

Neuromarketing e Digital experience

La comunicazione dei brand in tempo di crisi

Ciao!

The background features a vibrant, abstract design. On the left, a solid red area transitions into a purple curved shape that overlaps a larger yellow curved shape. On the right side, a white circle is partially visible, overlapping the yellow shape.

imille

Ciao!
Sono Noemi*

* e questo font è Noe Display

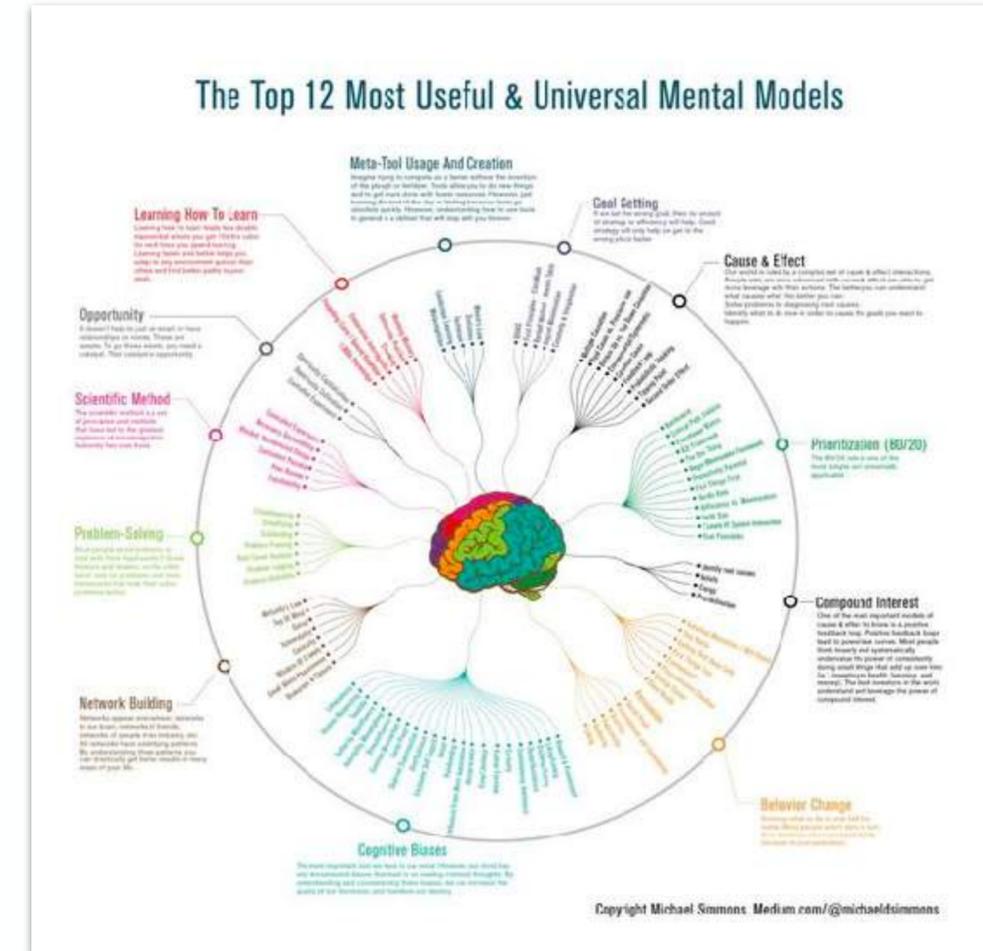


imille

UX Designer e ~~Data Analyst~~

mi piacciono i dati





imille

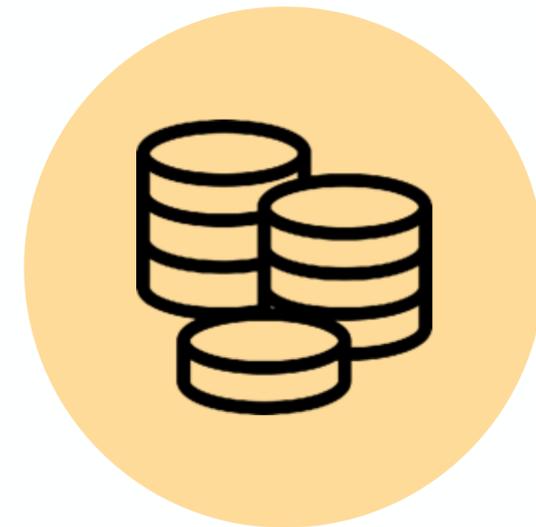
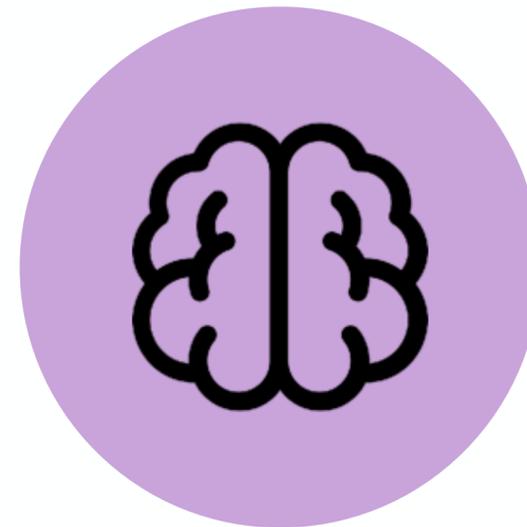
Riavvolgiamo

“Vuoi partecipare a un test?”



It's a Match!

Neuromarketing



Le scelte che le persone fanno sono in base
al **principio di massimizzazione dell'utilità**
e secondo preferenze ben definite
e costanti nel tempo.

Le emozioni e i limiti culturali e
biologici giocano un ruolo
fondamentale nelle nostre decisioni.
Non esiste coerenza.

Partiamo dalle basi



3 Cervelli

imille



Antico

imille



imille



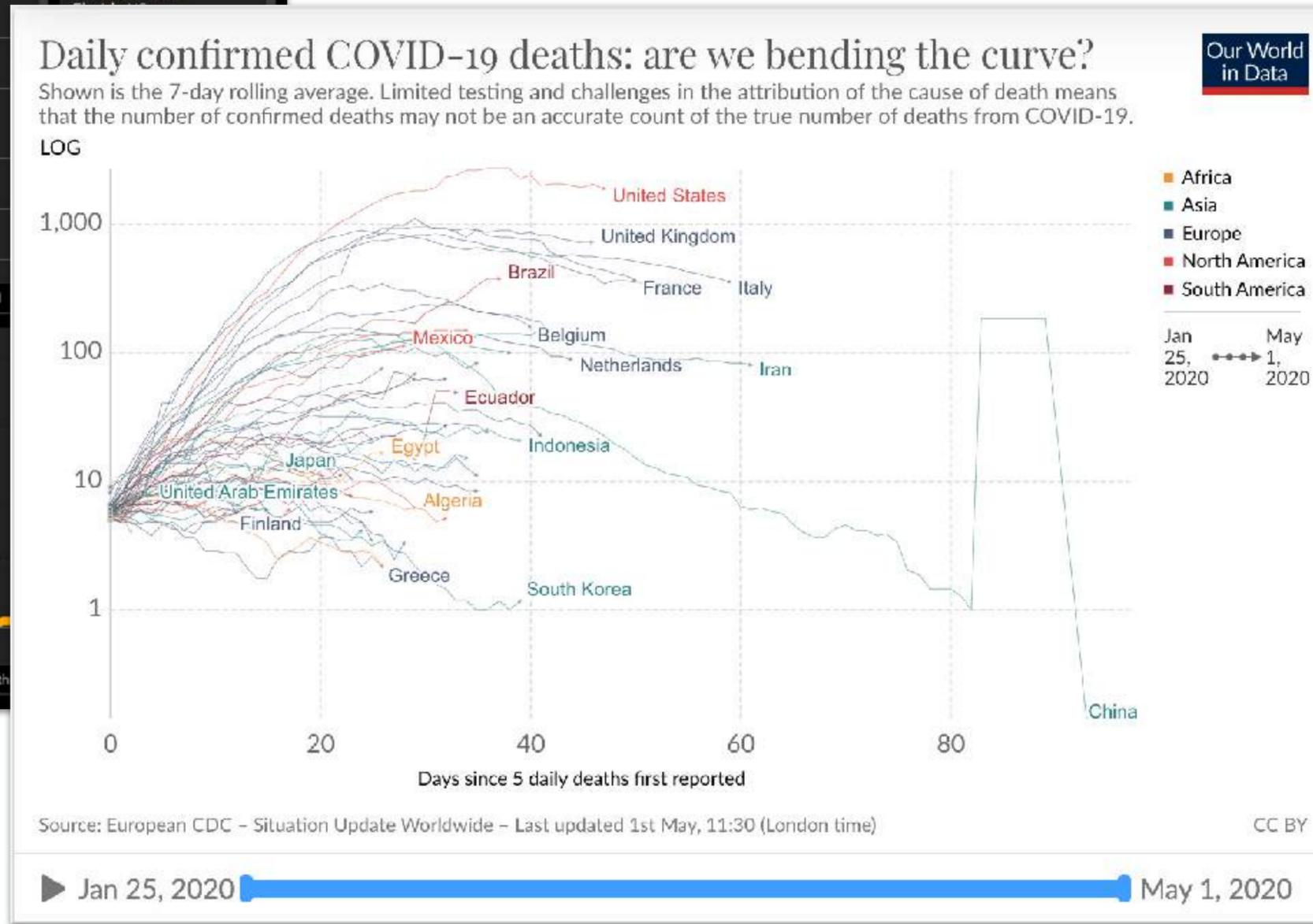
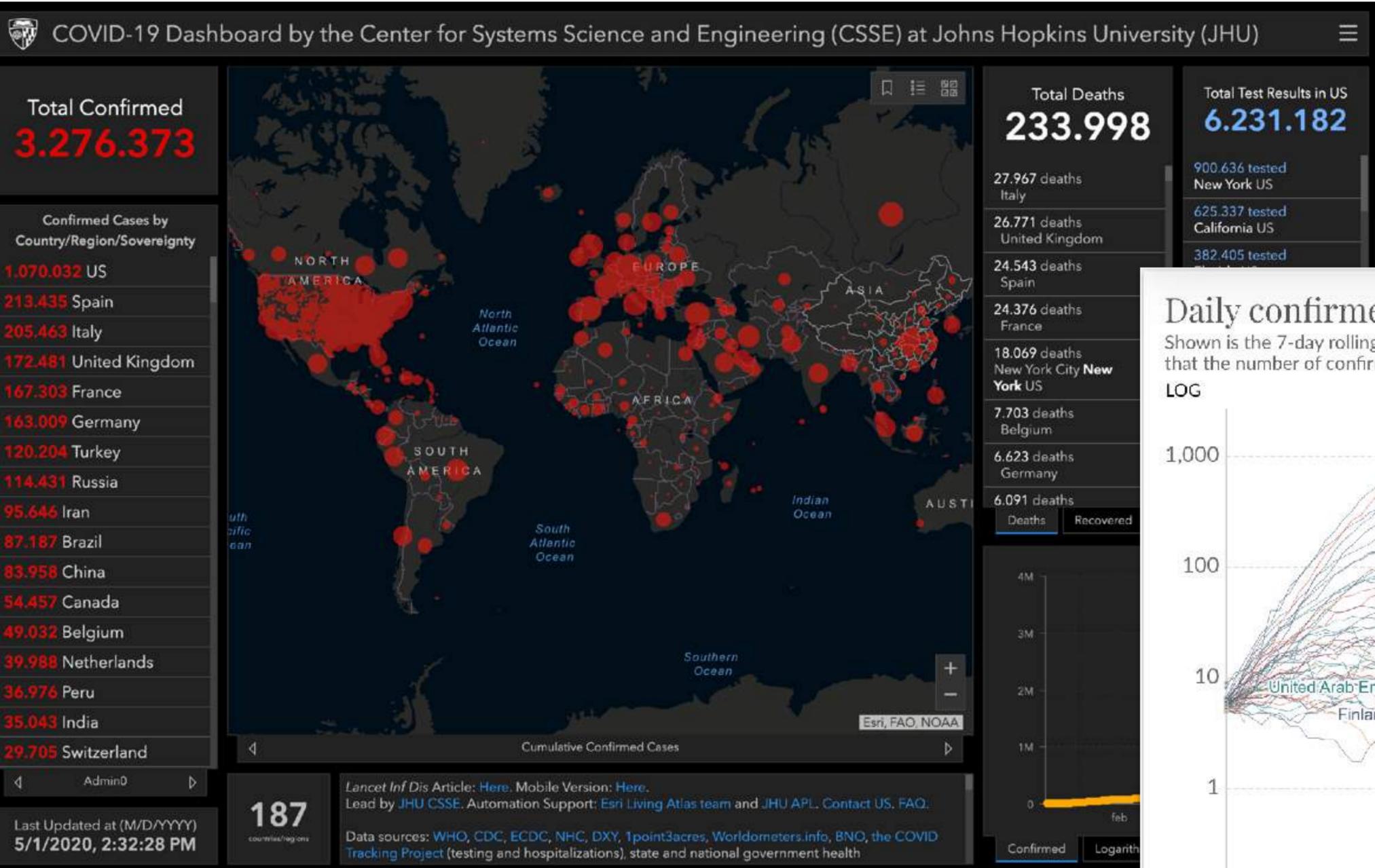
Intermedio

imille





Recente





La maggior parte del nostro processo
decisionale è innescato e governato
dalla nostra parte inconscia,
il nostro **cervello antico**.

Solo a questo punto si attiva la
neocorteccia per razionalizzare
le decisioni ed eseguire.

Antico
Intermedio
Recente

Che ruolo giocano le
nostre emozioni e i
nostri processi cognitivi
in periodo di crisi?

imille

Bias



imille

2008

Sars-CoV

Suina

Intrusività

Le associazioni implicite

Economia L'assurdo caso della birra Corona: il marchio colpito dal Coronavirus

27 febbraio 2020

coronavirus
Borsa di New York
Constellation Brands Inc
Google
Lopalco

Salva Commenta

f t in

OMONIMIE PERICOLOSE

L'assurdo caso della birra Corona: il marchio colpito dal Coronavirus

Da quando il Coronavirus è diventato argomento di massa, in Rete sono comparsi decine e decine di meme che lo hanno associato alla birra corona

di Biagio Simonetta



Coronavirus, quali sono i sintomi e come si trasmette

2' di lettura

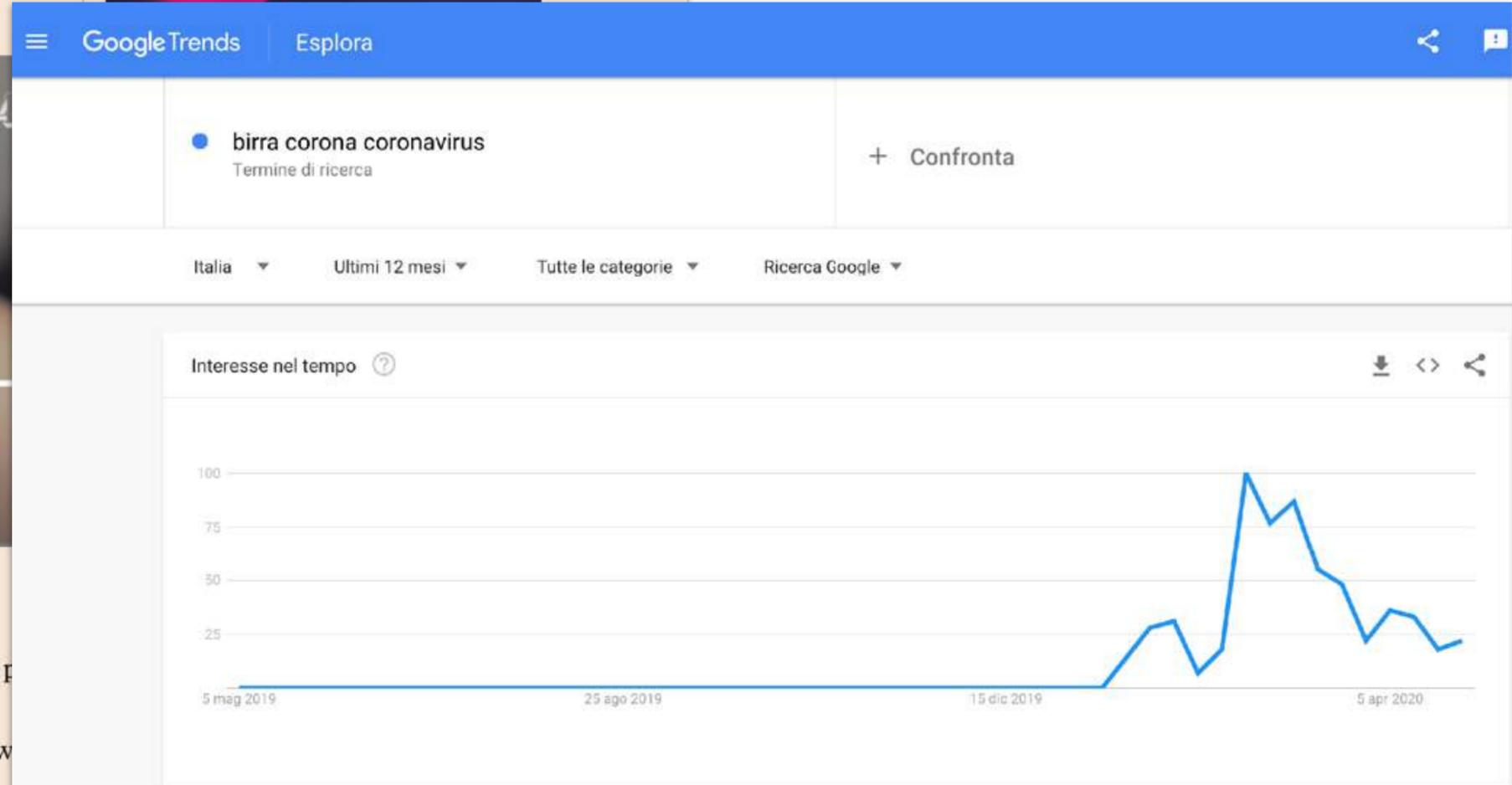
Era solo uno scherzo. L'ennesimo tentativo della Rete di prendersi un p
in giro. Ora, invece, si sta trasformando in un problema vero.

L'associazione fra il **Coronavirus** e la **birra Corona**, che sui social netw



BUSSOLE

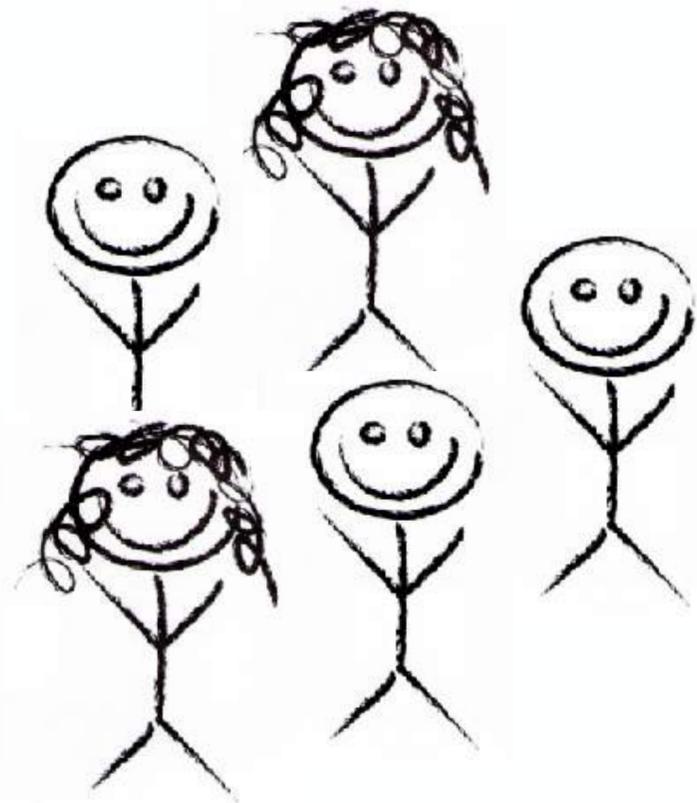
24+ Coronavirus, quanto ci vorrà prima



imille

La riprova sociale: il comportamento dell'altro che influenza il nostro

Eeh birrettee!



1 metro,
ma famo anche 2



Gente ai balconi?
Dove siete??



Recensioni (758)

Scrivi una recensione

Valutazione



Tipo di viaggiatore

- Famiglie
- In coppia
- Da solo
- Affari
- Amici

Periodo dell'anno

- Mar-Mag
- Giu-Ago
- Set-Nov
- Dic-Feb

Lingua

- Tutte le lingue
- Italiano (712)
- Inglese (46)
- Francese (14)
- Altre lingue ▾

Scopri i commenti dei viaggiatori:

Cerca recensioni

Recensito il 15 marzo 2020 da dispositivo mobile

Locale molto carino e drink di rispetto

Post dinner siamo andati a fare una bevuta in questo locale, ampio e ben arredato...in perfetto stile milanese! Cocktails buoni e prezzi nella media. Prossima volta proverò il loro brunch !!

Data della visita: marzo 2020

Utile?

Recensito il 26 febbraio 2020

Ottimo aperitivo!

Sono stata spesso a fare aperitivo in questo locale che e' tra i miei preferiti di Milano. Locale molto accogliente e carino, i drink sono superiori alla media degli aperitivi a Milano. Il buffet non e' ricco quanto quello di un aperitivo ai navigli, ma... **Più**

Data della visita: gennaio 2020

Utile?

Recensito il 23 febbraio 2020 da dispositivo mobile

Peggior brunch di sempre

Peggior brunch di sempre Qualità del cibo pessima: piatto di uova fredde, insalata a lato scondita e presa direttamente dalla busta. Buffet incommentabile: verdure surgelate e



#iorestoacasaecucino

16.986 post

Segui

Hashtag correlati #chebontà #cucinoio #cucinachepassione #tortasalata #fattoincasa #cucinarechepassione #andràtuttostretto #quarantenaincucina #iocucinoacasa #cucinieri 🇮🇹

Post più popolari



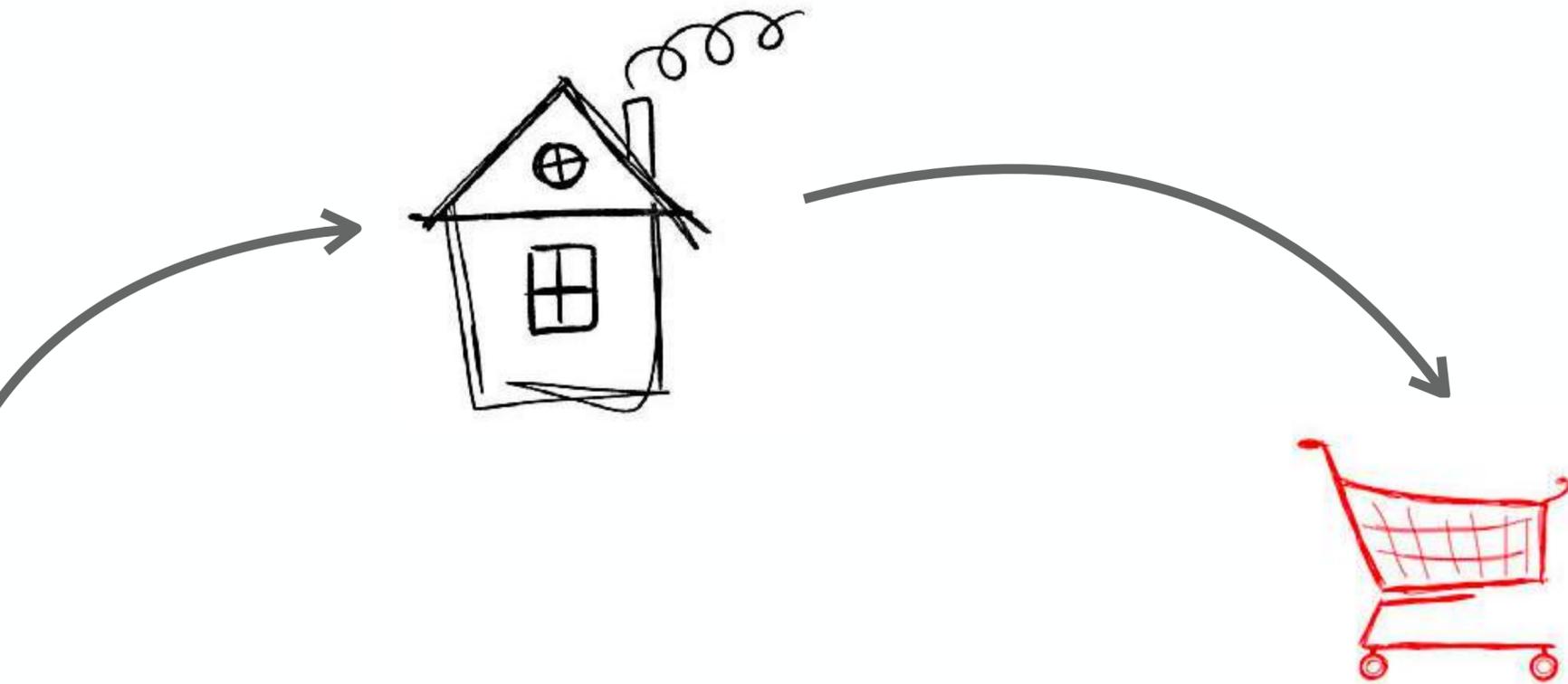
imille

Il principio di scarsità e la competizione



imille

L'effetto Framing



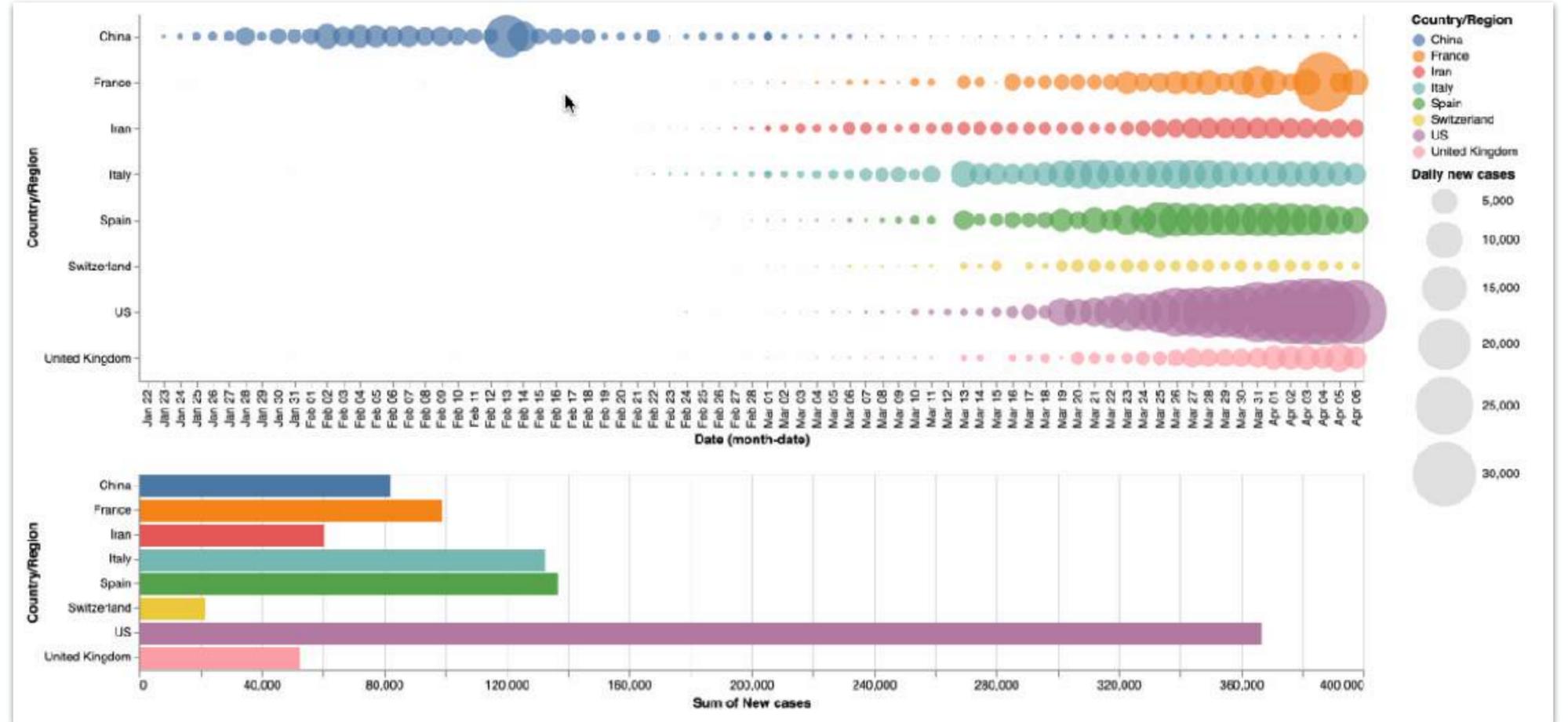
[Righetto]
@Ri_Ghetto

Tutto sommato il 2019 è stato un anno pazzesco



imille

Il Bias di conferma



Il virus è riuscito a farci **cambiare**
abitudini in modo radicale mentre
i cambiamenti climatici molto
meno?

imille

La percezione del rischio e la *planning fallacy*



A screenshot of a tweet from Paul Graham (@paulg) dated March 4th. The tweet discusses the perception of risk and the planning fallacy, specifically mentioning COVID-19 cases. The tweet has 340 replies, 2,253 retweets, and 8,583 likes. Below the tweet is a link to 'Mostra questa discussione'.

 Cerca su Twitter

 **Paul Graham**  @paulg · 4 mar

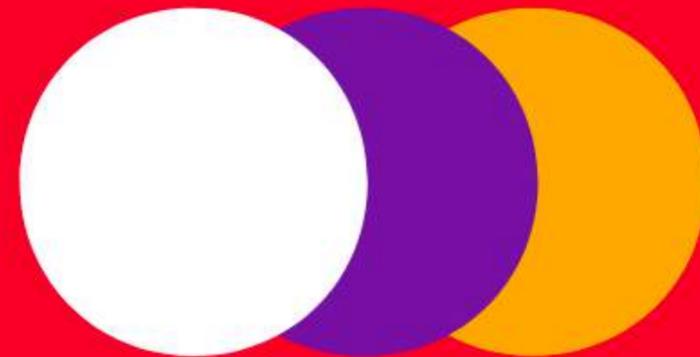
People aren't surprised when I tell them there are 13,000 Covid-19 cases outside China, or when I tell them this number doubles every 3 days. But when I tell them that if growth continues at this rate, we'll have 1.7 million cases in 3 weeks, they're astonished.

 340  2.253  8.583 

[Mostra questa discussione](#)

imille

E quindi
i brand?



La comunicazione è
lo strumento per
rimanere **rilevanti**
in un contesto mutato

In questo periodo,
casa è il posto migliore in cui
possiate stare.
Per questo chiuderemo per un po'.
Le porte di IKEA rimarranno aperte
per voi su IKEA.it

Ripartiamo Da Casa

ikeaitalia • Segui

IOrelan Il ritiro invece da che data sarà possibile? Dal momento del pagamento so che si hanno 7 giorni a disposizione. La prossima settimana sarete chiusi e comunque l'impossibilità di circolare impedisce il ritiro.
6 sett. Mi piace: 1 Rispondi

Visualizza le risposte (4)

gionaldi75 Speriamo che alla riapertura Ikea tuteli i lavoratori mettendo il plexiglass alle casse e dando mascherine e guanti a tutti i lavoratori@ikeaitalia
5 sett. Rispondi

👍 🗨️ 📍 📌

👤 Piace a m_art_eena e altri 25.972

12 MARZO

Aggiungi un commento... Pubblica

Ripartiamo da casa

imille

**IF YOU EVER
DREAMED OF
PLAYING FOR
MILLIONS AROUND
THE WORLD,**

**NOW IS
YOUR CHANCE.**

Play inside, play for the world.



Play for the world



Diventa un host

Proponi un'esperienza

Noemi



Alloggi

Soggiorni a lungo termine

Esperienze

Esperienze online **NOVITÀ**

DOVE

Aggiungi una città, un luogo d'interesse o un indiriz...

CHECK-IN/CHECK-OUT

Aggiungi date

OSPITI

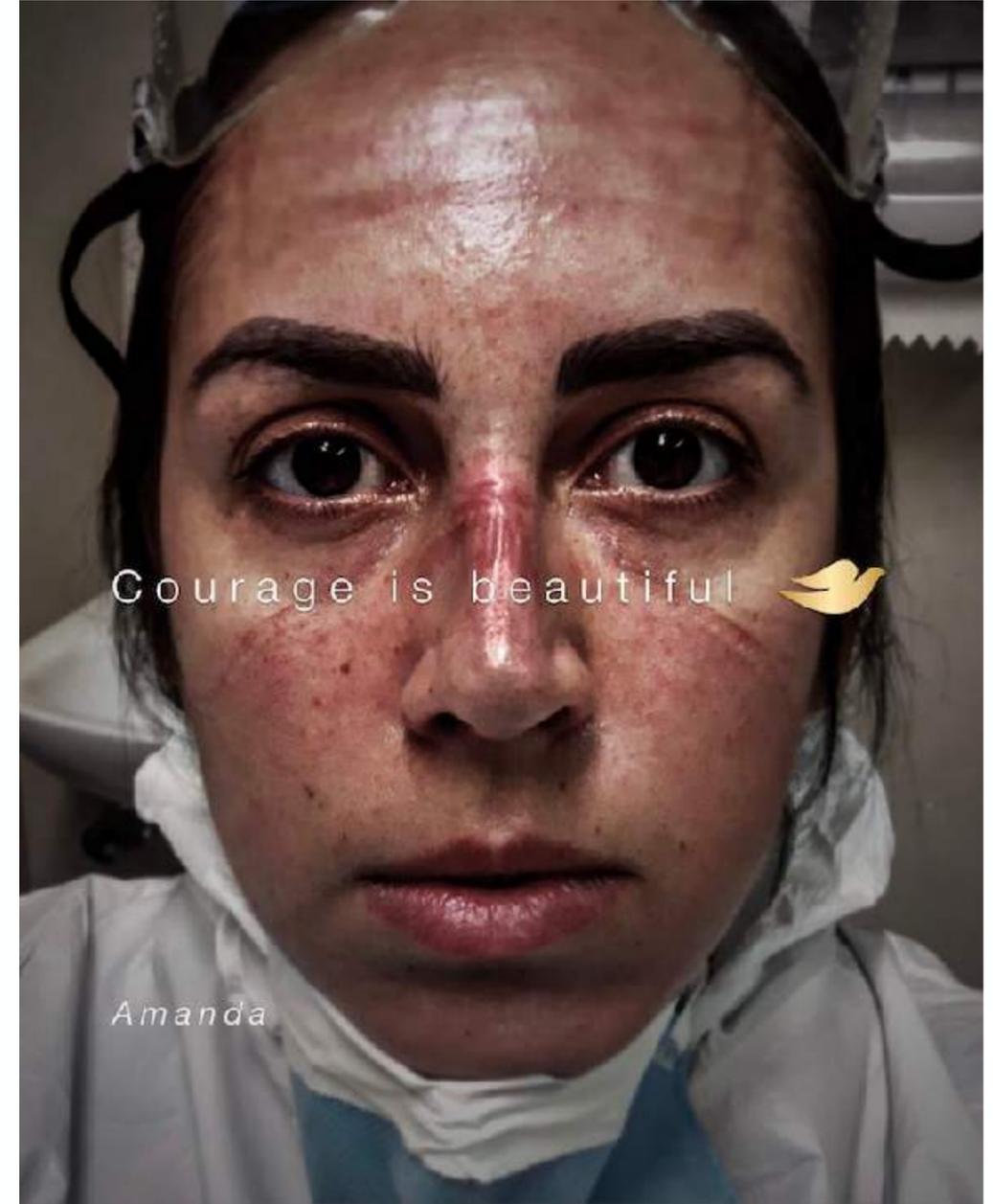
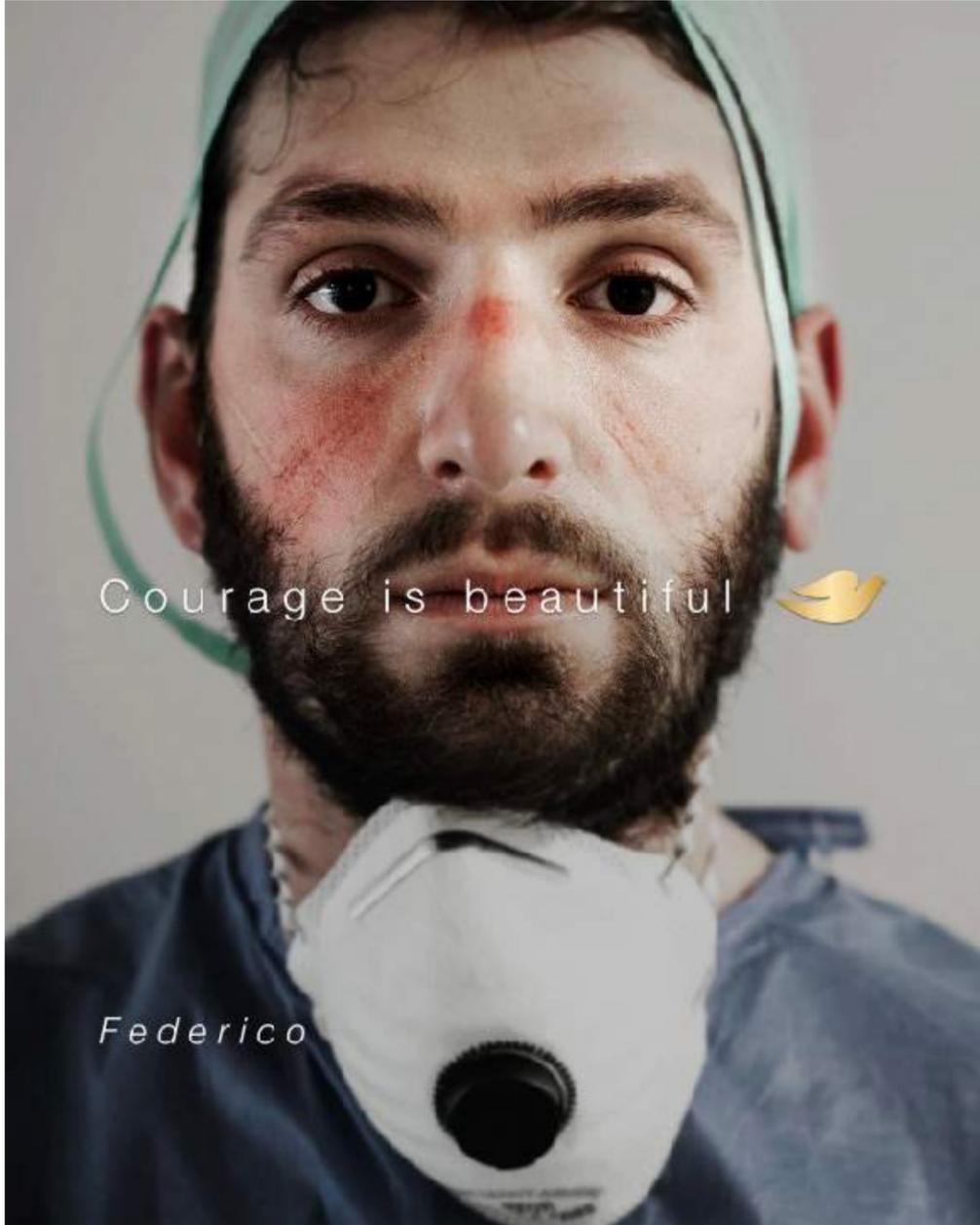
Aggiungi ospiti

Cerca

Saremo anche distanti, ma supereremo tutto questo insieme.



imille



Courage is beautiful

durex

QUANDO ESCONO I CHIARIMENTI SULLA DEFINIZIONE DI "CONGIUNTI"

DUREX DEI FIDANZATI

Si torna in scena!

DUREX DEI SINGLE

Ancora non è arrivato il nostro momento, ma quando arriverà...

durexitalia • Segui

durexitalia Per qualcuno è finalmente arrivato QUEL momento.
#durex #durexitalia #congiunti
2 g

saturnino69 2 g Piace a 2 persone Rispondi

ghostofdaysgoneby Da studentessa di management e di marketing, ritengo che questo sia veramente un contenuto di pessimo gusto. Avete una forte responsabilità sociale in quanto impresa molto conosciuta sul mercato e sarebbe bello che vi ricordiate che il distanziamento

2 GIORNI FA

Aggiungi un commento... **Pubblica**

imille



#NONVEDOL'ORA
di fare serata
con gli amici!

ottosunove.com



#NONVEDOL'ORA
di fare shopping
con mia moglie!

ottosunove.com



#NONVEDOL'ORA
di fare una
bella vacanza
in famiglia!

ottosunove.com



#NONVEDOL'ORA
di fare una
riunione di
condominio!

ottosunove.com



#NONVEDOL'ORA
di tornare
in riunione
in ufficio!

ottosunove.com



#NONVEDOL'ORA
di tornare
in palestra!

ottosunove.com



#NONVEDOL'ORA
che tornino



I brand a cui siamo **più affezionati**
e **fedeli** attivano a livello cerebrale
la stessa area collegata alle
relazioni con persone amate: di
fatto sono per noi di **famiglia.**

imille

autentico

credibile

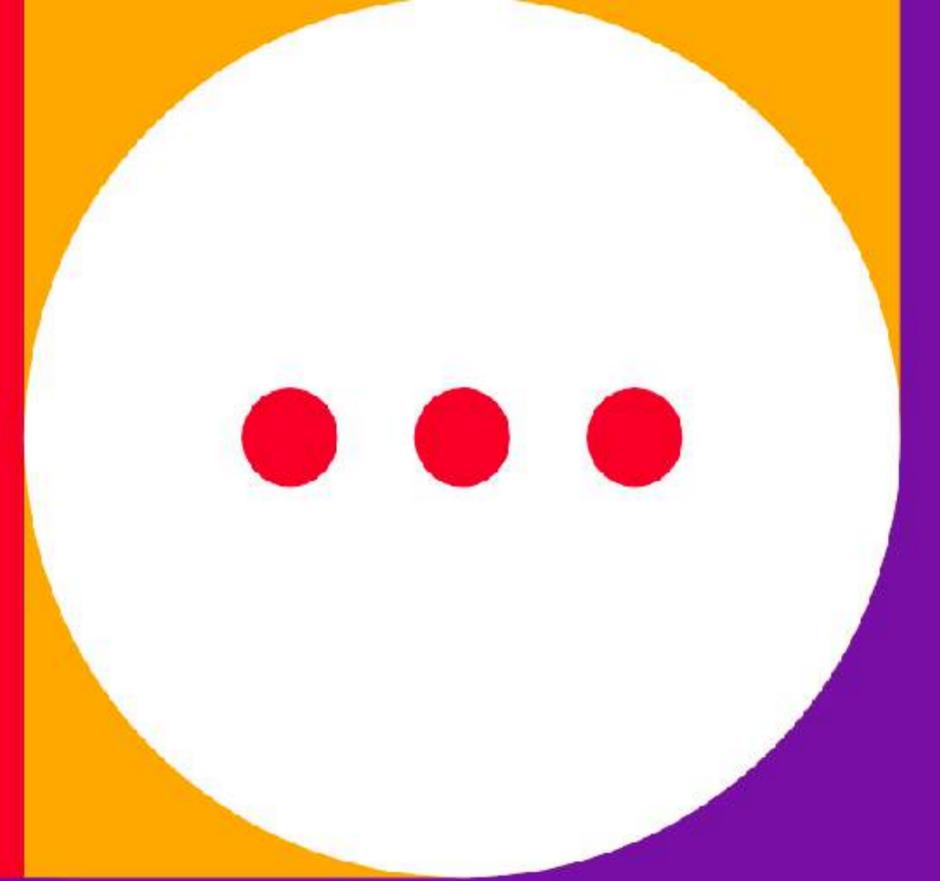
valori

imille



- * Co-vida →
- * Five Happy Links →
- * Branding Humanity →
- * United Nations Talenthouse →
- * Designers against coronavirus →

Grazie!



■ n.maggini@imille.agency

■ noemimaggini@gmail.com

imille