vinetur

La experiencia enoturística de Abadía Retuerta “emociona” según Sociograph Neuromarketing

Alumnos de la Facultad de Comercio de la UVa se someten al experimento de la empresa líder en neurociencia

jueves 21 de abril de 2016



Abadía Retuerta, bodega líder en el sector del Enoturismo desde los años 90 por la calidad y exclusividad de las experiencias únicas que ofrece a los visitantes, ha recibido a los alumnos de la Facultad de Comercio de la Universidad de Valladolid (UVa) y a los profesionales de Sociograph Neuromarketing, empresa de Castilla y León adalid en

estudios del comportamiento del consumidor (neurociencia). La finalidad de esta visita ha sido la de conocer, por medio de las sensaciones experimentadas por los alumnos, qué partes de la visita "tipo" de Abadia Retuerta emocionan más al visitante.

Así, en el experimento en el que han participado 25 personas, 20 alumnos, 3 profesores y 2 miembros de Sociograph y que ha durado algo más de tres horas, los estudiantes han sido monitorizados a través de unos brazaletes tanto durante la visita a la finca y bodega en land rover 4x4 como en la posterior cata de vinos para ir midiendo que es "lo que más emociona".



Enrique Valero, Director General de la bodega de Sardón de Duero, ha explicado durante el experimento: "en las Experiencias Únicas de Abadía Retuerta lo que prima por encima de todo es la atención personalizada y minuciosa del cliente, buscando momentos especiales e inolvidables. Poder comprobar todo ello científicamente con Sociograph Neuromarketing ha sido una gran experiencia y nos anima a seguir mejorando los detalles de nuestra visita".

Por su parte la responsable de Ventas de Sociograph Neuromarketing, Nuria Barcia, se ha mostrado muy satisfecha tanto por la organización como por el desarrollo de la actividad y ha valorado el interés de Abadía Retuerta por la neurociencia y lo que

representa de cara a la innovación. "Que una bodega como ésta, con su prestigio y su tradición, apueste por técnicas neurocientíficas significa que cuenta con un alto grado de compromiso con sus clientes, por ofrecerles una gama de productos de la más alta calidad", ha asegurado al tiempo que ha puntualizado que Abadía Retuerta también manifiesta su apuesta por el I+D+i. "A través de herramientas que pueden ofrecerle una ventaja competitiva, un valor añadido, que la diferencie de la competencia, y este plus es lo que aporta Sociograph Neuromarketing", ha concluido.

Sociograph Neuromarketing

Sociograph Neurmomarketing es una firma internacional que está presente en Palencia, México y Valladolid, pues la sede de investigación reside en la Facultad de Comercio de la UVa. Su labor consiste en medir el nivel de atención y de emoción que produce cualquier estímulo (spot publicitario, campañas gráficas, conducción de vehículos, catas de producto en vivo....) y reportarlo al cliente.