

DESTINATÁRIOS

Permitir que os proprietários de negócios entendam o que leva um cliente a comprar ou não os seus produtos ou serviços, através de estratégias de comunicação e vendas baseadas na Neurociência com foco no comportamento humano.

OBJETIVOS

Identificar os estímulos que influenciam o processo da tomada de decisão.

Caracterizar os passos do neuromap.

CONTEÚDOS

- Neuromap – 3 cérebros – 6 estímulos
 - Em que consiste o neuromarketing
 - Os três cérebros
 - Racional
 - Emocional
 - Instintivo
 - Os seis estímulos
 - Centrado
 - Contraste
 - Tangível
 - Princípio e fim
 - Visual
 - Emocional

- Quatro passos do neuromap
 - Pain – diagnóstico do problema
 - Claim – evidencia as características principais
 - Gain – demonstra os benefícios
 - Brain – consciencializa dos benefícios

METODOLOGIA DE ENSINO

Espaço equipado com todos os recursos didáticos necessários, mobiliário que respeite as regras de ergonomia dos formadores e dos formandos.

Espaço amplo o suficiente para permitir a concretização de dinâmicas de grupo.

As sessões serão participadas e dinamizadas a partir de:

- Exercícios e oralidade.

A avaliação da formação é constituída por testes/trabalhos.

Documentação de apoio com o desenvolvimento de temas abordados durante a formação.

INVESTIMENTO

O formando está sujeito ao pagamento de uma taxa de inscrição, no valor de € 20,00. Este montante não terá que ser despendido pelo formando, será deduzido no valor do subsídio de alimentação que vai receber por cada dia de formação.

O formando associado a sindicato afeto à UGT tem direito ao desconto de 50% sobre o valor da taxa de inscrição.

O formando que frequente formação modular certificada na condição de “desempregado” está isento de pagamento da taxa de inscrição.

CERTIFICAÇÃO

No final do curso os participantes receberão um Certificado de Qualificações, quando alcancem os objetivos definidos e com participação em, pelo menos, 90% da duração da formação.

