



NEUREXPLORE

Giuliano Trenti
CEO & Founder

**Neuroscienze,
comunicazione digitale e
vendite: come sfruttare al
meglio le risorse aziendali
per attirare i clienti.**

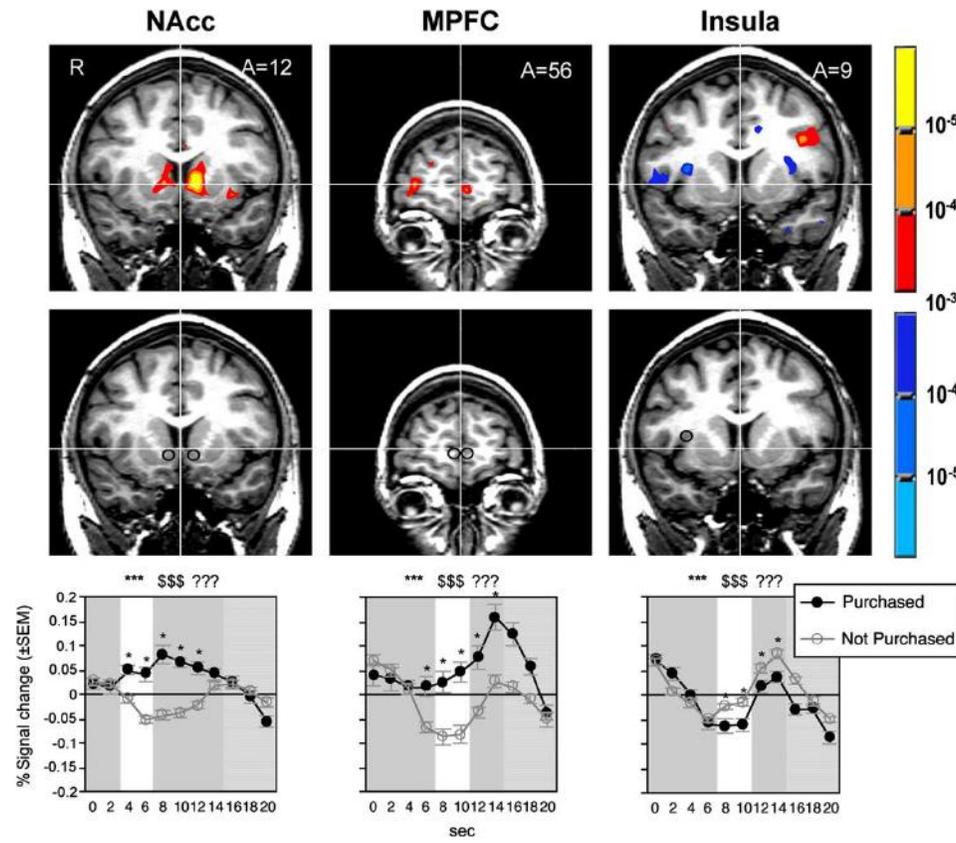
SITI WEB





**Come impostare i
contenuti?**

DOPAMINA E PREDITTORI DEL SÌ



ANALISI DEI PROCESSI DECISIONALI

ELEMENTI DOPAMINERGICI

Predittori del sì

Ricompensa attesa

Concept comunicativo

ANALISI DEI PROCESSI DECISIONALI

ELEMENTI DOPAMINERGICI

Predittori del sì

Ricompensa attesa

INFORMAZIONI RICERCATE

Info che il target **vuole avere**

Info che **influenzano la scelta**

Concept comunicativo

I plus da comunicare

ANALISI DEI PROCESSI DECISIONALI

ELEMENTI DOPAMINERGICI	INFORMAZIONI RICERCATE	LOBO DELL'INSULA
Predittori del sì	Info che il target vuole avere	Inibitori del sì
Ricompensa attesa	Info che influenzano la scelta	Elementi di ostacolano la scelta
Concept comunicativo	I plus da comunicare	Come assicurare il target

ANALISI DEI PROCESSI DECISIONALI

Immaginiamo un servizio di ristrutturazione... è più efficace puntare su...



SIAMO VELOCI

RISPETTIAMO LE TEMPISTICHE

SIAMO CONVENIENTI

ANALISI DEI PROCESSI DECISIONALI

Immaginiamo un servizio di ristrutturazione... è più efficace puntare su...



SIAMO VELOCI

RISPETTIAMO LE TEMPISTICHE

SIAMO CONVENIENTI

ANALISI DEI PROCESSI DECISIONALI

Immaginiamo un brand di birra che vende online... è più efficace puntare su...



BIRRA CONVENIENTE

BIRRA ARTIGIANALE

BIRRA PER LE OCCASIONI SPECIALI

ANALISI DEI PROCESSI DECISIONALI

Immaginiamo un brand di birra che vende online... è più efficace puntare su...



BIRRA CONVENIENTE

BIRRA ARTIGIANALE

BIRRA PER LE OCCASIONI SPECIALI

ANALISI DEI PROCESSI DECISIONALI

Immaginiamo una location turistica in Trentino... che info influenzano il target?



TREKKING DISPONIBILI

SPORT ESTREMI DISPONIBILI

CASTELLI E VISITE DISPONIBILI

ANALISI DEI PROCESSI DECISIONALI

Immaginiamo una location turistica in Trentino... che info influenzano il target?



TREKKING DISPONIBILI

SPORT ESTREMI DISPONIBILI

CASTELLI E VISITE DISPONIBILI

ANALISI DEI PROCESSI DECISIONALI

Immaginiamo un gestionale per piccole imprese... che info influenzano il target?



FUNZIONI DISPONIBILI

PREZZO

REFERENZE

ANALISI DEI PROCESSI DECISIONALI

Immaginiamo un gestionale per piccole imprese... che info influenzano il target?



FUNZIONI DISPONIBILI

PREZZO

REFERENZE

ANALISI DEI PROCESSI DECISIONALI

Immaginiamo un conto bancario under 30... quale paura va presidiata?



CONTO COSTOSO

BANCA NON SOLIDA

APP NON FUNZIONALE

ANALISI DEI PROCESSI DECISIONALI

Immaginiamo un conto bancario under 30... quale paura va presidiata?



CONTO COSTOSO

BANCA NON SOLIDA

APP NON FUNZIONALE

ANALISI DEI PROCESSI DECISIONALI

Immaginiamo un fornitore di energia elettrica... quale paura va presidiata?



NON ECOLOGICO

NON AFFIDABILE

COSTOSO

ANALISI DEI PROCESSI DECISIONALI

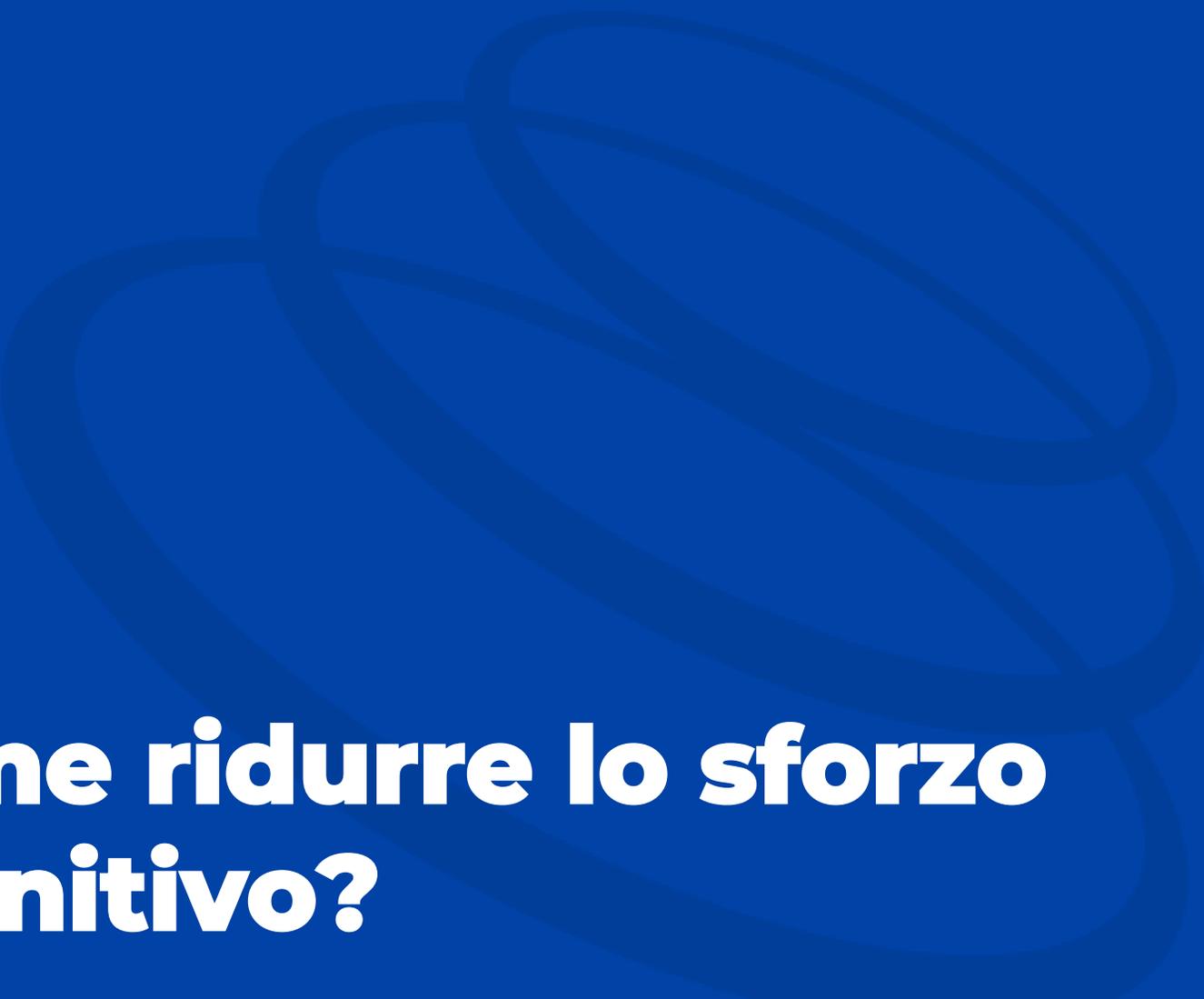
Immaginiamo un fornitore di energia elettrica... quale paura va presidiata?



NON ECOLOGICO

NON AFFIDABILE

COSTOSO



**Come ridurre lo sforzo
cognitivo?**

SFORZO COGNITIVO



INTERPRETAZIONE DELLE LABEL

Portali bancari

Messaggi

Notifiche



INTERPRETAZIONE DELLE LABEL

Portali bancari

Messaggi

Notifiche

Aggiornamenti dalla banca

Promozioni dedicate

Advertising

Comunicazioni personali



INTERPRETAZIONE DELLE LABEL

Portali bancari

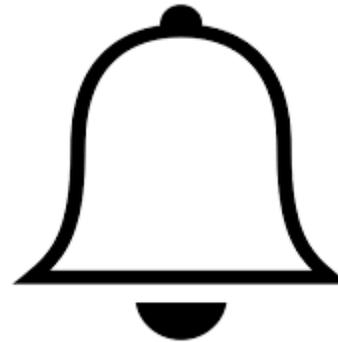
Messaggi

Aggiornamenti dalla banca

Promozioni dedicate

Advertising

Comunicazioni personali



Notifiche

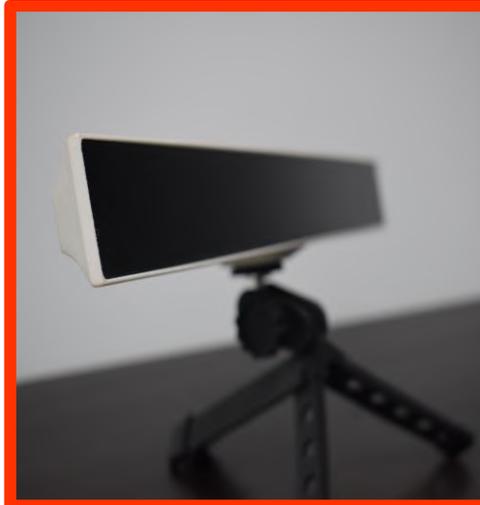
Alert bonifico avvenuto

Superamento soglia spesa

Alert pagamento carta

Anomalie

NEUROMARKETING LAB



EYE-TRACKER



USABILITY CAM



BEHAVIORAL TEST



**Come modificare i flussi
di navigazione?**

EFFETTO VIDEO

Foto statica

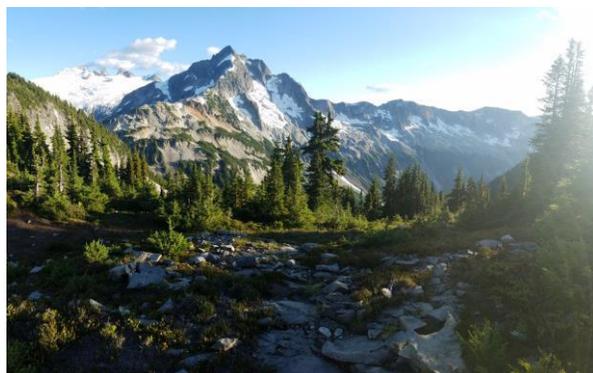
camere

cucina

kids

prezzi

contatti



Video camere

camere

cucina

kids

prezzi

contatti



EFFETTO VIDEO

Foto statica

camere

cucina

kids

prezzi

contatti



Video camere

camere

cucina

kids

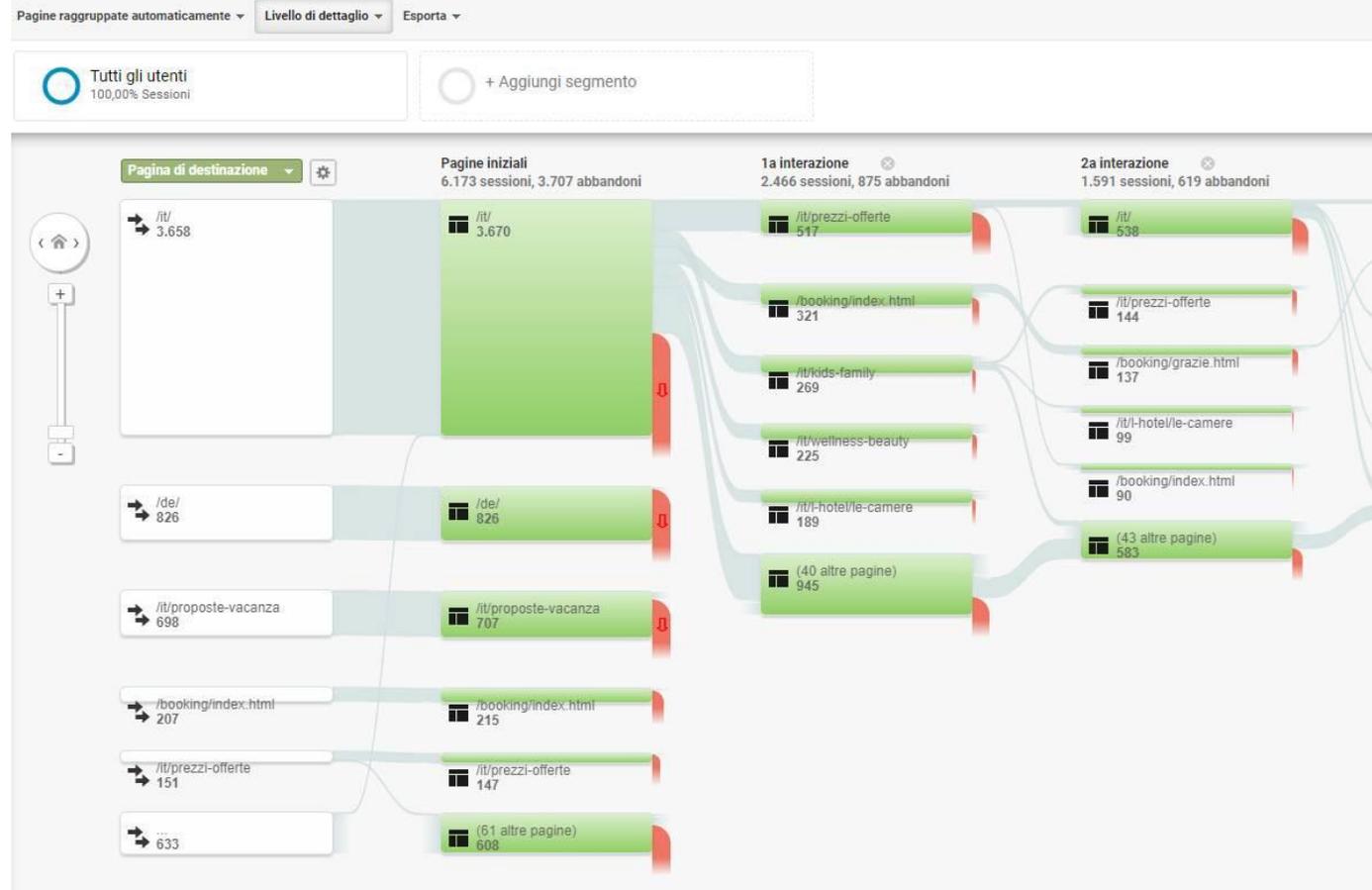
prezzi

contatti



EFFETTO VIDEO

Flusso comportamento





LANDING PAGE



Quali emozioni elicitarre?

EMOZIONARE PER VENDERE



Prestiti



Trading online

EMOZIONARE PER VENDERE



Prestiti

serenità/felicità



Trading online

EMOZIONARE PER VENDERE



Prestiti

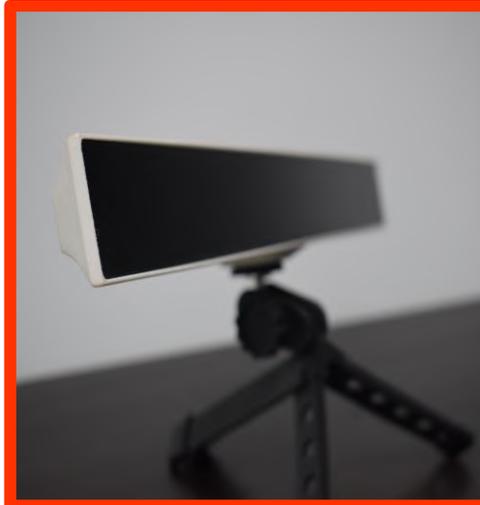
serenità/felicità



Trading online

entusiasmo/euforia

NEUROMARKETING LAB



EYE-TRACKER



GSR



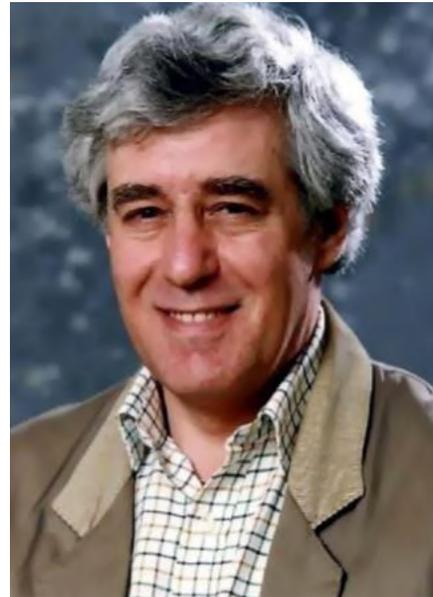
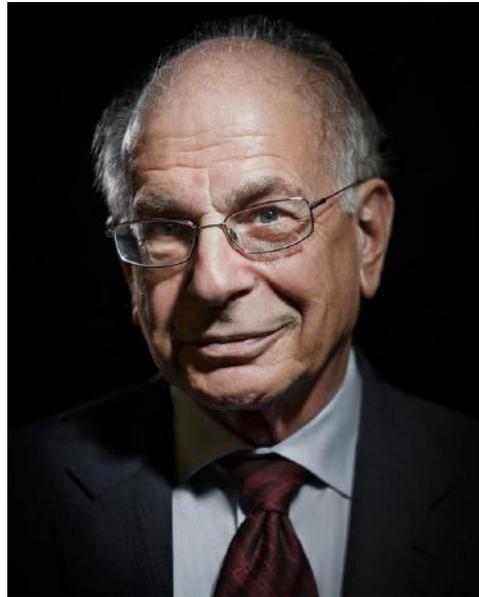
BEHAVIORAL TEST



BIAS COGNITIVI

LETTERATURA

Kahnemann e Tversky



LETTERATURA

Richard Thaler

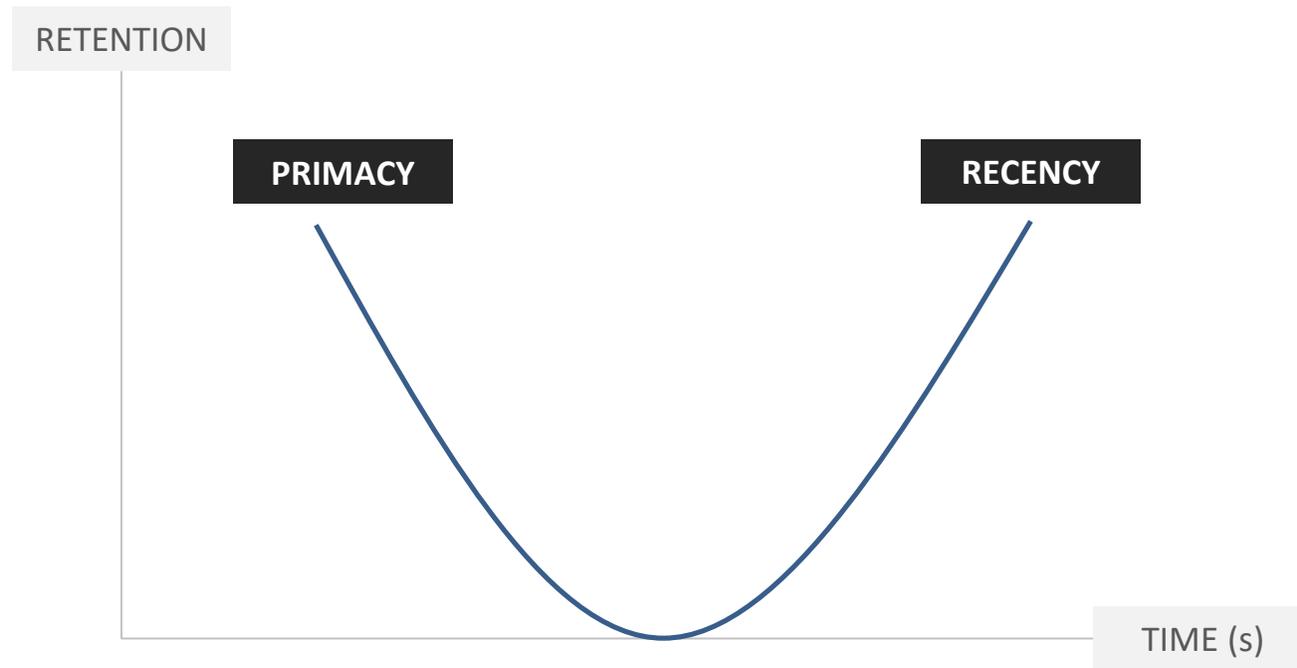


LETTERATURA

Dan Ariely



PRIMACY/RECENCY EFFECT



BANDWAGON EFFECT

«Se lo fanno tutti dovrà essere conveniente»



AUTHORITY BIAS

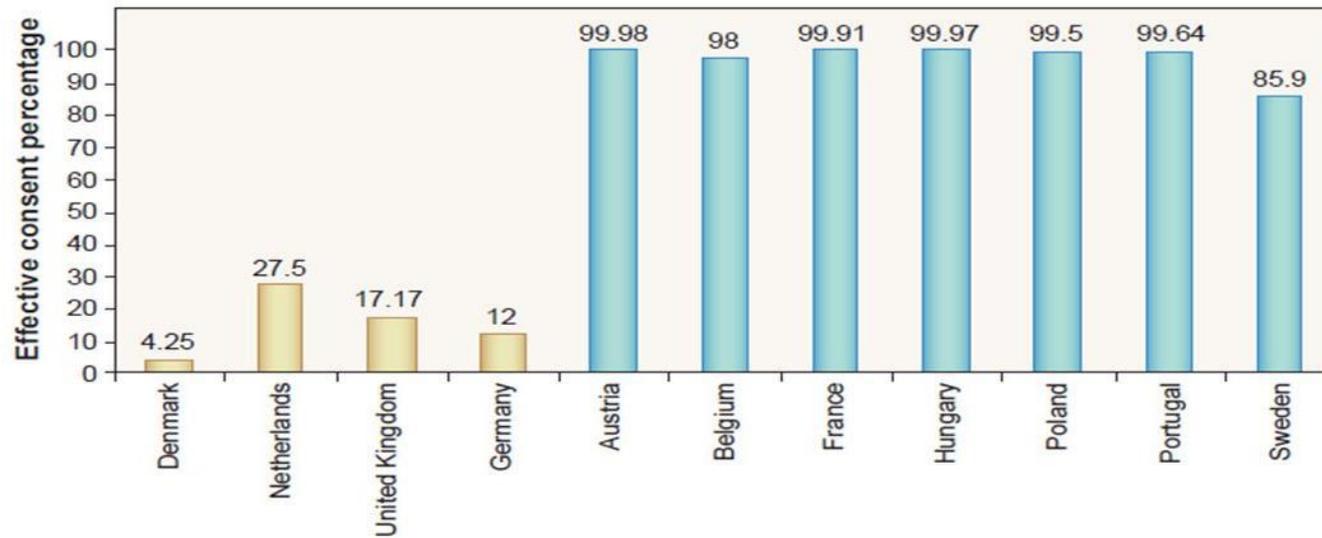
Esperti veri



Esperti percepiti

STATUS QUO BIAS

Effective consent rates, by country. Explicit consent (opt-in, gold) and presumed consent (opt-out, blue) (Source: Johnson and Goldstein, 2008, 1338)



STATUS QUO BIAS

Check the box below if you want to participate in the organ donor program

Le persone **NON** mettono la spunta e **NON** partecipano

STATUS QUO BIAS

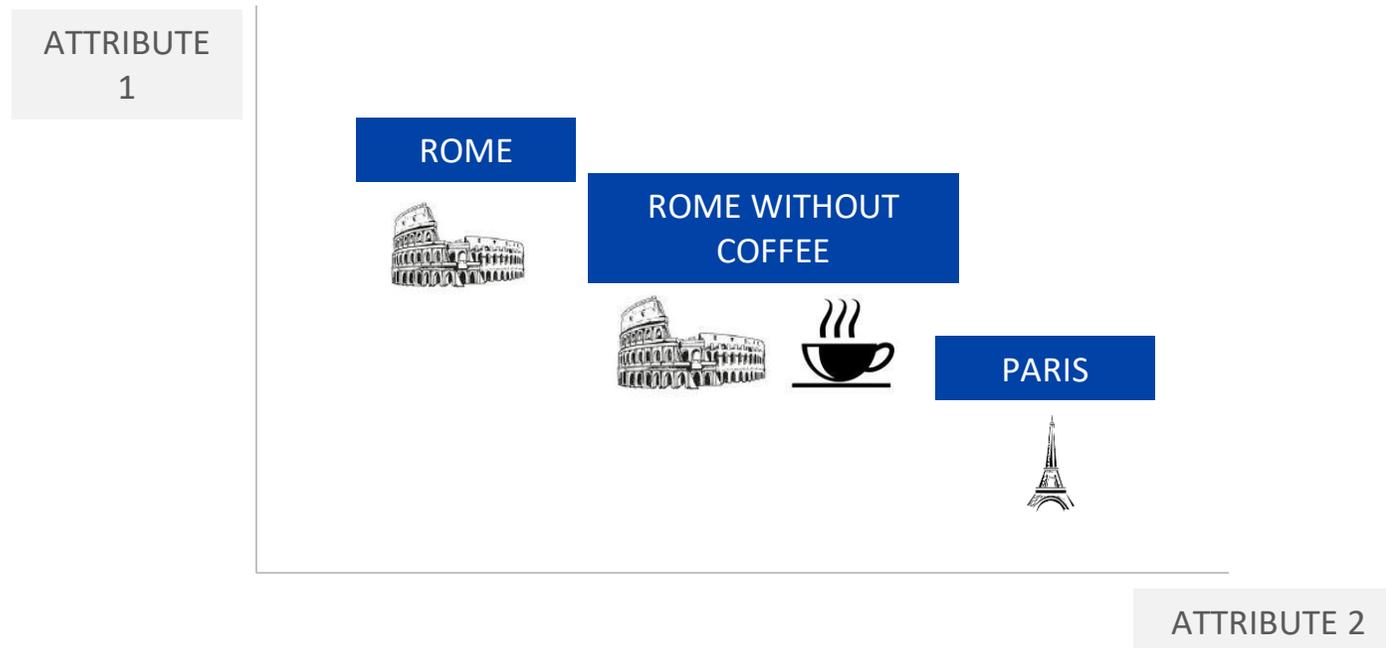
Check the box below if you don't want to participate in the organ donor program

Le persone **NON** mettono la spunta e **partecipano**

DECOY EFFECT



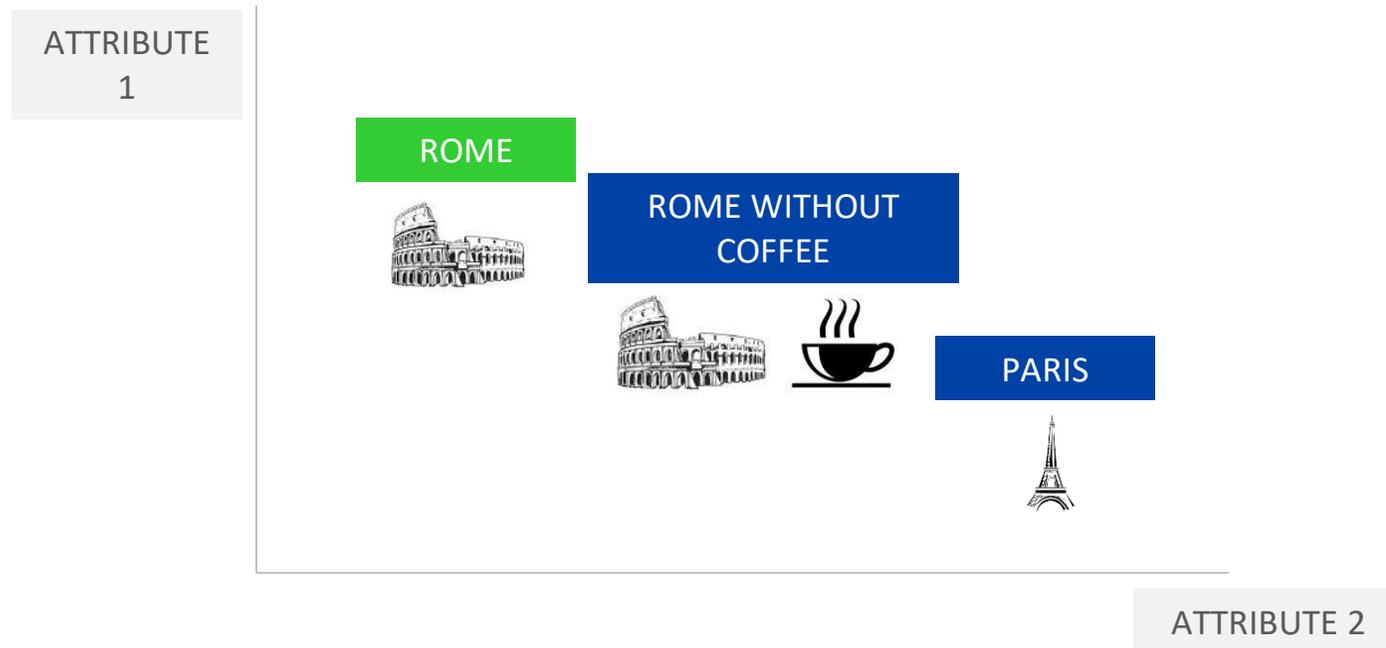
DECOY EFFECT



DECOY EFFECT



DECOY EFFECT



Una battaglia
si vince **prima**
di combattere



GRAZIE



NEUREXPLORE

www.neurexplorer.com