

## De irrationele klant: wat beweegt hem/haar écht?

### Crash Course Brein & Gedrag

#### ***Boost je eigen mediacampagnes en -processen met inzichten uit de gedragspsychologie en neurowetenschap***

In januari organiseerde de Mediafederatie Academy twee vol geboekte sessies over toegepaste neuromarketing. Gezien de grote belangstelling organiseren we een verdieping in de vorm van een crash course Brein & Gedrag met dezelfde trainers. Wegens grote belangstelling is deze crash course geprolongeerd.

Van alle keuzes die mensen maken is 95 % onbewust aangestuurd en vaak irrationeel. De sleutel tot het begrijpen van klanten en collega's ligt dus in gedragspsychologie en neurowetenschap. Inzicht en begrip van keuzes en gedrag is dé manier om je te onderscheiden qua portfolio, marktwerking en dienstverlening. Zelfs als je al bedreven bent in growth hacking, design thinking en A/B-testen. Ongeacht je expertise ga je tijdens deze crash course direct aan de slag met je eigen meegebrachte casus. Je hebt daar geen tools voor nodig en kunt het geleerde direct op alle niveaus binnen je organisatie implementeren.

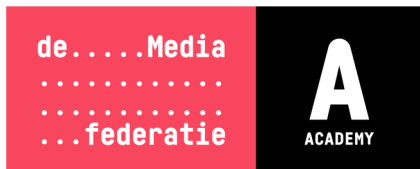
Je leert Brein & Gedrag principes kennen en toepassen in elk domein, met een praktische vertaalslag naar de uitgeefmediabranche. Je past de theorie toe op je eigen casus zodat je de deur uitgaat met concrete ideeën over hoe jij beter op de behoeftes van je klant kunt inspelen.

Leer de Brein & Gedrag mindset, processen, tools en tactieken doorgronden onder begeleiding van experts en ontdek de wereld van de onzichtbare invloeden.

#### **Resultaten:**

- Brein en gedrag: Hoe denken mensen en hoe komen gedrag en keuzes tot stand? Je leert de basisprincipes van gedrag en ontdekt de potentie van brede toepassing ervan.
- Ons brein: Je leert de belangrijkste mechanismen van ons brein kennen en hoe je deze kennis concreet kunt toepassen.
- Denkfouten (cognitieve biases): Het brein van de consument kent veel irrationele maar voorspelbare denkpatronen. Aan de hand hiervan leer je nog beter op de behoeftes van je klant in te spelen.
- Informatieverwerking: Je leert over de fasen van informatieverwerking waardoor de logica achter complexe beslissingen duidelijk wordt.
- Consumentenpsychologie: Waarom kopen we? We bespreken verschillende modellen en frameworks waarmee je jouw berichten kunt afstemmen op de psychologische behoeften van je klant.
- De psychologie van het overtuigen: Je leert hoe je subtiel en op een ethische manier gedrag kunt beïnvloeden.

[Meld je direct aan](#)



## RAKTISCH

- Voor wie? Content-, communicatie-, community-, brand- en productmanagers, uitgevers, business development, marketeers, growth hackers, (hoofd)redacteuren van zowel corporate als mkb-uitgeverijen.
- Aantal: Max 17 deelnemers
- Wanneer? **Maandag 23 november, 10:00 uur 16:30 uur**
- Waar? de Mediafederatie, Hogehilweg 6, 1101 CC Amsterdam
- Kosten?\*
- GAU biedt GAU-leden een subsidie van € 100,-; zij betalen € 149,-
  - GEU-leden betalen € 249,-\*
  - MMA subsidieert deelname van MMA-leden volledig\*
  - MVW subsidieert deelname van MVW-leden volledig\*
  - NDP Nieuwsmedia-leden betalen € 249,-\*
  - Niet-leden betalen € 498,-\*
  - Freelancers en zzp'ers komen niet in aanmerking voor kortingen en subsidies die wij onze lidbedrijven bieden.

## Let op!

Prijzen zijn excl. btw. DOOR DE KLEINSCHALIGHEID VAN ONZE BIJEENKOMSTEN ALS GEVOLG VAN COVID-19 WORDT DEELNAME DEELS UIT DE LEDENCONTRIBUTIE GEFINANCIERD. JOUW INSCHRIJVING VOOR DEZE BIJEENKOMST WORDT DAAROM ALS DEFINITIEF BESCHOUWD. BIJ AFMELDINGEN WORDT IN ALLE GEVALLEN HET GEHELE BEDRAG IN REKENING GEBRACHT. **Dit geldt óók voor alle GAU-, MMA- en MVW-leden.** Mocht je onverhoopt verhinderd zijn om deel te nemen, dan kun je altijd een collega jouw plaats in laten nemen.

## Spreker:

[Philip Jordanov](#), cognitief neuropsycholoog bij Neurofied



## Opbouw PROGRAMMA

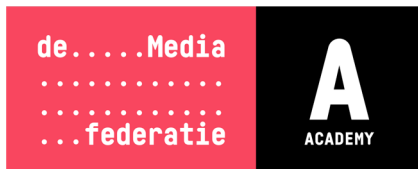
Gedurende de dag wisselen theorie, interacties, oefeningen en business case-besprekingen elkaar af.

**09:30** Ontvangst en deelnemersregistratie

**10:00** Start

**12:30** Lunch

**16:30** Einde crash course



## VOORBEREIDING

De deelnemers bepalen vooraf aan welke eigen business case ze willen werken (en die besproken kan en mag worden in de crash course). Bij voorkeur is dit een digitale uitdaging, omdat die makkelijk mee is te nemen en te delen (denk aan een landingspagina of productpagina van de website, email campaign, marketing campaign, A/B testen).

## INFORMATIE

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

Inschrijfformulier

### \*Betalings- en annuleringsvoorwaarden

Prijzen zijn excl. btw.

DOOR DE KLEINSCHALIGHEID VAN ONZE BIJENKOMSTEN ALS GEVOLG VAN COVID-19 WORDT DEELNAME DEELS UIT DE LEDENCONTRIBUTIE GEFINANCIERD. JOUW INSCHRIJVING VOOR DEZE BIJENKOMST WORDT DAAROM ALS DEFINITIEF BESCHOUWD. BIJ AFMELDINGEN WORDT IN ALLE GEVALLEN HET GEHELE BEDRAG IN REKENING GEBRACHT. **Dit geldt óók voor alle GAU-, MMA- en MVW-leden.** Mocht je onverhoopt verhinderd zijn om deel te nemen, dan kun je altijd een collega jouw plaats in laten nemen.

---

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