

NEURO STORYTELLING

IL CONTRIBUTO DELLE
NEUROSCIENZE
PER LA TUA COMUNICAZIONE



Lo Storytelling
è la più antica
forma di
comunicazione.
È ciò che ha unito
tutti gli esseri
umani, in ogni
luogo e in ogni
tempo

Rives Collins



CONTATTACI
ainem.formazione@gmail.com



ainem
ASSOCIAZIONE ITALIANA
DI NEUROMARKETING

IS THE BEST COURSE

OBIETTIVI

Il corso Neuro Storytelling offre l'opportunità di immergersi nel mondo delle neuroscienze applicate all'arte dello storytelling: tecniche e metodologie per **diventare comunicatori esperti**.

Il corso affronterà la neuroscienza dello Storytelling, per scoprire come narrare in maniera efficace al cervello delle persone.

Vedremo attraverso esempi pratici, il ruolo di: memoria, emozioni, neuroni specchio e neuromodulatori, nel coinvolgere la mente .



COME COINVOLGERE
I CLIENTI IN UNA RELAZIONE

EMOZIONALE

**E COGNITIVA
PROFONDA**



DESTINATARI

Il corso formativo si rivolge a:

- tutti coloro che lavorano per brand e aziende nel marketing e nella comunicazione on e offline
- tutti coloro che intendono acquisire competenze specialistiche

DURATA

Il corso si sviluppa in **8 ore** di **formazione LIVE** suddiviso in 4 appuntamenti:

Sessione di Marzo

- **Lunedì 15 Aprile**
Orario (18.00- 20.00)
- **Martedì 17 Aprile**
Orario (18.00 - 20.00)
- **Mercoledì 18 Aprile**
(Orario 18.00 - 20.00)
- **Giovedì 19 Aprile**
(Orario 18.30 - 20.30)



COME PARTECIPARE

Le **ISCRIZIONI** sono **LIMITATE** solo a **10 PARTECIPANTI**, al fine di garantire una didattica efficace ed efficiente. Il corso sarà svolto interamente **ONLINE**.

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
Giovedì **11 Aprile 2024**.

Un omaggio per te
E-book Manuale di Neuromarketing (Hoepli).



RICONOSCIMENTI

I partecipanti, al termine del corso, riceveranno:

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

COSTO
PROMO €247
anziché ~~€397~~



PROGRAMMA DIDATTICO

1° MODULO - 15 Aprile 2024

live streaming

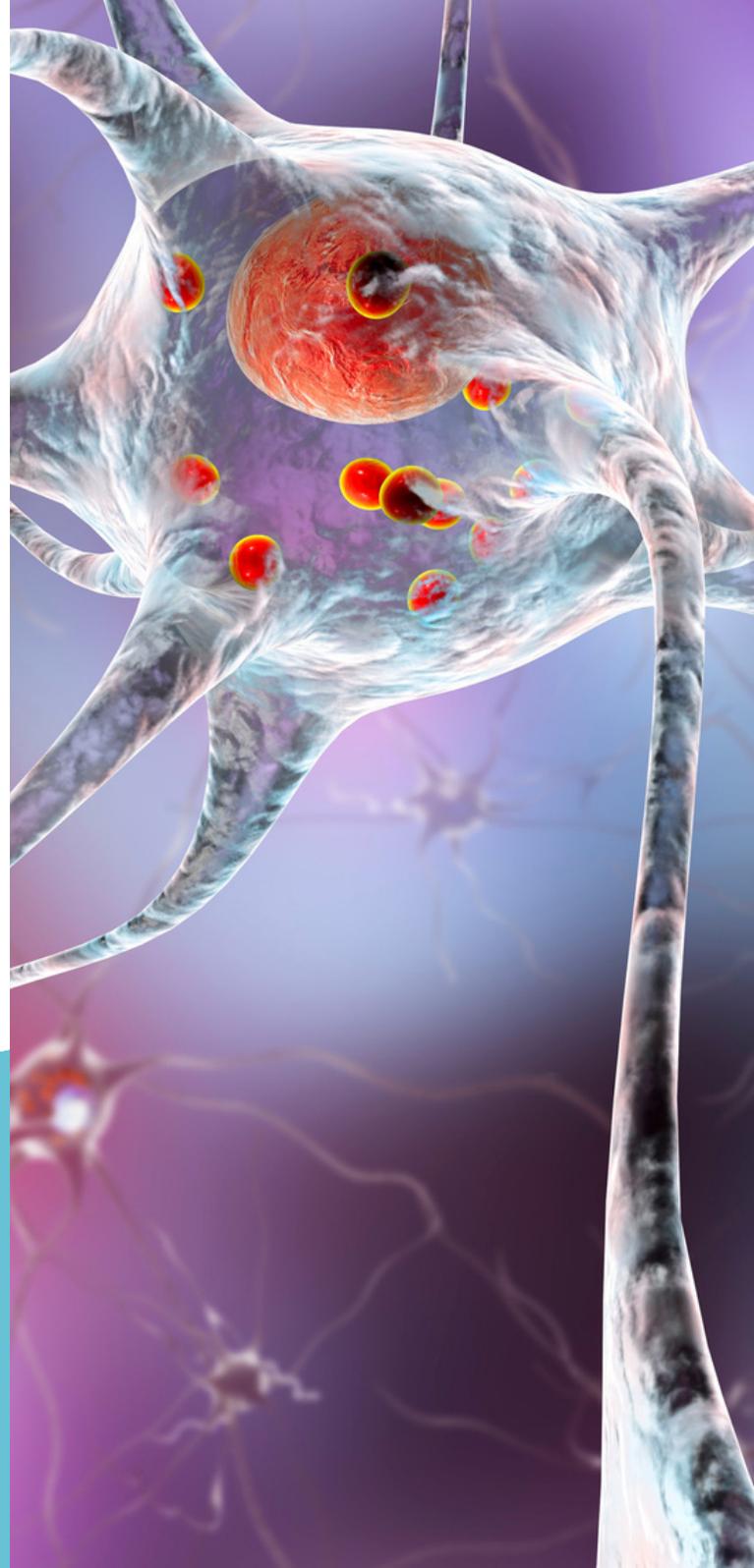
18.00 - 20.00

Neuroscienze e storytelling il cervello crea le storie

- Cos'è una storia per il cervello e la mente?
- Il contributo delle Neuroscienze
- Il ruolo dei neuroni specchio
- Le aree del cervello coinvolte nella elaborazione di una storia

Lo storytelling delle aziende e dei brand

- "Verba docent, exempla trahunt"
- Attraverso esempi pratici analizzeremo il neurostorytelling nella comunicazione e nel marketing, tra sogni, simboli e miti.



PROGRAMMA DIDATTICO

2° MODULO - 17 Aprile 2024

live streaming

18.00 - 20.00

Ricerche di neuromarketing sullo storytelling

- Quali sono i tool a disposizione per una ricerca: eye-tracking, EEG, GSR, emotional facial recognition software.
- Memoria e storytelling
- Storytelling e rebranding
- CASE STUDY: Cockta



PROGRAMMA DIDATTICO

3° MODULO - 18 Aprile 2024

live streaming

18.00 - 20.00

Neuroscienze e storytelling il cervello crea le storie

- Perché le storie sono importanti
- Quali sono gli elementi di una buona storia: il punto di vista del cervello
- Il ruolo dell'attentional blik
- Come il cervello gestisce le metafore

Lo storytelling delle aziende e dei brand

- Il neuro storytelling nel marketing di prodotto, nel mondo digitale e nel personal branding: 3 esempi e 1 prova pratica.

Ricerche di neuromarketing sullo storytelling

- L'importanza della novità
- Come valutare un concept
- CASE STUDY: Carlsberg



PROGRAMMA DIDATTICO

4° MODULO - 19 Aprile 2024

live streaming

18.30 - 20.30

Meccanismi narrativi da Omero a Shakespeare a Netflix

- Cosa ci fa appassionare alle storie?
- Le 5 "Why" + 1 How e le regole (spesso dimenticate) della fiaba
- Ring Composition: Da Ulisse a Breaking Bad
- Dal teatro greco a Shakespeare: Analisi del prodotto, del target e del contesto
- Presentazione indiretta del personaggio: Shakespeare e il potere delle parole altrui
- Meccanismi narrativi e cognitivi della comicità: raccontare spiazzando, far appassionare divertendo



**CATERINA
GAROFALO**

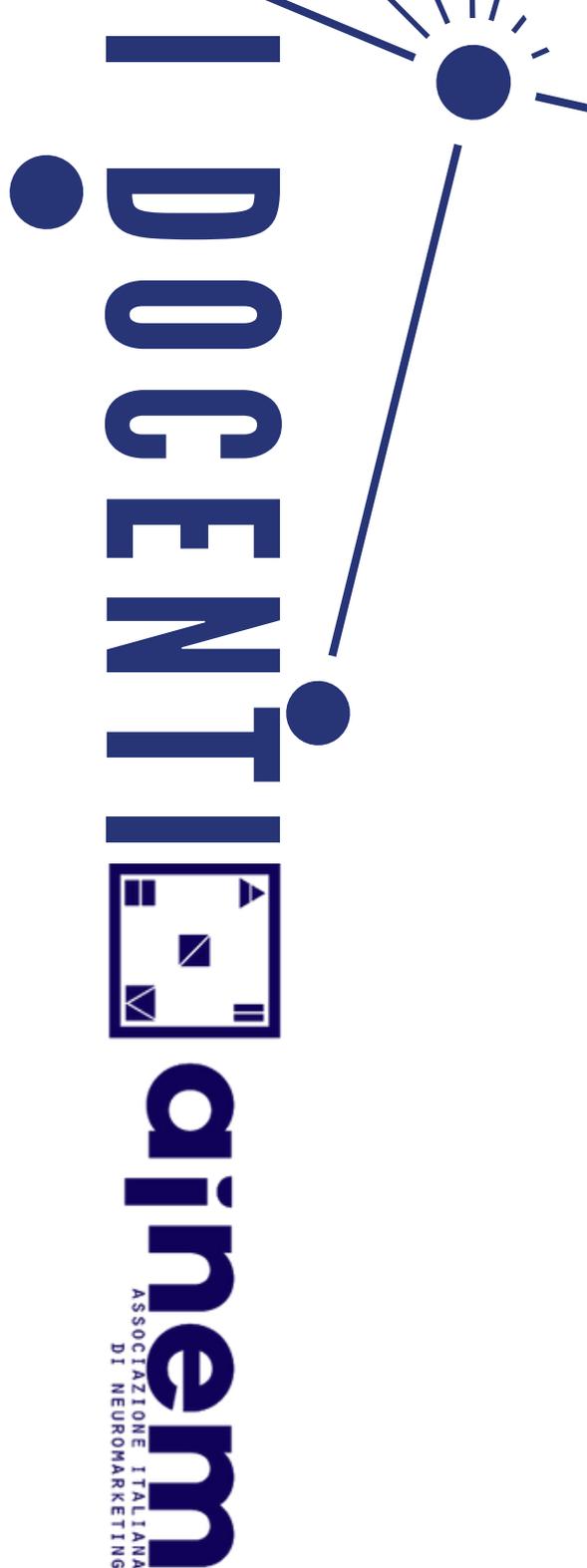


È **presidente** e co-fondatrice di **AINEM**.

E' tra le più importanti esperte di comunicazione, marketing ed eventi, emozionali. Insegna Neuromarketing allo IUSTO a Torino. E' visiting professor al Master di Neuromarketing dello UAB di Barcellona e presso università italiane.

Autrice di diversi libri tra cui Neuromarketing nel negozio e Neuromarketing nei servizi, edizione Le Bussole Confcommercio.

È curatrice, insieme a Francesco Gallucci e Mariano Diotto, del **Manuale di Neuromarketing** edito da Hoepli. Scrive su testate italiane ed estere quali HBR e Applied Marketing Analytics. È keynote speaker in convegni in Italia e all'estero.



**FRANCESCO
GALLUCCI**



È uno dei pionieri del Neuromarketing in Italia ed a livello Mondiale dal 2000, realizzando fino ad oggi oltre 700 ricerche per clienti in Italia e all'estero. Co-fondatore e **direttore scientifico di AINEM**, insegna Neuromarketing per il Design al Politecnico di Milano, è direttore scientifico del Corso di Alta Formazione in Neuromanagement dello IUSTO di Torino. È visiting professor in università italiane ed estere. Autori di libri considerati pietre miliari della materia, tra cui: la Strategia della Semplicità, Marketing Emozionale e Neuroscienze, il Neuromarketing, editi da Egea Bocconi. È curatore, insieme a Caterina Garofalo e Mariano Diotto, del **Manuale di Neuromarketing** edito da Hoepli. Scrive su riviste italiane ed estere.

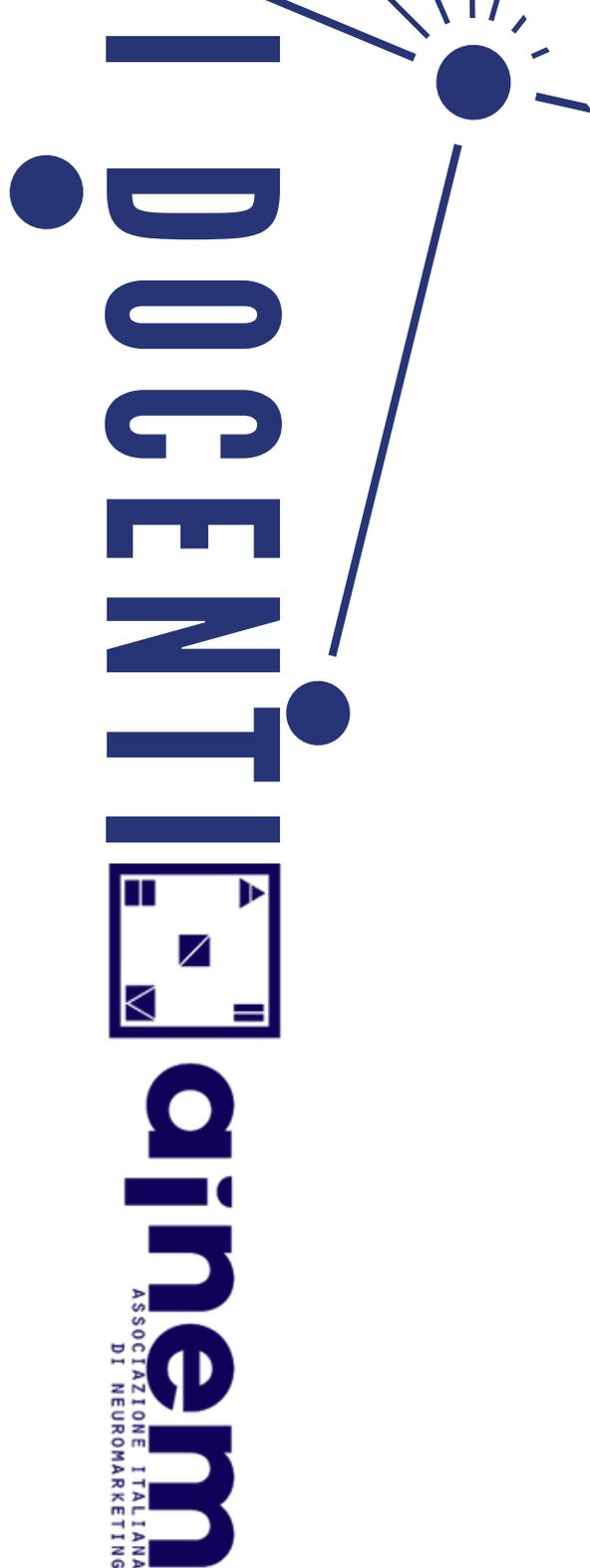
GIADA CIPOLLETTA



Autrice eclettica, impegnata su vari fronti della comunicazione, ha scritto i libri *Scrivere fa bene* (2020) e *Customer Experience: fai marketing di valore nell'era dell'esperienza* (2017).

Con Simmat, l'azienda digital di cui è co fondatrice dal 2005, opera in ambito nazionale e internazionale come consulente di marketing strategico e comunicazione digitale, formatrice e podcaster.

Appassionata di filosofie orientali, storia e neuroscienze, coordina il dipartimento di Neurowriting di AINEM



MATTEO VENERUCCI



Psicologo cognitivo esperto di processi decisionali. Ha fondato Brain Propaganda, la prima agenzia di Neuromarketing in Serbia. Ha all'attivo più di 400 progetti in tutto il mondo su clienti, come Banca Intesa, Coca Cola, Deutsche Telekom, Carlsberg, UNICEF, Emirates NBD, Crédit Agricole, Vodafone, Qatar rail. Ha collaborato strettamente con agenzie di ricerca di marketing internazionali come GfK e IPSOS, società di consulenza come BCG, PwC ed Università come Sheffield e la facoltà di economia dell'Università Lubiana (FELU). Ha esperienza in diversi settori, come: retail, FMCG, finance, advertising e branding, sensory, HR, gaming ed in ambito educativo. Ha una profonda conoscenza di tutti le metriche e gli strumenti utilizzati nel neuromarketing, come: eye-tracking, EEG, emotional face recognition software, IAT, fNIRS etc.

DANIELE VAGNOZZI



Attore, regista e autore. È cofondatore di Compagnia Caterpillar per la quale scrive e dirige "Argonauti e Xanax", spettacolo sul tema dell'ansia e degli attacchi di panico nei giovani con il patrocinio di Ordine degli Psicologi della Lombardia.

Al cinema lavora con Frank Matano, Edoardo Leo e in "Benelli su Benelli" di Genoma Films proiettato alla "Giornata degli autori" della 78a Mostra del Cinema di Venezia.

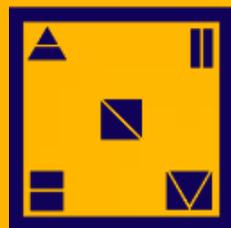
È cofondatore di "Teatro e Scienza" progetto di formazione e ricerca tra teatro, psicologia e neuroscienze. È diplomato in recitazione all'Accademia dei Filodrammatici di Milano e laureato in Scienze e Tecniche Psicologiche all'Università di Bologna.

Dal 2020 collabora con AINEM sul tema delle neuroscienze applicate al teatro.

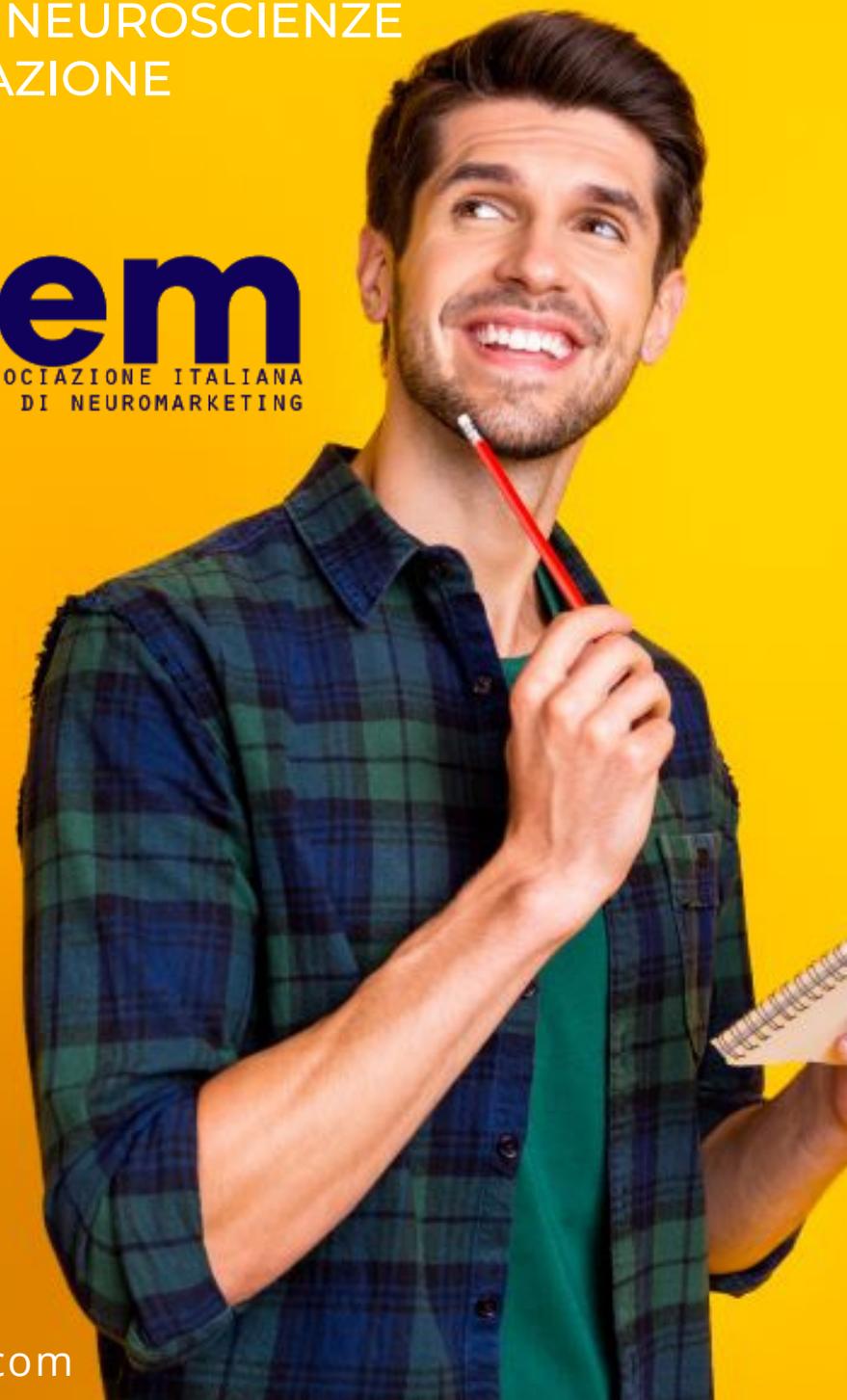


NEURO STORYTELLING

IL CONTRIBUTO DELLE NEUROSCIENZE
PER LA TUA COMUNICAZIONE



ainem
ASSOCIAZIONE ITALIANA
DI NEUROMARKETING



CONTATTACI

ainem.formazione@gmail.com