

**IL TUO SGUARDO
VERSO IL FUTURO**

NEUROSCIENZE DELLA PERSUASIONE

PER COMUNICARE E VENDERE IN MODO PIÙ EFFICACE ONLINE

**CERVELLO
E MENTE**
QUANDO LA
PERSUASIONE
DIALOGA CON
L'ESPERIENZA
DEL CLIENTE

CONTATTACI



ainem.formazione@gmail.com





***SAPEVI CHE LA
PERSUASIONE E' LA
PRIMA FORMA DI
INFLUENZA SOCIALE
PER ORIENTARE LE
SCELTE DEI CLIENTI?***



CHI SIAMO

Un Think Thank, nato nel 2016, con l'obiettivo di promuovere la cultura e la pratica del Neuromarketing e delle Neuroscienze applicate in Italia. Diffondiamo le nostre conoscenze attraverso corsi di formazione, convegni, seminari e pubblicazioni rivolte ai protagonisti dei vari settori della vita economica e sociale, nell'ottica di contribuire attivamente alla Social Innovation e all'Empowerment socio-economico italiano.



AINEM ASSOCIAZIONE ITALIANA NEUROMARKETING

PERCHÈ SCEGLIERE AINEM

Siamo entrati in un'epoca di cambiamento, in un'era di stravolgenti e radicali trasformazioni socio-economiche e culturali a livello globale. In questo scenario complesso e davanti alla nuova normalità, il marketing fatica a comprendere in profondità le persone e i nuovi scenari economici che si delineano nei diversi settori di mercato. Per questo motivo sta crescendo l'esigenza di acquisire nuovi modelli e strumenti innovativi, che il Neuromarketing e le neuroscienze applicate sono in grado oggi di offrire. Ainem propone una chiave di lettura stimolante e innovativa volta a trasmettere conoscenze approfondite sul sistema cognitivo emozionale, sui comportamenti e sui processi decisionali delle persone.

VIVIAMO PER IL FUTURO

Il nostro desiderio è promuovere le potenzialità dell'intelligenza umana, mettere al centro realmente la persona con il suo cervello, al fine di creare nuovi modelli-chiave capaci di governare le inevitabili e continue trasformazioni cognitive - emozionali delle persone, socio-economiche e culturali della nostra era. Siamo un ponte tra la ricerca accademica e il business strategico e operativo,

IL CORSO NEUROSCIENZE DELLA PERSUASIONE

L'obiettivo principale del corso intensivo è fornire un quadro delle principali conoscenze scientifiche sull'efficacia del Neuromarketing come tool per migliorare, attraverso i contenuti, la relazione cognitivo-emozionale di aziende, brand ed organizzazioni con i loro clienti.

IMPARERAI A ..

Acquisire conoscenze sui nuovi strumenti operativi derivanti dalle neuroscienze applicate riguardanti le attività di marketing, comunicazione e vendita online.

Comprendere come sviluppare grazie al neuromarketing strategie innovative ed efficaci di persuasione dinamica.

Acquisire nuove skills per saper persuadere in maniera corretta ed efficace in tempi di incertezza e trasformazione.

Rendere unica la tua comunicazione e promozione online!

“

**SCOPRIRE COME
UTILIZZARE LA
PERSUASIONE
IN MODO
EFFICACE.**



COME PARTECIPARE

- Le **ISCRIZIONI** sono **LIMITATE** solo a **15 PARTECIPANTI**, al fine di garantire una didattica efficace ed efficiente.

- Per informazioni sulle modalità di iscrizione contatta
ainem.formazione@gmail.com

COSTO
PROMO HELLO SPRING
67iva esclusa

~~€97iva esclusa~~

TERMINE ULTIMO DI ISCRIZIONE

Martedì 7 Giugno 2022.



PROSSIMA SESSIONE

4 ORE DI FORMAZIONE

- Giovedì 9 Giugno (15.00 - 19.00)

RICONOSCIMENTI

I partecipanti, al termine del corso, riceveranno:

- Attestato di partecipazione
- Slide, materiali didattici
- Presentazioni video del corso.

LA DIDATTICA

1° PARTE

Long Persuasion & Short Persuasion: brand mind positioning e promozione

- Esploreremo insieme i principi e le linee guida per progettare una brand mind positioning solida e dalla forte coerenza emotiva (Long Persuasion), in grado di aumentare esponenzialmente l'efficacia delle strategie e delle singole iniziative di promozione e sponsorizzazione (Short Persuasion).

2° PARTE

10 bias cognitivi da conoscere (o da evitare) per persuadere

- Ci addentreremo nella conoscenza dei 10 bias cognitivi più rilevanti nell'ambito delle strategie di persuasione e vedremo quali di questi favoriscono i meccanismi persuasivi e quali invece rischiano di compromettere l'efficacia della nostra comunicazione.



LA DIDATTICA

3° PARTE

Le storie che ci convincono: storytelling e persuasione

- Scopriremo non solo la reale importanza delle storie all'interno delle strategie di persuasione, ma anche i criteri neurolinguistici da utilizzare per scegliere le parole e i concetti adeguati e attivare i giusti frame nella mente del nostro pubblico.



FRANCESCO GALLUCCI



ha iniziato a fare le prime ricerche di Neuromarketing in Italia e nel mondo nel 2002, ed è considerato uno dei pionieri del Neuromarketing, realizzando fino ad oggi oltre 500 ricerche per clienti in Italia e all'estero. Co-fondatore e direttore scientifico di AINEM, insegna Neuromarketing per il Design al Politecnico di Milano, e Direttore Scientifico del corso di Alta Formazione in Neuromanagement dello IUSTO di Torino. È visiting professor in università italiane ed estere. È autore di libri considerati pietre miliari della materia come: Marketing emozionale e neuroscienze (Egea), Neuromarketing (Egea), Neuromarketing nel negozio (Le Bussole - Confcommercio), Neuromarketing nei servizi (Le Bussole - Confcommercio). Co-autore del Manuale di Neuromarketing (Hoepli, 2021) Scrive su riviste italiane ed estere.

I DOCENTI AINEM



CATERINA GAROFALO



è dal 2003 tra i massimi esperti di comunicazione, marketing ed eventi emozionali. Esperta di Neuromarketing dal 2010. È co-fondatrice e presidente di AINEM.

Insegna Neuromarketing allo IUSTO di Torino; è visiting professor al Master di Neuromarketing dello UAB di Barcellona e presso università italiane.

Ha scritto: Macro e Micro Eventi per l'autopromozione (Mariotti);

Neuromarketing nel negozio (Le Bussole - Confcommercio), Neuromarketing nei servizi (Le Bussole - Confcommercio), e diversi contributi in libri sul tema.

Scriva su testate italiane ed estere quali Harvard Business Review (HBR) e Applied Marketing Analytics.

È keynote speaker in convegni in Italia e all'estero.



Consulente, formatore, direttore marketing di Wezed, web agency attiva dal 2013 e specializzata nella realizzazione di strategie digitali e marketing integrato ed AINEM Ambassador. Muove i primi passi sul web come redattore di testate giornalistiche online, per poi verticalizzarsi nel tempo sulla comunicazione digitale. Studioso e appassionato di economia comportamentale, scienze cognitive applicate al marketing e più in generale dei meravigliosi meccanismi che guidano il pensiero umano, oggi affianca le aziende nella trasmissione del proprio valore sul web.

I DOCENTI AINEM

LA FORMAZIONE
CHE ASPETTAVI
CON AINEM



PER ISCRIVERTI
CONTATTACI

ainem.formazione@gmail.com