



destinatari

**Imprenditori/Imprenditrici,
Aspiranti imprenditori, Project manager,
Responsabili e Addetti
area comunicazione e marketing.**

durata

16 ore

BRAND MANAGEMENT E NEURO MARKETING

descrizione

Comprendere i desideri e le esigenze delle persone, sia a livello conscio che inconscio, è fondamentale per sviluppare e mantenere un brand efficace. Approfondendo lo studio del neuromarketing, è possibile capire l'impatto del nostro brand e dei nostri prodotti sulle emozioni, i ricordi, le percezioni e il processo di acquisto dei clienti.

obiettivi

Comprendere il processo decisionale delle persone, comprendere il legame tra le strategie di gestione e comunicazione del brand e di sviluppo del packaging, ottimizzare il brand nella memoria e nelle abitudini dei clienti, pianificare la gestione delle relazioni con i clienti, comprendere le problematiche operative e le possibili soluzioni di gestione e comunicazione del brand in ottica comportamentale e neuro-cognitiva.

programma

Brand management e neuro marketing:

- Illustrare gli elementi chiave nella gestione del processo di sviluppo e di comunicazione del brand
- Rispondere ai più profondi desideri del target di consumatori
- Identificare l'impatto delle informazioni fornite con la comunicazione del logo e i packaging sulle scelte del cliente
- Incrementare i livelli di memorizzazione e suscitare emozioni positive nel cliente
- Illustrare il ruolo delle aspettative del cliente nella produzione di dopamina
- Concetto della soddisfazione nell'instaurazione di abitudini
- Capire l'utilità pratica degli esperimenti per valutare se il progetto di marketing è realmente efficace sui target
- Essere attenti al destinatario. Comunicazione del brand.