

CORSO ONLINE BASI DI NEUROMARKETING



Docente
Dott. Michele
Bresciani



Durata
5 ore



Crediti
5 CFP



Modalità
E-learning

ISCRIVITI ORA



CHIAMA IL NUMERO
(+39)092445834



VISITA IL SITO
www.pedago.it





Il Programma del Corso

Descrizione

Il corso introduce le tematiche delle scienze cognitive e spiega come applicarle al marketing e, più in generale, alla presentazione di un prodotto o servizio ai clienti, in maniera vincente ed efficace. Grazie a questo corso sarai in grado di sfruttare al meglio i concetti e le teorie delle neuroscienze, intercettando i bisogni reali dei tuoi clienti e facendo leva su di essi, nel rispetto dell'etica e della deontologia professionale, per comunicare al meglio il tuo servizio.

Obiettivi

- Comprendere i principi base del neuromarketing e delle neuroscienze applicate
- Riconoscere bisogni reali del cliente e comunicarli in modo etico ed efficace
- Conoscere euristiche, automatismi cognitivi e bias decisionali
- Gestire attenzione ed emozioni per generare interesse verso servizi e prodotti
- Migliorare la comunicazione con clienti e collaboratori grazie a strumenti teorici mirati

Perché sceglierci



Docenti Qualificati

Professionisti selezionati tra i più qualificati esperti di ogni settore



Contenuti tecnici, ma chiari

Approccio pratico e comprensibile, anche su temi complessi.



Massima Flessibilità

Possibilità di gestire la formazione in autonomia da pc o smartphone



Risorse Aggiuntive

Ogni corso dispone di materiale didattico, documenti e utility gratuite



Tutoring e Assistenza

Team sempre pronto a gestire esigenze di natura tecnica o didattica



Rilascio di Attestato

Al superamento del corso è previsto il rilascio dell'Attestato

1.

IL NEUROMARKETING

- Introduzione al Neuromarketing
- Euristiche e automatismi cognitivi
- Scienze cognitive e neurotrasmettitori

2.

I NEUROTRASMETTITORI

- Dopamina
- Serotonina
- Adrenalina

3.

I TRE CERVELLI DI MACLEAN

- I tre cervelli di MCLean (Parte 1)
- I tre cervelli di MCLean (Parte 2)
- I tre cervelli di MCLean (Parte 3)
- Emozioni ed espressività (Parte 1)
- Emozioni ed espressività (Parte 2)

4.

USARE LE EMOZIONI PER IL MARKETING

- Trarre vantaggio dalle emozioni
- Convincere con l'elemento sorpresa
- Persuadere con la rabbia
- La tristezza come stimolo all'azione
- Il cervello neocorticale

5.

I BIAS NEL NEUROMARKETING

- I Bias cognitivi
- Effetto primacy
- Il bisogno di certezza
- L'illusione dello schema
- Effetto nostalgia

6.

CUSTOMER JOURNEY

- Le dinamiche dell'attenzione
- Catturare l'attenzione
- L'attrazione
- Lavorare sull'attrazione

7.

GENERARE INTERESSE

- Lo Storytelling
- Lavorare sulle emozioni
- Stimolo e rinforzo
- La spinta gentile
- Le 5 fasi di avvicinamento del cliente