mexico by The Patrón Spirits Company, Los Angeles, CA. ©2011.

 **SIMPLY PERFECT.**
patrontequila.com

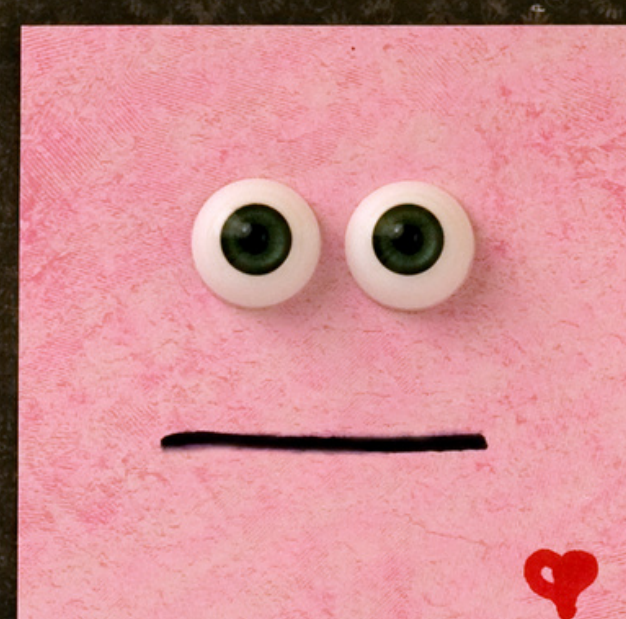
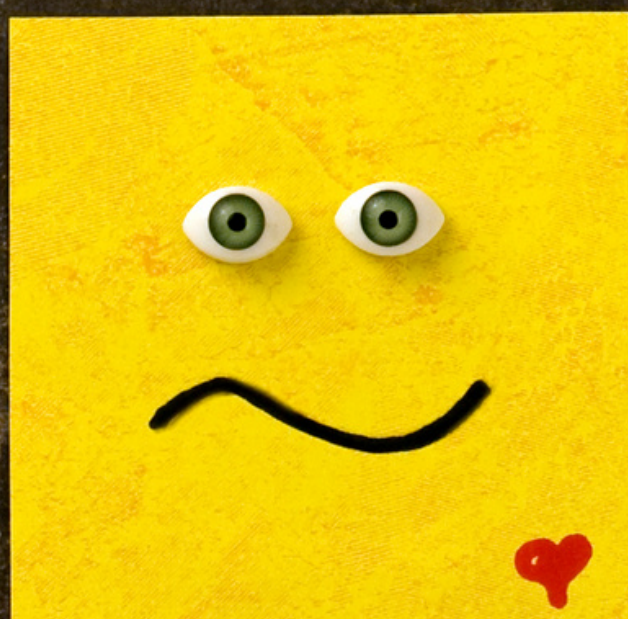
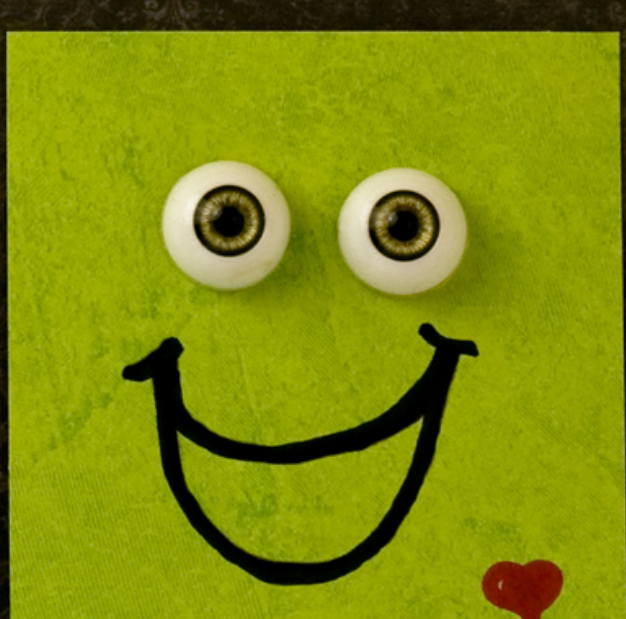
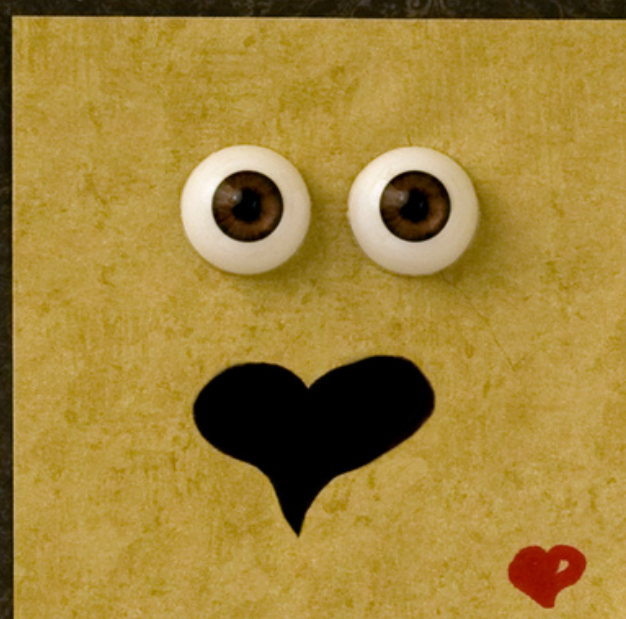
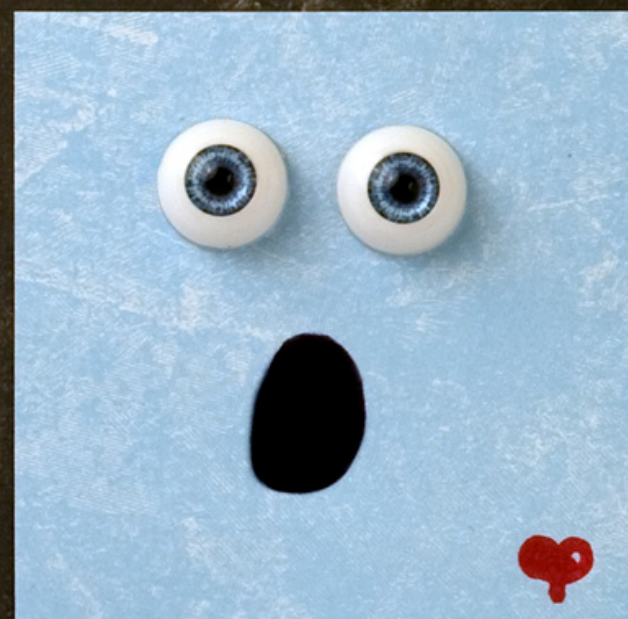
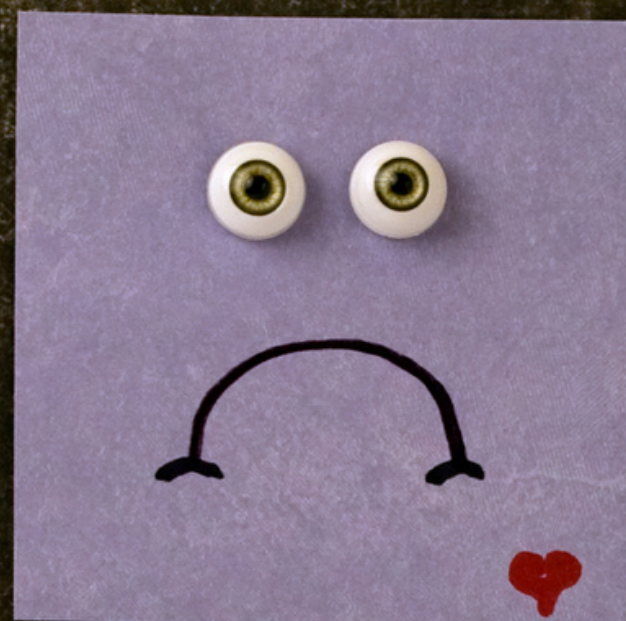
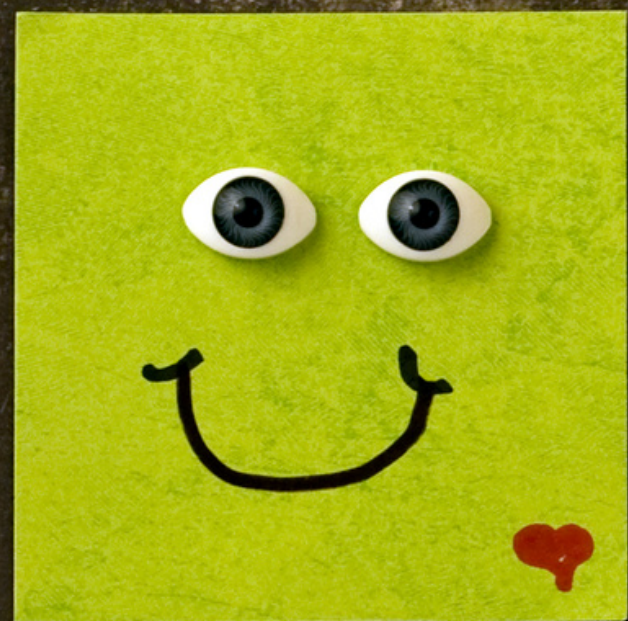
A prática leva
à perfeição.

→ **Patrón**

3.3 Emoção







Emoção

Como acessar o lado emocional das pessoas?

Emoção

Storytelling

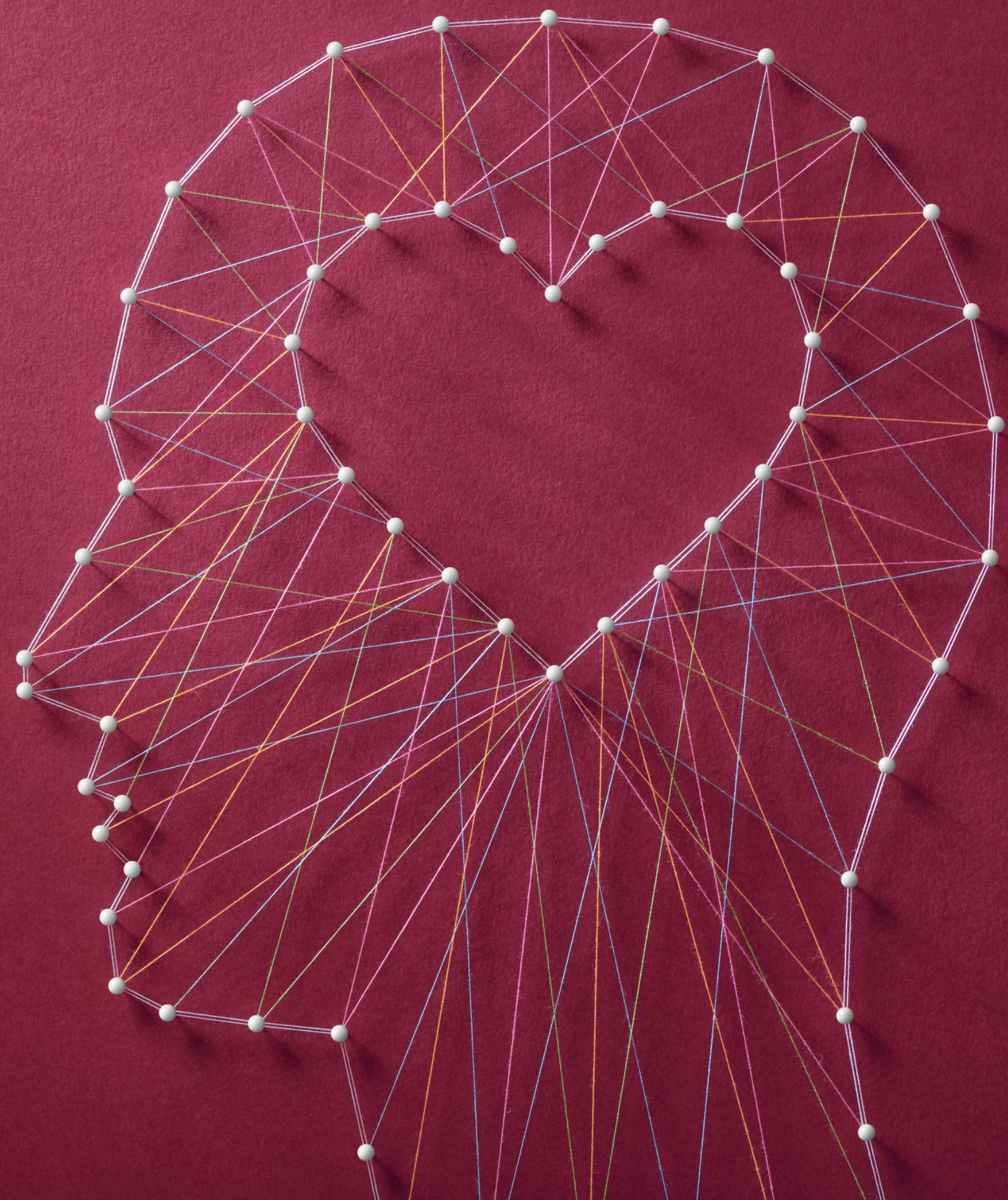


Emoção

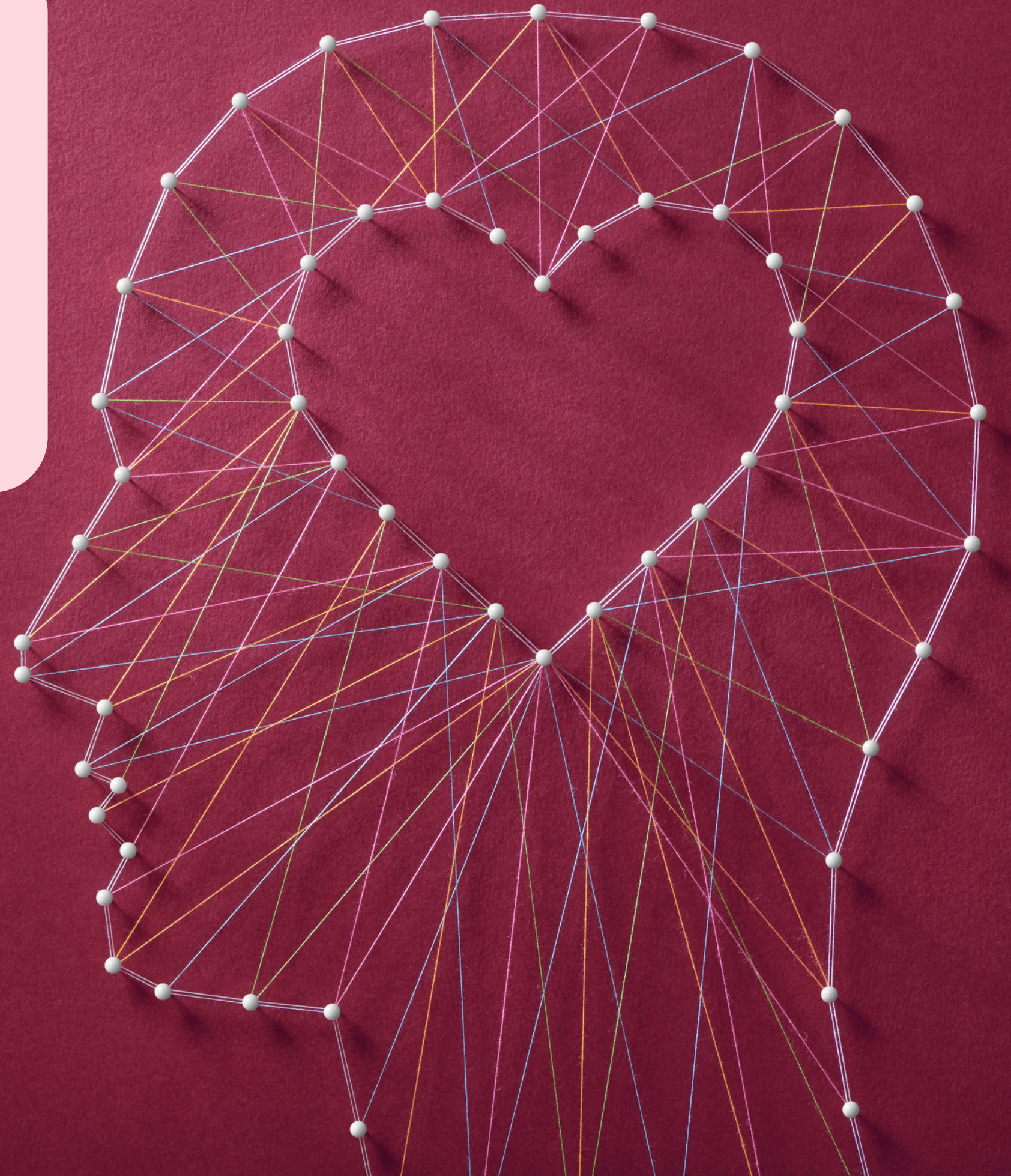
Storytelling

técnica de contação de história





Use a emoção a seu favor,
oferecendo um contato
mais humanizado.



3.4 Heurística e vieses







+ ou -
350 moedas

Nosso cérebro tende a buscar
respostas **simples e rápidas**
para perguntas mais
complexas.



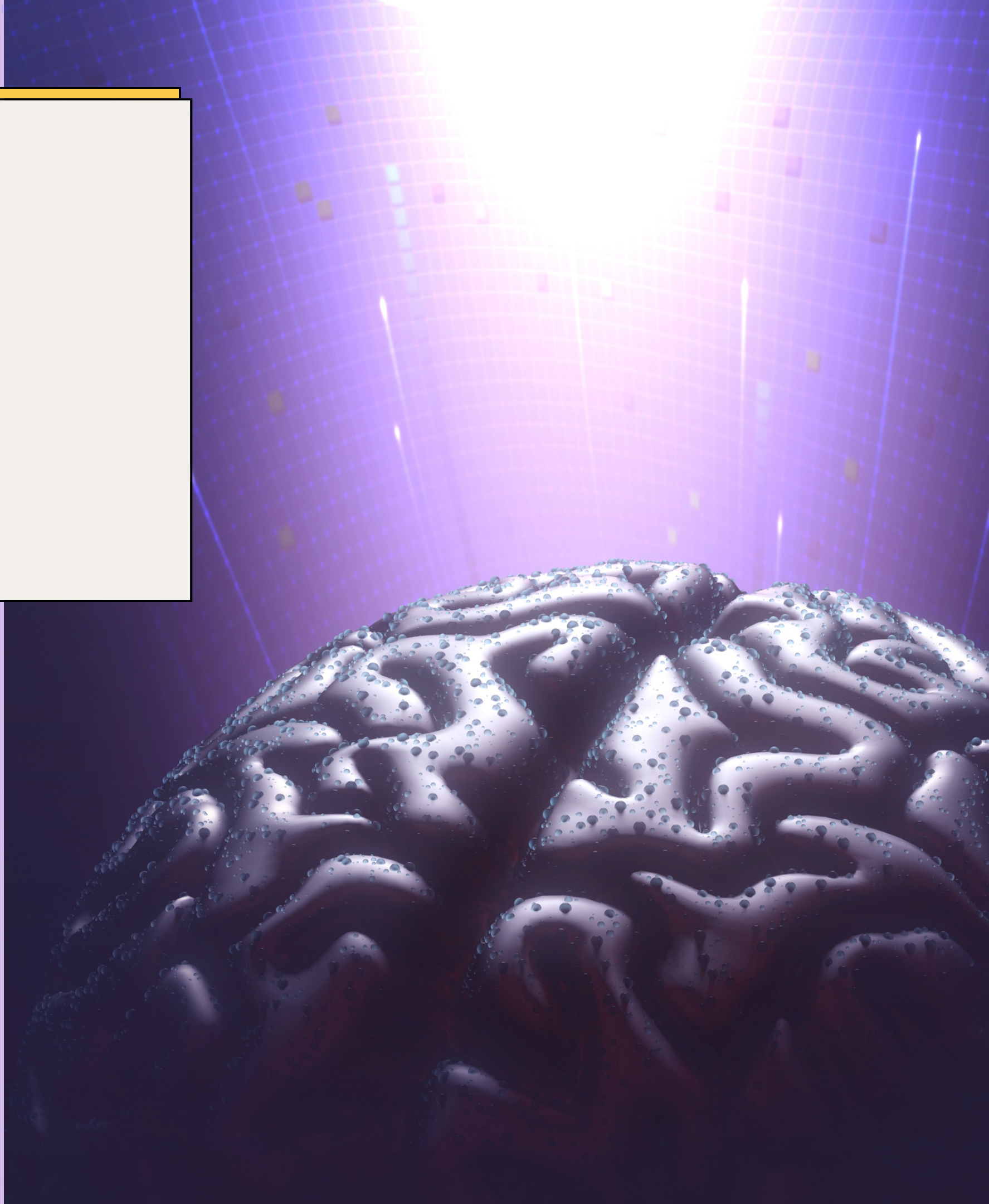
Nosso cérebro tende a buscar
respostas **simples e rápidas**
para perguntas mais
complexas.

E a esse processo damos o
nome de **Heurística!**



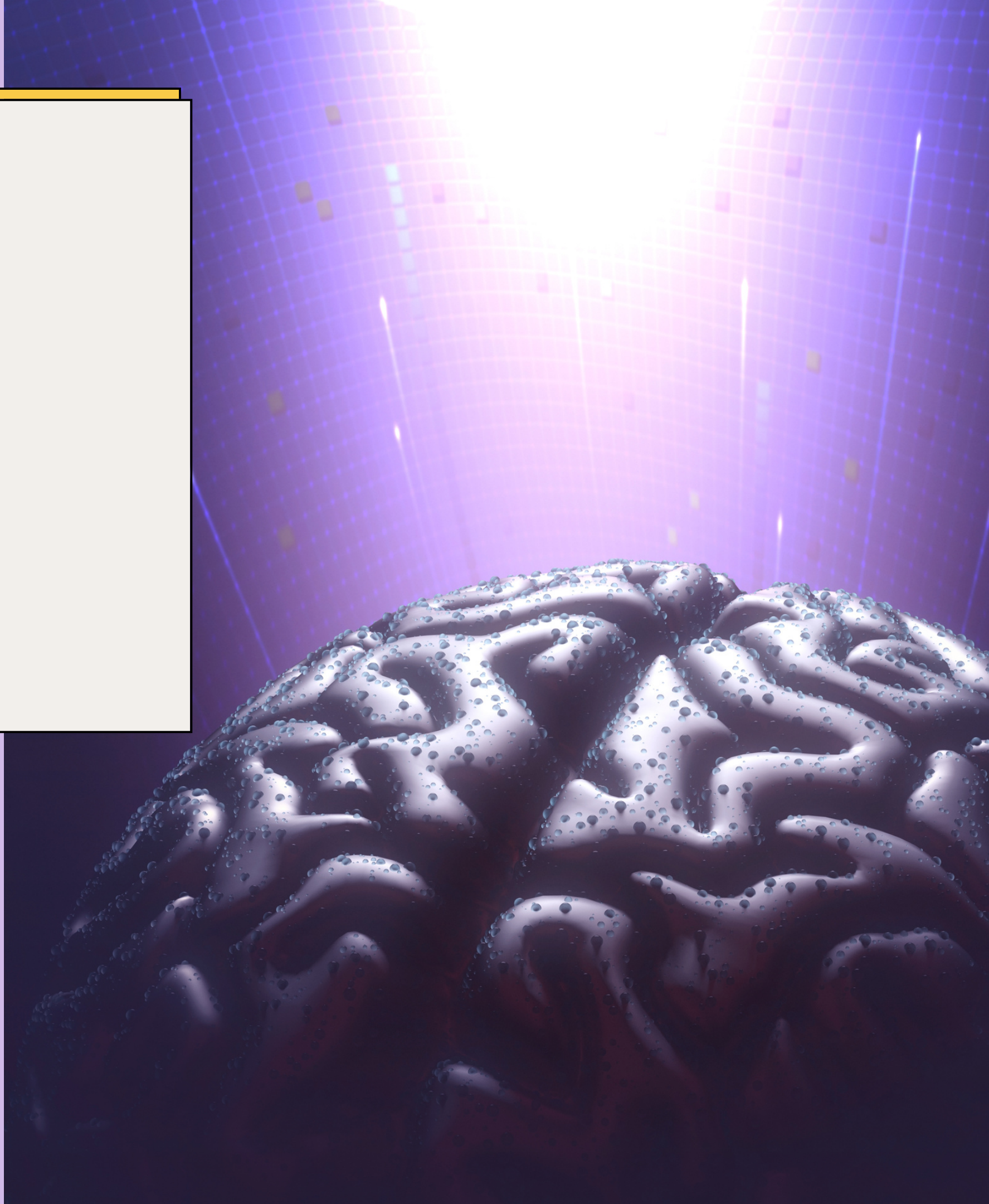
Através da heurística nos
baseamos a partir de:

- Conhecimento parcial



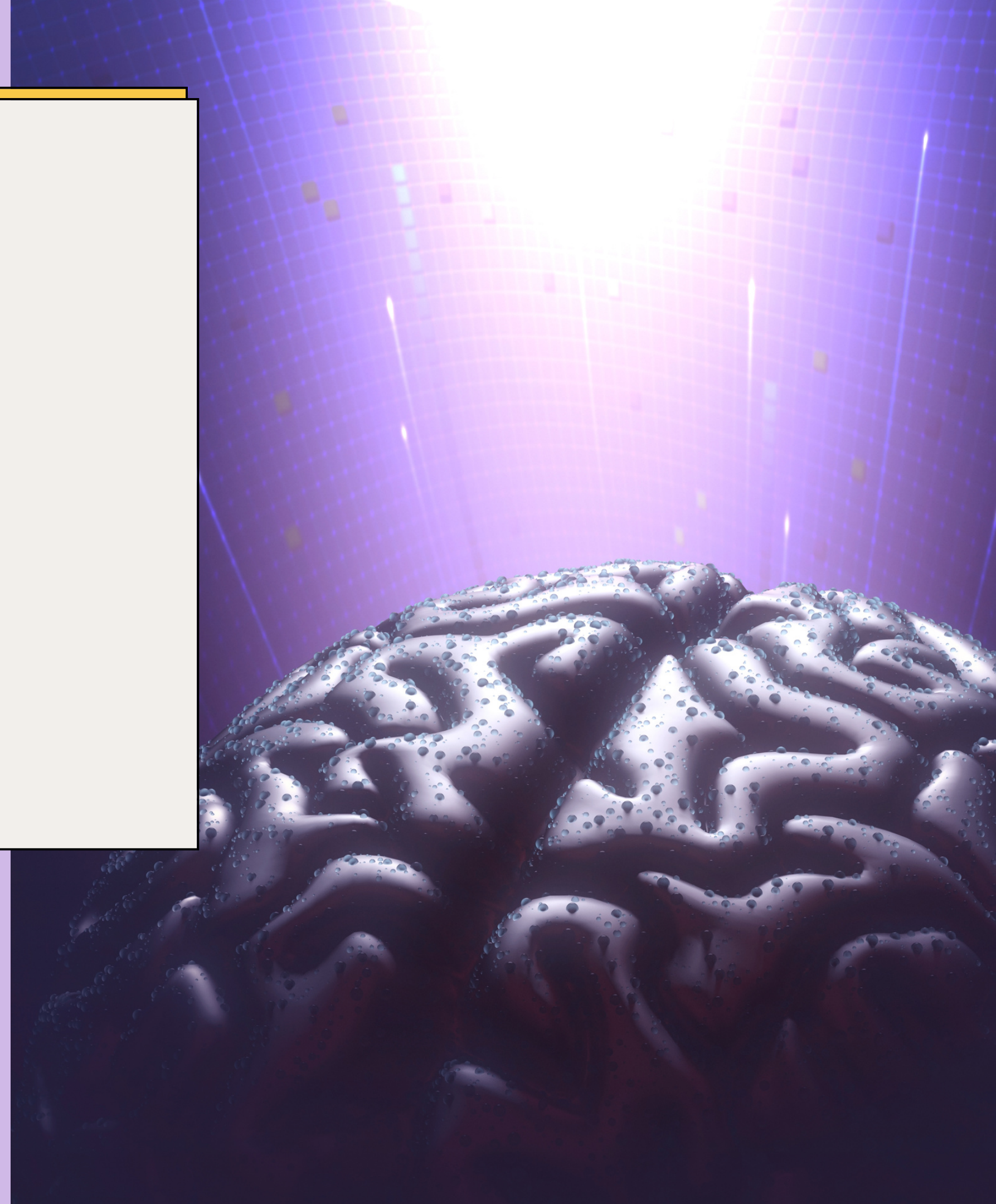
Através da heurística nos baseamos a partir de:

- Conhecimento parcial
- Experiências



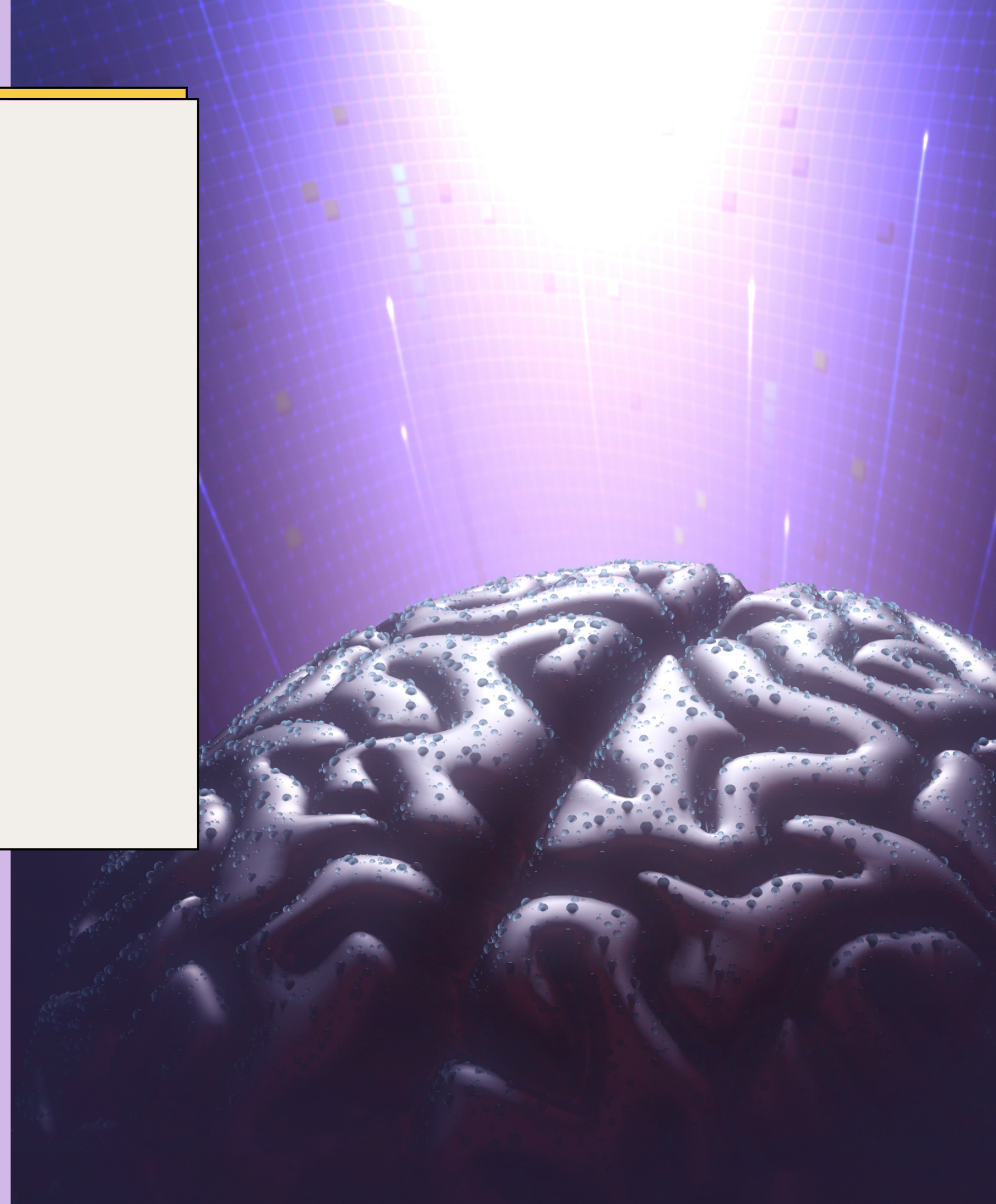
Através da heurística nos baseamos a partir de:

- Conhecimento parcial
- Experiências
- Suposições



Através da heurística nos
baseamos a partir de:

- Conhecimento parcial
- Experiências
- Suposições

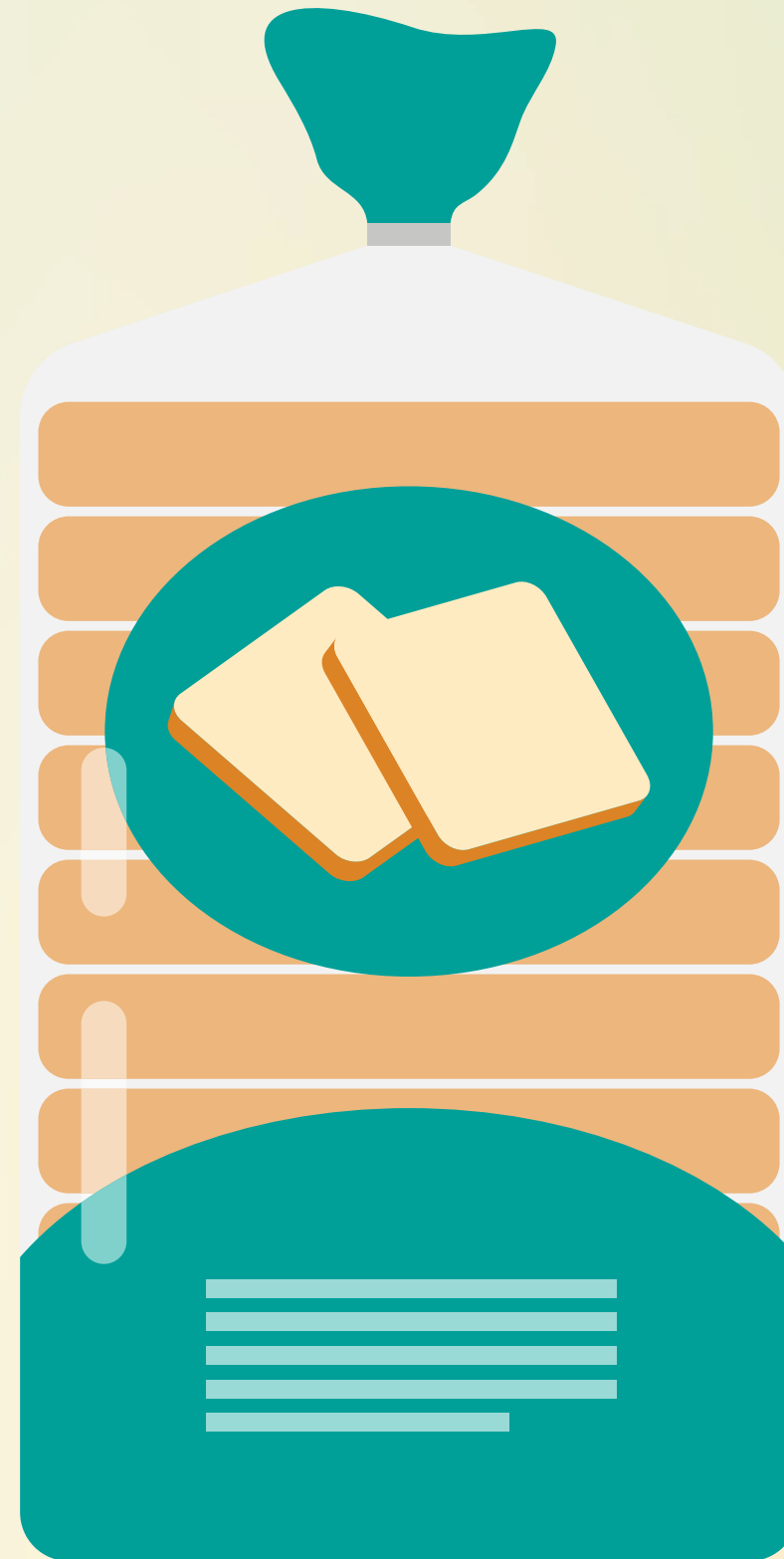


A heurística nos leva aos **vieses**, que é a tendência de violarmos nossa racionalidade.



Viés da ancoragem







Marca líder



Marca líder



Mercado



R\$150,00



SÓ ATÉ AMANHÃ:
de R\$400,00
por R\$200,00

Viés da disponibilidade






H A T E



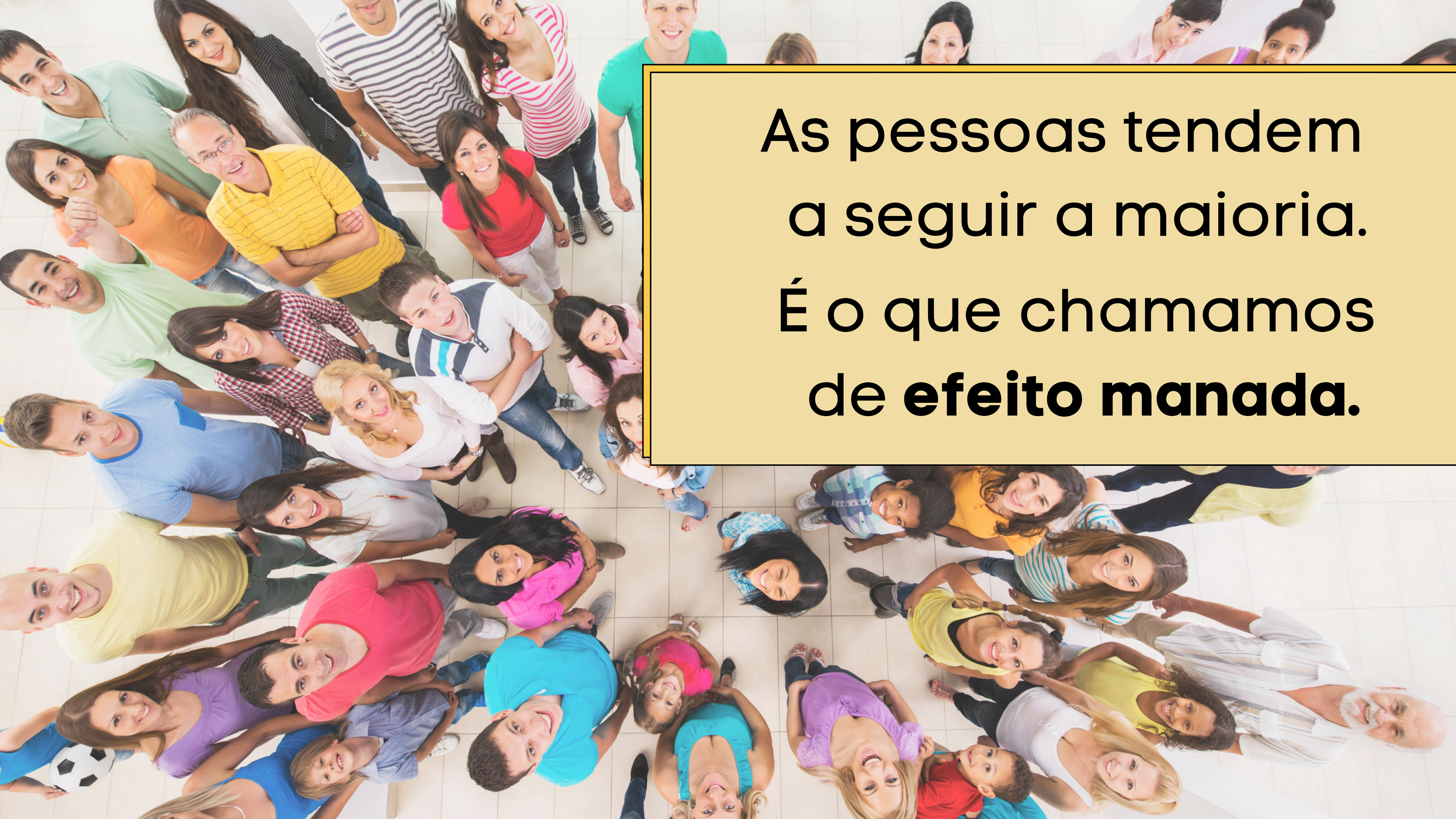
3.5 Conformidade e aversão à perda

Viés da conformidade





**As pessoas tendem
a seguir a maioria.**



**As pessoas tendem
a seguir a maioria.
É o que chamamos
de efeito manada.**

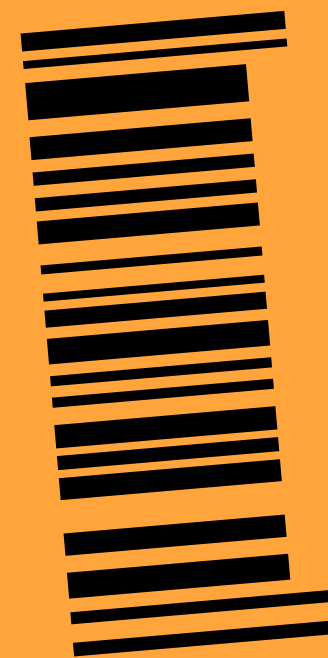


Viés da aversão à perda



Viés da aversão à perda

amazon



Viés da aversão à perda

amazon

U\$15



Viés da aversão à perda

amazon
U\$15



amazon
U\$20



Viés da aversão à perda

amazon
U\$15



amazon
U\$20



Princípio da Savana



Princípio da Savana

■ Teoria de Satoshi Kanazawa



Princípio da Savana

- Teoria de Satoshi Kanazawa
- Acredita que nosso cérebro funciona como na época dos ancestrais, buscando as coisas com medo de acabarem, com um pensamento primitivo de urgência.

Gatilhos mentais de urgência e escassez

Ricardo **30** ANOS
eletra

96 HORAS
GRANDE QUEIMA
DE **ESTOQUE**

PRODUTOS DE SALDO
COM POUCAS HORAS PARA APROVEITAR!

Reserve antes que acabe! Agora fa

Se você sair da página, não poderemos salvar sua re
esta oportunidade!

 Cobrimos o menor pre



RESERVE AGORA
Esta oferta expira em

02m 04s

só até
amanhã

Aproveite essas ofertas
antes que acabe!

[VER PRODUTOS](#)

*Consulte condições.

Entendendo os vieses:

Surgem em momentos de pressão por falta de tempo, exaustão, estresse, entre outros.



3.6 Efeito priming e halo





Efeito priming



Efeito priming

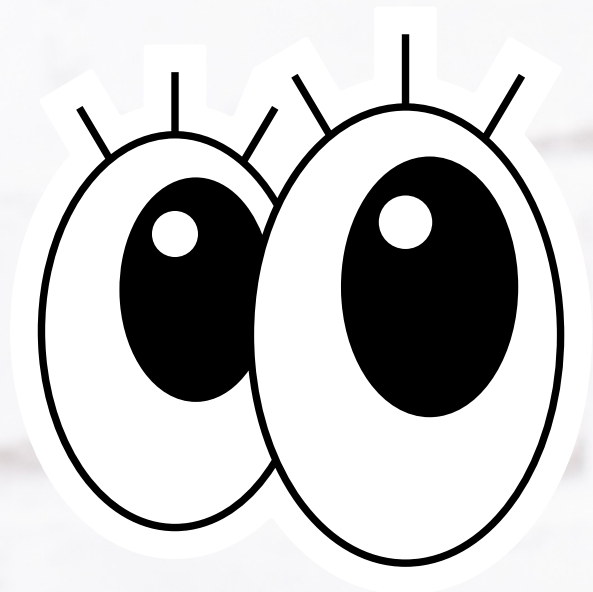
É uma pré-ativação que ocorre conscientemente ou não e impacta diretamente na maneira que reagimos.





coffee	2 ⁵⁰
espresso	3
macchiato	3 ⁵⁰
cappuccino	3 ⁷⁵
americano	3 ²⁵
latte	4
mocha <small>dark or white</small>	4 ⁵⁰
chai <small>spicy or sweet</small>	4 ⁵⁰
cafe au lait	3
hot chocolate	3 ²⁵
loose leaf tea	3 ⁷⁵





coffee	2 ⁵⁰
espresso	3
macchiato	3 ⁵⁰
cappuccino	3 ⁷⁵
americano	3 ²⁵
latte	4
mocha <small>dark or white</small>	4 ⁵⁰
chai <small>spicy or sweet</small>	4 ⁵⁰
cafe au lait	3
hot chocolate	3 ²⁵
loose leaf tea	3 ⁷⁵







Como estimular essa pré-ativação?



Anúncios nas redes sociais







Efeito Halo



Efeito Halo

É a possibilidade de uma avaliação inicial de um item, produto ou indivíduo acabar interferindo no julgamento de outros importantes fatores.



Primeiras impressões são importantes!

