
NEUROMARKETING

BUSINESS SKILLS

DESCRIZIONE

Il corso di Neuromarketing esplora in modo coinvolgente e concreto come funzionano le decisioni d'acquisto dal punto di vista del cervello. Partendo dalle basi neuroscientifiche e dai modelli di pensiero rapido e riflessivo, i partecipanti scopriranno come emozione, attenzione e memoria guidano i comportamenti di consumo in pochi decimi di secondo. Il corso affronta i principali bias cognitivi che influenzano il marketing quotidiano, con esempi pratici applicabili subito alla comunicazione, al design e alla vendita. Viene analizzato come gli stimoli visivi e narrativi attivano risposte neurali, dal colore alla voce, dal racconto emozionale ai contenuti digitali. Attraverso case study, esperimenti celebri e strumenti di neurodesign, si apprendono tecniche per progettare esperienze e contenuti "a misura di cervello". Un modulo finale offre spunti pratici per applicare il neuromarketing in ambiti come il branding, il retail, il visual merchandising e i social media, con attenzione anche agli aspetti etici della persuasione.

PROGRAMMA

PROGRAMMA DIDATTICO:

- ? Cos'è il neuromarketing: neuroscienze + psicologia + comportamenti di consumo
- ? Come funziona il cervello quando compra: il processo decisionale
- ? Studio fMRI su brand e Bias cognitivi applicati al marketing
- ? I 10 bias più rilevanti nel marketing che ti influenzano ogni giorno.
- ? Neurodesign: come colori, forme, suoni e immagini influenzano decisioni
- ? Il potere delle storie sul cervello: effetto ositocina e narrazione visuale
- ? Neuromarketing in UX e design: dove guarda l'occhio e cosa viene ricordato
- ? Esempi di visual neuromarketing Applicazioni pratiche e progettazione con il cervello in mente
- ? Etica: quando il neuromarketing manipola e quando guida

OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso ha l'obiettivo di fornire ai partecipanti una comprensione solida e applicabile del funzionamento del cervello nei processi decisionali legati al consumo. Intende sviluppare la capacità di riconoscere e usare consapevolmente i principali bias cognitivi nel marketing. Forma all'uso di stimoli visivi e narrativi che influenzano attenzione, memoria ed emozioni nei clienti. Introduce tecniche di neurodesign per migliorare branding, contenuti e customer experience. Promuove un utilizzo etico e strategico delle neuroscienze nel marketing.

DESTINATARI

- Professionisti del marketing e della comunicazione che vogliono progettare contenuti, campagne e brand strategici più efficaci e memorabili.
- Graphic designer, UX/UI designer e web designer, interessati a creare esperienze visive che influenzano positivamente il comportamento dell'utente.
- Responsabili vendite e retail manager, che desiderano capire meglio le leve inconsce che guidano l'acquisto in store fisici e online.
- Copywriter, content creator e storyteller, che vogliono scrivere con il cervello del pubblico in mente.
- Imprenditori, consulenti e professionisti della customer experience, che vogliono innovare l'approccio alla relazione con il cliente attraverso le neuroscienze.

DOCENTI

Docenti Faculty Assolombarda Servizi

NOTE

Il corso sarà trasmesso via Microsoft Teams, con la possibilità di partecipare via web o app con l'utilizzo di pc o smartphone.

I partecipanti iscritti riceveranno tutte le istruzioni di partecipazione e le slide del docente il giorno prima del corso.

Il corso non è video-registrato.

REQUISITI

- Pc o smartphone
- Buona connessione internet
- Microfono e webcam attivi e funzionanti

REFERENTI

Davide Inclimona (davide.inclimona@assolombarda.it / Cell: 348 0201 402)

Arianna Marchianò (arianna.marchiano@assolombarda.it / Cell: 345 4007 448)

Martina Gasparini (martina.gasparini@assolombarda.it / Cell: 347 6250 456)

DATE E PREZZI

ATTUALMENTE DISPONIBILE SOLO PER LA FORMAZIONE IN AZIENDA