

Le neuromarketing au service de la vente et de la publicité

Vous travaillez dans la vente, la publicité, le marketing ou dans le secteur de la prévention et vous vous posez souvent la question sur la manière de communiquer auprès de vos publics pour au final déclencher un comportement ? Ce cours inédit en Suisse et dispensé à la Haute école de gestion Arc a été conçu dans le cadre d'une collaboration avec le fondateur de Brain Impact, le Pr. Dr. Arnaud Petre, l'un des rares spécialistes mondiaux de l'imagerie cérébrale en marketing. Ce certificat apporte des pistes de réflexion sérieuses sur les techniques d'influences et de manipulation. En effet, depuis plus de vingt ans, les neurosciences et les sciences cognitives ont bouleversé notre compréhension du comportement humain, notamment sur la compréhension des mécanismes influençant nos prises de décision au quotidien.

Ce programme s'adresse aux collaborateurs et collaboratrices des départements marketing, communication des PME, aux commerciaux, aux salarié-e-s des organisations à but non lucratif (domaine de la prévention notamment), ainsi qu'aux chef-fe-s d'entreprise.

Déroulement

Toute la matière est répartie en 8 soirées de 4 périodes, en principe les mercredis de novembre 2024 à février 2025, de 18h00 à 21h15.

La formation se déroule dans les locaux de la HEG Arc à Neuchâtel et est limitée à 15 participant-e-s.

Contenu

La vente

Module 1 - Dans le cerveau du client

- Les trois cerveaux
- La notion du cerveau reptilien
- Les aires de Brodman
- Le circuit de la récompense
- Les circuits de la répression
- L'amygdale cérébrale
- L'insula
- Les neurones miroirs

Module 2 - De l'attention à la prise de décision

- Traquer l'attention du client
- La notoriété, un enjeu majeur?
- L'implantation des marques dans le cerveau
- De la simple exposition à la préférence de la marque
- Le décodage de la mémoire non consciente

Module 3 - L'art de l'influence en trois étapes

Premièrement: identifier et comprendre les besoins, attentes, désirs, peurs et frustrations de votre client/public

Deuxièmement: construire une proposition de valeur et faire la preuve de sa solution (la différenciation)

Pour terminer, déclencher le comportement du client/public

La publicité

Module 1 - Introduction au neuromarketing

- Définition du neuromarketing
- Mesure d'efficacité hors conscience des publicités - des tests IAT à l'IRMf

Module 2 - Le fonctionnement du cerveau

- Les émotions dans le cerveau du client/public
- Le processus cérébral de décision
- Le poids de la marque dans l'achat
- L'influence du prix sur les mécanismes cérébraux de l'achat et de la préférence

Module 3 - Les domaines d'application de l'imagerie cérébrale

- Cas de la prévention publique
- Cas de l'optimisation de campagne TV
- Cas de l'optimisation en retail packaging et PoS/POp (publicité sur le lieu de vente)
- Conclusion - Neuro-profilage ou Neuro-manipulation vers une neuro-éthique?

Examen

Deux évaluations de travaux pratiques issus du concept «Learning by doing» sont réalisées durant le cours. Elles permettent aux participant-e-s de démontrer leurs capacités et d'appliquer les notions apprises durant le cours. En cas de réussite (la moyenne de toutes les évaluations doit être suffisante), le ou la participant-e obtient un certificat de la Haute école de gestion Arc.

Coût

CHF 950.-

Intervenant-e-s

Julien Intartaglia, Dr. Professeur ordinaire
Arnaud Pêtre, Managing Director Brain Impact

Direction

La direction de la formation est assurée par Julien Intartaglia, Dr. ès Sciences de l'Information et de la Communication et doyen de l'Institut de la Communication et du marketing expérientiel à la HEG Arc. Spécialiste de l'étude des mécanismes d'influence de la publicité sur les attitudes et les comportements de l'acheteur, il bénéficie d'une large expérience dans diverses agences de publicité. Adeptes des neurosciences et des sciences cognitives, il a publié des ouvrages de référence et intervient régulièrement dans les médias en Suisse et à l'international.

Délai d'inscription

Le délai d'inscription au cours est fixé au 12 novembre 2024.