



Neurociencias y comportamiento no verbal aplicada la venta de producto infantil

Descripción

¿Cómo podemos utilizar el conocimiento de las neurociencias y del lenguaje no verbal para diseñar mejores productos y servicios orientados al público infantil?

A esta pregunta he tratado de dar respuesta en la Asamblea anual del Kid's Cluster, del pasado 24 de febrero, durante la jornada "Comprender e Influir" en la que Estrella Fernández, de EAE formó tandem conmigo.

En la Asamblea, que ofrece un contenido previo de entre los que más interés despiertan entre sus socios, se ha tratado sobre la neurociencia y los aprendizajes que facilita respecto al establecimiento de vínculos con el público objetivo y los prescriptores de productos para los niños, más allá de la comercialización.

Las empresas asistentes muestran cada vez más una clara vocación de establecer vínculos con su público como aliados en la crianza de los niños, aspecto que afecta estrategias y tácticas de comunicación.

KID'S CLUSTER es una iniciativa de refuerzo del cluster de productos infantiles en Cataluña constituida en 2010 y dirigida a todas aquellas empresas que tienen el mercado infantil como su segmento principal.