

Maestría en

MAESTRÍA EN NEUROMARKETING

**Trabajo de grado previa a la obtención
de título de Magíster en Neuromarketing**

AUTOR: Diana Carolina Dután Hernáez

TUTORES: Msc. Paúl Garcés Ruales
Mgtr. José Manuel Navarro

TEMA:

Implementación de herramientas de Neuromarketing impulsadas por IA para optimizar las estrategias de marketing digital de la empresa REBINDUC: un enfoque para captar clientes potenciales.

Resumen

El presente trabajo se enfoca en REBINDUC, una empresa con 17 años en el mercado nacional que brinda servicios de mantenimiento correctivo y preventivo para equipos como motores eléctricos, transformadores, generadores, entre otros. La empresa no solo busca ser líder en servicios industriales sino tener una comunicación bidireccional con el cliente, que le permita crear una experiencia personalizada y una mejor participación competitiva, mediante el asesoramiento técnico, que reduzca los costos en los que incurre el cliente cuando tiene una falla emergente y que le permita comprender la importancia de mantener una planificación de mantenimientos. Para lograr lo antes expuesto, es importante la implementación de herramientas de neuromarketing impulsada por IA con el fin de optimizar las estrategias de marketing y captar clientes potenciales de la empresa, permitiendo fortalecer su competitividad en el mercado y crear fidelidad del cliente. Se realizó el análisis del entorno y el análisis interno, donde se incorporó la matriz FODA y CAME, así como una explicación exhaustiva de su ventaja competitiva y estructura.

Para la recolección de datos se propone herramientas de neuromarketing impulsadas por IA como el uso de: GazeRecorder y Soovle, que cuentan con un seguimiento y medición según KPI's propuestos, así como un presupuesto designado para su correcto funcionamiento. Los datos obtenidos mediante la implementación de estas herramientas nos permitirán conocer el estado actual de la empresa, así como, obtener una visión más amplia respecto a las estrategias con el fin de lograr la participación proactiva del cliente con REBINDUC, que busca expandir su basa de datos y consolidar su liderazgo en el sector de servicios industriales.

Abstract

This work focuses on REBINDUC, a company with 17 years in the national market that provides corrective and preventive maintenance services for equipment such as electric motors, transformers, generators, among others. The company not only seeks to be a leader in industrial services but to have two-way communication with the client, allowing it to create a personalized experience and better competitive participation, through technical advice, which reduces the costs incurred by the client when there is an emerging failure and which allows them to understand the importance of maintaining a maintenance plan. To achieve the above, it is important to implement AI-driven neuromarketing tools in order to optimize the company's marketing strategies and attract potential clients, allowing it to strengthen its competitiveness in the market and create customer loyalty. An analysis of the environment and internal analysis were carried out, where the SWOT and CAME matrix were incorporated, as well as an exhaustive explanation of its competitive advantage and structure.

For data collection, AI-driven neuromarketing tools are proposed, such as the use of: GazeRecorder and Soovle, which have monitoring and measurement according to proposed KPIs, as well as a designated budget for their correct operation. The data obtained through the implementation of these tools will allow us to know the current state of the company, as well as, obtain a broader vision regarding the strategies in order to achieve proactive customer participation with REBINDUC, which seeks to expand its database and consolidate its leadership in the industrial services sector.