

Neuromarketing & Consumer insights

01 INTRODUÇÃO ÀS NEUROCIÊNCIAS

- Estudo do Sistema Nervoso
- Química cerebral
- Neuroanatomia do consumo
- Neurociência da tomada de decisão
- Emoções no consumo
- Neurociência aplicada ao marketing

02 INTELIGÊNCIA EMPRESARIAL E ESTRATÉGIA COMPETITIVA

- Novo cenário de aceleração
- Novas economias emergentes
- Centralidade dos consumidores
- HCD - Human Centered Design
- Demandas da governança
- Criação de valor

03 NEUROMARKETING APLICADO ÀS VENDAS ON E OFFLINE

- Introdução ao neuromarketing
- Princípios da fisiologia do cérebro e do comportamento
- Tudo começa pela atenção do consumidor
- Como construir memórias e utilizá-las nas estratégias
- Emoções e suas ativações
- As necessidades humanas e as bases de decisão

04 ECONOMIA COMPORTAMENTAL

- Incerteza, Riscos e Ruídos
- Preferências Sociais
- Princípio da Reciprocidade
- Racionalidade: os Limites da nossa capacidade de otimizar
- Reputação
- Confiança

05 TÉCNICAS DE INVESTIGAÇÃO EM NEUROMARKETING

- Introdução às ciências da quantificação do comportamento humano por meio de dados
- Métodos de quantificação de comportamento: Eletroencefalograma
- Métodos de quantificação de comportamento: Eletrocardiograma
- Métodos de quantificação de comportamento: Galvanic Skin Response
- Métodos de quantificação de comportamento: Eyetracker
- Métodos de quantificação de comportamento: Ressonância Magnética Funciona

06 INOVAÇÃO E CRIATIVIDADE

- Os horizontes da inovação
- Mindset de crescimento
- Colaboração
- Geração de ideias
- Empatia – Identificando as necessidades do cliente
- Modelos de negócios inovadores

07 NEUROMARKETING APLICADO AO TRADEMARKETING

- Saber o que, porque e quando aplicar as neurotecnologias no Trade Marketing.
- Saber como aplicar essas ""neurotecnologias"" no Trade Marketing
- Saber identificar heurísticas comportamentais e como mudá-las por meio do Trade Marketing
- Saber avaliar gerenciamento de categorias e melhorias de Trade Marketing para maior conversão
- Entender a eficácia do Trade Marketing no POS e como propor melhorias por meio da Neurociência aplicada
- Saber avaliar mudanças propostas de embalagens por meio da neurociência aplicada.

08 NEUROCIÊNCIAS APLICADAS AOS NEGÓCIOS

- Dados e as Novas Regras de Competição
- Impactos Globais
- A democratização do poder de mudar o mundo
- O futuro dos negócios
- Consumer Insights
- Oportunidades