

СОДЕРЖАНИЕ

Благодарности	8
Об авторах	9
Зачем читать эту книгу?	11
Введение	18
Нейромаркетинг — это сложно?	18
Сможет ли нейромаркетинг выявить недостатки предыдущих кампаний?	18
Можно ли совместить творчество и науку убеждения?	19
Почему участники рынка привязаны к веб-аналитике?	20
Почему вам понравится модель убеждения, основанная на принципах работы мозга?	22

Часть I. Научные основы кода убеждения

Глава 1. Почему нейромаркетинг меняет все?	24
Что может нейромаркетинг?	26
Необходимо запомнить	42
Глава 2. Нейробиология убеждения	44
Внимание, эмоции и решения мозга	45
Нейромаркетинговая исследовательская матрица.	60
Необходимо запомнить	65

Часть II. Теория кода убеждения

Глава 3. NeuroMap: теория убеждения на основе принципов работы мозга	68
Популярные теории убеждения	69

Модель первичного доминирования SalesBrain: NeuroMap . . .	74
Необходимо запомнить	88
Глава 4. Шесть стимулов для убеждения первичного мозга . .	89
Личный стимул	91
Контрастный стимул	100
Материальный стимул	106
Стимул запоминания	111
Визуальный стимул	118
Эмоциональный стимул	130
Применение шести стимулов	142
Необходимо запомнить	149
 Часть III. Код убеждающего повествования	
Глава 5. Диагностика болей.	152
Комплексный подход к стимулам решений	161
Практические примеры	165
Необходимо запомнить	169
Глава 6. Дифференциация доводов	171
Известные доводы	173
Как выбрать доводы	174
Примеры доводов от клиентов SalesBrain	175
Связь между доводами и брендом	178
Зачем ограничивать себя тремя короткими доводами? . . .	179
Зачем тщательно формулировать доводы?	180
Необходимо запомнить	181
Глава 7. Покажите выгоду	183
Научный подход к вычислению выгоды в мозге	184
Оценка памяти и выгоды	185
Ценностное предложение	186
Три типа ценностей	187

Четыре типа доказательств	190
Стоимость	205
Уравнение выгоды	206
Необходимо запомнить	207
Глава 8. Воздействие на первичный мозг	209
Шесть элементов убеждения	209
Захватывающий сигнал	210
Доводы	244
Общая картина	259
Доказательства выгоды	267
Обработка возражений	271
Заккрытие	277
Семь катализаторов убеждения	284
Слово «вы»	284
Рассказывайте истории	287
Умейте расположить к себе	288
Используйте контраст	322
Формы обучения	325
Вызывайте эмоции	335
Рассчитывайте на меньшее	338
Необходимо запомнить	343
Заключение	346
Приложение. Упрощенный NeuroMap для системного нейроскринига	353
Стимулы	353
Нейроквадранты	360
Ссылки на источники	361