



*Serviço de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas
Santa Catarina*



Neurobusiness:
como estudar a mente humana
pode trazer benefícios para
o seu negócio

INTRODUÇÃO

.....

Já pensou nas oportunidades que teria se pudesse entrar na mente do consumidor do seu negócio?

Se hoje empreendedores e profissionais de marketing se juntam na missão de descobrir os desejos mais íntimos do cliente e as abordagens que o aproximam da decisão de compra, os avanços da neurociência tornam realidade o que parecia impossível. Com o neurobusiness, criam uma nova dinâmica para o desenvolvimento de produtos e serviços, inovação e [processo de vendas](#).

Dedicamos este *e-book* para você que quer entender melhor as necessidades e anseios do seu público-alvo. Você vai conhecer o conceito de neurobusiness, entender melhor como funciona o cérebro e ainda conferir os benefícios de [criar um mindset de inovação](#). Boa leitura!

O que é neurobusiness?

É a aplicação da neurociência ao mundo dos negócios. Uma forma de estudar o comportamento da mente humana para alavancar os resultados de qualquer empresa.



A neurociência é o estudo de diferentes áreas do sistema nervoso. Engloba desde sua formação e estrutura até o funcionamento de certas partes do corpo humano, como cérebro e coluna vertebral, por exemplo. Confira seus cinco campos de estudo na tabela a seguir.

Campo de estudo	O que estuda
Neuroanatomia	A estrutura e as funções do cérebro, coluna vertebral e nervos periféricos externos.
Neurociência cognitiva	A capacidade cognitiva do ser humano, como o aprendizado e a memória.
Neurociência comportamental	O contato do organismo e de seus fatores internos com o meio e comportamentos.
Neurofisiologia	O funcionamento de diversas áreas do sistema nervoso.
Neuropsicologia	A interação entre os nervos e as funções psíquicas do organismo.

Consegue perceber qual desses campos de estudo tem maior relação com o entendimento do comportamento do consumidor?



Se pensou na neurociência comportamental, acertou!

Toda empresa depende dos cérebros que interagem com ela para **conquistar bons resultados**: colaboradores, consumidores, fornecedores e parceiros. Logo, estudar o comportamento da mente humana pode trazer uma série de benefícios para qualquer negócio. Por isso, é cada vez mais comum ouvir falar em **tendências** como neurobusiness e neuromarketing.

Qual a diferença entre neurobusiness e neuromarketing?

Com conceitos bastante parecidos e complementares, é comum a confusão entre ambos.

O neurobusiness une a neurociência aos negócios. Analisa os processos cerebrais para melhorar a forma com a qual uma empresa resolve problemas, inova, desenvolve novos modelos de negócio ou fortalece o seu posicionamento.

Já o neuromarketing realiza estudos para desvendar as reações cerebrais de pessoas que interagem com anúncios, marcas ou produtos. Com o uso de equipamentos adequados pode detectar até mesmo o motivo pelo qual o produto X arrepiou a pele do consumidor enquanto o Y não. Permite a identificação de percepções não expostas em palavras.

Ao longo deste e-book você vai entender melhor como a neurociência influencia a tomada de decisões e pode beneficiar a sua gestão, produtividade e **liderança** no mercado. Continue com a gente!



POR DENTRO DO CÉREBRO HUMANO

Para entender como funciona o cérebro humano e quais partes dele respondem às nossas razões e emoções é preciso saber também como se divide. Segundo o neurocientista Paul D. MacLean, criador da [Teoria do Cérebro Trino](#), ele é composto e interligado por três áreas distintas e independentes.

1. Cérebro racional ou neocórtex

Responsável pelo pensar, responde por decisões racionais e controla o nosso comportamento social.

2. Cérebro intermediário ou límbico

Responde por parte da memória e do aprendizado. É ativado por lembranças, sensações auditivas, degustativas, olfativas, táteis, visuais e símbolos.

3. Cérebro primitivo ou reptiliano

Responsável pela tomada de decisões, é a parte mais interna e primitiva do cérebro. Muito instintivo, é ativado pela dor, fome, medo, perigo, prazer, raiva ou sexo.

É importante saber!

- Enquanto os cérebros intermediário e primitivo continuam na ativa mesmo enquanto estamos dormindo, o racional só processa informações quando estamos conscientes. E como toda tomada de decisão acontece primeiro no nível emocional, despertar as emoções do público antes de apresentar argumentos racionais para que comprem um produto é sair na frente!
- Conversar primeiro com os cérebros intermediário e primitivo influencia as emoções de modo subconsciente e facilita a tomada de decisão. O mesmo vale para o momento de fechar um contrato importante ou estabelecer uma parceria.

Por que focar no cérebro primitivo vai fazer o seu negócio se destacar da concorrência?

Porque é do cérebro primitivo que os seres humanos fazem as suas escolhas.

Já ouviu falar que, hoje, as marcas que querem se sobressair não devem basear seus discursos apenas nos seus produtos e serviços? A neurociência explica: ligar histórias aos desejos dos consumidores é ativar o cérebro primitivo e compreender as necessidades do cliente.

- » Quer se destacar no mercado, atender às necessidades básicas humanas e fazer a diferença no mundo? Aproveite para conferir o curso online do Sebrae/SC: [6 necessidades do negócio – estratégias das grandes marcas](#), desenvolvido em parceria com a coach Vanessa Tobias e totalmente gratuito!



COMO O NEUROBUSINESS CONTRIBUI PARA A TOMADA DE DECISÕES

Quando aplicada ao mundo dos negócios a neurociência influencia desde a tomada de decisões pelo líder até o ambiente de trabalho.

O processo decisório movimenta o cérebro racional e o primitivo, por isso toda escolha ganha força depois que são trabalhadas as emoções e os instintos.

Um exemplo? A loja de produtos da Disney, localizada estrategicamente no final do trajeto pelo parque temático, depois que o cliente foi encantado pela marca. As chances de compra são muito maiores.

Criar conexões emocionais é facilitar as tomadas de decisões

O neurobusiness ajuda a mostrar para o seu cliente, colaborador ou parceiro que a sua empresa reconhece os desejos individuais dele e tem formas de auxiliá-lo. Uma abordagem muito mais empática do que ir direto ao ponto, forçar uma venda ou mudança. Concorda?

- » Quer criar um produto de interesse do mercado para aumentar as suas chances de sucesso? O Sebrae/SC preparou um curso online gratuito, em parceria com a ContaAzul, para te ajudar: [clique aqui](#) para saber mais!
- » Se quiser vender mais na hora certa a dica é aproveitar outro curso disponível em nosso site sobre [planejamento de vendas inteligentes](#).

Os benefícios da neurociência para o customer success

Lado a lado, os estudos do neurobusiness e neuromarketing contribuem diretamente para o *customer success* (sucesso do cliente). Favorecem a entrega de valor ao consumidor com a oferta de soluções e diálogos cada vez mais individualizados.

Quando desenvolvidos estrategicamente podem aumentar a permanência do cliente na empresa, promover a renovação de contrato, a troca de produto ou serviço por outro mais caro, a venda de itens complementares ou a recomendação de novos clientes.

Relembre o conceito

Customer success é quando o cliente consegue conquistar o que deseja a partir do relacionamento com a sua empresa.

Se baseia na ideia de que, hoje, as marcas não devem se preocupar apenas em dar suporte para o cliente ou fechar suas vendas, mas em garantir que o cliente obtenha êxito ao usar seus produtos ou serviços.

Uma responsabilidade que ganha uma importância ainda maior em um mercado cada vez mais competitivo. E que passa na frente do modelo tradicional de SAC (Serviço de Atendimento ao Consumidor) e suas falas decoradas.

Confira cinco atividades que fazem parte do trabalho de sucesso do cliente.

**Retenção:**

esforços realizados para manter o cliente na empresa.

**Renovação (renewal):**

renovar o contrato para uso de um produto ou serviço que a companhia oferece.

**Upgrade ou upsell:**

sugere a troca de um produto ou serviço mais básico e barato por outro mais avançado e mais caro.

**Crossselling:**

oferece produtos ou serviços complementares ao cliente antes ou depois da compra.

**Referral:**

atrai novos clientes por meio da recomendação de clientes fiéis.

E para melhorar o clima do ambiente de trabalho

Na resolução de conflitos corporativos, a neurociência também aparece em programas de neurocoaching e neuroliderança quando promove uma [percepção dos colaboradores](#) sobre pontos a serem melhorados. Oportunidades para que possam entender como funcionam seus processos emocionais e o cérebro e medir o impacto de suas atitudes para melhorar a relação com os outros.

É por isso que ambientes informais, onde as pessoas convivem pacificamente, tendem a ter colaboradores mais satisfeitos e criativos. Emoções positivas como a alegria liberam neurotransmissores que favorecem esse cenário. Já ambientes em que predominam sentimentos como medo e estresse levam funcionários à desmotivação e falta de foco.

Uma tendência que veio para ficar!

- » Até 2021 cerca de uma em cada quatro grandes companhias norte-americanas deve adotar técnicas de neurobusiness para melhorar a liderança, inovar e ganhar agilidade. A [estimativa](#) foi dada por Srini Pillay, professor da Universidade de Harvard e especialista em neurobusiness, em entrevista à Folha de S. Paulo.

10 PRÁTICAS QUE PODEM BENEFICIAR OS NEGÓCIOS

.....

Confira algumas dicas para aplicar o neurobusiness no seu dia a dia. *Hacks* que podem melhorar os negócios e até mesmo influenciar pessoas.

1. Sinta

Como primeiro sentimos e depois pensamos, é preciso ter em mente que o sentimento acontece antes do racional. Lembrar que as pessoas agem conforme o que sentem é um passo importante para tomar decisões com empatia.



Curiosidade

Quer ver um bom exemplo sobre sentir antes de pensar? O pastel de feira.

Segundo uma [pesquisa](#) realizada por Marcelo Peruzzo, maior autoridade em neurobusiness da América Latina, o tradicional alimento não é comprado pelo sabor e sim por proporcionar uma sensação de bem-estar do passado e também a recordação de alguém querido.

2. Durma bem

Uma boa noite de sono impulsiona a produção de células no cérebro e a produção do hormônio do sono: melatonina, uma substância que atua como um antioxidante no organismo, combate os radicais livres e ajuda a reduzir a ansiedade.

3. Faça exercícios físicos

Praticar exercícios físicos regularmente melhora a cognição, a neurogênese e desacelera o envelhecimento.

4. Crie competições saudáveis

Reunir os colaboradores para participar de competições é uma forma de aumentar o engajamento deles na empresa. Esse é o motivo que fez com os *Hackathons* – eventos em que equipes precisam resolver um único problema – ficassem tão populares na área de tecnologia.

5. Conte uma boa história

O *storytelling* pode ser usado tanto na publicidade e no marketing como dentro do cenário corporativo. É uma técnica poderosa que consiste em contar uma história para atrair a atenção de alguém, seja o seu colaborador, fornecedor ou cliente.

Facilita a compreensão da mensagem a ser transmitida ao criar uma conexão com quem está recebendo. Por isso, o seu [conteúdo](#) é mais facilmente lembrado.

Pode ser usado para beneficiar o seu negócio nas mais diversas situações, como na apresentação de um relatório gerencial ou ao se comunicar com o seu público-alvo, por exemplo.

6. Tente um posicionamento diferente

O que o seu consumidor mais quer é encontrar algo que faça sentido para ele e que as marcas com as quais interage consigam fazê-lo se sentir especial.

7. Tenha atenção redobrada com o visual

Dizem as pesquisas que uma pessoa consegue lembrar muito mais de imagens do que de textos. No entanto, cuidar da comunicação visual que o seu negócio transmite é fundamental para ser visto com bons olhos no mercado.

8. Entenda o seu público-alvo

Conhecer os anseios, desejos e necessidades do público-alvo da sua empresa faz toda a diferença na hora de direcionar soluções que atendam ao que precisam.

» Não sabe ao certo como começar a investigar quem é seu público-alvo? Não se preocupe que a gente pode ajudar! Acesse o curso online: [Segmentação de mercado – estratégia inteligente em tempos de crise](#).

9. Estabeleça quais são suas prioridades

Como empreendedor, concentre o seu foco e a sua energia nas coisas mais importantes. Decisões menos importantes podem ser delegadas para os seus colaboradores ou até mesmo reprogramadas.

10. Conte com a ajuda de aplicativos

Aplicativos de organização e assistentes pessoais certamente podem ajudar você tanto na sua vida profissional como na pessoal. Aproveite esses recursos para potencializar a sua produtividade diariamente!



15 VIESES COGNITIVOS EMPRESTADOS DO NEUROMARKETING

.....

Já percebeu que muitas vezes somos levados a tomar decisões precipitadas para economizar energia mental? Como o ser humano precisa lidar diariamente com uma enxurrada de informações e estímulos, o cérebro desenvolveu atalhos mentais chamados de vieses cognitivos. Tornam o pensamento mais rápido, instintivo e otimizam recursos cognitivos que podem ser usados em tarefas mais importantes.

Confira os principais deles e como influenciam a mente do consumidor

1. Ancoragem

Se uma expressão popular pudesse descrever a ancoragem seria: “A primeira impressão é a que fica”. Torna as pessoas mais dependentes da primeira informação ou impressão que elas têm para a tomada de decisão.

2. Aversão à perda

Também chamado de Efeito do Dote consiste em um atalho mental que mostra que preferimos evitar perdas do que focar em prováveis ganhos. Um exemplo? Pessoas que não investem na Bolsa de Valores por medo de perder dinheiro.

3. Avestruz

Acontece quando tomamos a decisão de ignorar informações negativas ou perigosas. Como se enterrássemos a cabeça na terra como faz o avestruz.

4. Conformidade

Baseia-se na ideia de que as escolhas dos grandes grupos de pessoas influenciam diretamente a forma como pensamos. Também é conhecido como Efeito Manada.

5. Conservadorismo

Pressupõe que precisamos “ver para crer”, como diz outra expressão popular.

6. Efeito placebo

Quando você acredita que algo irá surtir um determinado efeito e isso realmente acontece. Um método usado por médicos que dão falsos comprimidos para tratar doenças que pessoas acreditam ter e, por isso, apresentam o efeito esperado.

7. Escolha solidária

É sentir confiança e ser excessivamente otimista em relação a algo ou alguém, mesmo que tenha falhas.

8. Estereótipos

Esperar que uma pessoa tenha certas características para classificá-la como pertencente a um determinado grupo mesmo sem saber se ela as tem.

9. Heurística

Atalhos mentais que superestimam informações disponíveis. Com base em conhecimentos próprios ou sobre o que outras pessoas dizem, criamos as nossas verdades.

10. Ilusão de agrupamento

É a tendência de ver padrões em dados ou eventos aleatórios. Em outras palavras: enxergar coincidências onde elas nem sempre existem.

11. Informação

A busca excessiva por informações mesmo quando elas não são úteis e não vão trazer melhores resultados.

12. Percepção seletiva

Quando criamos percepções baseadas em nossas próprias expectativas.

13. Ponto cego

Ver nos outros os pontos positivos ou negativos que não conseguimos reconhecer em nós.

14. Pró-inovação

Defender uma inovação sem dar atenção à limitação que ela pode representar.

15. Resultado

Julgar que uma decisão foi certa ou errada olhando apenas para o resultado proporcionado no momento.



Dica!

Ter em mente os vieses cognitivos e percebê-los no comportamento dos outros é uma forma interessante de aprofundar conhecimentos sobre a neurociência aplicada aos negócios. Afinal, impactam diretamente o processo de tomada de decisão.

BENEFÍCIOS QUE AS EMPRESAS CONQUISTAM COM O USO DO NEUROBUSINESS

.....

A partir do entendimento da mente humana é possível aprimorar os relacionamentos interpessoais, os processos internos e externos, a produtividade e, inclusive, o ambiente de trabalho. Veja a seguir os benefícios de mudar o mindset do seu negócio.

- **Aumenta a eficiência em treinamentos corporativos**

Considerando que o aprendizado neurológico é formado por quatro etapas é preciso respeitá-las. São elas: aquisição de dados, informação, conhecimento e saber.

Na primeira, os dados são recebidos. Na segunda, repetidos. Na terceira, o significado é compreendido. E, por fim, na quarta e última etapa, o conhecimento é gravado em células e não mais esquecido. Por isso, com a ajuda do neurobusiness os treinamentos corporativos podem ser muito mais emocionantes, instigantes, curiosos e motivadores.

- **Reduz conflitos**

A partir do entendimento de que cada pessoa tem um ciclo máximo de concentração de 15 minutos muitos conflitos desnecessários podem ser evitados.

Segundo especialistas, o sistema nervoso recebe 400 milhões de bits por segundo e só 2 mil deles são liberados para o cérebro. Ou seja, é fato que existirão informações perdidas pelo caminho.



- Melhora a produtividade

Com o estudo da cronobiologia é possível descobrir exatamente em quais períodos do dia somos mais produtivos. Uma ramificação da neurociência que identifica os horários em que o organismo consegue desempenhar melhor atividades físicas e mentais.

De modo geral, os picos acontecem entre 6h e 10h e entre 16h e 20h. Já as maiores quedas, após as refeições, no período pós-prandial, quando o corpo foca seus esforços na digestão dos alimentos ingeridos.

- Permite uma melhor gestão do tempo

Quando uma pessoa tem expectativa sobre uma mudança tende a ficar reativa e a ter dificuldades para processar informações. Só volta ao normal se sentir segurança para tal.

No meio corporativo, estabelecer prazos ajuda a descomplicar a situação e a melhorar a **gestão do tempo**. Saber identificar um colaborador reativo e com alta expectativa sobre algo permite um trabalho focado na redução da ansiedade.

- Torna o ambiente de trabalho mais saudável

A neurociência mostra que o cérebro leva um tempo para se adaptar a mudanças, por isso quando muda a gestão ou processos a produtividade cai. Sai na frente a liderança que tiver consciência sobre isso e souber orientar os colaboradores para melhorar o ambiente de trabalho.



Dica!

Estudar a neurociência vai ajudar você a entender melhor como funciona o cérebro das pessoas que interagem com o seu negócio e até mesmo a exercitar a empatia. Ao se colocar no lugar delas fica muito mais fácil encontrar soluções para novos desafios. Concorda?



COMO IMERGIR NO UNIVERSO DO NEUROBUSINESS

.....

Como até hoje pesquisadores do mundo inteiro continuam estudando e descobrindo cada vez mais sobre o funcionamento do cérebro humano, a neurociência está em constante atualização. Por isso, é importante estar antenado para aproveitar todo o potencial do neurobusiness em favor da alta performance nos negócios.

Para ajudar você a imergir ainda mais no universo do neurobusiness selecionamos algumas dicas de leitura como *sites* e livros sobre o tema. Fique por dentro!

4 leituras obrigatórias para quem quer desvendar os mistérios do comportamento humano para alavancar os negócios



#1 Instituto Brasileiro de Neurobusiness

É o primeiro instituto do Brasil dedicado à pesquisa e desenvolvimento em neurobusiness. Com um moderno laboratório e equipamentos de ponta, é formado por profissionais multidisciplinares que ajudam a promover estudos, divulgar e colaborar com a comunidade científica internacional.

Site: <http://neurobusiness.com.br>



#2 Livro Mentes Poderosas

Escrita por Matthew MacDonald, a obra explica porque o cérebro é responsável por tudo o que acontece no dia a dia. Fundamentada na neurociência, na psicologia, na nutrição e na sabedoria, é um guia para quem quer usar o cérebro com mais eficiência.



#3 E-book Neurobusiness Complete Self-Assessment Guide

No livro eletrônico, o autor Gerardus Blokdyk responde a uma série de questões sobre neurobusiness com o objetivo de causar no leitor uma autoavaliação sobre como aproveitar seus benefícios da melhor forma.



#4 Livro Ask.Brain

Com perguntas e respostas sobre a neurociência e seus impactos na vida das pessoas, a obra tem a autoria de Marcelo Peruzzo: idealizador do primeiro mestrado e doutorado em neuromarketing da América Latina.

Dica extra: Neurobusiness Summit

O mais importante evento de neurobusiness da América Latina é realizado pelo Instituto Brasileiro de Neurobusiness. Um evento estratégico para quem reconhece o valor competitivo de entender o comportamento humano.

Site: <http://summit.neurobusiness.org>

CONCLUSÃO

.....

Preparado para transformar o seu negócio com o potencial do neurobusiness?

Em um mercado cada vez mais complexo e competitivo estar aberto a estudar o comportamento humano se torna um fator de sobrevivência. Como você pode perceber com a leitura deste e-book, o neurobusiness vai mudar profundamente a forma com a qual faremos negócios no [futuro](#).

Entender os desejos e necessidades de pessoas imersas em uma sociedade em constante mudança é economizar tempo e dinheiro. Concorda que com o uso de estratégias e ferramentas inovadoras é muito mais fácil chegar aos resultados esperados? Então esperamos que essa leitura possa ter despertado em você a vontade de continuar aprendendo e inovando a forma de fazer e gerenciar negócios.

Quando você sai da zona de conforto, o seu cérebro potencializa as conexões entre neurônios e progride ainda mais. Esperamos que possa extrair a melhor versão de si mesmo tendo o neurobusiness como aliado.

Continue de olho nas tendências do seu mercado

No [Sistema de Inteligência Setorial do Sebrae/SC](#) você encontra casos de sucesso, dados sobre potencial de mercado, relatórios de inteligência sobre as principais tendências do mercado e muito mais!

Veja também alguns cursos online que podem ser úteis para que possa oferecer as melhores experiências para os seus colaboradores e clientes:

- [Atendimento e relacionamento com o cliente](#)
- [Como a gestão de pessoas impacta as organizações](#)
- [Liderança, comunicação e relacionamento interpessoal](#)
- [Marketing digital – relacionamento com clientes atuais e potenciais](#)

Quer dar um novo passo no seu negócio, mas tem dúvidas sobre como proceder?

Os consultores do Sebrae/SC estão sempre prontos para esclarecer as suas dúvidas e ajudar a aumentar a competitividade do seu negócio. O atendimento é gratuito e focado em micro e pequenas empresas ou pessoas que sonham em empreender. Se preferir, agende uma consultoria online para falar com a nossa equipe de onde estiver.

» Clique [aqui](#) para solicitar uma consultoria com a gente.



Central de Atendimento SEBRAE
Soluções Presenciais 0800 570 0800
Soluções Online 0800 643 0401
Analista de Informações: Renata Magalhães
Supervisor do conteúdo: Leandro Silveira Kalbusch
Fotos: Shutterstock

www.sebrae-sc.com.br

