

ASSIRM FORMAZIONE

26 OTTOBRE 2023
alle 9.30

INNOVATION & NEW TRENDS
IN MARKETING
AND MARKET RESEARCH

DOVE E COME APPLICARE IL NEUROMARKETING NELLO SVILUPPO DI UNA STRATEGIA DI WEB MARKETING

Il neuromarketing può essere applicato in diverse fasi dello sviluppo di un touch point digitale, dall'ideazione alla definizione delle informazioni da presentare su touchpoint di terze parti. Come ad esempio su un market place, dove non posso agire sull'architettura ma solamente sui contenuti, che devono attrarre e coinvolgere più degli altri competitor presenti nella piattaforma, con l'obiettivo di essere più attrattivi agli occhi del mio buyer personas.

Durante il corso si approfondirà la metodologia di analisi strumentale e non, con l'obiettivo di decodificare gli stimoli classificabili nei bias cognitivi più utilizzati e apprendere le tecniche per riadattarli ai propri touch point.

DESCRIZIONE:

Neuromarketing è un neologismo che sottintende l'uso delle neuroscienze per ottimizzare le attività di marketing. Una delle principali attività del neuromarketing è decodificare il processo decisionale, sia in ambito btob che btoc, con l'obiettivo di individuare quali siano i reali stimoli che concorrono a prendere una decisione.

Il concetto fondamentale è che l'uomo è dotato di un cervello prettamente emotivo, dove la razionalità, nonostante i milioni di anni di evoluzione, è ancora relegata ad un ruolo di secondo piano nel processo decisionale.

L'uso del neuromarketing si sta affermando come metodologia perché permette di progettare, testare ed analizzare uno stimolo, sia esso un sito, una foto o un post prevedendo la reazione della persona esposta a questo stimolo.

La previsione è resa possibile in quanto la nostra mente, ed il nostro corpo, risponde spesso ad uno stimolo con reazioni prevedibili, studiate e decodificate da neuroscienziati, psicologi, marketers.

È sufficiente cambiare un colore di un link, l'orientamento di un volto o l'ordine delle parole per cambiare radicalmente la risposta emotiva della persona che fruisce dello stimolo, risposta emotiva che si tramuterà successivamente in una decisione.

In un mondo sovraccarico di informazioni, spesso fruite da uno smartphone che amplifica la dispersione dell'attenzione, progettare e testare la comunicazione tramite il neuromarketing è determinante per attenzionare il fruitore sul messaggio, creare un'emotività favorevole all'azione e agevolare il processo di razionalizzazione.



Luca Vescovi

Solution Development
Manager

Da 25 anni sviluppa siti dedicati all'ospitalità e coordina sviluppatori, grafici, esperti di web marketing e neuromarketing in diverse aziende tecnologiche che ha fondato.

Ama sperimentare insieme ai team Agili nuove tecniche per aumentare i fatturati on line.

Ha coordinato lo sviluppo del nuovo sito dell'Hotel Venezia di Abano Terme, scelto da Google Italia come CASO DI SUCCESSO per il mercato italiano.

La consapevolezza dell'importanza del neuromarketing strumentale lo ha portato a fondare nel 2017 l'azienda NeuroWebDesign.it, una delle prime aziende italiane italiana che si occupa di analisi di neuromarketing strumentale.

È coordinatore dell'associazione italiana di neuromarketing (AINEM)

SINGOLO CORSO ONLINE
QUOTA DI ISCRIZIONE: 119 € + IVA
PER GLI ASSOCIATI ASSIRM
È RISERVATO UNO SCONTO DEL 20%
Iscrizioni online, [registrati qui](#).

Per ulteriori informazioni:

ASSIRM
Tel. 02 58315750
centrostudi@assirmservizi.com


ASSIRM
Ricerca. Conoscenza. Futuro.