

(https://www.eldinero.com.do/)

INICIO (HTTPS://WWW.ELDINERO.COM.DO)

FINANZAS (HTTPS://WWW.ELDINERO.COM.DO/FINANZAS/)

ENERGÍA (HTTPS://WWW.ELDINERO.COM.DO/ENERGIA/)

INDUSTRIA (HTTPS://WWW.ELDINERO.COM.DO/INDUSTRIA/)

AGRICULTURA (HTTPS://WWW.ELDINERO.COM.DO/AGRICULTURA/)

TURISMO (HTTPS://WWW.ELDINERO.COM.DO/TURISMO/)

MERCADO GLOBAL (HTTPS://WWW.ELDINERO.COM.DO/MERCADO-GLOBAL/)

OPINIONES (HTTPS://WWW.ELDINERO.COM.DO/OPINIONES/)

Sobre elDinero (https://www.eldinero.com.do/sobre-periodico-eldinero/)

Hacemos esto... (https://www.eldinero.com.do/hacemos-esto/)



Contacto (https://www.eldinero.com.do/contacto/)

Publicidad (https://www.eldinero.com.do/publicidad/)



Edición impresa (edicion-impresa/)



Suscríbese al boletín

Enviar

Twitter Facebook Instagram Google+ LinkedIn RSS

(http://www.eldinero.com.do/)

elDinero

(https://www.eldinero.com.do/)



(https://www.eldinero.com.do/46557/sector-electrico-dominicano-en-graficas)
CREES: El sector eléctrico dominicano en gráficas
(https://www.eldinero.com.do/46557/sector-electrico-dominicano-en-graficas/)



(https://www.eldinero.com.do/45262/crees-se-requieren-cambios-profundos-para-que-rd-pueda-competir)
CREES: Se requieren cambios profundos para que RD pueda competir
(https://www.eldinero.com.do/45262/se-requieren-cambios-profundos-para-competir/)



(https://www.eldinero.com.do/44746/derechos-de-los-consumidores-aplicar-las-leyes-no-mas-no-menos)
Derechos de los consumidores: aplicar las leyes, no más, no menos
(https://www.eldinero.com.do/44746/de-los-consumidores-aplicar-las-leyes-no-mas-no-menos/)



(https://www.eldinero.com.do/44746/banco-ademi-compromiso-que-trasciende-la-educacion-financiera)
Banco Ademi: Compromiso que trasciende la educación financiera
(https://www.eldinero.com.do/44746/ademi-compromiso-que-trasciende-la-educacion-financiera/)

INSTITUCIONAL (HTTPS://WWW.ELDINERO.COM.DO/INSTITUCIONAL/)

Claves a considerar en el retail en una época de cambios

Martínez Ribes afirma que cada vez se distingue menos entre el on-line y el off-line

Santo Domingo ()

Seguir a @eldinero 4.836 seguidores

Lo sentimos, desafortunadamente este servicio no esta disponible por el momento. Lo sentimos, desafortunadamente este servicio no esta disponible por el momento. Lo sentimos, desafortunadamente este servicio no esta disponible por el momento.

22 de septiembre, 2017



(https://www.eldinero.co



(http://www.eldinero.com.do/47838/

a- a- en-
considerar-

en- en- retail-

el- el- en-

retailretailuna-

en- en- epoca-

una- una- de-

epocaepocaambios/?

de- de- share=google-

cambiosambios?

0 shareshare(0) Compartir



La Organización Nacional de Empresas Comerciales (ONEC) está de fiesta. Cumple 20 años de fundada. Dos décadas. En ese aparente breve lapso ha logrado posicionarse como representante del comercio organizado, del comercio formal en República Dominicana. Sin embargo, no se trata de lo que ha logrado en cuanto representante del sector, sino de que continuamente impulsa procesos de cambio al interior del comercio con el propósito firme de que las empresas sean percibidas como empresas que buscan experiencias satisfactorias para sus clientes y que responden a las necesidades que el cliente y el contexto plantean.

Con ese motivo, ONEC tendrá una conferencia magistral el próximo 26 de septiembre. En esta ocasión el invitado es una autoridad en el tema del neuromarketing y las nuevas tendencias. Se trata de Lluís Martínez Ribes, quien presentará la conferencia "Repensando el retail en una época de cambio: cómo innovar para afrontar los nuevos hábitos de consumo".

José Luis Magadán, presidente de ONEC, señaló sobre este evento: "El empresario del comercio que busca crecer-consolidarse-crecer está obligado a tomar en cuenta las tendencias internacionales en el sector. Es la mejor forma de cambiar y avanzar".

Del intenso trabajo de Martínez Ribes sobre retail, al cual es posible acceder en la red, se presentan aquí cinco claves que son importantes para entender las innovaciones en el campo del retail, el neuromarketing y el nuevo contexto de consumo.

LAS MÁS LEÍDAS



(https://www.eldinero.com.do/35 dominicana-tiene-mineria-en-24-provincias/)República Dominicana tiene minería en 24 provincias (https://www.eldinero.com.do/35 dominicana-tiene-mineria-en-24-provincias/)

(https://www.eldinero.com.do/91 es-el-encaje-legal-y-cual-es-su-utilidad-e-impacto/) Luis MAR... (https://www.eldinero.com.do/91 es-el-encaje-legal-y-cual-es-su-utilidad-e-impacto/) Suscríbete al... Nombre



(https://www.eldinero.com.do/28 y-fauna-dominicana-333-especies-en-peligro-critico/)Flora y fauna en peligro crítico (https://www.eldinero.com.do/28 y-fauna-dominicana-333-especies-en-peligro-critico/)

Primera clave. El principal derecho de los clientes es escoger. En ese sentido, el objetivo último del marketing es la "preferencia continuada" de los clientes. Para lograr este propósito es necesario entender que el aliado más poderoso del publicitario es la imaginación del cliente, la cual hay que poner a funcionar (imaginamos el futuro, imaginamos el uso y el disfrute). Martínez Ribes señala que la emoción llega primero, luego la razón.

"Hay que empezar con la parte emocional, y a partir de ahí te dan la oportunidad de que escuchen tus razones", afirma. Aquí el neuromarketing tiene la palabra. La investigación sobre el cerebro es fundamental.

Segunda clave. Aprender a leer bien el contexto de los clientes. Si no entendemos el contexto, explica el presidente de ESADE, somos miopes. Contexto es aquello que envuelve un mensaje, un proceso o una experiencia (como el momento o la del cliente en su vida en diferentes momentos). Es por eso que es importante entender que "el dónde + el cuándo hacen que una acción funcione o fracase, sin que cambie el surtido, el precio, la estética, la disponibilidad de los productos para los clientes, etc.", señala. Para un ejecutivo de marketing es fundamental aprender a "leer la calle". Ojo: entender el contexto abre nuevas oportunidades.

Tercera clave. Poseer no se lleva. Gozar del uso, sí. La lógica de esta clave es la lógica de los agricultores: también con los clientes, se cultivan. Una empresa, señala Martínez Ribes, no puede vivir de "pelotazos", sino de que los clientes vuelvan una y otra vez. "El auténtico marketing busca la fidelidad sostenida –sin aburrir–, más que tratar de sobrevivir mediante continuas promociones cortoplacistas. El fundamento: las cosas no van contigo, el gozo o disfrute sí."

Cuarta clave. El neuromarketing es el uso de la neurociencia, y es un uso legítimo. El neuromarketing tiene como objetivo mejorar la eficacia del marketing a partir de los conocimientos de la neurociencia. Se trata de cómo lograr que una opción sea repetidamente elegida por los clientes, lo cual es legítimo, y se fundamenta en importantes consideraciones éticas.

"El neuromarketing nos ha hecho ver que el verbo sentir es más potente que los verbos tener y hacer", expresa Martínez Ribes y añade que "si una tienda-marca (o un producto-marca) hace sentir a sus clientes que desea aportar algo con sentido a ciertos momentos de su vida, no sólo gustará, sino que será preferida repetidamente aunque ellos no sepan exactamente por qué".

Quinta clave. Cada vez se distingue menos entre el on-line y el off-line o cuando el cliente es la tienda. Los teléfonos inteligentes –el Smartphone– se están convirtiendo en una de las principales formas de venta, en la e-tienda. En cuenta que este dispositivo forma parte de nosotros, el cliente se acaba convirtiendo en la tienda. Esto supone un cambio substancial en la forma en la que hay que pensar el marketing y retailing. El objetivo del marketing ya no es sólo crear tráfico en la tienda, sino acompañar al cliente en su día a día, formar parte de su vida, ya que él o ella lo necesita. Señala Martínez Ribes en uno de sus artículos.

Esta vía puede contribuir a reducir sustancialmente los esfuerzos de los clientes. En ese sentido, son fundamentales el diseño y uso de las Apps, de las cuales Martínez Ribes señala que deben ser claras, fáciles e intuitivas y dice que "para crear una experiencia completa, debe ser emocional, generando implicación y sentido en su uso".

Entender los nuevos tiempos y las nuevas sendas del marketing es una tarea en la que la ONEC se involucra desde esta conferencia en su 20 aniversario. Ante los retos presentes y futuros que enfrenta el comercio y un entorno internacional competitivo, la conferencia magistral de Martínez Ribes es un gran aporte para que las empresas puedan asumir el neuromarketing como un camino para lograr que sus clientes sientan y gocen el placer del comprar y consumir más allá del simple poseer.

Sobre Luis Martínez Ribes

Es un destacado consultor internacional experto en estrategias de neuromarketing, retail, omni-channel, marketing del comercio, entre otros temas. Fue nombrado como "Expert in retail innovation" por la Comisión Europea.

Su experiencia académica, como consultor y conferenciante en el ámbito del marketing y el retail, le han llevado a trabajar en unos 30 países con marcas importantes y con empresas como Asics, Bayer, Bimbo, Coca-Cola, Goodyear, Danone, Grupo Sans e Ikea.

https://www.eldinero.com.do/edici...
 https://www.eldinero.com.do/edici...
 https://www.eldinero.com.do/edici...



Desde La Web
 https://www.eldinero.com.do/34...
 https://loanpride.co...
 https://www.eldinero.com.do/34...

Personas F...
 https://www.eldinero.com.do/34...
 https://loanpride.co...
 https://www.eldinero.com.do/34...



to ti...
 https://www.eldinero.com.do/49...
 https://www.eldinero.com.do/49...

17 Photos o...
 https://www.eldinero.com.do/49...
 https://www.lifedail...
 https://www.lifedail...

Si tienes alq...
 https://www.eldinero.com.do/49...
 https://www.lifedail...
 https://mihogar...
 https://www.lifedail...

Si tienes alq...
 https://www.eldinero.com.do/49...
 https://www.lifedail...
 https://mihogar...
 https://www.lifedail...



https://www.eldinero.com.do/49...
 https://www.eldinero.com.do/49...
 https://www.eldinero.com.do/49...

https://www.eldinero.com.do/49...
 https://www.eldinero.com.do/49...
 https://www.eldinero.com.do/49...

https://www.eldinero.com.do/49...
 https://www.eldinero.com.do/49...
 https://www.eldinero.com.do/49...



https://www.eldinero.com.do/31...
 https://www.eldinero.com.do/31...
 https://www.eldinero.com.do/31...

Se desempeña como profesor titular del ESADE, una de las primeras cinco escuelas de negocios de España

Comparte esta noticia:

Facebook 1 (<https://www.eldinero.com.do/47838/claves-a-considerar-en-el-retail-en-una-epoca-de-cambios/?share=facebook&nb=1>)

Twitter (<https://www.eldinero.com.do/47838/claves-a-considerar-en-el-retail-en-una-epoca-de-cambios/?share=twitter&nb=1>)

Google+ (<https://www.eldinero.com.do/47838/claves-a-considerar-en-el-retail-en-una-epoca-de-cambios/?share=google-plus-1&nb=1>)

Pinterest (<https://www.eldinero.com.do/47838/claves-a-considerar-en-el-retail-en-una-epoca-de-cambios/?share=pinterest&nb=1>)

LinkedIn (<https://www.eldinero.com.do/47838/claves-a-considerar-en-el-retail-en-una-epoca-de-cambios/?share=linkedin&nb=1>)

WhatsApp ([whatsapp://send?text=Claves%20a%20considerar%20en%20el%20retail%20en%20una%20epoca%20de%20cambios%20https%3A%2F%2Fwww.eldinero.com.do/47838/claves-a-considerar-en-el-retail-en-una-epoca-de-cambios%2F](https://www.eldinero.com.do/47838/claves-a-considerar-en-el-retail-en-una-epoca-de-cambios/?share=whatsapp&nb=1))

Correo electrónico ([https://www.eldinero.com.do/47838/claves-a-considerar-en-el-retail-en-una-epoca-de-cambios/?share=email&nb=1](mailto:www.eldinero.com.do/47838/claves-a-considerar-en-el-retail-en-una-epoca-de-cambios))

Imprimir (<https://www.eldinero.com.do/47838/claves-a-considerar-en-el-retail-en-una-epoca-de-cambios/#print>)

Me gusta:

Cargando...

Relacionado



[\(https://www.eldinero.com.do/47925/onec-anuncia-20-aniversario-de-la-institucion/\)](https://www.eldinero.com.do/47925/onec-anuncia-20-aniversario-de-la-institucion/)
ONEC anuncia 20 aniversario de la institución
[\(https://www.eldinero.com.do/47925/onec-anuncia-20-aniversario-de-la-institucion/\)](https://www.eldinero.com.do/47925/onec-anuncia-20-aniversario-de-la-institucion/)
25 septiembre, 2017

En "Noticias"



[\(https://www.eldinero.com.do/15117/informalidad-el-peor-enemigo-del-comercio-en-rd/\)](https://www.eldinero.com.do/15117/informalidad-el-peor-enemigo-del-comercio-en-rd/)
La informalidad: El peor enemigo del comercio dominicano
[\(https://www.eldinero.com.do/15117/informalidad-el-peor-enemigo-del-comercio-en-rd/\)](https://www.eldinero.com.do/15117/informalidad-el-peor-enemigo-del-comercio-en-rd/)
10 agosto, 2015

En "Desayuno Financiero"



[\(https://www.eldinero.com.do/47978/empresas-comerciales-abogan-por-politicas-que-favorezcan-la-formalidad-de-las-empresas/\)](https://www.eldinero.com.do/47978/empresas-comerciales-abogan-por-politicas-que-favorezcan-la-formalidad-de-las-empresas/)
Empresas comerciales abogan por políticas que favorezcan la formalidad
[\(https://www.eldinero.com.do/47978/empresas-comerciales-abogan-por-politicas-que-favorezcan-la-formalidad-de-las-empresas/\)](https://www.eldinero.com.do/47978/empresas-comerciales-abogan-por-politicas-que-favorezcan-la-formalidad-de-las-empresas/)
26 septiembre, 2017

En "Comercio"

Periódico elDinero
3.580 Me gusta

Me gusta esta página

Sé el primero de tus amigos en indicar que te gusta esto.

0 comentarios

Ordenar por Más antiguos

Agregar un comentario...

Plugin de comentarios de Facebook

- INICIO ([HTTPS://WWW.ELDINERO.COM.DO/](https://www.eldinero.com.do/))
- FINANZAS ([HTTPS://WWW.ELDINERO.COM.DO/FINANZAS/](https://www.eldinero.com.do/finanzas/))
- ENERGÍA ([HTTPS://WWW.ELDINERO.COM.DO/ENERGIA/](https://www.eldinero.com.do/energia/))
- INDUSTRIA ([HTTPS://WWW.ELDINERO.COM.DO/INDUSTRIA/](https://www.eldinero.com.do/industria/))
- AGRICULTURA ([HTTPS://WWW.ELDINERO.COM.DO/AGRICULTURA/](https://www.eldinero.com.do/agricultura/))
- TURISMO ([HTTPS://WWW.ELDINERO.COM.DO/TURISMO/](https://www.eldinero.com.do/turismo/))
- LABORAL ([HTTPS://WWW.ELDINERO.COM.DO/LABORAL/](https://www.eldinero.com.do/laboral/))
- TECNOLOGÍA ([HTTPS://WWW.ELDINERO.COM.DO/TECNOLOGIA/](https://www.eldinero.com.do/tecnologia/))
- MERCADO GLOBAL ([HTTPS://WWW.ELDINERO.COM.DO/MERCADO-GLOBAL/](https://www.eldinero.com.do/mercado-global/))
- MÁS NOTICIAS ([HTTPS://WWW.ELDINERO.COM.DO/NOTICIAS/](https://www.eldinero.com.do/noticias/))
- OPINIONES ([HTTPS://WWW.ELDINERO.COM.DO/OPINIONES/](https://www.eldinero.com.do/opiniones/))



Periodismo económico y financiero responsable

Avenida Tiradentes 10, Ensanche Naco, Santo Domingo
Teléfono: (809) 562-0555 (tel:+18095620555).

- (http://twitter.com/eldinerodo)
- (https://www.facebook.com/elDinero)
- (http://instagram.com/eldinerodo)
- (https://plus.google.com/+EldineroDo)
- (https://www.linkedin.com/company/')
- (https://www.eldinero.com.do/feed/)

Buscar...



Sobre elDinero (<https://www.eldinero.com.do/sobre-periodico-eldinero/>)

Hacemos esto... (<https://www.eldinero.com.do/hacemos-esto/>)

Contacto (<https://www.eldinero.com.do/contacto/>)

Publicidad (<https://www.eldinero.com.do/publicidad/>)

elDinero es una publicación de Editorial CM, S.R.L | [Aviso legal \(/aviso-legal/\)](#) | [Condiciones de uso \(/condiciones-generales/\)](#) | [Política de privacidad \(/politica-privacidad/\)](#) | [Política de Cookies \(/politica-cookies/\)](#)

Desarrollado por [ChanclasMedia.com](http://chanclasmedia.com/) (<http://chanclasmedia.com/>)