

ALTA FORMAZIONE

NEUROSCIENZE DELLA PERSUASIONE



Il percorso per entrare in risonanza e
creare connessioni autentiche e di valore
con la mente del tuo pubblico



ALTA FORMAZIONE **NEUROSCIENZE** DELLA PERSUASIONE



DURATA:

9 ore – 3 lezioni da 2 ore
3 ore di laboratorio online



FORMATO:

Aula virtuale online (lezioni live)
Laboratorio online

A chi è rivolto

Manager, professionisti, consulenti e a chi vuole conoscere e approfondire il neuromarketing per applicarlo come leva strategica.

Non sono richieste conoscenze pregresse nell'ambito

IL PROGRAMMA

in 4 lezioni

LEZIONE 1

Fondamenti e Strategie di Persuasione (Long & Short)

Analisi delle basi neuroscientifiche che differenziano la persuasione dalla manipolazione e dall'influenza. Il modulo approfondisce:

- **Il modello ELM** (Elaboration Likelihood Model) e i percorsi di elaborazione cognitiva (Via Centrale e Via Periferica).
- La distinzione tra **Long Persuasion**, focalizzata sul neuroposizionamento e sulla coerenza dei valori di marca nel tempo, e **Short Persuasion**, basata su tecniche per obiettivi immediati.
- I concetti di **mera esposizione** e **fluidità cognitiva** per rendere un brand familiare e affidabile.

IL PROGRAMMA

in 4 lezioni

LEZIONE 2

Modelli Applicativi e Fattori di Influenza

Il focus si sposta sull'integrazione tra la retorica classica e le moderne scoperte sul cervello. Gli argomenti includono:

- **I 5 ingredienti per il cervello:** Prospettiva, Benefici, Interesse, Prove/Evidenze e Argomenti.
- **I 17 fattori che influenzano la persuasione** (secondo Tali Sharot), tra cui la gestione delle convinzioni precedenti, il ruolo delle emozioni e della sincronia, e l'importanza della sensazione di controllo.
- **Il ruolo dei neurotrasmettitori**, come l'ossitocina, nel facilitare la collaborazione e l'acquisto d'impulso attraverso lo storytelling.
- **La riduzione della frizione comunicativa** per allineare l'offerta agli interessi reali del cliente.

IL PROGRAMMA

in 4 lezioni

LEZIONE 3

Neurowords – Il Potere del Linguaggio

Lezione dedicata alla linguistica cognitiva per comprendere come le parole influenzino il sistema nervoso e il metabolismo dei riceventi. I punti chiave sono:

- **Efficacia cognitivo-emozionale delle parole:** presentazione di ricerche effettuate con l'EEG per distinguere i termini che ingaggiano l'attenzione (es. Sfida, Cambiamento, Futuro) da quelli che la respingono (es. Qualità, Tradizione).
- **Gestione dei Frame:** l'uso strategico di cornici positive e negative per attivare l'aspettativa di ricompensa.
- Contrasto all'**effetto ambiguità** e utilizzo della **concretezza linguistica** per aumentare la soddisfazione e la disponibilità all'acquisto.

IL PROGRAMMA

in 4 lezioni

LEZIONE 4

Laboratorio Operativo Project Work

L'ultima lezione sarà dedicata alla messa in pratica degli insight appresi nelle prime 3 lezioni. Attraverso un caso aziendale reale, tuo o proposto dai docenti, si lavorerà sugli obiettivi strategici per sviluppare diversi contenuti di comunicazione persuasiva.

- Un **claim** sintetico e memorabile.
- **Copy per Meta Ads** e brevi DEM focalizzate sulla salienza e la riduzione dell'attrito cognitivo.
- **Post per i social media** giustificati attraverso i bias e i meccanismi decisionali analizzati.



COSA È INCLUSO

SLIDE DEL CORSO

Contenuti strutturati per guidarti passo dopo passo nell'apprendimento.

REGISTRAZIONE DELLE LEZIONI LIVE

Rivedi ogni modulo quando vuoi e consolida le competenze

ATTESTATO DI PARTECIPAZIONE AINEM

Una certificazione che valorizza il tuo percorso professionale.

Hai ancora dubbi o domande?



Scrivici a: info@ainemformazione.it