



# 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 un'opzione di 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 che 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