



Neuro-writing: le 7 tattiche per entrare nella mente dei clienti scrivendo

Corso on line per apprendere le tecniche, fondate su alcuni fondamentali aspetti psicologici, utili per creare contenuti che catturano l'attenzione, suscitano emozioni e ottimizzano la comunicazione

Il corso è fruibile in modalità live streaming

Comodamente seduto al tuo Pc, potrai partecipare alla diretta on line e interagire con il docente, come se fossi in aula

DOVE E QUANDO

CORSO ON LINE

Data: 30 gennaio 2024

Ore: 9-13

DURATA

4 ore

QUOTA DI ISCRIZIONE

PREZZO IVA ESCLUSA

200 € (+Iva 22%)

- In caso di iscrizioni aziendali multiple, è previsto uno **sconto del 10%** a partire dalla seconda quota di partecipazione



PRESENTAZIONE DEL CORSO

Il **neuro copywriting** è una disciplina che combina principi di neuroscienze, psicologia e marketing per creare contenuti scritti più interessanti e originali, rimanendo autentici e senza intenti manipolatori.

Questo laboratorio pratico non vuole proporre una scrittura “persuasiva”, ma l’uso consapevole di tecniche fondate su alcuni fondamentali aspetti psicologici, utili per creare contenuti che catturano l’attenzione, suscitano emozioni e ottimizzano la comunicazione.

In questo modo si può comunicare in modo più efficace, per scrivere annunci pubblicitari, newsletter, e-mail di vendita o di marketing, oppure contenuti per il sito e i social media.

Il fine è un maggiore coinvolgimento del lettore per suscitare l’attenzione e stimolare l’interazione, nel rispetto dell’oggettività e dell’etica.

CONTENUTI

- Numeri: quando e come usarli, interi o arrotondati, pari o dispari
- Gli aggettivi che implicano benefici
- Le domande (che stimolano interesse e azione): le 5 W e le 2 H
- La regola del 3: il potere delle alternative
- Il dialogo argomentativo – secondo il metodo socratico, utile per guidare il cliente nella valutazione
- La scelta delle parole: linguaggio positivo, sensoriale, orientato all’azione
- La negazione – pro e contro: quando serve, quando no

Esercitazioni: per ogni tattica verrà fornito un esempio negativo e uno positivo; il partecipante dovrà poi elaborare i suoi testi scritti.





LA DOCENTE

Cristina Mariani

Professore a contratto presso il Master "Account & Sales Management" per l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano. Consulente e docente, supporta le aziende in area commerciale (marketing, vendite, customer experience, business writing) oltre che per pricing e controllo del cash

flow.

Laureata con lode in Economia (Università Bocconi di Milano) con specializzazione Amministrazione e Controllo, imprenditrice per 15 anni, libera professionista dal 2005. Autrice di 7 libri tra cui *Pricing – Come gestire l'aumento dei prezzi* (2022). Giornalista pubblicista iscritta all'Ordine dei Giornalisti della Lombardia e Direttore editoriale della collana "Impresa Diretta" per la casa editrice Franco Angeli.

in

