

NEZAVEDNO VEDENJE POTROŠNIKOV – KAKO ODKRITJA NEVROMARKETINGA UPORABITI V MARKETINGU IN PRODAJI

OPIS

ZAKAJ LJUDJE KUPIMO?

Radi bi verjeli, da so naše nakupne odločitve racionalne... a je temu res tako?

Ne glede na to, ali gre za spletne nakupe (bolj aktualne v trenutnem času) ali nakupe v trgovinah, jedro marketinga in prodaje je še vedno **prepričevanje**. Da nekoga prepričamo, ga moramo **nagovoriti**, ključno pri tej komunikaciji pa je vedenje, **kako ljudje razmišljamo**.

Naučite se, **kako subtilno usmerjati kupca** – na praktični online delavnici v živo.

Komu je delavnica namenjena?
Vsem, ki se ukvarjate z marketingom, s prodajo ali ki kakor koli drugače želite vplivati na nakupne odločitve posameznikov.

Online delavnica v živo vas bo podprla s praktično aplikativnim znanjem. Tako boste bolje:

- razumeli in znali **predvideti proces odločanja** – ter to znanje uporabili za učinkovito komunikacijo,
- poznali najnovejša **odkritja o delovanju možganov**, relevantna za učinkovit marketing in prodajo,
- razumeli, kakšen **nevrološki učinek ima na potrošnika izredno stanje,** kot je trenutna epidemija,
- vedeli, kako učinkovito predstaviti **vašo edinstveno ponujeno vrednost** (unique value proposition),
- znali **sprožiti pozitivna čustva** ob misli na vaš brand, izdelek, storitev.

- Proces oblikovanja odločitve v možganih
- Kje v možganih se sprejme odločitev
- Spremenjeno vedenje v času izrednih razmer in kako odgovoriti nanj
- Moč podzavesti in podtalni nevrološki procesi
- Bolečina in odločanje
- Unique value proposition z vidika nevroznanosti
- Branding, sledilci in asociacije
- Naši čuti, percepcija in vpliv na nakupne odločitve
- Prodaja brez "prodaje"
- Wllingness to pay and perceived value

AVTORJI

mag. Primož Hvala

Mag. Primož Hvala pri svetovalnem delu kombinira znanja in izkušnje s treh področji – trženje, prodaja in HR. Vsebinska področja njegovih projektov so povečevanje poslovne in prodajne učinkovitosti, implementacija poslovnih sprememb v prodajno mrežo, coaching vodjem prodaje, evaluacija in razvoj vodstvenega ali prodajnega potenciala posameznikov. V

zadnjem obdobju je izvajal svetovanje in prodajne treninge za BMW Slovenija, Elektro Primorska, Plastika Skaza, Peugeot, Citroen, Iveco, Generali, Bayer, KD Skladi, Unistar PRO, Steklarna Hrastnik, LifeClass... Mag. Primož Hvala je avtor številnih dogodkov, med drugim prodajne konference Sales Summit, SMK, FMCG konference Prodaja na policah, Izvoznih fokusov, Marketing Summit.

SPLOŠNI POGOJI

Prejeti predračun je treba poravnati najmanj tri dni pred izvedbo spletnega seminarja. Za proračunske porabnike veljajo plačilni pogoji v skladu z zakonodajo o javnih plačilih. Pisna odpoved udeležbe je mogoča najkasneje tri delovne dni pred izvedbo spletnega seminarja. Udeleženci, ki po tem roku prekličejo udeležbo ali se spletnega seminarja ne udeležijo, niso upravičeni do povrnitve kotizacije oz. so dolžni poravnati celotno kotizacijo. Lahko pa se spletnega seminarja udeleži drugi udeleženec. Pridržujemo si pravico do odpovedi spletnega seminarja – v tem primeru kotizacijo povrnemo v celoti.