

Cosa guida le scelte di acquisto dei tuoi clienti?

Quali parole puoi usare per rendere la tua comunicazione più incisiva e persuasiva?

Questo corso/laboratorio ti guiderà con decine di esempi e di esercizi pratici a scoprire come funziona il nostro cervello quando deve prendere delle decisioni.

Assieme esploreremo:

- la persuasione come "ingrediente" del marketing
- gli stimoli alla base della persuasione
- i principali errori automatici della mente che influenzano i nostri acquisti.

Conduce:
Giovanni Dalla Bona

Formatore e consulente sull'uso strategico del web e dei social media.

OBIETTIVI

Il corso fornisce le basi per comprendere i meccanismi di base della comunicazione persuasiva. Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di applicarli alla scrittura e alla creazione di contenuti per il marketing: post social, articoli, e-mail ecc.

L'EVENTO SI SVOLGE PRESSO:
SALA GRADO
VIA DE GASPERI 9
GORIZIA
ORARIO: 9.30-13.00/14.00-17.30

Segreteria Organizzativa

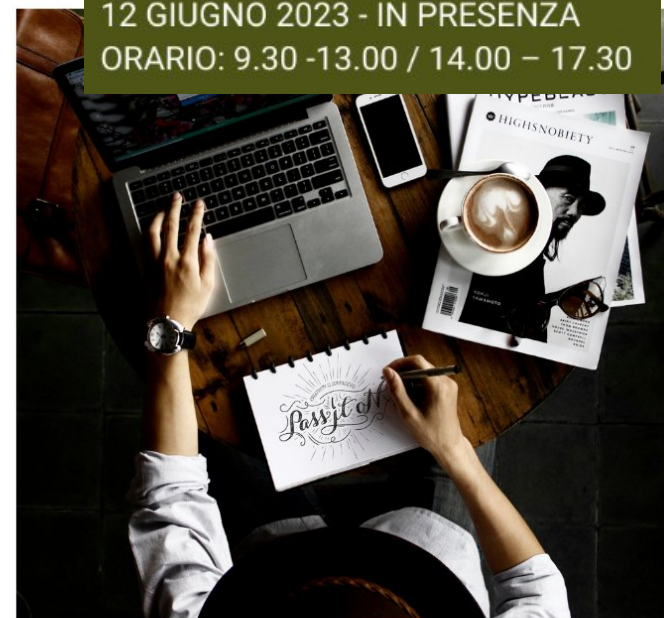
Camera di commercio Venezia Giulia
Ufficio Spazio Impresa - Gorizia
Tel. 0481 - 384202
e-mail: spazio.impresa@zonafrancagorizia.



ZONA FRANCA GORIZIA
AZIENDA SPECIALE CAMERA DI COMMERCIO
VENEZIA GIULIA TRIESTE GORIZIA

Laboratorio di scrittura persuasiva

12 GIUGNO 2023 - IN PRESENZA
ORARIO: 9.30 - 13.00 / 14.00 - 17.30



**USA IL NEUROMARKETING PER
MIGLIORARE LA TUA
COMUNICAZIONE ON LINE**

MODALITA' PER L'ADESIONE

L'iscrizione può essere perfezionata:

1. Inviando l'allegata scheda di iscrizione all'indirizzo mail dell'ufficio Spazio Impresa

2. Compilando il form sul sito della Camera di commercio Venezia Giulia www.vg.camcom.gov.it

I materiali progettati e realizzati dal consulente saranno forniti esclusivamente ai partecipanti al seminario.

PARTECIPAZIONE GRATUITA

L'ISCRIZIONE, ANCHE SE
GRATUITA, IMPEGNA
COMUNQUE ALLA
PARTECIPAZIONE

IL PROGRAMMA

- **0. introduzione**
 - **Attenzione, emozione e decisioni del cervello**
 - **Persuadere non è manipolare**

- **1. La scrittura non è solo scrittura: il neuromarketing come tassello di una strategia di comunicazione**
 - **Conoscere il cliente: pain a gain**
 - **Dal funnel alla persuasione**
 - **La scrittura e i vari tipi di contenuto: post, articoli, caroselli ecc.**

- **2. I 6 stimoli di base per comprendere la persuasione**
 - **La potenza dell'ego**
 - **Il confronto**
 - **La concretezza e la tangibilità**
 - **La memorabilità**
 - **Importanza degli stimoli visivi**
 - **Le emozioni (e lo storytelling)**

- **3. Alcuni dei bias che guidano i nostri acquisti (ogni bias è spiegato con esempi ed esercizi che ne mostrano l'applicazione pratica nel marketing):**
 - **il Fogg behavior model**
 - **Principio di autorità e la riprova sociale**
 - **Principio di mera esposizione e di familiarità**
 - **Effetto priming**
 - **Effetto contrasto**
 - **Effetto reciprocità**
 - **Effetto alone**
 - **Effetto Diderot**
 - **Altri: il "Framing", il principio di scarsità, il principio di impegno e coerenza, ecc.**

- **4. Laboratorio pratico: esercizi di scrittura persuasiva**

SCHEDA D'ISCRIZIONE

12 GIUGNO 2023 - IN PRESENZA
ORARIO: 9.30 -13.00 / 14.00 – 17.30

Compilare ed restituire, all'Az. Speciale per la Zona Franca di Gorizia via e-mail: spazio.impresa@zonafrancagorizia.it la scheda di iscrizione.

PARTECIPANTE.....
PROFESSIONE/RUOLO.....
DENOMINAZIONE
IMPRESA.....
.....
VIAN.....
CITTA'
PROV.....CAP
TEL.....
E-MAIL
ATTIVITA'

Ai sensi del Regolamento Privacy n. 679/2016 vi comunichiamo che nel nostro archivio cartaceo e/o informatico sono contenuti i vostri dati personali e che questi saranno utilizzati ed elaborati direttamente o tramite soggetti esterni per finalità di carattere gestionale-amministrativo. Vi ricordiamo inoltre che avete il diritto in ogni momento di conoscere, cancellare, rettificare, aggiornare, integrare e opporvi al trattamento dei dati. Titolare del trattamento è l'Azienda Speciale per la Zona Franca di Gorizia in via F. Crispi 10 – Gorizia, nella persona del Legale Rappresentante protempore.

DATA..... FIRMA