



# INDICE

<b>Prefacio .....</b>	<b>11</b>
<b>Prologo .....</b>	<b>15</b>
<b>Capítulo1: ¿Sabes cómo piensan las mujeres? .....</b>	<b>19</b>
1. Esas marcas vetustas, que no vintage .....	20
2. No es cuestión de sexo, sino de neuronas: diferencias entre mujeres y hombres .....	22
3. Todos hemos sido mujeres al inicio de nuestra vida .....	29
4. Conectada, rápida y multitasking, ¿es sinónimo de mujer? .....	30
5. De la madre naturaleza a la conciencia. Diferencias cognitivas .....	32
<b>Capítulo 2: Woman marketing y Neuromarketing .....</b>	<b>35</b>
1. Las mujeres no quieren solo una noche .....	39
2. ¿Por qué hay que reinventar el marketing para ellas? .....	48
3. La palabra prohibida: hormonas .....	57
<b>Capítulo 3: Neurocomunicación: Descubre los mensajes que triunfan en Publicidad .....</b>	<b>69</b>
1. Estrategias de comunicación para llegar a nuestra mente .....	71
2. Una sonrisa neurocomunicadora, ¡por favor! .....	73
<b>Capítulo 4: Neuroeconomía: ¿Gastas o Malgastas el dinero? La economía del Prozac .....</b>	<b>95</b>
1. ¿Gastas o malgastas el dinero? .....	95



2. Neuroeconomía y cerebro racional .....	98
3. Los tres cerebros en las decisiones económicas .....	100
4. Neuroeconomía vs neuromarketing: la guerra de egos .....	103
5. Los placeres de la vida no son solo el dinero .....	109
6. Consumo racional o irracional <i>that's the question</i> .....	110
7. Neuroeconomía y la economía del Prozac .....	113
8. La psicología de los precios .....	117
9. ¿Cómo se comportan las mujeres con el dinero? .....	121
<b>Capítulo 5: Millenials, Teenagers, Seniors y Mujeres en la compra/de compras .....</b>	<b>129</b>
1. La tienda de barrio ha muerto, viva el centro comercial o el Smartphone ..	132
2. El mundo de Internet y la compra online .....	136
3. El hombre que ofreció la manzana del pecado: Apple .....	142
4. Tendencias de compra de productos (según sexos) .....	146
5. ¿Cómo compran las mujeres online? .....	149
6. Lara Croft y el espíritu explorador de las mujeres .....	152
7. El neuromarketing online y el diseño de páginas webs de éxito .....	153
8. Webs femeninas que más gustan a mujeres .....	160
<b>Capítulo 6: Seduce a través del Marketing sensorial en los Negocios ..</b>	<b>163</b>
1. La conquista de tus deseos pasa por neurocomunicar bien .....	163
2. La importancia del sensory marketing en el punto de venta .....	164
3. Estrategias actuales de venta a través del sensory branding .....	168
4. Los arquitectos de las sensaciones .....	171



5. Activándote el punto de venta .....	174
6. Caso: Abercrombie y el éxito de la eterna juventud .....	180
7. El marketing sensorial para mujeres .....	182
8. La seducción de los aromas .....	183
9. La estrategia del sector Women Luxury .....	184
10. Cuando las latas de sardinas soñaron con convertirse en <i>delicatessen</i> de lujo asequible .....	194
11. Comunicación a mujeres. Productos de éxito y claves para el desarrollo de una buena estrategia de marketing de la experiencia .....	195
<b>Capítulo 7: ¿Y mis sentidos, de verdad, están en mi cerebro? Mapas cerebrales .....</b>	<b>201</b>
1. Los odotipos y los colores, ¿para que se emplean? .....	202
2. Descubrimos el mundo a través de nuestros ojos .....	203
3. ¿Qué nos seduce de los aromas? .....	233
4. Sonidos que cautivan tus oídos como las sirenas .....	244
5. ¿De qué nos sirve tener tacto en la vida? .....	247
6. ¿Para qué tener gusto por la vida? .....	250
<b>Capítulo 8: El siglo de los neuroeconomistas, empresarios y líderes con tacones .....</b>	<b>251</b>
1. Tacones y baño privado en la planta 45: el <i>Management</i> y <i>Networking</i> femenino .....	253
2. Neurociencia de la imagen personal, ¿cómo nos ven los demás? ...	256
3. ¿Las guapas son tontas y las feas inteligentes? El efecto halo de belleza .....	260
4. Los cuentos mágicos de la abuela: StoryTelling Angela Arendths	



Burberry .....	261
5. ¿Cómo multiplicar la neuromotivación hacia tu sueño? .....	263
6. El networking y las relaciones públicas. Estrategias 3.0 .....	268
7. <i>Modus operandi</i> básico de las mujeres .....	277
8. Objetivos del <i>networking</i> .....	278
<b>Capítulo 9: Neuromanagement inteligente: Claves del Liderazgo Femenino .....</b>	<b>289</b>
1. Claves de liderazgo femenino en busca de un cambio de dirección ...	292
2. Decálogo del liderazgo femenino .....	293
3. Estilo de dirección en femenino .....	295
<b>Capítulo 10: Neuroalimentación y neuromarketing gastronómico descubre los beneficios para tu cuerpo y mente .....</b>	<b>299</b>
1. ¿Cómo conservar un cerebro joven? Multiconsejos .....	316
2. Las dietas saludables para el cuerpo y la mente de las mujeres del siglo XXI .....	324
<b>Entrevistas a Directivos y Expertos de éxito Retail, Woman Marketing, Neuromarketing y Neuromanagement .....</b>	<b>333</b>
Antonio Posadas, diseñador de moda .....	335
Beatriz Navarro, directora de marketing de Fnac .....	339
Candance Johnson, Consejera delegada de EDHC .....	345
Carmen M. García, Directora y fundadora de Madrid Woman's Week .....	349
Catalina Hoffman, Fundadora y Vitalia .....	353
Cristina Castañer, Consejera Delegada y Directora de Marketing e imagen de la marca .....	357



Dan Ariely, Referente mundial en Neuroeconomía Comportamental. Catedrático de psicología y conductas económicas en EEUU .....	361
Elena Alfaro, CEO & Partner de EMO Insights líder en Customer Experience, Experiential Marketing y Emotional Management .....	367
Elena Jori, Directora de Comunicación y Marketing de The Royal Bank of Scotland .....	373
Esther Santos, Consejera Delegada de las marcas internacionales DNI MAKE UP y DNI SCHOOL .....	377
Gemma Calvert, Fundadora y CEO de Neurosense Limited & CEO Neurosense Asia-Pacífico, Profesora de Marketing en la Universidad Nanyang Business School, NTU, Singapur .....	383
Giovanni Vecchiato, Neurofisiólogo Investigador Asociado en Departamento de Fisiología y Farmacología de la Universidad Sapienza de Roma .....	387
Inés Andrade Moreno, Directora General de Altamar Capital .....	391
Jorge Segado, Director General Portal Enfemenino.com .....	395
Katharina Miller, Presidenta de Paridad en Acción .....	399
Laure Pelloux Crepy, Directora de Marketing en Adolfo Domínguez .....	403
Lorena Rienzi, Business Manager Overlap Barcelona & Executive Coach .....	407
María Benjumea, Presidente de Spain Startup & Investor Summit .....	411
María Gómez del Pozuelo, Cofundadora y CEO de Womenalia.com .....	415
María López, Directora y fundadora de la empresa de tecnología y neurociencia BitBrain .....	419
Marisa Toro, Directora de Comunicación y Asuntos Públicos en Google para España, Portugal .....	423
Mónica Mendoza, Directiva, fundadora y formadora en la consultora de ventas Energivity Consulting .....	427



Mónica Vázquez, Directora socia en MV Executive Search .....	431
Noelia Fernández, VP editorial de Yahoo EMEA, LATAM y Canadá .....	435
Pilar Jurado, Soprano, compositora, profesora, actriz y directora de orquesta .....	439
Roberto Verino, diseñador de éxito internacional insignia de la moda española .....	443
Roxanne Varza, Directiva de Startup Lover @ Microsoft Europe, Bizpsark y responsable de Spark una aceleradora las alianzas de Microsoft con Startup ....	447
Samary Fernández Feito. Directora de Marketing y Desarrollo de Negocio en el Area de Lujo de Revistas y Suplementos en Unidad Editorial .....	451
Susana Burgos, Fundadora y Directora en Portavoces .....	455
Susana Campuzano, Directora del Programa Superior de Dirección y Gestión Estratégica del Universo del Lujo en el IE Business School .....	459
Susana Martínez-Conde, Directora del laboratorio de Neurociencia Integrativa en la Universidad Estatal de Nueva York en EEUU .....	463
Zulmarie Padín, conocida como la “Coach para tu éxito” en el Show de Televisión, “Un Nuevo Día” del canal Telemundo .....	467
<b>Aplicaciones interesantes, divertidas y gratuitas para la mujer .....</b>	<b>471</b>
<b>Glosarios Women Marketing .....</b>	<b>475</b>
<b>Referencias .....</b>	<b>489</b>