



NEUROBUSINESS TRANSFORMATION

#Brain2Business



A MARCA

QUE VALORES,
QUALIDADES E
DEFEITOS ELA POSSUI.



O CONSUMIDOR

QUAIS SÃO SUAS
DORES E DESEJOS



PERCEPÇÕES

QUAIS ESTÍMULOS
SENSORIAIS SERÃO
UTILIZADOS



CONEXÕES

COMO ELE DEVE PENSAR E
QUAIS CONEXÕES DEVE FAZER



EMOÇÕES

QUAIS EMOÇÕES DEVEM
SER ASSOCIADAS A
MARCA E A PROPOSTA DE
VALOR



MEMÓRIAS

DO QUE ELE DEVE SE
LEMBRAR



INSTINTOS HUMANOS

QUAIS INSTINTOS DEVEM
SER ACIONADOS



SENTIMENTOS

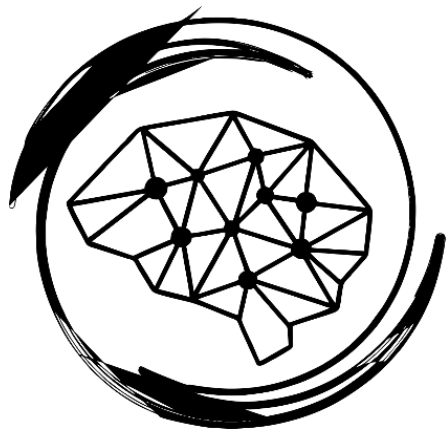
GERENCIAMENTO DE REAÇÃO



VIÉSES COGNITIVOS

QUAIS VIÉSES
COGNITIVOS
PODEMOS UTILIZAR





**NEURO
BUSINESS
SUMMIT**

6
ANOS

**COMPORTAMENTO
CONSUMO
TECNOLOGIA**

**NOSSO PROPÓSITO É COMPARTILHAR CONHECIMENTO,
CONECTAR PESSOAS E IMPACTAR NEGÓCIOS!**

**Descubra Como Empresas Ganham Vantagem
Competitiva E Geram Valor Através Do Neurobusiness
- E Por Que Você Precisa Fazer Parte Disso!**

#Brain2Business

WWW.SUMMIT.NEUROBUSINESS.ORG