



Vuoi avere una marcia emotiva e comunicazionale in più dei tuoi competitor?

Milan - 4 - 2016

Contatto: f.fantuzzi@problem-solving.net 348 790 50 20



La missione di

EMOTIONAL MARKETING

*Monitorare – misurare ed
incrementare scientificamente
l'impulso d'acquisto dei vostri
brand*

Contatto: f.fantuzzi@problem-solving.net 348 790 50 20

EMOTIONAL MARKETING

Emotional Marketing / Milan /20144/Via Montecatini,14 /<http://www.emotional-marketing.it/>



Obiettivo

Ottenere le conoscenze indispensabili per realizzare una comunicazione diretta al cuore dei consumatori, che stimoli le pulsioni verso l'acquisto d'impulso e trasmetta i valori del vostro brand.

Contatto: f.fantuzzi@problem-solving.net 348 790 50 20



Sempre di più la comunicazione governa il mondo del business.

Ecco perché diventa indispensabile saper governare la comunicazione.

La componente emotiva, rispetto alla componente razionale, influisce nei nostri comportamenti per ben oltre il 70% rispetto alla componente razionale.

Fa agire d'impulso, senza sapere il perché.

*La tecnologia **Emotional Marketing** permette di sapere di più sui meccanismi dell'inconscio umano e su come vengono attivate le decisioni d'acquisto.*

Contatto: f.fantuzzi@problem-solving.net 348 790 50 20



*Sentire un colore, vedere un sapore, associare ad una parola la percezione di una forma
I riflessi condizionati come le sinestesie rappresentano dei programmi preinstallati nella mente di
tutti noi e governano in modo pressoché automatico gli impulsi dei vostri clienti e potenziali
clienti. Anche solo una molecola di comunicazione fa la differenza.*

Ogni codice, colore, grafica, suono, vocale, fa scattare precise reazioni nell'io profondo.

Emotional Marketing *permette di accordare e sincronizzare i corretti significanti per stimolare i
più funzionali significati emozionali per far scattare la giusta connessione all'impulso verso
l'acquisto. Se lasciate al caso, o al semplice like/dislike, mi piace o non mi piace, la vostra
comunicazione, il rischio che correte è quello di non sincronizzare significanti e significati
emozionali e far fallire la comunicazione.*

Non scatta l'impulso emotivo.

Contatto: f.fantuzzi@problem-solving.net 348 790 50 20



Se non scatta l'impulso emotivo gli investimenti di marketing sono sprecati. Più del 40% della comunicazione è emotivamente inefficace, sprecata.

Emotional Marketing è il primo mapping computerizzato della sfera emotiva collettiva.

La nuova tecnologia che permette di comprendere e utilizzare in comunicazione interagendo con i meccanismi segreti dell'inconscio dei clienti e dei potenziali clienti.

Opera con un biosoftware di ultima generazione, creato sulla base di oltre 350 studi di studi linguistici, di psicoeconomia e programmazione neurolinguistica, tra cui 4 premi Nobel.

Si applica attraverso esclusivi test emozionali nei field di ricerca classica o web.

Il test permette di inserire il brand in esame nell'esclusivo mapping della mente emotiva collettiva costituita da oltre 12000 test annui.

Contatto: f.fantuzzi@problem-solving.net 348 790 50 20



EMOTIONAL MARKETING mette a vostra disposizione la «fotografia» sempre aggiornata dell'immaginario emotivo collettivo nazionale e internazionale.

Monitora i pensieri del vostro target: dov'è posizionata la vostra brand? Dove la si vorrebbe idealmente?

La vostra comunicazione, dal pack all commercial, dal web al social o altro, si connette all'area emozionale ideale?

Quali impulsi emotivi trasmette?

*Contemporaneamente e parallelamente il biosoftware **EMOTIONAL MARKETING** monitora i codici di comunicazione e fornisce al marketer le informazioni indispensabili per raggiungere il posizionamento emotivo ideale in grado di trasmettere il più alto valore possibile: quali paradigmi di grafica, di luce, di colormix, di musica, voce, timbrica, fa scattare l'impulso d'acquisto per i prodotti del vostro marketing mix?*

Contatto: f.fantuzzi@problem-solving.net 348 790 50 20



*La missione di **EMOTIONAL MARKETING** è quella di monitorare, misurare ed incrementare scientificamente l'impulso d'acquisto dei vostri brand attraverso l'individuazione della più efficace ed efficiente ingegneria emozionale dei messaggi che il marketing invia al target di comunicazione.*

Emotional Marketing è la nuova tecnologia che permettendo una scientifica comprensione dei meccanismi segreti dell'inconscio del consumatore.

*Prima di investire un centesimo per il vostro brand chiedeteci cosa **EMOTIONAL MARKETING** può fare per farvi risparmiare per ogni grp, impression, engagement che volete aggiungere ai vostri KPI.*

Contatto: f.fantuzzi@problem-solving.net 348 790 50 20

EMOTIONAL MARKETING

ANALIZZA L'INCONSCIO DEL VOSTRO TARGET E VI AIUTA A POSIZIONARE EMOTIVAMENTE IL VOSTRO BRANDSOFTWARE

L' Emotività è il 70-95% dei comportamenti e dei consumi
l'impulso d'acquisto è a dominanza emotiva, non razionale.

Emotional Marketing è il mapping emotivo del pensiero inconscio collettivo, attraverso un bigdata >12000 test /anno.

il software emotivo permette di posizionare i pensieri inconsci collettivi,
i codici espressivi e le tipologie emozionali di consumatori



Attraverso il test emotivo, è possibile inserire nel BigData E incrociar i dati una Brand, le attese, una adv, un pack etc,
Il Test viene inserito nel field di ricerca classica quai-quantit-web, i risultati permettono l'incrocio con il Db Emotivo .

E' la digital Intelligence per monitorare ed espandere scientificamente l'impulso d'acquisto della Brand
Il sistema fornisce il sistema di valori e codici a massima efficacia, e il parco consumatori potenziali

Si basa su 350 studi scientifici / tecnologie neuro linguistic programming Il sistema Emotional Marketing nasce da studi scientifici classici e innovativi, tra cui la bio-psicologia di Freud('30), gli "instincts" di Jung, la sistemica di Von Bertalanffy ('40-'60), la Neuro Linguistic Programming di Bandler e Grinder ('70), gli studi dei Nobel Hubel, Sperry, Wiesel ('80), il modello di Plutchik ('80), gli studi di neuro-mirroring di Rizzolatti, Dehanene, Robbins ('90) la Psico-Economia del Nobel Kahneman ('02).

Contatto: f.fantuzzi@problem-solving.net 348 790 50 20



Credits:

COMMUNICATION / PUBLISHING

De Agostini Fastweb Gruner & Jahr Focus Mediaset Mondadori Radio KISSKISS Rai Rba Rcs R101 Rolling Stone Il Sole 24 Ore Sky Subito.it Teletu Wind Vodafone

FASHION / ACCESSORIES

Alcantara Bliss Calvin Klein Camomilla Christian Dior Damiani Group Frank Muller Furla Golden Lady Invicta Kway Rossetti Salvini Stefanel Timberland Tod's

FOOD / BEVERAGE

Bacardi Martini Barilla Bakemark Campari Cameo Carli Ceres Chiquita Cola Cola Confruit Ferrero Gatorade Heineken Kykybio Lavazza Milupa Misura Mellin Monini Nestle' Nostromo Pepsi Peroni Rovagnati Saiwa San Benedetto San Pellegrino Selenella Soresina Star

DISTRIBUTION

Carrefour Coin Coop Deka Dico Euronics Mercatone Uno Sigma

PERSONAL CARE PHARMA

Alfa Wassermann Angstrom Atkinsons I Coloniali Astra Zeneca Bayer Beiersdorf Bottega Verde Biochimici PSN Boehringer Ingelheim Dott. Scholl's Dupont de Nemours Hatù Nuvenia Phonak Saipo L'Oreal Paglieri Recordati Roche Sigma Tau Whitehall Zambon

FINANCIAL INSURANCE

Allianz Axa Banca Generali Boston Consulting Group BNP Paribas Arval BPM BPV BSI Carige CheBanca! Mediobanca Ernst&Young Fondiaria Sai Genialloyd Ing Direct Conto Arancio Intesa San Paolo Eurizon Linear Lloyd Adriatico Poste Italiane Sara Toro Unicredit

TECHNOLOGIES

Ariston Basf BMW Canon ERG Petroli FujiFilm IBM Maserati Piaggio Saab Saati Saratoga Siemens Volvo Whirlpool

OTHERS

Aci Airc Banco Alimentare Camst Edison Fai Hasbro Intervita WeWorld Lego Ordine dei Commercialisti Ordine degli Psicologi Sda Bocconi Royal Canin Touring Club Saie2 Scigno Tecnocasa

Contatto: f.fantuzzi@problem-solving.net 348 790 50 20