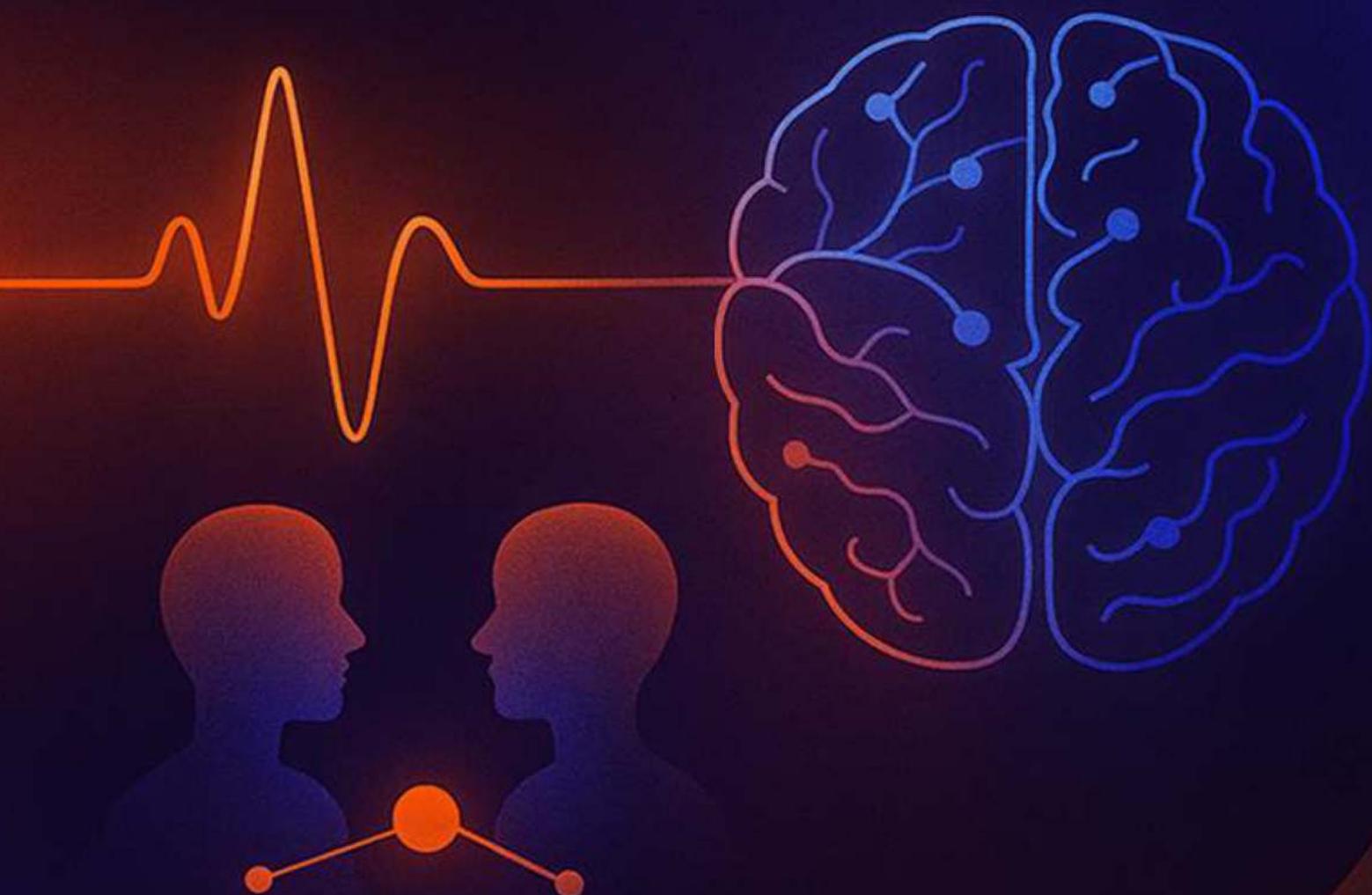


Tu cliente no decide con lógica

¿Cómo usar el neuromarketing para activar decisiones reales?



TIZIANO ARENARE

TU CLIENTE NO DECIDE CON LÓGICA

“ El 95% de las decisiones de compra no son racionales...
aunque todos insistan en que lo son ”
— Lamark

PIENSA EN ESTO:

- El cliente dice que compra por calidad.
- Que compara precios.
- Que investiga antes de tomar una decisión.

Elige lo que le genera emoción, confianza, conexión o seguridad. Y eso, querido lector, no ocurre en la lógica. Ocurre en el cerebro emocional.

Ahí es donde vive la decisión real.

EL GRAN MITO DE LAS DECISIONES RACIONALES



Durante años, las empresas han diseñado sus campañas, sus productos y sus discursos desde la lógica:

- “Somos los más económicos”
- “Tenemos 30 años en el mercado”
- “Contamos con la mejor tecnología”

¿Y qué pasa?

Nadie escucha.

Nadie recuerda.

Y lo peor: nadie compra.



Porque el cerebro no responde al discurso lógico.

El cerebro responde al estímulo emocional.

DATO QUE LO CAMBIA TODO

Estudios del Dr. Antonio Damasio —neurocientífico de renombre mundial— demostraron que las personas con daños en las zonas del cerebro encargadas de la emoción no podían tomar decisiones simples como qué comer o qué camisa elegir.

¿Por qué?

Porque la lógica evalúa, pero la emoción decide.

¿QUÉ SIGNIFICA ESTO PARA TU NEGOCIO?

Que si estás comunicando desde la lógica... estás perdiendo ventas. Tu cliente no está esperando una lista de beneficios.

Está esperando sentirse seguro, valorado, entendido o inspirado. Y eso no se logra con argumentos racionales.

Se logra con neuromarketing.



¿QUÉ ES EL NEUROMARKETING (Y QUÉ NO ES)?

El neuromarketing no es manipulación. No es “poner botones rojos” ni “hacer todo emocional”.

El neuromarketing es la aplicación de conocimientos sobre el funcionamiento del cerebro humano a las estrategias de marketing, branding, comunicación y ventas.

Es entender

- Cómo capta atención el cerebro
- Qué activa la emoción y la memoria
- Qué lo lleva a confiar, a decidir y a comprar



Lo que el neuromarketing **NO** hace:

- ✗ No te convierte en vendedor agresivo
- ✗ No sustituye el valor real de tu oferta
- ✗ No se basa en fórmulas mágicas

Lo que **SÍ** hace:

- ✓ Te permite comunicar con más precisión
- ✓ Te ayuda a estructurar experiencias memorables
- ✓ Aumenta tu conversión, retención y conexión

CASO REAL LAMARK:

Cuando una campaña lógica no vendía

Una empresa de servicios logísticos lanzó una campaña diciendo:

“Entrega segura en 24 horas. Tecnología de punta. 30 años de experiencia.”

Sonaba bien... pero **la conversión fue casi nula.**

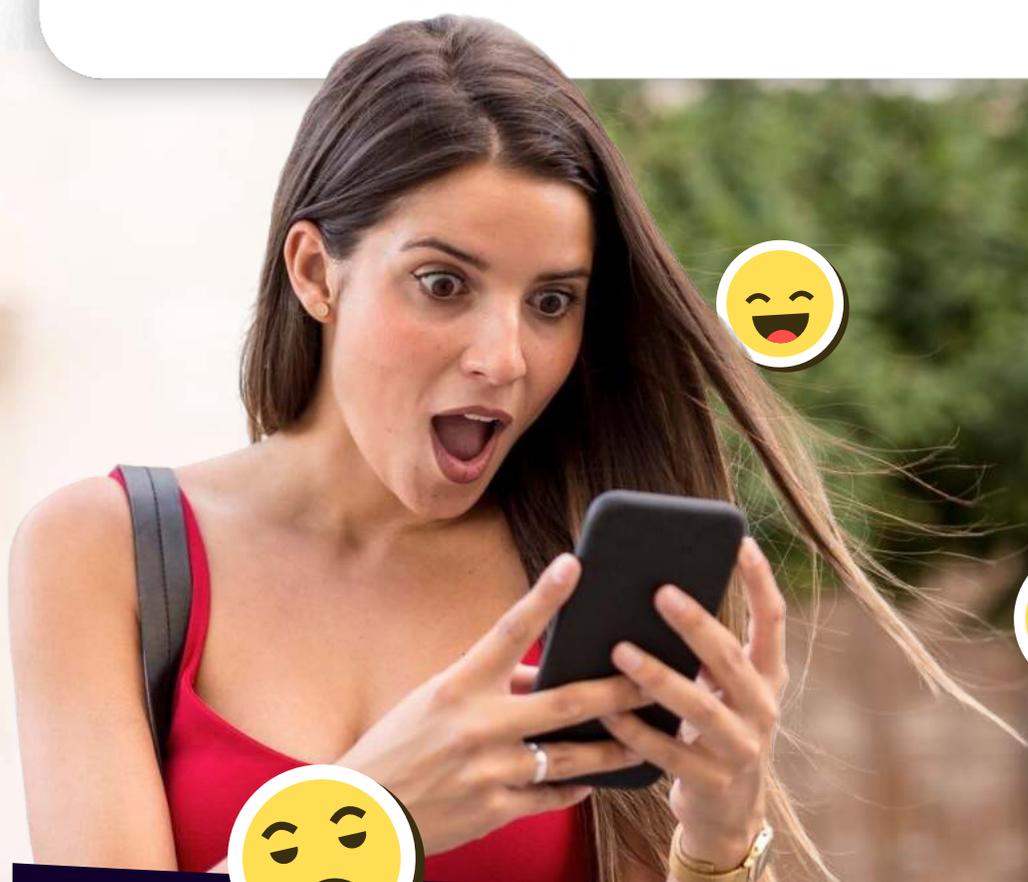
Aplicamos principios de neuromarketing y rediseñamos la campaña así:

“Tu cliente no puede esperar. Haz que cada entrega cuente. Confía en quienes llevan tu reputación en cada paquete.”

- ✓ Activamos emoción, urgencia y sentido de pertenencia.
- ✓ Cambiamos testimonios por relatos visuales reales.
- ✓ Usamos colores, lenguaje y estructura diseñados para el cerebro emocional.

RESULTADO:

+47% de clics y +62% en solicitudes de cotización en 21 días.



TIP LAMARK #1



“ El cerebro humano no recuerda lo lógico.
Recuerda lo que le hace sentir algo ”

¿CÓMO PUEDES COMENZAR A USAR EL NEUROMARKETING?

Aquí van 3 acciones prácticas para hoy mismo:

1

Revisa tus mensajes actuales

Pregúntate: ¿esto genera emoción o solo informa?

✓ “Logra más ventas sin desgastarte”

✗ “Entrenamiento comercial integral 360°”

2

Identifica la emoción detrás de tu producto

¿Qué quiere sentir tu cliente cuando compra?

¿Confianza? ¿Control? ¿Pertenencia? ¿Alivio? ¿Poder?

Esa emoción es el centro de tu estrategia.

3

Usa el poder de las historias

Una historia bien contada activa más zonas del cerebro que una lista de beneficios.

Cuenta historias reales de clientes, incluso breves, que muestren transformación.

EL SIGUIENTE PASO

En el próximo capítulo vas a descubrir cómo funciona el cerebro de tu cliente cuando recibe un mensaje, ve un anuncio o se enfrenta a una decisión de compra.

Y lo más importante: cómo puedes activar el “sí” sin forzar, presionar ni improvisar. Porque tu cliente no decide con lógica.

Decide con lo que le hace sentido, aunque no tenga sentido.

01

¿QUÉ PASA EN EL CEREBRO DE TU CLIENTE CUANDO RECIBE TU MENSAJE?

“ Las marcas no compiten por atención.
Compiten por activación cerebral ”
— Lamark

Has diseñado un anuncio increíble. Tienes el mejor producto. Redactaste un texto impecable.

Pero tu cliente lo ve por 2 segundos... y sigue de largo.

¿Por qué?

**Porque su cerebro no se activó.
Y si el cerebro no se activa, el mensaje no existe.**

EL CEREBRO HUMANO ES UNA MÁQUINA DE SUPERVIVENCIA, NO DE CONSUMO

Lo primero que debes entender es que tu cliente **no busca comprar**.

Busca sobrevivir, evitar el riesgo, reducir la carga mental y sentirse mejor.

Así funciona el cerebro reptiliano y límbico, donde se toman el 95% de las decisiones de forma automática y emocional.



¿QUÉ FILTRA EL CEREBRO CUANDO RECIBE UN MENSAJE?

- 1** ¿Esto me interesa o me amenaza? (supervivencia)
- 2** ¿Esto me da placer o me aburre? (emoción)
- 3** ¿Esto es fácil de entender o requiere esfuerzo? (ahorro de energía)

Si el mensaje no supera estos 3 filtros en 3 segundos... **queda descartado.**



¿CÓMO HACER QUE TU MENSAJE SÍ ACTIVE EL CEREBRO?



Usa imágenes con carga emocional

El cerebro procesa imágenes 60.000 veces más rápido que palabras.

Ejemplo: Mostrar una persona frustrada frente a una pantalla activa la empatía y el espejo neuronal.

Mostrar a esa persona sonriendo al recibir ayuda activa la dopamina.



Usa palabras que el cerebro ya reconoce

✗ “Soluciones integrales para mejorar tu rentabilidad”

✓ “Haz crecer tu negocio sin complicarte”

El cerebro responde mejor a palabras simples, conocidas, concretas.



Crea contraste

El cerebro despierta cuando nota **cambios, contradicciones o sorpresas.**

Ejemplo: “Lo lógico era hacer más publicidad. Lo inteligente fue activar el cerebro de nuestros clientes.”

Eso genera detención cognitiva: el cerebro se detiene a pensar, y entonces, se abre a recibir.



CASO REAL LAMARK:

Activamos 3 zonas del cerebro en una sola campaña

Una empresa de servicios corporativos tenía este titular:

“Soluciones integrales en procesos de RRHH y clima laboral”.

Reescribimos el mensaje aplicando activadores neuromarketing:

“Tu gente está apagada... y tú lo sabes. Descubre cómo volver a encender la motivación (y los resultados).”

¿Qué pasó?

Zona visual: activada con imagen de contraste emocional (rostros apagados vs motivados)

Zona límbica: emoción = empatía y esperanza

Corteza prefrontal: promesa clara, lógica emocional, y sentido de control

RESULTADO:

72% más clics + 41% más formularios llenos en solo 10 días



¿QUÉ ZONAS CEREBRALES DEBEMOS ACTIVAR EN NEUROMARKETING?

ZONA CEREBRAL	FUNCIÓN CLAVE	CÓMO ACTIVARLA
Reptiliana	Instinto, alerta, riesgo	Mensajes directos, urgencia, movimiento
Límbica	Emoción, memoria, empatía	Historias, rostros, música, testimonios
Neocorteza	Lógica, lenguaje, análisis	Datos claros, comparaciones simples



El error común: Comunicar solo desde la neocorteza

La estrategia Lamark:

Activar las 3 zonas, en orden emocional → lógico

HERRAMIENTAS QUE PUEDES APLICAR YA

Tip 1

El “Neurotest de los 3 segundos”

Muestra tu anuncio o texto a alguien por solo 3 segundos.

Pregúntale qué recuerda, qué sintió y qué lo motivó (o no).

Si no capta el mensaje y una emoción en ese tiempo... tu contenido está hecho para ti, **no para el cerebro del cliente.**



Tip 2

Cambia tu estructura clásica

Deja de seguir esta secuencia:

Beneficio → Argumento → CTA

Y usa esta:

Emoción → Contraste → Visual → CTA corto

Así hablas primero al sistema emocional, luego al racional.



Tip 3

Aumenta la recordación con multisensorialidad

Aunque estemos en digital, puedes activar más sentidos con:

- **Videos con voz y música**
- **Descripciones visuales intensas**
- **Experiencias que el cliente imagine (olfato, tacto, sonido)**

El cerebro recuerda mejor lo que puede experimentar mentalmente.





TIP LAMARK #2

“ No se trata de convencer. Se trata de conectar.
Y eso ocurre cuando entiendes cómo piensa,
siente y decide el cerebro.”

LO QUE SIGUE...

En el próximo capítulo descubrirás los 7 errores más comunes que bloquean las decisiones de compra, incluso en campañas bien hechas.

Te sorprenderá ver cómo algo tan simple como un “beneficio mal escrito” puede costarte cientos de clientes.

02

7 ERRORES QUE BLOQUEAN LAS DECISIONES (AUNQUE TU CAMPAÑA SEA BUENA)

“ No es que tu cliente no quiera comprarte.
Es que tu comunicación le está diciendo: no lo hagas ”
— Lamark

Has trabajado días en un diseño perfecto. Has invertido en pauta digital. Has afinado cada palabra del mensaje...
Y aún así... **no convierte.**

¿Te ha pasado?

No es que tu campaña esté mal diseñada. Es que está mal **pensada para el cerebro.**

Aquí están los 7 errores más comunes que bloquean decisiones (y cómo solucionarlos).



ERROR 1: Empezar con lo lógico

“Te ofrecemos un software integral que optimiza tus recursos empresariales.”

Parece correcto, pero el cerebro no lo procesa así.

El cerebro necesita una conexión emocional inicial, algo que lo mueva, lo alerte o le prometa un alivio.

Mejora:

“¿Tu equipo está estresado por procesos lentos?
Descubre cómo automatizar sin complicarte.”



Primero conectas con un dolor. Luego presentas la solución.



ERROR 2: Usar lenguaje técnico, no humano

- ✗ “Optimización sistémica multicanal para segmentos target”
- ✓ “Haz que más personas te encuentren y te elijan fácilmente”

El cerebro **descarta lo complejo**.

Si hay que pensar demasiado, **no se activa la emoción**.

Consejo:

Escribe como si hablaras con un amigo inteligente,
no con un robot corporativo.





ERROR 3: Pensar que el cliente quiere toda la información

El cerebro no quiere más info. Quiere **claridad y confianza**.

- ✗ 10 beneficios técnicos en el primer párrafo
- ✓ 1 gran promesa emocional + CTA claro

“Hazlo más fácil. Hazlo más humano. Hazlo memorable.”



Consejo Lamark: Diseña pensando en el cerebro cansado: menos es más.



ERROR 4: No tener contraste visual

El ojo humano **detesta lo plano**.

Y si el diseño no presenta cambios, sombras, luces o movimiento... el cerebro lo ignora.

Aplica principios de neurodiseño:

- Usa contraste entre fondo y texto
- Utiliza colores cálidos para activación y fríos para confianza
- Combina emoción + estructura (morfismo, blur, profundidad)

En Lamark aplicamos estos elementos en cada portada, post y landing para que capten, retengan y conviertan.



ERROR 5: No activar el dolor (ni el alivio)

Muchas marcas solo comunican **lo bueno que son**, pero no lo que **su cliente pierde si no actúa**.

Y el cerebro se activa más por evitar dolor que por buscar placer.

✗ “Lidera con confianza.”

✓ “¿Tu equipo no te escucha? Descubre cómo liderar sin gritar ni rendirte.”

Cierra siempre con una solución clara al dolor que abriste.



ERROR 6: No incluir historias o testimonios

Una marca sin historia es un dato.

Y los datos **no venden. Las emociones sí**.

✓ Cuenta micro historias reales.

✓ Usa frases de clientes reales.

✓ Muestra transformación, no solo características.

“Antes de trabajar con Lamark, nuestro equipo de ventas vivía frustrado. Hoy, tienen foco, motivación y resultados.”

Eso activa neuronas espejo → empatía → decisión.





ERROR 7: No tener una llamada a la acción emocional

✘ “Solicita más información”

✔ “Descubre cómo tu negocio puede vender sin desgastarse”

El CTA es el momento decisivo. Y si no emociona... no convierte.

Prueba usar verbos con carga emocional:

✔ Transforma

✔ Descubre

✔ Cambia

✔ Recupera

✔ Activa

✔ Gana

✔ Libérate

EL PUNTO CLAVE

Todos estos errores no son de diseño ni de contenido. Son errores de **desconexión con el cerebro de tu cliente.**

Y la buena noticia es: **pueden corregirse.**

Con los principios del neuromarketing, puedes lograr que tus campañas:

- ✔ Conecten
- ✔ Destaquen
- ✔ Activen emociones
- ✔ Lleven al “sí” sin presión



ERROR

ERROR

ERROR

ERROR

ERROR

ERROR

ER



TIP LAMARK #3

“ El error más caro en marketing no es gastar de más...
Es comunicar desde donde el cliente no decide ”

PRÓXIMO CAPÍTULO

En el Capítulo 3 te revelaré los principios neurológicos que debes aplicar en tus campañas, y cómo combinarlos para generar más clics, más atención, más recordación y más ventas.

03

LOS 7 PRINCIPIOS DEL NEUROMARKETING QUE ACTIVAN EL “SÍ” DE TU CLIENTE

“Una campaña sin neuroprincipios es como un anuncio sin luz: lo puedes ver... pero no lo recuerdas, ni actúas”

— Lamark

Hasta ahora sabes que tu cliente no decide con lógica. Sabes que hay errores que bloquean el cierre. Ahora llegó el momento de aplicar **los principios que hacen que una campaña funcione como el cerebro quiere.**

Aquí no hay fórmulas mágicas, pero sí **activadores neuronales probados** que puedes comenzar a usar hoy mismo.

¿QUÉ ES UN PRINCIPIO NEUROMARKETING?

Es **una regla basada en cómo funciona el cerebro humano** a nivel emocional, visual, sensorial y conductual, aplicada al diseño de campañas, mensajes, contenidos y embudos.

Si activas estos principios... tu mensaje **entra, se queda, y empuja a la acción.**



LOS 7 PRINCIPIOS QUE DEBES CONOCER (Y APLICAR)

1

Principio de atención selectiva

“El cerebro no lo ve todo. Solo lo que parece relevante.”
Tu cliente escanea contenido, no lo lee.
Para captar su atención debes **romper el patrón.**

Usa:

- Frases inusuales o contraintuitivas
- Imágenes con contraste emocional
- Preguntas provocadoras



Ejemplo: “¿Estás vendiendo... o solo publicando?”

Este principio activa la corteza prefrontal → alerta cognitiva.

2

Principio de carga emocional

“Lo que emociona, se recuerda. Lo que no, se olvida.”

Las emociones activan **la amígdala cerebral**, que potencia la memoria y la decisión.

Activa emoción con:

- Historias reales
- Conflictos + soluciones
- Lenguaje sensorial
- Visuales con rostro, gestos, movimiento



Ejemplo Lamark:

“¿Tu equipo trabaja... pero no rinde?” → **frustración**

“Haz que vuelvan a encenderse.” → **esperanza**

3

Principio de simplicidad cognitiva

“Si el cerebro tiene que esforzarse para entender, no decide.”

Activa emoción con:

- Simple
- Breve
- Concreto
- Sin rodeos



Cambia:

- ✗ “Desarrollamos soluciones personalizadas para su negocio”
- ✓ “Creamos estrategias que te ayudan a vender más”

Esto activa el sistema límbico → sensación de control y claridad.

4

Principio de urgencia controlada

“El cerebro responde más al riesgo de perder que a la promesa de ganar.”

No vendas solo beneficios. **Vende consecuencias de no actuar.**

Técnicas:

- Tiempo limitado
- Espacios limitados
- Señales de escasez
- Llamados emocionales

Ejemplo: “Cada día que tus equipos no están alineados, estás perdiendo ventas.”

5

Principio de prueba social y espejo

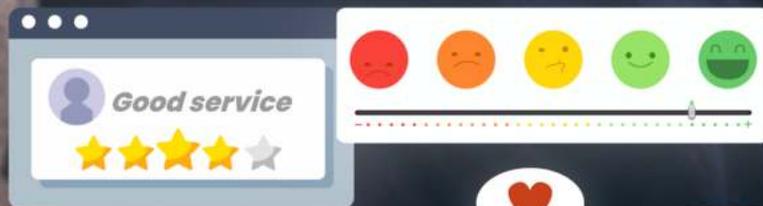
“Si alguien como yo lo hizo, entonces yo también puedo hacerlo.”

El cerebro activa neuronas espejo cuando ve a otro lograr algo.

Aplica:

- Testimonios con foto y frase real
- Casos de éxito bien narrados
- Micro relatos de transformación

En Lamark usamos este principio en todas nuestras campañas B2B.



6

Principio del recorrido fluido (flujo neurocognitivo)

“El cerebro decide más fácil cuando el camino está claro.”

El usuario debe saber qué hacer en cada paso.

- Flujo:**
- 1 Impacto emocional
 - 2 Identificación del dolor
 - 3 Promesa visual
 - 4 Prueba de confianza
 - 5 CTA simple



Este flujo respeta el sistema de recompensa cerebral → dopamina + acción.

7

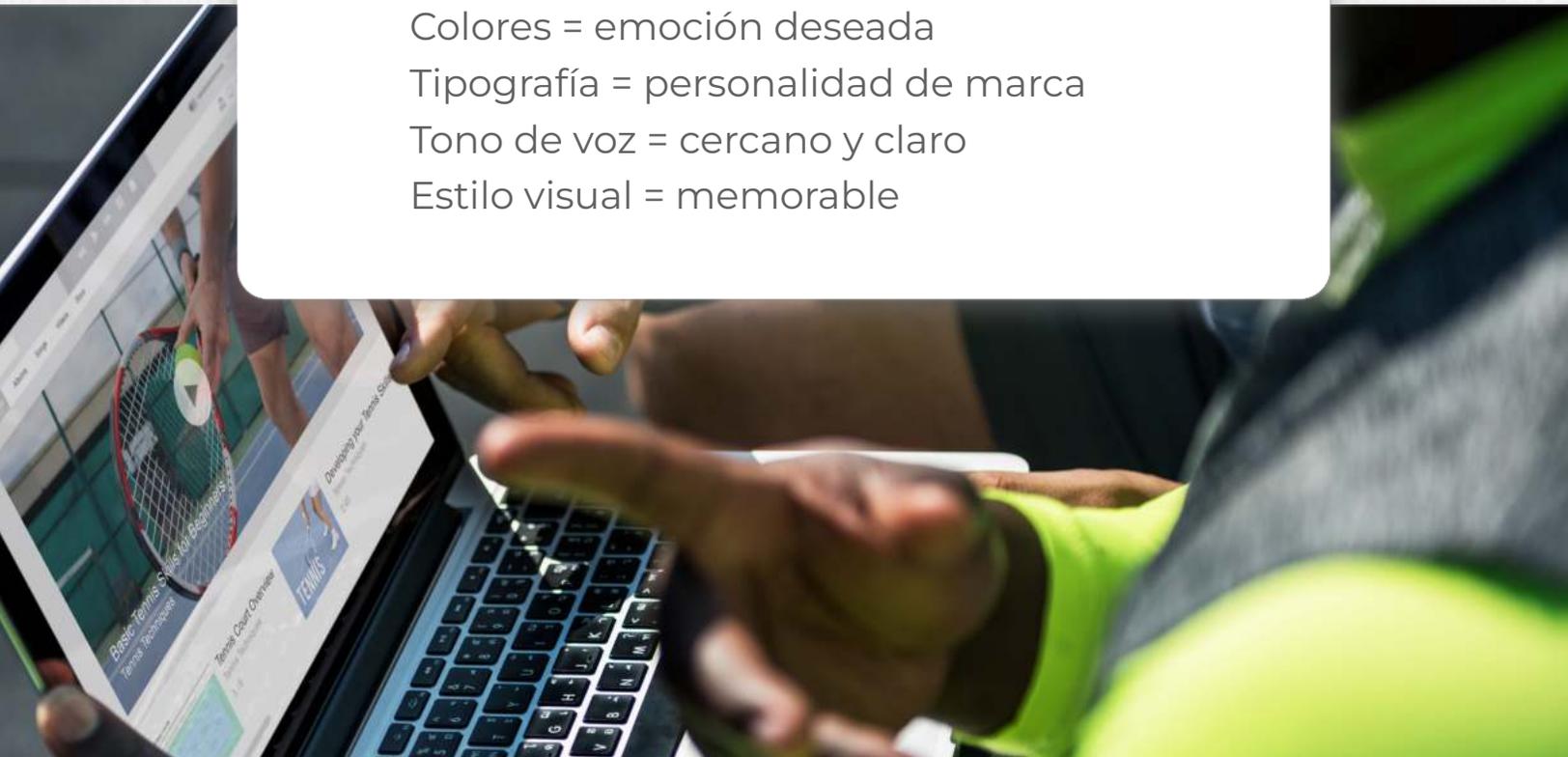
Principio de coherencia multisensorial

“Si se ve bien, se lee bien y se siente bien... el cerebro confía.”

Tu marca debe sonar, verse y sentirse alineada.

Cuida:

- Colores = emoción deseada
- Tipografía = personalidad de marca
- Tono de voz = cercano y claro
- Estilo visual = memorable



HERRAMIENTA LAMARK: PLANTILLA RÁPIDA DE ACTIVACIÓN

Usa esta plantilla como checklist para cualquier campaña:

- ✓ ¿Tengo una frase que rompa el patrón?
- ✓ ¿Estoy activando emoción, no solo lógica?
- ✓ ¿El mensaje es claro en 3 segundos?
- ✓ ¿Incluyo prueba social?
- ✓ ¿El camino hacia el CTA es fluido?
- ✓ ¿Todo se ve, se siente y suena coherente?

Si respondes “no” a 2 o más... tu campaña no está hecha para el cerebro.

TIP LAMARK #4



“ El cerebro no decide por lo que entiende.
Decide por lo que siente, reconoce y confía ”

EN EL PRÓXIMO CAPÍTULO...

Te revelaré cómo diseñar **campañas de alto impacto usando estos principios en conjunto**, desde el anuncio hasta el cierre de ventas.

Vamos a crear un sistema práctico y accionable que tu equipo pueda aplicar... y que tú puedas escalar con nosotros.

04

CÓMO DISEÑAR UNA CAMPAÑA CON NEUROMARKETING (QUE ACTIVE, CONECTE Y CONVIERTA)

“Tu cliente no necesita más contenido.
Necesita experiencias que su cerebro no pueda ignorar”
— Lamark

Ahora que ya conoces los errores y los principios, llegó el momento de la acción.

Aquí aprenderás a diseñar una campaña **de principio a fin**, activando los circuitos cerebrales adecuados en cada etapa.

Porque en neuromarketing no se trata solo de impactar...
se trata de conducir emocionalmente hacia una decisión.

¿CÓMO PUEDES COMENZAR A USAR EL NEUROMARKETING?

1

Define la emoción que vas a activar

Cada campaña debe tener una emoción dominante.

No es lo mismo vender **tranquilidad**, que **control**, que **reinención**.

Pregúntate:

- ¿Qué quiere sentir el cliente antes de comprar?
- ¿Qué está evitando o buscando a nivel emocional?

Ejemplo:

Dolor: frustración → alivio

Miedo: incertidumbre → claridad

Deseo: crecimiento → validación



Esa emoción será la base del copy, visuales y CTA.

2

Crea un mensaje que rompa el patrón lógico

Olvida los titulares clásicos.

Crea uno que haga al cerebro detenerse y procesar algo distinto.

Estructura recomendada:

[Emoción] + [Contraste o sorpresa] + [Promesa emocional]

“¿Tu equipo está motivado... o solo viene a cumplir horario?”

“Deja de comunicar.

Empieza a conectar con lo que tu cliente sí responde.”

Esto activa la amígdala, la zona de alerta del cerebro.

3

Diseña visuales que trabajen a favor del cerebro

Aplica neurodiseño:

- Color principal según emoción dominante
- Contraste visual para captar
- Rostros humanos o situaciones que generen empatía
- Elementos con profundidad, sombra o blur (morfismo)



En Lamark usamos layouts con jerarquía visual que guían la vista del cliente hacia el CTA sin fricción cognitiva.

4

Crea un CTA que active la acción, no la duda

- ✗ “Más información”
- ✓ “Descubre cómo transformar tu comunicación hoy”

CTA ideal:

- Usa verbo de acción emocional
- Tiene claridad de beneficio
- Está conectado con lo que se dijo antes

Bonus: acompáñalo con urgencia suave o escasez real.

CTA

5

Automatiza con lógica emocional

El viaje del cliente no termina en el clic.

El cerebro necesita repetición, refuerzo emocional y sensación de progreso.

Usa automatizaciones con lógica neuro:

- Primer email: Bienvenida emocional + entrega del recurso
- Segundo: Caso real + beneficio claro
- Tercero: Micro historia + CTA suave
- Cuarto: Urgencia emocional + cierre

Así refuerzas la decisión emocional inicial y la transformas en acción concreta.

CASO REAL LAMARK:

campaña reactivada con neuromarketing

Una empresa de formación online tenía CTR altos, pero pocas ventas.

¿El problema?

Titulares muy técnicos

Promesas frías

Visuales sin emoción



Aplicamos una campaña emocional basada en
“no estás solo, puedes reinventarte”.

Diseñamos la campaña desde la neuroemoción → urgencia →
CTA → prueba social.

RESULTADO:



+43% conversión en el funnel
+30% en apertura de correos
+70% más citas agendadas en 21 días

PLANTILLA DE CAMPAÑA NEUROACTIVA

ETAPA	ELEMENTO CLAVE	OBJETIVO CEREBRAL ACTIVADO
Anuncio	Título disruptivo + imagen emocional	Amígdala + atención selectiva
Página	Dolor + promesa emocional + CTA	Límbico + dopamina + motivación
Email 1	Historia corta + beneficio concreto	Empatía + claridad + pertenencia
Email 2	Caso real + CTA de acción directa	Prueba social + neocorteza
Email 3	Urgencia + oportunidad emocional	Riesgo percibido + impulso



TIP LAMARK #5



“Una campaña neuromarketing no empuja. Conduce. No grita. Acompaña. No presiona. Conecta”



PRÓXIMO CAPÍTULO...

Te mostraremos cómo implementar **un sistema de neuro-ventas automatizado** y medible, para que dejes de lanzar campañas aisladas y construyas un verdadero proceso de decisión emocional optimizado.

Porque una campaña te da resultados.
Pero un sistema **te da crecimiento sostenible.**

05

DE CAMPAÑAS SUELTAS A SISTEMA DE NEUROVENTAS: CONSTRUYE UN MOTOR QUE CONVIERTE 24/7

“ Un sistema de neuroventas no vende más. Vende mejor, con menos desgaste y más conexión ”
— Lamark

Quizás ya hiciste campañas antes.
Tuviste picos de interacción.
Algunos formularios llenos.
Unos cuantos cierres.

Pero luego... el silencio.
Otra vez a empezar desde cero.

Eso es lo que pasa cuando dependes de campañas aisladas.



¿La solución?

Diseñar **un sistema emocional de conversión continua**. Uno que active, conecte y convierta **todos los días**, sin depender de la energía de tu equipo o la suerte de la semana.

Eso es **un sistema de neuroventas**.

¿QUÉ ES UN SISTEMA DE NEUROVENTAS?

Es una estructura comercial que aplica los principios del neuromarketing en todas las etapas del embudo:

- ✓ Captación
- ✓ Nutrición emocional
- ✓ Seguimiento inteligente
- ✓ Conversión natural
- ✓ Fidelización emocional



¿CÓMO SE CONSTRUYE UN SISTEMA DE NEUROVENTAS?

Aquí te mostramos el proceso base que aplicamos en Lamark:

Paso 1

Mapa emocional del cliente

Antes de automatizar, **hay que conectar.**



Preguntas clave:

- ¿Qué lo frustra?
- ¿Qué busca aliviar?
- ¿Qué lo emociona?
- ¿Qué lo detiene?

Con esta info definimos el viaje emocional, no solo el buyer journey.



Paso 2

Captación con estímulo emocional

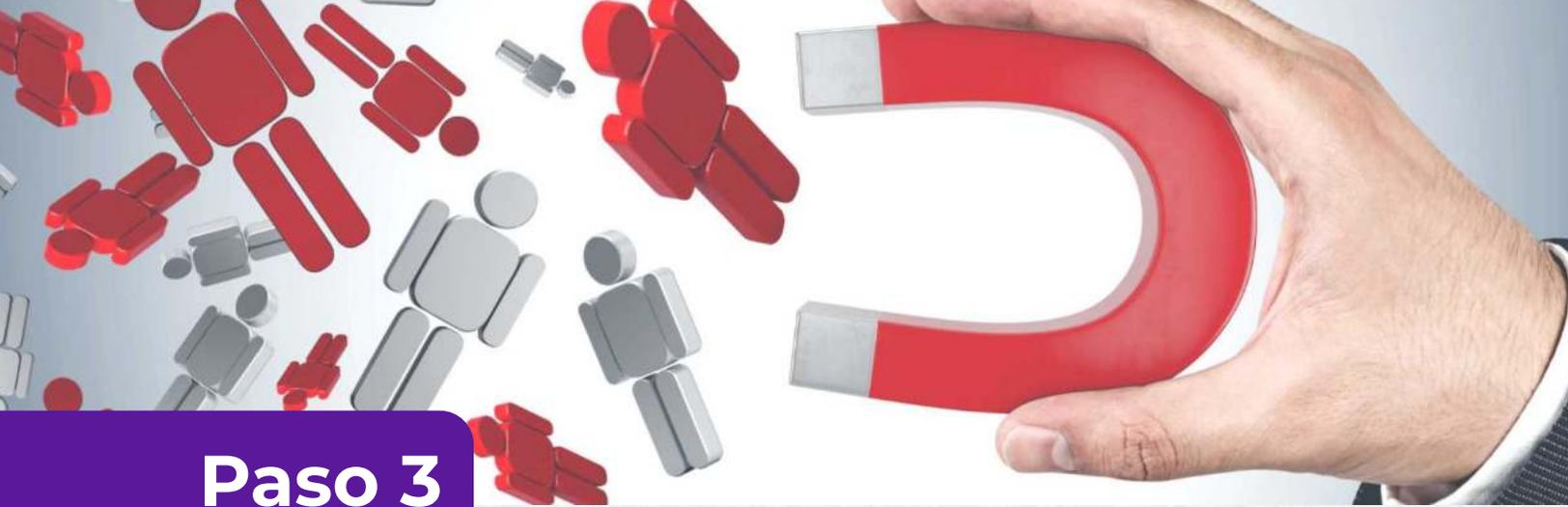
No atraemos con descuentos. Atraemos con emociones y promesas claras.

Estructura de anuncio neuro:

[Dolor] + [Contraste] + [Promesa] + [Visual emocional] + [CTA claro]

Ejemplo:

“¿Tu marketing y tus ventas no se entienden?
Descubre cómo hacer que trabajen como uno solo.”



Paso 3

Lead magnet con valor real

El eBook, checklist o clase gratuita debe:

- Resolver una duda urgente
- Activar la necesidad de seguir
- Posicionar tu marca como guía confiable

Todo desde la empatía, el beneficio emocional y el lenguaje humano.

Paso 4

Secuencia de nutrición emocional

Una vez que captas, no vendas enseguida.
Primero nutres el vínculo emocional.

Emails o mensajes diseñados para:

- Validar la emoción del cliente
- Mostrar transformación (casos reales)
- Posicionar tu solución como la única lógica

Todo desde la empatía, el beneficio emocional y el lenguaje humano..

Paso 5

Cierre con sentido, no con presión

La venta no es una meta. Es una consecuencia.

Aplica:

- CTA emocional + lógica suave
- Testimonio en el momento clave
- Garantía emocional (no solo técnica)

Ejemplo: “Ya no tienes que hacerlo solo. Te guiamos paso a paso.”

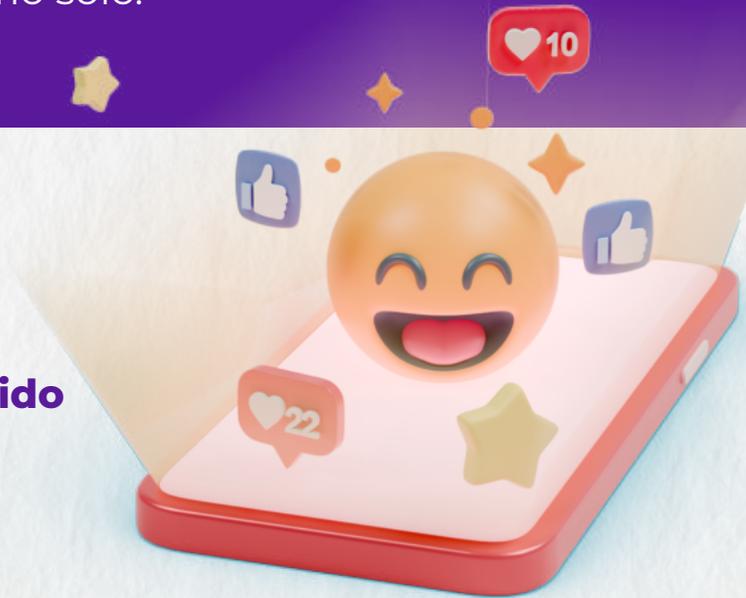
Paso 6

Automatiza el sistema con sentido

Herramientas como:

- Zoho CRM (seguimiento)
- Zoho Campaigns (nutrición)
- Formularios inteligentes
- Notificaciones a ventas en el momento correcto
- Dashboards con KPIs neurométricos (emoción → clic → conversión)

Todo conectado para actuar en el momento donde el cliente **está listo emocionalmente.**



CASO REAL LAMARK:

Una empresa del sector salud nos pidió campañas.
Les ofrecimos un sistema.

- ✓ Mapa emocional del paciente ideal
- ✓ Captación con urgencia suave
- ✓ 5 emails de nutrición emocional
- ✓ Propuesta personalizada + visual emocional
- ✓ Seguimiento humanizado automatizado

RESULTADO:

+78% tasa de respuesta
Cierre promedio bajó de 19 a 8 días
Equipo de ventas con menos desgaste
Clientes con mayor compromiso



PLANTILLA BASE DE SISTEMA LAMARK

ETAPA	ACCIÓN	NEUROACTIVADOR
Atracción	Anuncio + lead magnet emocional	Curiosidad + alivio
Conexión	Email 1-2	Empatía + dopamina
Validación	Email 3 + testimonio	Neuronas espejo + confianza
CTA emocional	Email 4 + urgencia suave	Riesgo percibido + control
Contacto humano	WhatsApp + guión emocional	Pertenencia + guía segura



TIP LAMARK #6



“Un sistema de neuroventas no reemplaza a tu equipo. Lo potencia, lo guía y lo libera para cerrar con calidad.”

EN EL PRÓXIMO CAPÍTULO...

Vamos a mostrarte cómo construir una campaña tipo embudo emocional desbloqueado, paso a paso, con ejemplos visuales y acciones concretas para activar más leads y convertir más clientes.

Y lo mejor: cómo Lamark puede ayudarte a construirlo sin perderte en la tecnología o la improvisación.

06

EMBUDO DESBLOQUEADO: CÓMO ACTIVAR DECISIONES DESDE LA EMOCIÓN

“ Tu embudo no está roto... está desconectado del cerebro de tu cliente ”
— Lamark

Muchos negocios tienen embudos digitales.

- Anuncios
- Formularios
- Páginas
- Automatizaciones
- Correos...

Pero a pesar de todo eso, los leads no convierten.



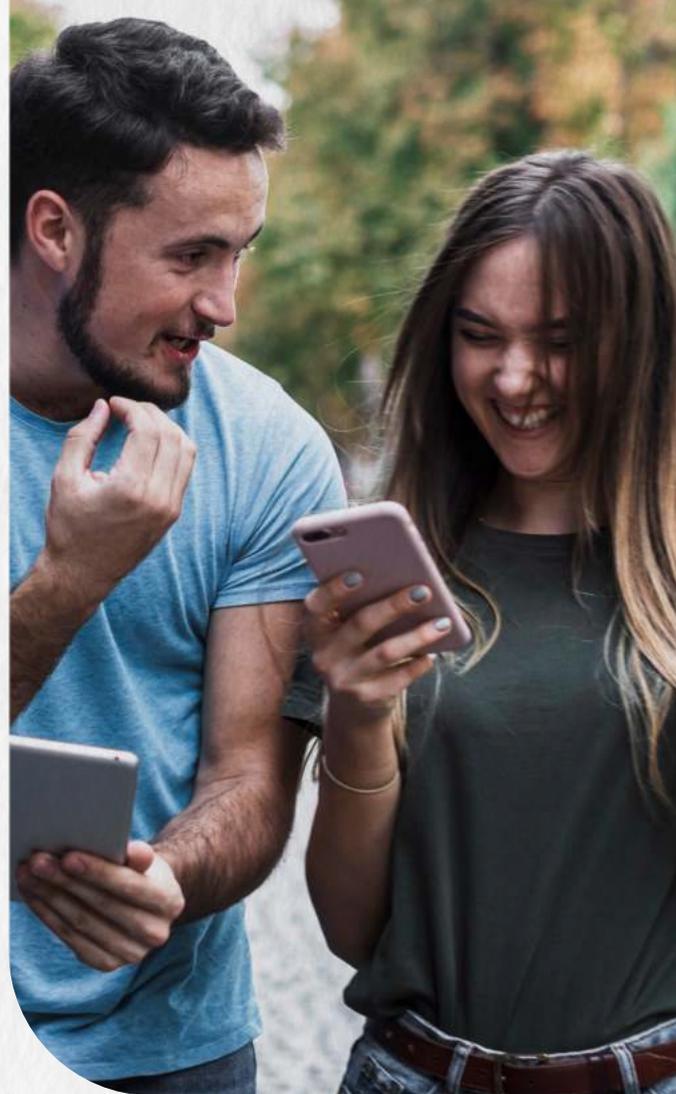
¿La razón?

Es un embudo diseñado para el cerebro humano, no para la lógica digital.

Está pensado para activar:

- ✓ Atención emocional
- ✓ Confianza progresiva
- ✓ Claridad mental
- ✓ Impulso de decisión
- ✓ Seguridad para avanzar

Y lo hace de forma fluida, sin fricción, sin saturar ni forzar



EL FLUJO IDEAL DE UN EMBUDO EMOCIONAL

1 Impacto emocional inicial (Anuncio o Post)

Objetivo: Detener el scroll

Neuroprincipios: Contraste + urgencia + rostro + historia

“¿Tu equipo ya no responde a tus campañas?”
“No es tu producto. Es cómo lo estás comunicando.”

Activación de la amígdala + corteza visual

2

Impacto emocional inicial (Anuncio o Post)

Objetivo: Capturar al lead activando la emoción correcta

Neuroprincipios: Claridad, promesa específica, diseño fluido

Ejemplo de título:

“Tu cliente no decide con lógica. Descubre cómo activar su decisión real con neuroestrategia.”

Activación de sistema límbico + recompensa anticipada

3

Secuencia de nutrición emocional (Emails automatizados)

Objetivo: Crear vínculo, reforzar decisión, aumentar percepción de valor

Neuroprincipios: Dopamina + empatía + prueba social

Email 1: entrega del recurso + validación emocional

Email 2: caso real

Email 3: micro historia + CTA suave

Email 4: urgencia emocional + CTA fuerte

4

Contacto humanizado con narrativa emocional (WhatsApp o llamada)

Objetivo: convertir emoción en acción concreta

Neuroprincipios: confianza + acompañamiento

Guion emocional:

“Entiendo por lo que estás pasando...”

“No estás solo.

Nosotros hemos ayudado a empresas como la tuya a...”

“Te muestro cómo sería el antes y después si aplicas esta estrategia.”

5

Propuesta personalizada con visual emocional

Objetivo: hacer que el cierre sea inevitable

Neuroprincipios: anticipación + visualización del resultado + refuerzo de pertenencia

Ejemplo: mostrar la diferencia entre un embudo caótico y uno fluido, con gráficos simples, colores cálidos y frases concretas como:

✓ “De leads fríos a clientes reales”

✓ “De campañas sueltas a un sistema que nunca se apaga”

6

Seguimiento emocional automatizado

Objetivo: cerrar con claridad, sin presión

Neuroprincipios: urgencia emocional + reafirmación

¿Aún estás pensando en si hacerlo o no?
Mientras piensas, tus competidores ya activaron
sus campañas con estrategia.”

Último impulso hacia la decisión.

VISUAL: COMPARATIVA DE EMBUDO BLOQUEADO VS DESBLOQUEADO

ETAPA	ELEMENTO CLAVE	OBJETIVO CEREBRAL ACTIVADO
Anuncio	Frío, técnico, genérico	Emocional, claro, disruptivo
Landing	Información saturada, racional	Diseño limpio, lenguaje emocional
Correos	Informativos, sin secuencia emocional	Conectados, progresivos, con narrativa
Contacto	Seco, directo, comercial	Humano, empático, guiado
Propuesta	Precio y características	Visual, transformadora, con metáfora
Seguimiento	Frío, repetitivo	Cálido, emocional, con cierre natural



CASO REAL LAMARK:

desbloqueo de embudo en 14 días

Una consultora con buen tráfico web, pero baja conversión, nos pidió ayuda. No era falta de leads. Era falta de sistema emocional.

Aplicamos este embudo:

- ✓ Rediseño emocional de landing
- ✓ Secuencia neuroautomatizada
- ✓ Propuesta con storytelling
- ✓ CTA basado en anticipación de resultado

RESULTADO:

+67% en citas agendadas

+52% en cierres

-60% en rebote de correos

Mejor feedback de los leads: “me sentí acompañado”



The background features a network of white person icons connected by dashed lines on a dark blue background. A large, glowing white person icon is centered in the upper half. A yellow lightbulb icon with radiating lines is positioned to the right of the tip title. A white, torn-edge paper strip is overlaid on the center, containing the tip text.

TIP LAMARK #7



“ Un embudo desbloqueado no solo convierte. Convierte a desconocidos en seguidores. A leads en fans. Y a tus equipos en motores alineados. ”

EN EL PRÓXIMO CAPÍTULO...

Vamos a mostrarte cómo construir una campaña tipo embudo emocional desbloqueado, paso a paso, con ejemplos visuales y acciones concretas para activar más leads y convertir más clientes.

Y lo mejor: cómo Lamark puede ayudarte a construirlo sin perderte en la tecnología o la improvisación.



NO VENDAS MÁS. CONECTA MEJOR.

**EL PODER DEL NEUROMARKETING
ESTÁ EN TUS MANOS... PERO LA GUÍA
CORRECTA MARCA LA DIFERENCIA.**

“

El cerebro no compra productos.
Compra lo que le hace sentir algo que necesita

”

— Lamark

Has llegado al final de esta guía.

Y si algo queda claro, es esto:

- ✓ Tu cliente no decide con lógica.
- ✓ No elige por argumentos.
- ✓ No actúa por presión.

Decide por impulso emocional, confianza, claridad y sentido de pertenencia.

Y eso, no se logra con campañas improvisadas, ni con automatizaciones frías.

Se logra con **estrategia emocional aplicada con ciencia.**
Con **neuromarketing real. Funcional. Conectado. Medible.**

¿QUÉ VISTE EN ESTE EBOOK?

- ✓ Cómo funciona el cerebro de tu cliente
- ✓ Qué errores están bloqueando tus decisiones de compra
- ✓ Cuáles son los principios clave del neuromarketing
- ✓ Cómo diseñar campañas y sistemas que sí activan
- ✓ Cómo construir un embudo desbloqueado que no solo atrae, sino que convierte

PERO HAY ALGO QUE TAMBIÉN SABES AHORA:

No basta con saber.

No basta con tener herramientas.

No basta con tener un equipo motivado

Necesitas una guía experta que sepa traducir todo eso en resultados concretos.



AQUÍ ES DONDE ENTRA LAMARK

En Lamark no te damos consejos. Te construimos sistemas.

No lanzamos campañas.

Diseñamos procesos emocionales con impacto real.

No improvisamos.

Aplicamos neurociencia, automatización, branding emocional y estrategia comercial para que tu marca no solo venda...

sino que transforme.

¿QUÉ PODEMOS HACER POR TI?

- ✓ Diagnóstico profundo de tu embudo actual
- ✓ Revisión emocional de tu comunicación
- ✓ Rediseño de tu narrativa de marca
- ✓ Construcción de un sistema de neuroventas adaptado a tu cliente ideal
- ✓ Entrenamiento de tu equipo en neurocomunicación y neurocierre
- ✓ Automatización fluida con herramientas que tu equipo puede manejar

¿Y AHORA, QUÉ SIGUE?

Haz lo que hacen las marcas que eligen escalar con inteligencia emocional:

- Descarga el material, guárdalo
- Compártelo con tu equipo
- Y lo más importante:



Agenda tu sesión gratuita de diagnóstico con un consultor de Lamark

LamarK

www.lamark.agency

Porque no se trata de vender más.
Se trata de conectar mejor, decidir con estrategia y
convertir con neurociencia.

**Hazlo con Lamark.
Te ayudamos a lograrlo.**