



## destinatari

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

## durata

**16 ore**

# BRAND MANAGEMENT E NEURO MARKETING

## descrizione

Capire i desideri, le esigenze delle persone e arrivare ai loro bisogni consci e inconsci è il modo migliore per sviluppare e mantenere un brand efficace. Studiare in modo approfondito il neuro marketing è possibile capire l'effetto che effetto ha il nostro brand e il nostro prodotto sulle emozioni, i ricordi, le percezioni e sul processo di acquisto del cliente.

## 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.