



## Het menselijk algoritme: neuromarketing toegepast

*Cialdini, design thinking en growth hacking voorbij: de rationele consument bestaat niet*

Elke online uitgever wil de conversie verhogen. Er zijn legio valkuilen bij het maken van een website of online campagnes. Mensen maken minstens 95% van de keuzes onbewust, terwijl marketing nog steeds gericht is op het beïnvloeden van bewuste keuzes (de andere 5%). De rationele consument bestaat dus niet; alle customer journey mapping ten spijt! Hoe maken consumenten keuzes? Hoe kun je daar als uitgever op inspelen en hoe pas je dit toe op jouw online uitingen? Data-analyses versterkt met kennis van het brein en gedrag geven je een voorsprong. Hoe beter je begrijpt hoe het 'menselijke algoritme' werkt, hoe beter je kunt inspelen op de behoeften van je klant. Dat geeft je een enorme voorsprong.

Neuromarketing is de wetenschap achter het begrijpen van consumenten. Het is dé manier om je te onderscheiden en grote stappen te zetten, zelfs wanneer je al bedreven bent in growth hacking, design thinking en A/B-testen. Iedereen kan er direct mee aan de slag ongeacht je expertise. Je hebt er geen tools voor nodig en kunt het direct op alle niveaus binnen de organisatie implementeren.

In deze bijeenkomst leer je hoe dat werkt aan de hand van de 4 fases en 12 stappen van de brain-centric methode. Het begint met begrijpen van het brein van jouw doelgroep. Daarna is context aan de beurt. Door de juiste context te bieden, kun je de perceptie van jouw klant veranderen. Vervolgens leer je empathie te gebruiken om door de ogen van je klant te kijken. Tot slot behandelen we hoe je dit alles kunt combineren in een overtuigende boodschap die blijft hangen in het hoofd van je klant. Door stap voor stap krachtige psychologische tactieken toe te leren passen, verander jij het gedrag van je klanten. Aan de hand van use cases ga je hiermee tijdens deze bijeenkomst aan de slag.

Na deze bijeenkomst:

- heb je kennism gemaakt met toegepaste neuromarketing;
- begrijp jij hoe jouw klanten denken en beslissingen nemen;
- kun je keuzes van jouw klanten subtiel beïnvloeden;
- kun je de 12 stappen van de brain-centric methode toepassen.

### PRAKTISCH

|           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Voor wie? | Content-, communicatie-, community-, brand- en productmanagers, uitgevers, business development, marketeers, growth hackers, (hoofd)redacteuren van zowel corporate als mkb-uitgeverijen                                                                                                                                                                                          |
| Wanneer?  | <b>Donderdag 30 januari 2020, 13.30-17.30 uur</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Waar?     | De Mediafederatie, Hogehilweg 6, 1101 CC Amsterdam                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Kosten?*  | <ul style="list-style-type: none"><li>- GAU-leden: GAU biedt GAU-leden een subsidie van € 100,-; zij betalen € 75,-*</li><li>- GEU-leden: € 175,-*</li><li>- MMA-leden: MMA subsidieert deelname van MMA-leden volledig*</li><li>- MVW-leden: MVW subsidieert deelname van MVW-leden volledig*</li><li>- NDP Nieuwsmedia-leden: € 175,-*</li><li>- Niet-leden: € 350,-*</li></ul> |
| Let op!   | Prijzen zijn excl. btw. Kosteloos afmelden is alleen mogelijk tot 5 werkdagen vóór aanvang van de bijeenkomst. Bij afmeldingen die deze termijn overschrijden of in geval van no show, zijn wij genoodzaakt het <b>gehele bedrag van € 175,-</b> in rekening te brengen, <b>dit geldt óók voor alle GAU-, MMA- en MVW-leden.*</b>                                                 |

Meld je direct aan



## PROGRAMMA

### 13.30 **Ontvangst en deelnemersregistratie**

13.50 **Welkom** door Nineke van Dalen, directeur de Mediafederatie Academy  
Deze middag wordt gemodereerd door Peter van Gorsel, Business and Market Developer.

14.00 **12 stappen in de toepassing van neuromarketing**, door Evert Semeijn, PhD, neuropsycholoog & co-founder Neurofied, en Philip Jordanov, cognitief neuropsycholoog bij Neurofied  
Evert en Philip behandelen de basisprincipes van neuromarketing en leren je hoe jij je doelgroep beter kunt begrijpen. Met neuromarketing kun je keuzes van jouw klanten subtiel beïnvloeden. Aan de hand van 12 stappen, beschreven op een handig overzicht, leer jij de brain-centric methode toepassen op jouw vakgebied.

### 15.30 **Pauze**

15.45 **Cases**  
Plenair worden 4 use cases behandeld. Je leert door een nieuwe bril naar websites en online uitingen te kijken.

### 16.45 **Vragen & afsluiting**

### 17.00 **Napraten met een hapje en een drankje**

## INFORMATIE

Voor meer informatie neem je contact op met Judith Sloothaak, telefoon 020 - 430 91 65.

## Inschrijfformulier

### \*Betalings- en annuleringsvoorwaarden

Na deelname ontvang je van ons een factuur. Het is altijd mogelijk om een collega in jouw plaats te laten deelnemen indien je ons hierover tijdig informeert. Bij afmelding 0 t/m 5 werkdagen voor de bijeenkomst wordt 100% in rekening gebracht. Voor MMA- en MVW-leden vervalt bij afmelding binnen 5 werkdagen de korting van € 175,-. Dit bedrag wordt dan alsnog in rekening gebracht. Voor GAU-leden vervalt bij afmelding binnen 5 dagen de korting van € 100,-. Het volledige bedrag van € 175,- wordt dan in rekening gebracht.

Voor werkgevers zijn deze zakelijke scholingskosten fiscaal aftrekbaar. Voor particulieren zijn scholingskosten aftrekbaar van de inkomstenbelasting. Daarbij geldt een drempelbedrag van € 250,-.