



MÁRKETING Y PUBLICIDAD

# Magia para directores de márketing sin varita

**TRUCOS PARA IMPRESIONAR/** Pablo Neira, publicista y mago, aúna las mejores ideas de cada profesión para hacer que el consumidor actúe en el teatro de las marcas.

LJunco. Madrid

“La magia es el arte de entender la mente del ser humano. El márketing es el arte de entender la mente del consumidor”, explica Pablo Neira, publicista y mago, que ha encontrado la correlación entre sus dos pasiones. “El secreto de la magia es distraer la mente humana del misterio del mago, mientras que el márketing consiste en atraer esa mente hacia el producto”, explicó Neira, también productor de eventos corporativos, en una actuación que impartió en el Instituto de Empresa.

Según Neira, que ha trabajado en agencias como McCann Erickson, D'Arcy y Toro Fischer, entre otras, la palabra *magia* incluye la esencia del márketing. La *m* del momento único, inigualable e irrepetible de desarrollo de una enseña; la *a* de actuación que lleva a cabo la empresa, donde el márketing es el teatro y el producto, un escenario; la *g* de la gente que compra y se impresiona con el producto; la *i* de ideas e imagi-

**Según Neira, “el márketing es el teatro y el producto es el escenario en el que se desarrolla”**



Trident, Coca-Cola, Apple y Virgin, entre otras, son marcas mágicas.

nación en un producto; y la *a* de acción o reacción, cuando se encuentra con el artículo en el punto de venta.

El 80% de las marcas nace y muere cada día, porque no se han basado en una idea innovadora que atraiga al consumidor mediante un mensaje lúdico e impactante. Algunos magos del márketing han conseguido que su enseña

permanezca en el tiempo con éxito, siendo su único secreto saber crear una marca con magia, como Steve Jobs, creador de Apple, Walt Disney y Richard Branson, propietario de Virgin, “que ofrecen experiencias mágicas entre el consumidor y sus productos o servicios”.

Pero no todos los directores de márketing tienen una vari-

ta que haga de una enseña un buen producto. La única magia con la que cuenta son las ideas, que hacen que los clientes vean cosas diferentes.

## La actuación

En este sentido, Neira explica que una campaña es como un truco de magia. Consta de tres actos: el primero es la presentación, cuando el mago muestra algo aparentemente normal, que luego no lo es. En el márketing, se presenta un producto más en un mercado, en el que hay que demostrar luego que es diferente. En el segundo acto, la actuación, hay que transformar lo normal en algo extraordinario, como hace una marca con un producto. El tercer acto de un mago siempre es el prestigio de saber que los ojos verán algo que no han visto jamás. “Y a eso es a lo que tiene que tender cualquier producto”. Sus consejos: “Haz que la audiencia participe en el acto, porque la emoción crea lealtad, mientras que la razón saca conclusiones”.

**“La magia es el arte de entender la mente humana y el márketing es entender la del consumidor”**