



IL MARKETING EMOZIONALE

Oggi il Marketing non si identifica più con il solo prodotto in vendita, ma con il rapporto che il soggetto stabilisce con il brand, con i valori e con le emozioni che lo stesso brand è in grado di comunicare. Il corso, rivolto agli operatori del Marketing e della Comunicazione, suggerisce come integrare conoscenza del mercato e abilità sociologiche e psicologiche per generare emozioni.

Metodologia

Il percorso didattico prevede interventi volti a far comprendere il valore della dimensione emozionale e a migliorare le proprie competenze comunicative anche attraverso l'apprendimento di nuove e avanzate tecniche di comunicazione efficace.

Approfondire l'analisi dei processi emotivi che portano alla scelta di un determinato brand consente di individuare il tipo di esperienza capace di valorizzare al meglio il prodotto.

Contenuti

- L'importanza della percezione nel processo decisionale
- Le motivazioni delle scelte emotive del cliente
- Come valorizzare il proprio brand
- La misurazione delle emozioni
- Come funziona il marketing emozionale
- Le stimolazioni sensoriali all'interno di punti vendita
- Tecniche avanzate di persuasione
- Le mappe mentali e l'approccio della programmazione neuro linguistica
- Benchmarking: casi aziendali di marketing emozionale

Docenti

Margherita Cicchetti

Durata del corso

2 giorni

Sede del corso

Milano, Bologna, Torino, Padova

Per informazioni e iscrizioni

Margherita Cicchetti

338 88 35 232 | info@emmecistudio.net

emmecistudio
FORMAZIONE & COMUNICAZIONE