

Neuromarketing : optimiser votre marketing avec les neurosciences cognitives

Date et durée
Code formation : MKG001FR Durée : 2 jours Nombre d'heures : 14 heures
Description
<p>Prêt à décoder les secrets de l'esprit de vos consommateurs ? Grâce aux dernières avancées des neurosciences, le neuromarketing révèle les mécanismes cérébraux qui sous-tendent les décisions d'achat. En allant au-delà des apparences, il permet de créer des messages publicitaires et des expériences client qui touchent au cœur de nos émotions et de nos désirs. Les entreprises qui adoptent cette approche constatent souvent une augmentation significative de leurs ventes et une plus grande fidélité de leurs clients.</p> <p>Dans cette perspective, notre formation neuromarketing de 2 jours vous donnera les clés pour décrypter les mécanismes qui guident les décisions d'achat de vos clients. Vous apprendrez à concevoir des expériences client mémorables, à optimiser vos campagnes publicitaires ou encore à créer des messages à forte résonance émotionnelle.</p> <p>À travers des exercices pratiques et des mises en situation réalistes, vous développerez les compétences nécessaires pour révolutionner votre approche marketing et obtenir des résultats mesurables.</p>
Objectifs
<p>À la fin de cette formation en neuromarketing, vous validerez les objectifs de compétences suivants :</p> <ul style="list-style-type: none">• maîtriser les concepts clés du marketing et de la communication en identifiant leurs limites actuelles, tout en intégrant les bases des neurosciences dans votre réflexion stratégique ;• comprendre les mécanismes cérébraux liés à la prise de décision et leur influence sur le comportement des consommateurs, notamment l'attention, la perception, la mémorisation et l'impact des émotions ;• analyser l'interaction entre les émotions et les hormones (dopamine, oxytocine, sérotonine, endorphine) pour expliquer les réponses émotionnelles et comportementales des consommateurs ;• développer des stratégies marketing innovantes et mémorables en s'appuyant sur les découvertes récentes en neurosciences pour créer des expériences client personnalisées ;• appliquer les outils et méthodologies du neuromarketing pour optimiser la conception de sites web, la gestion des réseaux sociaux, la création de contenu et la performance globale des campagnes marketing.
Points forts
<ul style="list-style-type: none">• Plongez au cœur du cerveau de vos clients ! Notre formation innovante vous dévoile les mécanismes cérébraux qui guident les décisions d'achat. Appliquez les dernières découvertes en neurosciences pour créer des campagnes marketing ultra-performantes.• De la théorie à la pratique : grâce à des ateliers interactifs et des jeux de rôle réalistes, vous mettrez en pratique vos nouvelles connaissances et développerez des compétences concrètes pour optimiser vos stratégies marketing.
Modalités d'évaluation

Travaux Pratiques

Pré-requis

Suivre cette formation ne nécessite aucune compétence ou expérience spécifique.

Public

Cette formation s'adresse aux publics suivants :

- **les responsables marketing**, comme les directeurs marketing, les chefs de produit, les responsables de marque, etc. Ils pourront optimiser leurs stratégies et améliorer la performance de leurs campagnes ;
- **les consultants en marketing** qui souhaitent proposer à leurs clients des solutions innovantes et personnalisées basées sur les dernières découvertes en neurosciences ;
- **les entrepreneurs** qui souhaitent développer des produits et des services plus attractifs et mieux adaptés aux besoins de leurs clients ;
- **les professionnels de la communication digitale**, comme les community managers, les spécialistes SEA, etc.

Programme

Module 1 : révolutionner votre approche marketing

- Les limites du marketing traditionnel et l'émergence du neuromarketing.
- La compréhension du fonctionnement du cerveau dans le traitement de l'information et dans la prise de décision.
- L'identification des leviers émotionnels à actionner pour créer un lien durable avec les clients.

Travaux pratiques :

- Explorer des concepts de produits ou de services qui s'inspirent des principes du neuromarketing.

Module 2 : vendre au cerveau !

- L'exploration des fonctions cérébrales impliquées dans la perception, l'attention et la mémoire.
- Le décodage du langage des émotions et leur impact sur les comportements d'achat.
- La manipulation des biais cognitifs pour influencer les choix des consommateurs.

Travaux pratiques

- Tester différentes versions d'un élément visuel (image, logo, etc.) pour mesurer leur impact sur les émotions et les réactions des participants.

Module 3 : mettre en pratique le neuromarketing dans le digital

- La conception d'un site web avec une interface utilisateur qui capte l'attention et suscite l'engagement.
- L'utilisation des réseaux sociaux basée sur les neurosciences.
- L'optimisation des campagnes publicitaires en ligne grâce aux insights du neuromarketing.
- La rédaction de contenus percutants et mémorables qui touchent les émotions.

Travaux pratiques

- Développer un persona détaillé d'un client cible en s'appuyant sur les connaissances en neurosciences.

Module 4 : optimiser les ventes avec les neurosciences

- L'utilisation des biais cognitifs pour mieux vendre.
- L'identification des erreurs fréquentes des vendeurs et les meilleures pratiques du secteur.

Travaux pratiques (jeux de rôle)

- Simulation de vente : mettre en scène des situations de vente en utilisant les techniques de persuasion basées sur les neurosciences ;
- Analyse de discours : analyser des discours de vente pour identifier les éléments qui suscitent l'adhésion ou la réticence.