

NEURO MARKETING E WEB MARKETING



Codice corso CRE07

L'inconscio, le emozioni e le percezioni giocano ruoli fondamentali per catturare l'attenzione dell'utente. Conoscendo al meglio il neuro-marketing è possibile migliorare l'efficacia del sito internet e ottimizzare le risorse su ciò che davvero conta nell'influenzare il gradimento dei clienti. Questo corso vuole aumentare l'implementazione nella pratica del web marketing su alcuni accorgimenti neuro scientifici per incrementare l'efficacia della comunicazione online.

Obiettivi

- Strumenti concettuali e metodologici per meglio comprendere il processo decisionale
- Basi teorico-pratiche per capire cosa sono le emozioni da un punto di vista neuro-scientifico e comprendere il loro legame con il successo di un sito internet
- Metodi per ottimizzare il sito internet da un punto di vista neuro-cognitivo

Programma

- Elementi chiave nella realizzazione di un sito internet.
1. Come decidono le persone? Il processo decisionale dell'utente.
 2. Come funziona il processo decisionale? Brevi cenni al funzionamento del cervello.
 3. E' possibile prevedere il comportamento? Errori cognitivi e aspetti applicativi.
- Il sito internet memorabile.
1. Come interpretare l'utente? Elementi chiave e alcuni esempi pratici.
 1. Come rendere il proprio sito internet "memorabile"? Il ruolo delle percezioni sensoriali e delle emozioni.
 2. Come incrementare il tasso di ritorno degli utenti? Aspettative, dopamina, ossitocina e piacere.
- Il sito internet e la sua usabilità.
1. Cosa spinge il cliente a visitare un sito internet? Obiettivi e costi cognitivi delle persone.
 1. Come si comportano i clienti sul sito internet? Applicazioni pratiche e esempi applicativi.
 2. Come capire gli utenti? Alcuni esercizi pratici.

Destinatari

- Web Project Manager
- Search Engine Optimizator (SEO)
- Web Content Manager
- Marketing e Communication Manager

Durata 16 ore

Costo

CON LA RISORSA UMANA, IL CORSO E' GRATUITO PER TUTTE LE AZIENDE ISCRITTE AI FONDI INTERPROFESSIONALI

