



emo insights
FEELINGS EXPERIENCE MANAGEMENT®

Referencia en Customer Experience, Experiential Marketing y Emotional Management

Insights Feed. Septiembre 2014

Emotion: The One Phenomenon you need to manage - EMO Insights publicará en la London Business School



Ya es una realidad empírica que las emociones generan valor en las empresas y que se deben destinar recursos para entenderlas, medirlas y gestionarlas, no solo desde la óptica del departamento de recursos humanos o de comunicación, sino desde la perspectiva de la dirección en general. EMO Insights, en la línea de seguir evangelizando al mundo empresarial, ha conseguido dar un paso más y ha sido reconocida en la prestigiosa [London Business School](#), a través de la publicación en su Business Strategy Review (BSR) con el artículo *An Emotional Business* este mes de septiembre, donde se podrá ver que las emociones son los mejores predictores de los comportamientos de los clientes.

Compartir  

Éxito del Estudio de Emociones en Banca de LATAM en el CLAB Panamá

Otras Noticias

EMO Insights apuesta por la tecnología como las Google Glass para la investigación experiencial.



Las soluciones tienen que estar adaptadas a los tiempos actuales y a la evolución tecnológica del mercado. Por ello, EMO Insights sigue apostando por la innovación, a través de herramientas como el neuromarketing, *face recognition*, aplicación de la psicología clínica a problemas organizacionales, etc. lo que le permite la optimización de muchos procesos empresariales así como la innovación en términos emocionales. El objetivo es conseguir resultados diferenciales ofreciendo servicios de valor añadido generados para los presentes y futuros clientes.

Neuromarketing aplicado al cine



Para comprobar si las emociones causan un impacto en el público y cómo afectan a los espectadores, la Universidad de Plymouth ha llevado a cabo un experimento en el que, a partir de las respuestas biológicas del público de una sala, un ordenador determinaba qué escena debía mostrar a continuación. Mediante la medición del ritmo cardíaco, las ondas cerebrales, la respiración pulmonar y la respiración muscular, se



El Customer Experience Management ha sido protagonista en [Panamá](#) a través de la ponencia: «FANScinar o perder clientes». La generación de defensores de la marca es una cuestión urgente en cualquier organización. Las emociones positivas que experimentan los fans hacen que se anulen los efectos de los procesos mal valorados por los clientes. La CEO & Partner de EMO Insights, Elena Alfaro, mostró datos empíricos de la importancia del manejo de las emociones en un sector que se ha tildado siempre de ser muy racional: el sector bancario. Durante la ponencia se mostraron datos de emociones y de la generación de fans en España, Panamá, Colombia y Ecuador.

- [Información y Adquisición Estudio LATAM 2015](#)

Compartir  



proyectaba una secuencia más reposada o una de mayor intensidad, dependiendo de la respuesta emocional de los individuos.

Facebook apuesta por las emociones



Las emociones son decisivas. Por este motivo, la red social Facebook modificó en secreto su algoritmo de difusión de noticias para investigar las emociones de sus usuarios. El objetivo del experimento, que se realizó del 11 al 18 de enero del 2012 con unos 700.000 usuarios anglosajones, consistía en determinar el «contagio emocional» entre individuos. Así, Facebook, en cooperación con científicos de las universidades de Cornell y de California, ambas en San Francisco, concluyó que los estados emocionales se pueden comunicar entre individuos sin necesidad de que interactúen en persona.



Contacto:

Pº de la Castellana, 153
28046 Madrid (España)
Telf. +34 915 670 777
Fax. +34 911 413 685

info@emoinsights.com



Enlaces de interés:



MARKETINGEXPERENCIAL.COM
principales páginas de referencia

MEET ALFARO
Blog de Elena Alfaro.
Experta en Customer Experience.



Este mensaje y cualquier documento que lleve adjunto son confidenciales y destinados únicamente a la persona o entidad a quien han sido enviados. Si Usted ha recibido este mensaje por error, le informamos que el contenido en el mismo es reservado y el uso no autorizado está prohibido legalmente, por ello, le rogamos que nos lo notifique al e-mail soporte@emoinsights.com.

No deseo recibir más newsletter de [EMO Insights](#)