

ÁREA DE FORMAÇÃO: Gestão de Marketing

NEUROCIÊNCIAS APLICADAS À LIDERANÇA E À EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

DATA	HORÁRIO	DURAÇÃO	LOCAL
26/11/2026	9h/13h – 14h/16h30	12 horas	Lisboa
27/11/2026	9h/13h – 14h/16h30		

OBJETIVO GERAL:

Dotar os participantes de competências baseadas em evidência científica que lhes permitam:

Compreender os mecanismos cerebrais de confiança, motivação e tomada de decisão;

Reconhecer como esses mecanismos influenciam a forma como lideramos equipas e a forma como os clientes vivem e avaliam uma experiência de marca;

Aplicar um mesmo enquadramento neurocientífico à liderança interna e à experiência externa;

Desenhar práticas de liderança e de experiência do cliente mais eficazes, consistentes e humanas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

No final da formação, os participantes serão capazes de:

- ✓ Explicar as bases neurobiológicas da confiança, da motivação e da resposta ao stress;
 - ✓ Identificar comportamentos de liderança que ativam sistemas de recompensa ou de ameaça nas equipas;
 - ✓ Reconhecer os momentos e mecanismos que determinam a memória e a avaliação de uma experiência de cliente;
 - ✓ Ligar cultura e comportamento interno à experiência percebida pelo cliente;
 - ✓ Aplicar ferramentas de mapeamento emocional a jornadas de colaborador e de cliente.
-

CONTEÚDOS:

Tema	Carga horária	Conteúdos
O cérebro social: confiança, motivação e decisão	1h30	➤ Sistemas de recompensa e de ameaça. ➤ Bases neurobiológicas da confiança e da motivação. ➤ Emoção e decisão: um só enquadramento para líderes e clientes.
Neurociências da liderança	2h	➤ Stress, desempenho e segurança psicológica. ➤ Feedback, reconhecimento e motivação intrínseca. ➤ Comunicação que gera confiança e adesão.
Neurociências da experiência do cliente	2h30	➤ Jornada emocional do cliente e momentos de verdade. ➤ Expectativa, memória e avaliação (peak-end rule). ➤ Esforço percebido, confiança e lealdade.
A ponte: cultura interna e experiência externa	2h30	➤ Contágio emocional e espelhamento nas equipas de contacto. ➤ Como o estado da equipa se traduz na experiência do cliente. ➤ Alinhamento entre comportamento interno e promessa de marca.
Ferramentas e medição	2h	➤ Mapeamento da jornada emocional do colaborador e do cliente. ➤ Indicadores e sinais de alerta. ➤ Ciclos de feedback e melhoria contínua.
Apresentação dos Projetos e Conclusão	1h30	➤ Apresentação dos projetos pelos grupos. ➤ Feedback coletivo (entre pares e do formador). ➤ Conclusões e aplicação ao contexto real dos participantes.

PREÇO ASSOCIADO: 240€+IVA

PREÇO NÃO ASSOCIADO: 310€+IVA

FORMADOR: CATARINA ALVES RIBEIRO

Licenciada em Marketing, com especialização em Estratégia e Marketing Digital pela EDIT. – Disruptive Digital Education. Formou-se em Neuromarketing pela Copenhagen Business School e pelo ISAG – European Business School, e aprofundou a vertente científica com Medical Neuroscience pela Duke University. Mestre em Neurociências Cognitivas e Comportamentais na Universidade Católica Portuguesa e no ISPA – Instituto Universitário.

O seu percurso profissional integrou áreas como eventos, comunicação, hotelaria e imobiliário, tendo passado por agências e marcas como a Ativism, Monday Interactive Marketing, NAU Hotels & Resorts, Portugal Sotheby's International Realty e Coldwell Banker.

É fundadora da Brainding – Communication with Brain, consultora em neurociências aplicadas à comunicação, onde desenvolve projetos em diversas áreas, como imobiliário (The Agency RE), saúde (António Gaspar – Physiotherapy & Performance) e farmácia (FAHMA), entre outros.

É também fundadora da Associação Portuguesa de Neuromarketing (APN), organização que promove a aplicação ética e científica das neurociências ao marketing e à comunicação em Portugal.