



Neurobranding

Corso on line per apprendere come creare prodotti e servizi che rispondano alle esigenze degli utenti in modo efficace, sfruttando le conoscenze sulla neuroscienza

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: 31 maggio 2023

Ore: 14-18

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

In che modo le neuroscienze possono essere applicate all'economia e al branding? Quali sono i principi del comportamento dei consumatori e come possono essere misurati? Questo corso si concentrerà sulle modalità attraverso cui il branding può essere collegato ai concetti di esperienza emotiva, etica e persuasione.

COSA IMPARERAI

Con questo corso avrai la possibilità di:

- Apprendere il funzionamento del cervello del consumatore di fronte ad una scelta;
- Scoprire come è possibile persuadere eticamente un consumatore ad agire;
- Comprendere come creare una comunicazione efficace per il cervello del tuo cliente.

PERCHÉ SCEGLIERE QUESTO CORSO

Il nostro corso si concentra sui cambiamenti che sia in ambito B2B che B2C stanno coinvolgendo i comportamenti di scelta e acquisto di un servizio o di un prodotto.

Da un lato, i decision-maker ed i consumatori si stanno adattando alle nuove circostanze economiche, modificando le loro aspettative e il comportamento di acquisto. Dall'altro, stanno cambiando il modo in cui socializzano, comunicano, raccolgono informazioni, fanno acquisti e interagiscono con gli altri. Sebbene la tecnologia faciliti questi cambiamenti, l'essere umano rimane al comando (anche nel B2B), quindi dobbiamo capire più a fondo il modo in cui pensa e prende decisioni.

Non possiamo accontentarci di osservare questo cambiamento di comportamento, ma dobbiamo chiederci: perché sta cambiando? Perché vengono fatte determinate scelte? Perché alcuni brand hanno successo mentre altri no? Cosa guida le scelte e gli acquisti? E perché alcuni messaggi pubblicitari sono accettati, mentre altri no?

Fortunatamente, il progresso delle neuroscienze ci ha fornito informazioni preziose per rispondere a queste domande. Sappiamo molto di più sulla nostra mente, il suo funzionamento e sui fattori che influenzano le scelte del

consumatore. Solo dopo aver compreso tutto questo possiamo migliorare l'efficacia della comunicazione e del marketing.

PROGRAMMA DEL CORSO

- Neurobranding: introduzione
- Entriamo nelle neuroscienze & applichiamo al branding
- Come funziona il nostro cervello
- Creare messaggi che siano memorabili
- Come raccontare i valori di un brand
- Le emozioni, come utilizzarle nel B2C & nel B2B
- Bias cognitivi, cosa sono e perché sono importanti?
- L'attenzione, come catturarla
- Messaggio persuasivo, essere seducenti nel B2C & nel B2B

OBIETTIVI

Capire come utilizzare le neuroscienze per creare un branding etico e convincente: comprendere come sia nel B2B che nel B2C le aziende possono ottenere un posizionamento allineato con i propri valori e al contempo ingaggiante per il consumatore.

Capire come funziona il cervello ed i processi di memorizzazione, quindi, come creare un messaggio persuasivo per il consumatore.

A CHI È RIVOLTO IL CORSO

Questo corso è ideale per imprenditori, responsabili marketing, sales manager, commercianti, professionisti e chiunque desideri acquisire nuove competenze relative a un approccio moderno al marketing.



IL DOCENTE

Marco Baldocchi

Neuromarketing Research Director dell'Italian Association Applied Neuroscience, CEO Marco Baldocchi Group, U.S. O1 Visa.

Autore di "Neurofood" (Hoepli).

Contract Professor of Consumer Behavior & Neuromarketing all'Università Cattolica del Sacro Cuore.

in