

Zelf neuromarketing toepassen om meer klanten te krijgen.

Gebruik deze checklist.

<p>Check 1: Makkelijk leesbaar Moeilijke woorden wordt gekoppeld aan 'risicovol'. Makkelijk is meer bekend, minder risicovol en minder gevaarlijk.</p> <p>Check 2: SMILE Toon lachende mensen om connectie te maken.</p> <p>Check 3: Ogen Grote pupillen en een dikke rand om de iris geeft jeugdigheid en vertrouwen.</p> <p>Check 4: Afwijkingen Jouw brein is geprogrammeerd op patronen. Elke afwijking zorgt gegarandeerd voor aandacht.</p> <p>Check 5: Zaaddoders Langdradige, onpersoonlijke, abstracte, formele, passieve, oprolbare, ambtelijke, moeilijke, plotloze content.</p> <p>Check 6: Kleuren Een film moet iets episch uitstralen. De kleuren zijn daarom oranje met blauw als contrast. Kijk maar naar alle Hollywood posters en trailers.</p>	<p>Check 7: CTA geen huisstijl De CTA moet opvallen en daarom per definitie afwijken van de huisstijl.</p> <p>Check 8: Gemist Je neemt eerder actie wanneer je dreigt iets te verliezen of mis te lopen. Dus 'mis niets' in plaats van 'hou me op de hoogte'.</p> <p>Check 9: Geen dollarteken Een dollar- of euroteken doet pijn en dus ben je geneigd om het winkelwagentje niet af te rekenen. Haal weg dat teken.</p> <p>Check 10: Onvoltooid Het berichtentellertje bij een app zorgt ervoor dat je gaat kijken. Een onvoltooide taak zorgt voor actie.</p> <p>Check 11: Sturen Vermijd keuzestress en stuur het brein, dat vindt hij juist lekker.</p> <p>Tot slot Je bent productontwikkelaar bij Heinz. En je past het allemaal toe. Het eureka effect. Je gaat naar je baas en die vindt het ook een geweldig idee. GROENE KETCHUP werd een megaflop 😊</p>
--	---