



## Corso Brand Ambassador

Il corso è rivolto a liberi professionisti nel campo dell'enogastronomia e non solo, operatori turistici, aziende innovative, giornalisti, organizzatori di eventi, assaggiatori, comunicatori e ha per obiettivo la qualificazione, mediante adeguata preparazione tecnica e psicologica, di Brand Ambassador, vale a dire di figure in grado di:

- organizzare e condurre eventi di assaggio e formazione sui prodotti in modo innovativo;
- passare dalla presentazione frontale dei prodotti a eventi coinvolgenti per il pubblico con giochi di assaggio;
- farsi seguire con interesse da un'aula o una platea, sia essa di clienti, di esperti, di turisti o di giornalisti;
- ottenere un feedback dal pubblico;
- fare di manifestazioni ed eventi un momento per raccogliere il giudizio del consumatore sui prodotti;
- costruire una comunicazione sensoriale dei prodotti efficace.

Fortemente interattivo per i numerosi esercizi che si alternano alle lezioni teoriche, il corso mira a consentire ai partecipanti di sviluppare la competenza di trasferire i valori dei prodotti a un pubblico di diverse tipologie, anche attraverso una congrua conoscenza delle tecniche di comunicazione, di organizzazione e di conduzione di gruppi che necessitano di apprendere in modo ludico.

Il percorso formativo è integrato dalle nozioni di metodologia, mentre attitudini al compito, capacità e conoscenze acquisite sono verificate attraverso le numerose prove pratiche e l'esame finale.

### NOTE TECNICHE

Durata del corso: 24 ore.

Data: 22-23-24 gennaio 2016

Location: Monza

Numero massimo partecipanti: 25

Costo: € 650,00 (oltre IVA) comprensivo di pranzi e supporti didattici (possibilità di pernottamento a Monza se necessario)

### **Parte teorica**

- I giochi sulla percezione del prodotto tra l'informazione e l'intrattenimento: le nuove tecniche di presentazione a gruppi di clienti, il gioco a squadre, la sfida delle descrizioni.
- L'analisi sensoriale nella vendita.
- La comunicazione del vino e degli spirits.
- La tecnica della comunicazione basata sull'Analisi transazionale: capire chi si ha di fronte per comunicare meglio.
- Dalla qualità erogata alla qualità percepita: trasmettere il valore ai clienti.
- Tecnica di organizzazione degli eventi sensoriali.
- Psicofisiologia sensoriale: come funzionano i nostri organi di senso e come avviene il riconoscimento, la memorizzazione e la misurazione degli stimoli.
- Principi di programmazione neurolinguistica e tecnica della comunicazione.

### **Parte pratica**

- Prove psicologiche e sensoriali
- La presentazione dei prodotti con le mappe sensoriali
- La sfida delle mappe a squadre
- Crea la tua etichetta
- Indovina il prodotto
- Il gioco degli aromi
- Costruire i Ritratti dei prodotti
- Prove di comunicazione

La correzione dei test pratici viene eseguita nell'ambito del corso e i risultati sono comunicati ai partecipanti entro breve termine dall'esecuzione dei test per consentire loro un continuo miglioramento sulla scorta dei risultati ottenuti.

### **Supporti didattici individuali**

- Monografia L'Assaggio 13
- Blocco per note e penna
- Rivista L'Assaggio

CON LA COLLABORAZIONE DI



PER INFORMAZIONI E PRENOTAZIONI:

BETANIA S.C.S ONLUS – VIA MANZONI 56, 20900 MONZA

[WWW.BETANIAONLINE.ORG](http://WWW.BETANIAONLINE.ORG) – [INFO@BETANIAONLINE.ORG](mailto:INFO@BETANIAONLINE.ORG)

TEL/FAX: 039.832716