

Come e perchè acquistiamo

I processi emotivi e razionali che orientano il consumatore nelle esperienze di acquisto



Cosa determina la decisione di acquistare un determinato prodotto o un servizio all'interno di un'offerta sempre più caratterizzata da un eccesso di scelta?

Obiettivi del corso

Capire quali sono le valutazioni che orientano oggi il consumatore all'interno di un mercato quanto mai variegato di proposte attraverso gli strumenti delle neuroscienze.

Conoscere i processi cerebrali che si attivano durante le decisioni di acquisto permette di costruire strategie di marketing e vendita più efficaci ed una gestione migliore dei punti vendita

Destinatari

Addetti alle vendite, al marketing e alla comunicazione

Durata

8/16 ore secondo il livello di approfondimento

Come e perchè acquistiamo

- I paradossi della scelta: attrazione per l'abbondanza e difficoltà di scelta.
- Cervello razionale e cervello emotivo, un legame indissolubile nelle scelte di acquisto.
- Riduzione dell'informazione e cornici di riferimento per orientare il cliente.
- Il comportamento imitativo e i neuroni specchio.

- Promozioni ed eccitazione emotiva
- Le aree cerebrali che prevedono il piacere del consumo e il dolore del prezzo da pagare: Nucleo Accumbens e Insula
- L'euristica del regalo e la sollecitazione della mente emotiva
- L'effetto ancora nella definizione del prezzo e il principio di contrasto

- Le emozioni nel processo di acquisto:
acquistare per paura, per empatia e solidarietà: gli esempi dei cibi funzionali, biologici ed equo solidali
- La differenza tra soddisfare bisogni e desideri: la shopping experience e il sistema dei valori

- Assortimento e complessità decisionale
- L'eccesso di scelta e l'aumento del rammarico
- Socializzare gli acquisti, la scorciatoia dei più venduti

- Le soluzioni adottate dall'economia digitale

Dott.Marco Vignudelli Tel 3357163829

marco.vignudelli@gmail.com