

USARCI VENEZIA GRANDE SUCCESSO DEL WORKSHOP : NEUROMARKETING

Le attività cerebrali e i comportamenti di acquisto dei clienti



Si racconta che un produttore di scarpe volendo espandersi in Africa mando' due agenti a sondare quel mercato. Dopo una settimana torna uno dei due sconsolato: "Ragazzi, qui non vedo nessuna possibilità, girano tutti scalzi". Dell'altro agente nessuna notizia fino a quando arriva un fax dall'Africa: "Urgente! Inviare un grosso quantitativo di scarpe. Qui girano tutti scalzi!"

Sicuramente molti, di coloro che hanno partecipato al meeting organizzato dall'Usarci Venezia, saranno tornati a casa con nuove idee e motivazioni, pari all'entusiastica affermazione urgente del secondo agente in Africa.

Ha avuto un grande successo l'incontro del 20 aprile scorso presso la sede Usarci con il tema:



NEUROMARKETING "Le attività cerebrali e i comportamenti di acquisto dei clienti".

Dopo il saluto di benvenuto espresso dal consigliere Antonio Munerotto e una breve informazione sulle attività dell'associazione, l'ing. Bulzatti ha svolto la sua presentazione con grande attenzione alla forma comunicativa e con l'ausilio informatico di slides dedicate.

E' stato presentato in forma molto semplice il complesso meccanismo di funzionamento della nostra mente con spiegazioni delle aree del cervello interessate alla formazione delle decisioni, in questo caso decisioni di acquisto.

Sono stati in particolare utilizzati dei casi reali di ricerche di mercato con confronti anche fra i primi studi risalenti a 30 anni fa e i recenti di uno due anni. Il caso analizzato è stato esemplificato fra i due competitors americani nel beverage Coca-Cola e Pepsi. Un secondo caso riguardava l'influenza sulle vendite a causa delle diverse risposte della mente alle pubblicità intenzionalmente negative, spesso ripugnanti, per scoraggiare il tabagismo e che invece hanno portato ad un aumento del consumo mondiale di sigarette. L'ultimo caso trattato metteva in relazione l'uomo l'auto e le donne. Caso Mercedes e manifesto Motor Show.



E' seguito un dibattito molto partecipato dei presenti che sembrava non lasciar tracce di stanchezza da quanta passione e interesse era stato suscitato. E sarebbe proseguito ben oltre le 23.30 orario in cui si è deciso di lasciarci, ma contemporaneamente vi è stata la promessa reciproca dell'associazione di programmare altri incontri che consentano di fare "formazione continua" e dei partecipanti di segnalare gli argomenti di loro interesse in modo da rispondere puntualmente alle richieste.

N.B. Ricordate cosa hanno in mente gli uomini? E le donne? Bene come promesso vi manderemo una mail per scaricare il pdf della presentazione.



Riflettete su questa pillola: ***Dobbiamo utilizzare il tempo come uno strumento e non come un divano.*** (J.F.K.)