



Las cinco estrategias de fidelización de clientes basadas en el neuromarketing

El **neuromarketing** es un tipo de ciencia que estudia cómo responde el cerebro humano ante ciertos estímulos externos, dicho de otra manera, se basa en averiguar qué estímulos o emociones impulsan a los consumidores a tomar decisiones basándose en la emoción en vez de la lógica. Gracias a esta ciencia se ha logrado entender **de qué manera las personas, subconscientemente, procesan la información de las campañas publicitarias y las estrategias de las empresas con el objetivo de atraer y fidelizar a los clientes**. Por lo que, disponer de esta información acerca del comportamiento de los consumidores ayuda a diseñar [estrategias empresariales más efectivas](#) con el fin de lograr el crecimiento de las empresas.

Los negocios de todos los sectores se están aprovechando de los resultados obtenidos en estas investigaciones, incluidas las empresas de servicios legales. Lo cierto es que las firmas legales que ponen en acción las estrategias recomendadas por el neuromarketing consiguen mejores resultados a la hora de incrementar su base de clientes que aquellas que no ejecutan este tipo de técnicas, ¿por qué? Porque como ya se ha mencionado, el neuromarketing se basa en estudiar qué elementos provocan en los clientes que tomen decisiones desde la parte emocional y no la racional, por lo que ...