

**IL TUO SGUARDO
VERSO IL FUTURO**

**METODOLOGIE E
TECNICHE DI
NEUROMARKETING
APPLICATE AL
TUO BUSINESS**

NEUROMARKETING DALLA TEORIA ALLA PRATICA

NUOVE STRATEGIE HUMAN – BRAIN - CENTRED PER AFFRONTARE LA COMPLESSITÀ



CONTATTACI



ainem.formazione@gmail.com



IL NEUROMARKETING È EVIDENCE BASED PROPONENDO UN APPROCCIO SCIENTIFICO



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,



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.

START



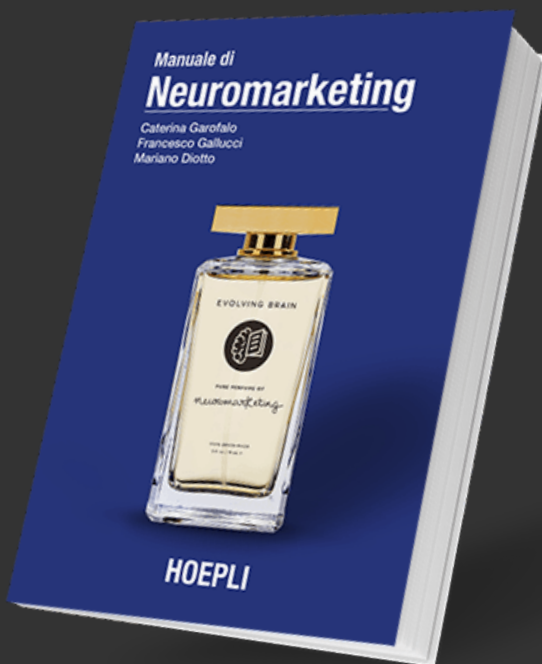
IL CORSO NEUROMARKETING DALLA TEORIA ALLA PRATICA

Il corso nasce per manager aziendali, imprenditori e professionisti della comunicazione, del marketing e del digitale che guardano ad un futuro in trasformazione, dove saranno richieste nuove skills per agire in situazioni disruptive e di forte cambiamento, come quella attuale causata dal Covid19.

Il nostro desiderio è promuovere le potenzialità dell'intelligenza umana, mettere al centro la persona con il suo cervello, al fine di creare nuovi modelli capaci di governare le inevitabili e continue trasformazioni cognitive - emozionali delle persone.

“

COME
CONOSCERE E
COINVOLGERE
I CLIENTI IN
UNA RELAZIONE
COGNITIVA -
EMOZIONALE
PROFONDA



COME PARTECIPARE

- Le **ISCRIZIONI** sono **LIMITATE** solo a **12 PARTECIPANTI**, al fine di garantire una didattica efficace ed efficiente.
- I candidati, previo la partecipazione al corso, svolgeranno un **test di assessment** per valutare la base di partenza delle conoscenze e lo stile di apprendimento di ogni partecipante.
- Per informazioni sulle modalità di iscrizione contatta **ainem.formazione@gmail.com**.
- L'iscrizione sarà confermata a seguito del raggiungimento del numero minimo richiesto di partecipanti e, dopo l'avvenuto pagamento della quota di iscrizione.

• **TERMINE ULTIMO DI ISCRIZIONE**
3 APRILE 2023

RICONOSCIMENTI

I partecipanti, al termine del corso, riceveranno:

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

UN REGALO PER TE

- E-book **Manuale di Neuromarketing** (Hoepli).

OBIETTIVI DEL CORSO

Fornire un quadro delle principali conoscenze scientifiche sull'efficacia del Neuromarketing.

Acquisire insight e strumenti necessari per predire e conoscere i comportamenti ed i processi decisionali dei consumatori.

Conoscere i nuovi bisogni e desideri cognitivo-emozionali soprattutto durante eventi disruptive come il covid.

Ottimizzare le tue strategie di marketing e comunicazione.

QUANDO?

12 ore di formazione **LIVE** suddivise in 4 appuntamenti:

- Lunedì **5 Aprile**
- Lunedì **12 Aprile**
- Lunedì **19 Aprile**
- Lunedì **26 Aprile**

ORARIO: 15:00-18:00



IN OMAGGIO PER TE



60' CONSULENZA PERSONALIZZATA

con i nostri esperti in Neuromarketing

€447 anziché ~~€840~~

SOLO PER TE ULTERIORE SCONTO CON IL CODICE


SPECIALE PASQUA


VALIDA FINO AL 3 APRILE


PRENOTA ORA IL TUO POSTO

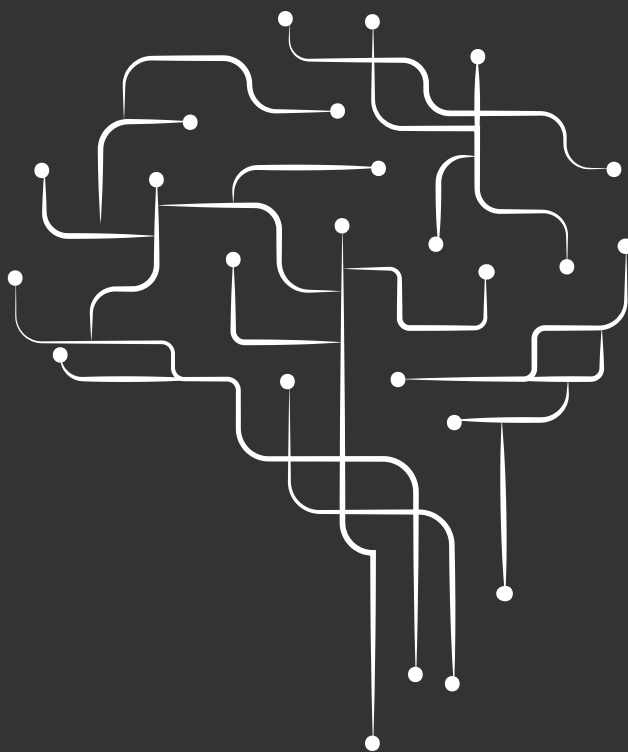



I 7 NEURO INSIGHT CHE RENDERANNO IL TUO BUSINESS PIU' EFFICACE


 Cosa è realmente il Neuromarketing e perché rappresenta la chiave del futuro.


 il decision making in relazione al conscio e al non conscio.


 I fondamenti delle ricerche di Neuromarketing per comprendere quali emozioni provano e come decidono le persone.



 Realizzare contenuti più efficaci e persuasivi per comunicare al cervello e alla mente delle persone.

 Rendere evidenti e pertinenti i valori unici del tuo Brand.

 Prevedere i comportamenti utilizzando la psicometria e la Neuroeconomia.

 Pianificare un Neuromarketing Customer Journey efficace ed emozionale.



LA DIDATTICA

1° MODULO - 5 Aprile

live streaming

15:00-18:00

COS'E' IL NEUROMARKETING

- Storia, definizione e campi di applicazione del Neuromarketing.
- Come funziona il cervello
- La persona come ecosistema cognitivo-emozionale in trasformazione
- La rilevanza dell'inconscio sui processi decisionali.
- Tecnologie e metodologie del neuromarketing

ETICA E NEUROETICA

- I principi etici del neuromarketing.
- Privacy (rispetto della privacy delle persone partecipanti ai test di neuromarketing).
- Cosa è la neuroetica.



LA DIDATTICA

2° MODULO - 12 Aprile

live streaming

15:00-18:00

NEUROMARKETING STRATEGICO

- Dal Funnel al Flywheel
- Neuro Customer Journey di AINEM.
- Le fasi costitutive del modello: Visibilità e Percezione, Attenzione e Consapevolezza, Engagement, Persuasione.
- Il modello stimolo-risposta nella comunicazione cognitivo emozionale (teorie e casi di studio).

VISIBILITA' E PERCEZIONE

- Visibilità e Percezione
- Come il cervello svolge la propria funzione di interprete degli stimoli sensoriali nei primi secondi di fruizione (fase non conscia) e nel tempo successivo (fase conscia).
- Le caratteristiche dei processi sensoriali.
- **Il Neuromarketing toolkit:** metodologie e metriche per misurare l'efficacia degli stimoli sensoriali nei vari ambiti di applicazione.

LA DIDATTICA

3° MODULO - 19 Aprile

live streaming

15:00-18:00

ATTENZIONE E CONSAPEVOLEZZA

- Come trasformare la visione in attenzione.
- Come funziona l'attenzione : i modelli bottom-up e top-down.
- Associazioni non consce con immagini, parole e concetti presenti nei contenuti.
- **Neuromarketing toolkit:** misurare l'attenzione e come migliorarla.

ENGAGEMENT ED ESPERIENZA

- Cosa sono le emozioni, qual è la loro funzione, le aree del cervello coinvolte nella gestione dei processi emozionali, come influenzano i comportamenti.
- Design dell'Experience e performance: misurare l'esperienza del cliente con il Neuromarketing (Neuro CX/UX) e nuovi indici di performance (Neuro KPI).
- **Il Neuromarketing toolkit:** misurare le emozioni, la risposta positiva o negativa (valenza), la risposta conscia o non conscia (salienza).



LA DIDATTICA

4° MODULO - 26 Aprile

live streaming

15:00-18:00

PERSUASIONE E PREFERENZA

- I modelli persuasivi: la gratificazione (il sistema dopaminergico), le associazioni.
- Decision making: il contributo della neuroeconomia (la teoria del prospetto, scelta del prezzo, scelta del prodotto)
- **Il Neuromarketing toolkit:** misura di intensità e forza delle associazioni, misura della gratificazione, misura della preferenza razionale (preference ratings, willingness to buy e pay) e misure della preferenza inconscia.

MEMORIA E ADVOCACY

- Il marcatore emozionale (somatico) e la sua funzione nel fissare un'esperienza nella memoria di lungo periodo.
- Fiducia, fidelizzazione e sharing.

PROJECT WORK

- I corsisti verranno suddivisi in gruppi
- A ciascun gruppo verrà affidata la lettura di un paper scientifico su cui sviluppare il project work.



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)
Scrivere 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.
Scrivere su testate italiane ed estere quali Harvard Business Review (HBR) e Applied Marketing Analytics.
È keynote speaker in convegni in Italia e all'estero.