

El “NeuroMarketing” es solo Ventas.

☒ Desde que leímos y publicamos nuestro primer análisis sobre el mal llamado “[NeuroMarketing](#)” en Abril del 2013, que tuvo en el voluble [Jurgen Klaric](#) a su máximo exponente público han pasado 04 años y el tiempo nos volvió a dar la razón, escribimos por aquel entonces:

“...el llamado neuromarketing es un atajo disfrazado de ciencia de la venta más brutal y recalcitrante, una apuesta por el endiosamiento del dinero a corto plazo a costa del bienestar del consumidor, una muestra más de los niveles de degradación a que está llegando nuestra profesión”.

Y en unos días, el 29 de Noviembre del 2017...

El mismísimo JK se presenta nuevamente con bombos y platillos autodenominándose “**El Mejor Vendedor del Mundo**” exactamente con las mismas imágenes que utilizaba el 2013 para hablar sobre “NeuroMarketing”, y de hecho, cualquiera que haya leído su libro sobre “NeuroVentas” notará que no hay ninguna diferencia con su discurso sobre “NeuroMarketing”.

¿Qué opinará al respecto la Dra. Liliana Alvarado de Marsano?, una de sus principales sponsors hace pocos años, ¿Qué tienen que decir los funcionarios del [CAMP](#)® que fueron los primeros en darle tribuna?, ¿Qué sienten los estudiantes de Marketing de la UPC y la UTP que fueron casi obligados – de hecho algunos siguen leyéndolo como parte de la currícula – a leer y defender sus postulados?, ¿Qué se siente que el máximo “*gurú del neuromarketing*” sea en realidad un vendedor neto y nato?.

Y descartemos del texto cualquier atisbo de menosprecio por los vendedores, simplemente remarcamos el hecho que estamos

frente a un “Gurú Pura Vida”, que no es lo que dijo que era. Una muestra que JK es simplemente un buen vendedor – eso de “mejor del mundo” es síntoma de baja autoestima – pero un pésimo profesional de Marketing es que es incapaz de seguir vendiendo, de volver a vender su “Neuromarketing”, ya fue, y lo sabe perfectamente.

¿Aprendizajes?

El Marketing tiene que desprenderse de una vez por todas de la parafernalia, del floro barato coloreado de tecno, de la pirotecnia, de humo y de los gurúes vestidos de negro. Dejen eso para la EXMA, dejen eso para los *marketeros*, hoy más que nunca, el Marketing necesita Mercadólogos, profesionales comprometidos con el consumidor, con la ética y con su profesión misma.

Invitamos cordialmente a la Dra. Liliana Alvarado de Marsano, a los promotores del CAMP y a Cristina Quiñones a que expresen sus opiniones ante tan camaleónico personaje. **¿Querrán sacarse selfies nuevamente con JK ahora que es el “Mejor Vendedor del Mundo”?**.

© Mercadeando S.A./ Centro de Innovación Tecnológica en
Marketing



Noviembre, 2017

Presidente: Luis Fernando Zelada Briceño

En esta nueva sección “Lo dijimos”, dejaremos evidencia de lecturas o apreciaciones que en algún momento hemos puesto por escrito en este Blog, que terminan

*concretándose o validándose o generalizándose
confirmando que no estábamos tan equivocados. Y no es
porque seamos expertos en “Cool
hunting”, »megatendencias” o cosas parecidas,
simplemente hacemos Marketing Estratégico, y como se
verá, tampoco lo hacemos tan mal.*