



#chiamatelaneuro

NeuroComunicazione e NeuroMarketing

NEUROCOMUNICAZIONE



#chiamatlaneuro
NeuroComunicazione e NeuroMarketing

Soprattutto attraverso l'ausilio di alcune tecniche di neuroimaging cerebrale: **PET, fRSM, EEG**



Le precondizioni che rendono la comunicazione "più efficace" affondano le loro radici ne...

Cervello e mente creativi e ricettivi

- LO STATO DEL CERVELLO IN ONDE THETA E ALFA
- IL LINGUAGGIO DELL'EMISFERO DESTRO
- I PROCESSI DI SINTONIZZAZIONE EMOTIVA
- I NEURONI SPECCHIO
- LA STIMOLAZIONE DELLA DOPAMINA

La cassetta degli attrezzi del «neuro-comunicatore»



TECNICHE EVOLUTE DI COMUNICAZIONE

- MODALITA' PROVENIENTI DAL MODELLO UMANISTICO (counseling)
- TECNICHE SISTEMICO-RELAZIONALI
- STRUMENTI DI DERIVAZIONE STRATEGICA
- PROGRAMMAZIONE NEUROLINGUISTICA
- MODALITA' ALETICHE
- LOGICHE DELLA CREDENZA
- TECNICHE CREATIVE (anche CPS)
- CONTRIBUTO DELLA LINGUISTICA COGNITIVA
- Il *Facial Action Coding System* (FACS) di Ekman e Friesen (1978)

NeuroComunicazione, come?

- Neurocomunicazione interpersonale
- Neurocomunicazione mass mediatica
- Neurocomunicazione new mediatica

APPLICAZIONI della NC

- Relazione con i clienti, utenti, acquirenti, consumatori diretti
- Creazione o ricalibrazione messaggi pubblicitari e politici
- Redazione testi e realizzazione immagini fotografiche e artistiche
- Organizzazione di eventi
- Tecniche di presentazione e Public Speaking

Apprendere la NC

A livello individuale:

- Studio di testi di riferimento
- Corsi di formazione residenziali

A livello aziendale:

- Corsi di formazione interna
- Consulenze da parte di esperti (supervisione)*

NEUROMARKETING



definizione

E' una branca di riferimento delle cosiddette "neuro-economie", ed indica una recente disciplina volta all'individuazione di canali di comunicazione più diretti ai **processi decisionali d'acquisto**, mediante l'utilizzo di metodologie legate alle scoperte delle Neuroscienze. È una disciplina che fonde il marketing tradizionale (economia) con neurologia (medicina) e psicologia (scienze comportamentali) e si prefigge di individuare cosa accade nel cervello delle persone in risposta ad alcuni stimoli relativi a prodotti, marche o pubblicità con l'obiettivo di determinare le strategie che spingono all'acquisto. L'interessamento del sistema nervoso centrale, ed in particolar modo delle zone cerebrali attive durante la creazione del processo decisionale, sono all'origine della composizione del nome, coniato da Ale Smidts nel 2002.

#chiamatlaneuro

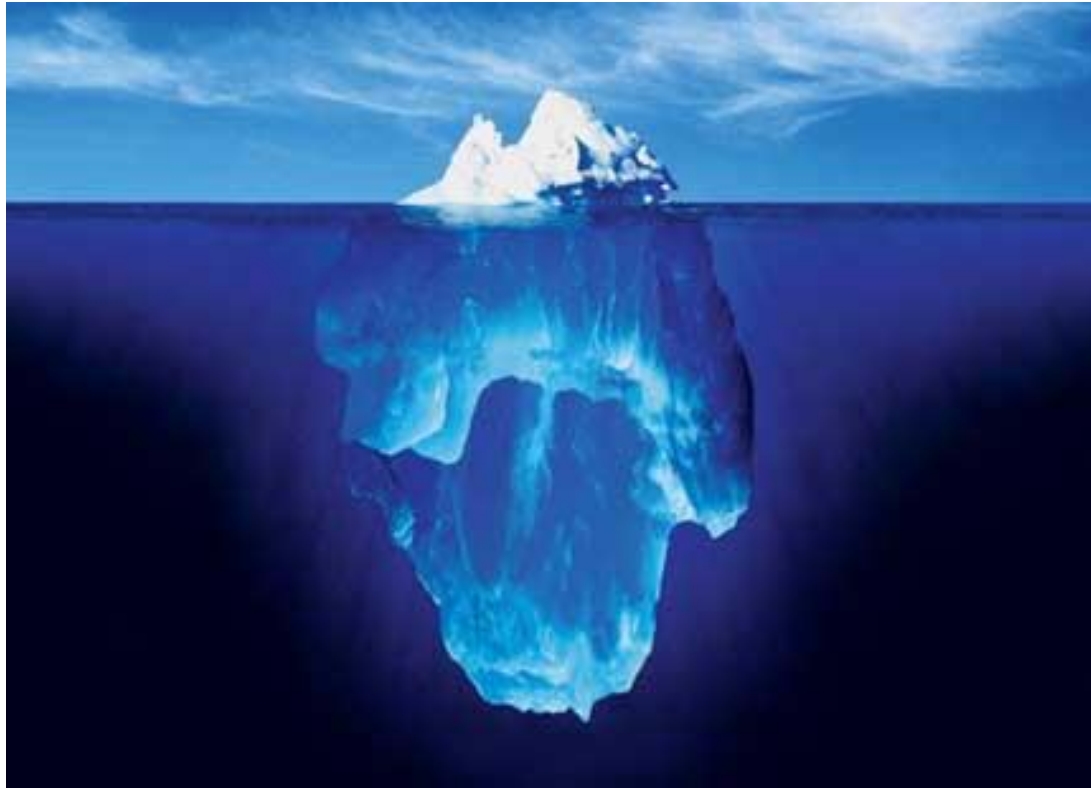
NeuroComunicazione e NeuroMarketing

Metodologie NeuroMarketing

Il NeuroMarketing è principalmente legato:

- all'utilizzo di **tecniche di visualizzazione dell'attività cerebrale** come i sistemi di risonanza elettromagnetica funzionale (fMRI, *Functional Magnetic Resonance Imaging*) e i sistemi di elettroencefalografia (EEG) per comprendere cosa effettivamente accada a livello neurocognitivo in risposta a determinati stimoli emozionali, spesso con finalità promozionali o pubblicitarie, al fine di determinare il livello di efficacia della comunicazione presa in esame;
- **alla rilevazione della frequenza cardiaca, delle variazioni termiche facciali o dell'attivazione motoria** legati ad aspetti emotivi, grazie ai quali vengono registrati e analizzati per tracciare il percorso emozionale e comportamentale suscitato;
- **alla decodifica e misurazione delle espressioni facciali** (emozioni universali). A livello tecnico, lo strumento scientifico utilizzato è il FACS: Facial Action Coding System e i software per la codifica tecnica dei filmati;
- al ricorso ad interviste individuali (campione rappresentativo del target di riferimento) basate **sull'utilizzo di metafore visive e concettuali** che sono in grado di far affiorare i pensieri inconsci e le emozioni inconsapevoli che influenzano le opinioni e i comportamenti (motivazioni profonde).

VERSO IL NEURO-MARKETING



IL 95% DEI PROCESSI MENTALI SONO INCONSCI

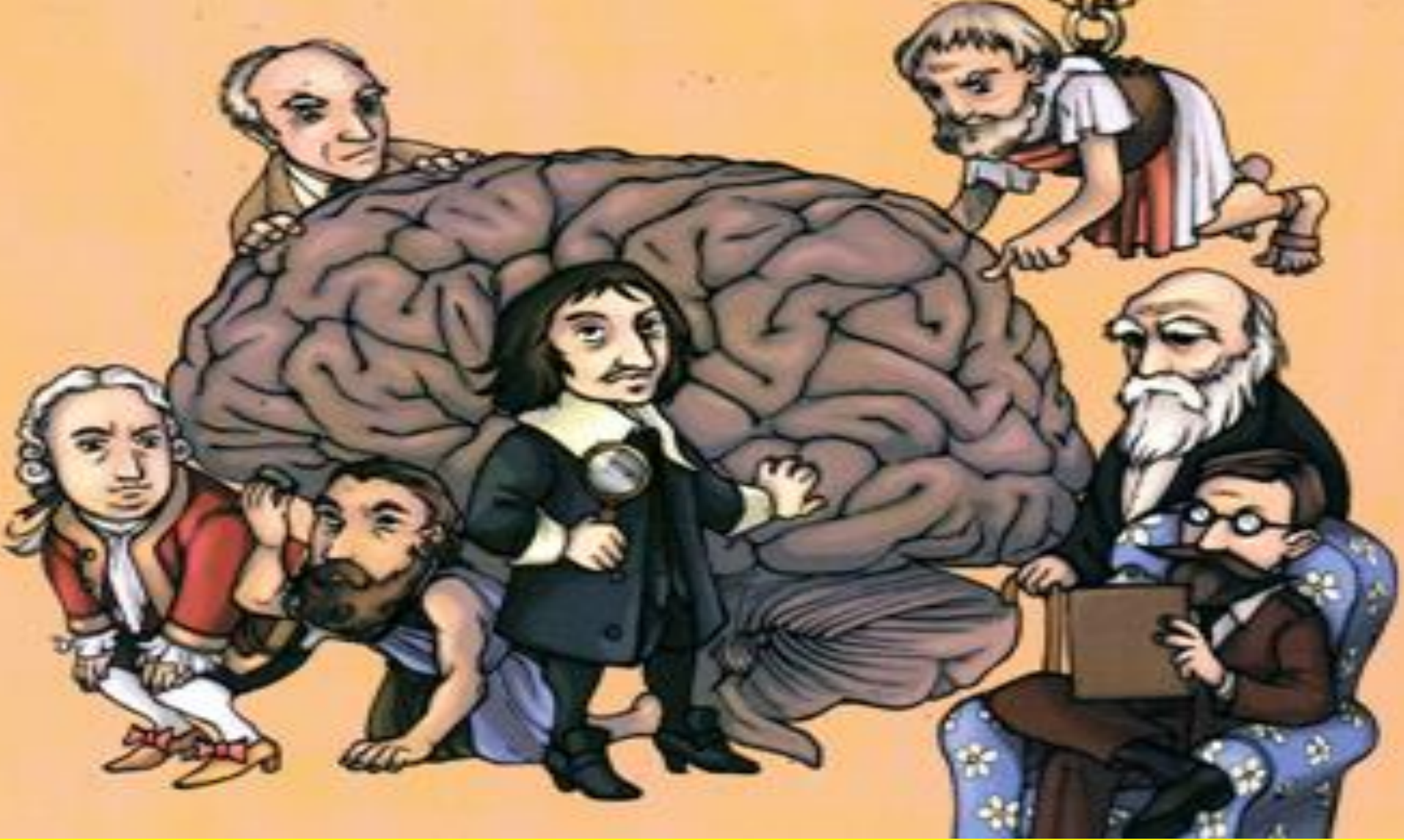
LA RAZIONALITA' DIPENDE DALL'EMOZIONE

LA NOSTRA COMPRENSIONE DEL MONDO DIPENDE DA FRAME E METAFORE

I NOSTRI PROCESSI DECISIONALI VIOLANO ALCUNI PRINCIPI DI RAZIONALITA'

#chiamatlaneuro

NeuroComunicazione e NeuroMarketing



Grazie per l'attenzione!

© Carmen Cini, 3397038993 - carmen.cini@ngi.it

#chiamatlaneuro
NeuroComunicazione e NeuroMarketing