



# ¿Comunicas o Impactas? Cómo diseñar los mensajes más impactantes para destacar tu comercio

25 de mayo de 2023

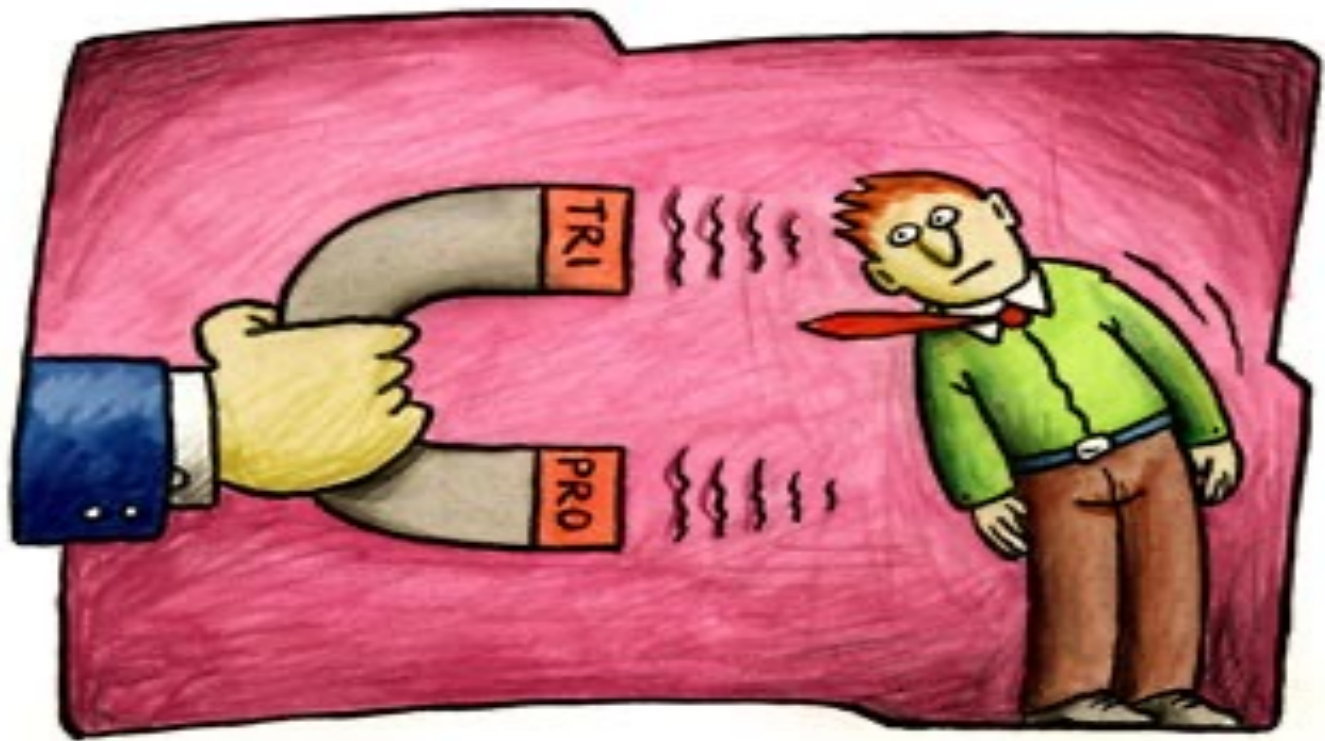


**¿Qué necesitamos  
para montar una  
empresa de éxito?**

# Clientes







# CONSUMIDOR



**1985**



**2015**



## GENERACIÓN Z



- ✓ Llamados 'Nativos digitales'. Poseen alta propensión al consumo.
- ✓ Desde su niñez saben que existe la internet. Tienen acceso y manejo de la tecnología.
- ✓ Profundizan los entornos virtuales. Su principal comunicación es en red sociales.



## GENERACIÓN Y

- ✓ Llamados los 'Millennials'. Considerados como parte de los nativos digitales.
- ✓ Son multitareaos. No conciben la realidad sin tecnología.
- ✓ Son una generación de emprendedores.



## GENERACIÓN X



- ✓ Sufrieron grandes cambios. Conocidos como 'Juventud de los 80'.
- ✓ En su infancia, su experiencia fue analógica y en su madurez, digital.
- ✓ Vivieron la llegada de internet. Son los inmigrantes digitales.



## BABY BOOMBERS

- ✓ Nacieron en los años posteriores a la 2da guerra mundial.
- ✓ Son muy tradicionales y valoran la productividad.
- ✓ Su experiencia es netamente analógica.





# LOS INDICADORES DE LA GENERACIÓN Z



Características

VS

## Generación Z

Persistente  
Realista  
Innovador  
Independiente

Consciente de sí mismo  
Autodidactas  
Super conectados

## Millennials

Intitulado  
Idealista  
Creativo

Dependiente  
Egocéntrico



- en 4 años serán el 24% de la fuerza laboral
- en 4 años serán el 40% de los consumidores



En 2020 habrán **30.000 millones** de objetos conectados a la Red

## La Generación Z

Nacidos entre 1994 y 2010  
17,1 millones



57% de las personas con menos de 24 años mira su celular más de 50 veces

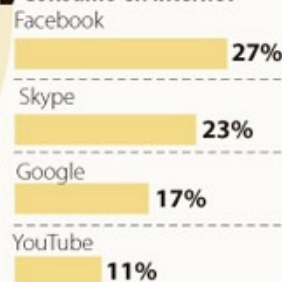
68% de los jóvenes entra a internet todos los días

32% se conecta tres o más horas al día

## Apps más utilizadas



## Consumo en internet



## Consumo de información por canales



## Principales actividades desde sus smartphones



## Consumo por formatos publicitarios







AL DIA



COMPARTE TU DENUNCIA

647 891 404

4 MILLONES DE ESPAÑOLES DUERME

Está mejor informado

Está mejor informado  
Es infiel por naturaleza

Está mejor informado  
Es infiel por naturaleza  
Es más sensible

Está mejor informado  
Es infiel por naturaleza  
Es más sensible

No se toma en serio la publicidad  
tradicional

Está mejor informado  
Es infiel por naturaleza  
Es más sensible

No se toma en serio la publicidad  
tradicional  
Multicanal



Está mejor informado  
Es infiel por naturaleza  
Es más sensible

No se toma en serio la publicidad  
tradicional  
Multicanal

Es *brand lover*

Está mejor informado  
Es infiel por naturaleza  
Es más sensible

No se toma en serio la publicidad  
tradicional  
Multicanal  
Es *brand lover*  
Impaciente



**Eficiencia**



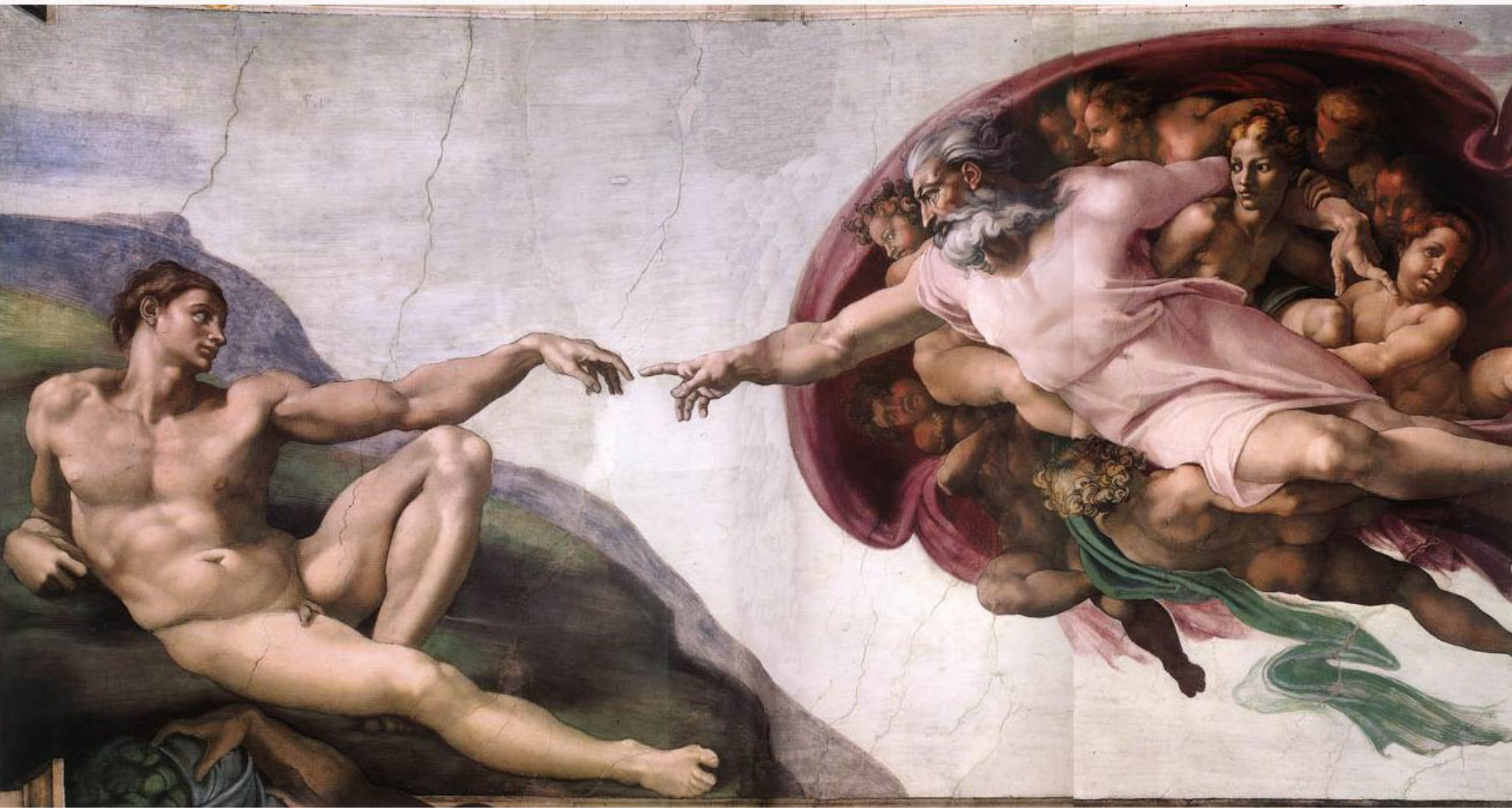
Experiencias







El cerebro  
construye la realidad









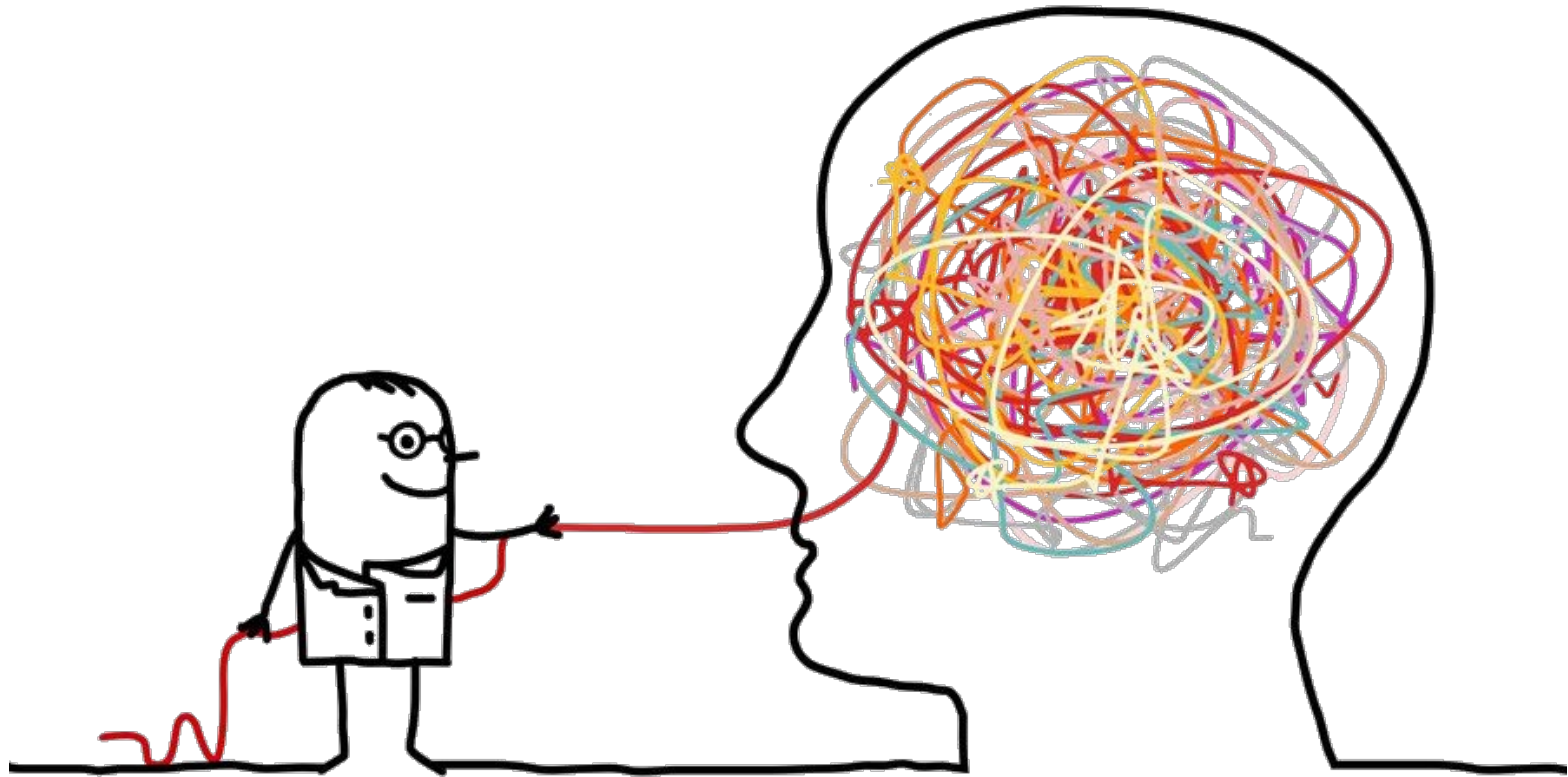
QUE MIENTA SI MUERO



Unicaja Fundación









# NEUROMARKETING




A close-up photograph of a man with a beard and a slight smile, wearing a blue collared shirt. He is holding a white rectangular sign in front of his face. The sign contains text in Spanish. The background is dark.

**¿PIENSAS QUE  
NO PUEDES SER  
SER ENGAÑADO?**


YA LO HEMOS HECHO.  
VUELVE A LEER.



A scene from a classic British murder mystery film. In a grand, ornate room, a man in a dark suit lies motionless on a patterned rug. Several people are gathered around: a man in a grey overcoat on the left, a man in a dark uniform and hat, a woman in a pink dress and hat, a man in a dark suit and white shirt, a woman in a dark dress and white apron, and a person in a black bear costume on the right. A large vase of pink roses sits on a table in the foreground. The room features a chandelier, a mounted animal head, and a framed portrait.

**WHODUNNIT?**

**Quién lo hizo**

A close-up, high-magnification photograph of a human eye. The iris is a vibrant, light blue color with a dark, well-defined pupil. The eye is surrounded by long, dark, and slightly curved eyelashes. The skin around the eye is a warm, golden-brown hue. The background is a soft, out-of-focus bokeh of yellow and white light spots.

**No miras todo lo que ves,  
igual que no escuchas  
todo lo que oyes**



ATENCIÓN

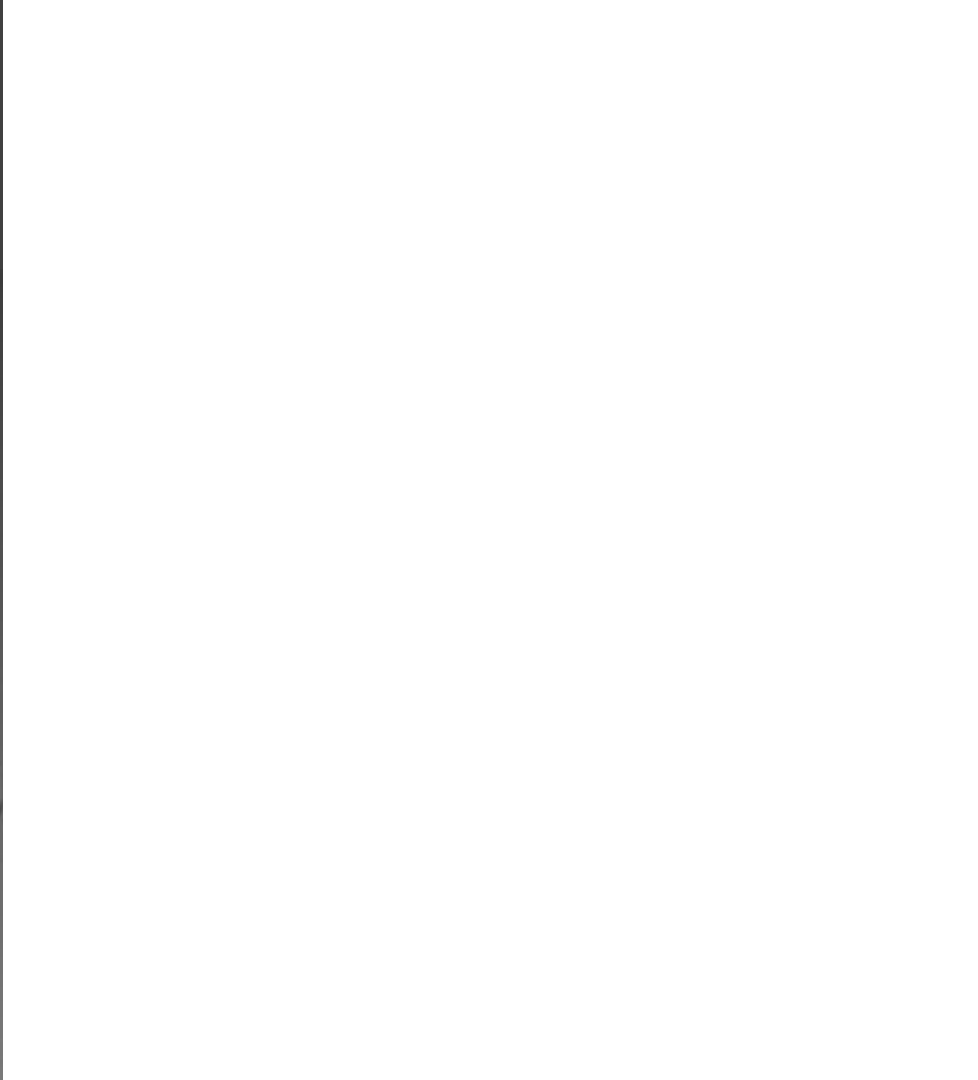


**ATENCIÓN**



**ATENCIÓN**

**CONVENCIMIENTO**





**ATENCIÓN**

**CONVENCIMIENTO**



**ACCIÓN DE  
COMPRA**



**ATENCIÓN**

**CONVENCIMIENTO**



**ACCIÓN DE  
COMPRA**



**RECUERDO**





¿Cuánto tiempo te llevaría tomar la decisión de forma racional de comprar una casa?

A: Unos 5 meses

B: Menos de 10 minutos

C: Unos cuatro años



¿Cuánto tiempo te llevaría tomar la decisión de forma racional de comprar una casa?

A: Unos 5 meses

B: Menos de 10 minutos

C: Unos cuatro años





# EMOCIÓN

+ 80% de nuestras decisiones



Coca-Cola



Estás aquí  
para ser feliz.  
refrescá tu salud emocional.

destapá  
felicidad





Coca-Cola



Estás aquí  
para ser feliz.  
refrescá tu salud emocional.

destapá  
felicidad



Coca-Cola, la bebida más vendida y el sabor más amado en el mundo. Registra de la Coca-Cola Company.



FUNDACIÓN AFFINITY



No lo abandones  
El nunca lo haría





 A baby wearing a blue hat and a white jacket is sitting in a grey car seat. The baby is looking out the window of a car. The background shows a blurred outdoor scene.
 

## PORQUE FUE TU SEGUNDA CAMA

El Grupo Serrano sabemos que cuando tus padres te subían en él, en dos minutos estabas soñando. Aunque nunca sabemos si era por las locuras del supermercado, la cantidad de una semana luego de irte al colegio o incluso a un viaje que aún recuerdas como si fuera ayer. Lo que sí sabemos es que en 50 años hemos visto todo lo que un coche significa en tu vida. Pero esto sólo es el principio.

gruposerranoautomoviles.es

**50**  
ANIVERSARIO

**GRUPO SERRANO**  
AUTOMOVILES

BB

*Antes*

*Despues*







CitiPlan III

No se puede adivinar el futuro, pero  
sí prepararse para cuando llegue.









**ATENCIÓN**



**ATENCIÓN**



**EMOCIÓN**

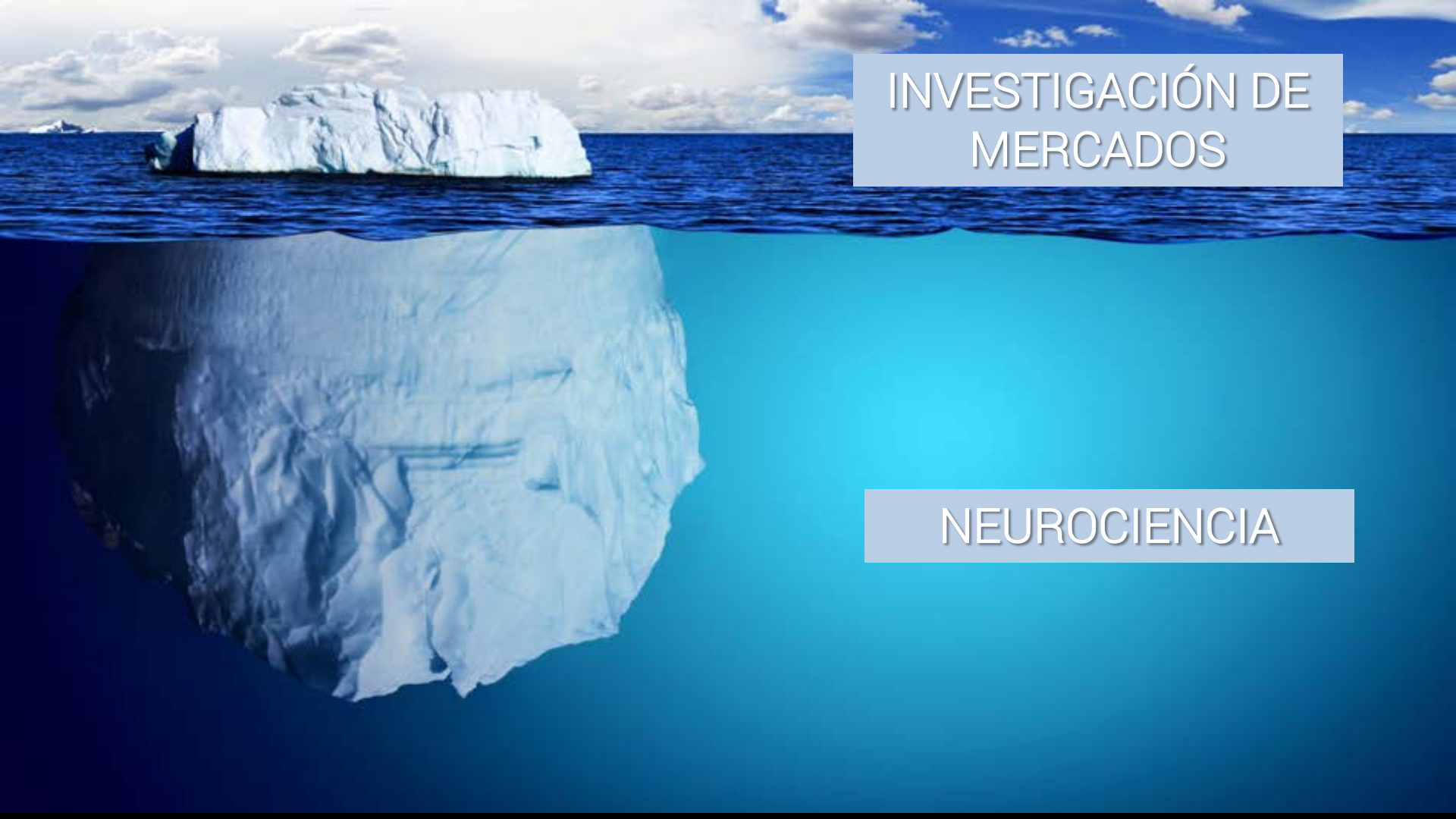


ATENCIÓN

IMPACTO



EMOCIÓN



INVESTIGACIÓN DE  
MERCADOS

NEUROCIENCIA



SQUAD CARS

ASDA

W 45

pharmacy

BUD LIGHT  
THE DIFFERENCE IS DRINKABILITY

FR  
Panasonic

YAHOO!

RICOR

CALL TO PLAY  
1 888 398 1271

at&t

New York Police Dept





¿Cuántos anuncios recuerdas?



¿Eres paisaje?





**SOCIOGRAPH**

*Marketing Science Consulting*



[www.sociograph.es](http://www.sociograph.es)



[@sociograph](https://twitter.com/sociograph)



[comunicacion@sociograph.es](mailto:comunicacion@sociograph.es)