



FACEBOOK



GOOGLE+



RSS



TWITTER



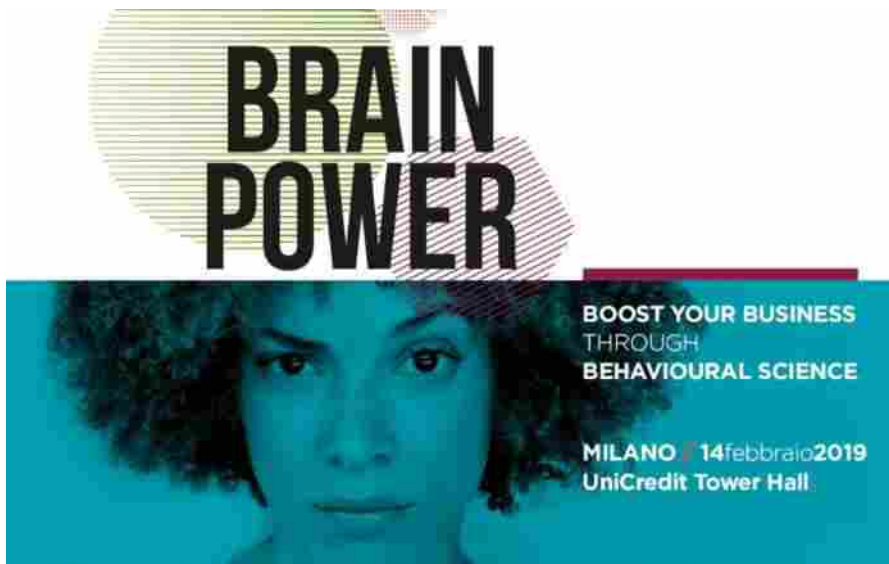
YOUTUBE



Home > Marketing & Consumi > Certamente 2019: neuromarketing per un business innovativo

Certamente 2019: neuromarketing per un business innovativo

1 febbraio 2019



Il prossimo 14 febbraio torna a Milano, presso UniCredit Tower Hall, [Certamente - Inspiring Neuromarketing Day](#), il convegno che si è affermato nel panorama italiano come appuntamento fondamentale per divulgare e dimostrare i vantaggi strategici per il business di un approccio basato su neuromarketing e behavioural science. Un metodo applicabile a tutti i

Abbonati a **MARK UP**

Edicola web

Iscriviti alla newsletter



MANAGEMENT

Notes.it

A CURA DI

Twitter



Mark Up
@Mark_Up_



Certificazione Top Employer 2019 per

touch point tra brand e cliente, non solo all'advertising e al branding, ma anche al retail design e al packaging, fino ad arrivare allo studio delle attività promozionali.



Questa quarta edizione si preannuncia ricca di novità: una nuova location nella zona simbolo della Milano contemporanea; una formula One Day; specifiche sessioni dedicate a Brand, Retail e Product, nodi cruciali per il marketing e la comunicazione; speaker internazionali provenienti da Ipsos, dalla University of Michigan, da Mars Incorporated; contenuti che uniscono vocazione scientifica e punto di vista pratico.

Durante il convegno sarà dimostrata l'efficacia strategica di aggiungere la conoscenza e la considerazione delle reazioni non conscie agli aspetti consci e razionali del consumatore. Da sottolineare, la presenza al convegno di **imprese quali Segafredo, Electrolux, Agrotex, Amorim Cork e di charity come la britannica National Trust**, che condivideranno con la platea le proprie esperienze e illustreranno come le neuroscienze possano potenziare le strategie di business di un brand.

Inoltre, l'apertura ai temi della scienza comportamentale vedrà **dialogare di economia reale ed economia comportamentale**, di differenze, punti di vista e benefici per le aziende e il loro business, Matteo Motterlini, filosofo ed economista e E.ON Professor in Behaviour Change presso l'Università Vita-Salute San Raffaele di Milano, e Daniele Manca, vicedirettore del Corriere della Sera.

Per dettagli sul programma e iscrizioni: www.certamente.biz

TAG [business](#) [comportamenti](#) [Comunicazione](#) [marketing](#) [neuromarketing](#) [scienza](#)

Mi piace 8



Articolo precedente

Centro Medico Santagostino investe sulla vendita degli occhiali

ARTICOLI CORRELATI [Dello stesso autore](#)

Esselunga mark-up.it/certificazione...
[@esselunga](#) [#retail](#) [#welfare](#)



Facebook

