

INTERNATIONAL BUSINESS ACADEMY

+7 727 328 02 02/03 hotline 24/7

+7 702 777 44 11

Нейромаркетинг и латеральный маркетинг

Программа

1 день

Шесть стимулов, которые воздействуют на наш мозг

- Эгоизм
- Контраст
- Реальная информация
- Визуальная стимуляция
- Начало и конец
- Эмоции

Как создавать стимулы в ваших презентациях, 4 шага презентации в маркетинге.
Алгоритм создания презентация, рекламных статей, видеороликов

Шаг 1: Методы работы с фактором «Проблема»

- Анализ недовольства со стороны потенциальных клиентов
- Анализ проблемных зон потребителей (при создании новых свойств товара)
- Как маркетологу научиться разговаривать со своим потребителем. Методы

Шаг 2: Метод работы с фактором «Дифференцирование заявления» и создание уникальности

- Уникальные атрибуты

2 день

Шаг 3: Методы работы с фактором Демонстрация выгоды

- 4 способа доказать выгоду

Шаг 4: Презентация в рекламе и работа с потенциальными возражениями клиентов

- Блоки на пути к достижению результата в рекламе и воздействии на потребителя
- Методы влияния и типы захвата внимания в рекламных сообщениях и презентациях
- 12 самых убедительных слов в презентации
- Метод СПИН при создании рекламных сообщений
- Создание пресс-релизов в концепции нейрмаркетинга
- Методы создания информационных поводов. Треугольник Карпмана. Как это работает в маркетинге?
- Техники влияния в рекламных сообщениях (копирайтинге)
 - «Дымовая завеса»
 - «Стокгольмский синдром»
 - Техника «Белый шум»
 - Техника «Логические доводы»
 - Метод «Незавершенный гештальт»

INTERNATIONAL BUSINESS ACADEMY

+7 727 328 02 02/03 hotline 24/7

+7 702 777 44 11

г. Алматы, отель RAMADA, 2 этаж, Байтурсынова 27/1, угол ул. Казыбек Би

www.iba.kz

info@iba.kz

