

Programme

Introduction et positionnement initial

1. Comment les marques influencent nos prises de décision

- 1, 2, 3.... systèmes
 - Les stratégies des marques (renforcer, perturber, justifier)
 - La représentation de la marque en mémoire
 - La communication RSE et les stéréotypes
- Atelier d'appropriation et de réflexion

2. Comment les émotions contribuent à l'efficacité de la communication des marques

- Cerveau et émotions
 - Outils et mesures des émotions
 - Le rôle des émotions dans l'efficacité publicitaire
 - Cas pratiques
- Atelier d'appropriation et de réflexion

3. Comprendre l'attention et ses mesures dans l'efficacité publicitaire

- Cerveau et attention
 - Outils et mesures de l'attention visuelle
 - L'économie de l'attention
 - Cas pratiques
- Atelier d'appropriation et de réflexion

Conclusion et évaluation individuelle

DESCRIPTION

Une formation d'une journée pour maîtriser le fonctionnement cognitif du consommateur (prise de décision, biais) ainsi que les mesures liées aux émotions et à l'attention dans une logique d'efficacité publicitaire (TV, digitale, print)

COMPÉTENCES VISÉES

- Mesurer l'apport des neurosciences cognitives à la connaissance du comportement du consommateur
- Mettre en place des stratégies de marque efficaces, en mesure d'influencer nos prises de décisions
- Assurer le succès des marques en jouant sur les émotions
- Gagner en efficacité publicitaire en prenant mieux en compte l'attention
- Exploiter plus efficacement les outils et les mesures (émotions et attention visuelle) pour gagner en insights

PRÉ-REQUIS ET PUBLIC

Être concerné par la stratégie de communication des marques, par les études de tests publicitaires (TV, digitale) et d'optimisation des espaces publicitaires

PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Des quiz tout au long de la formation et 2 Ateliers en petits groupes pour répondre à des briefs en y intégrant des mesures neuroscientifiques et en réfléchissant aux insights potentiels

DURÉE

1 jour / 7 heures - 9h00 / 17h45

TARIF

1 390 euros HT

INTERVENANTS

Ornella GODARD, CEO @ Cognitio Consulting, Docteure Psychologie et Neurosciences Cognitives, ex-Ipsos Neurosciences et Data Director Creative Excellence

DATES

Consultez les dates sur [media-institute.com](https://www.media-institute.com)

sur place ou à distance

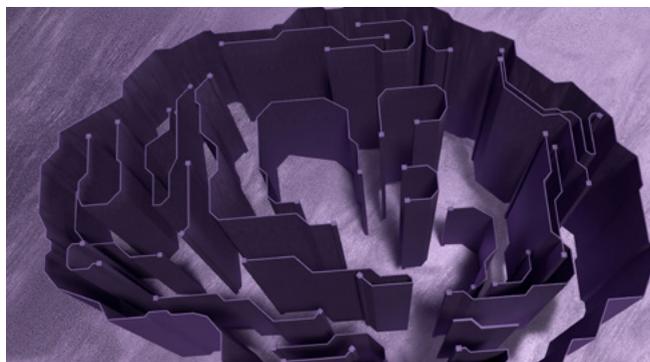


Photo par Allison Saeng sur Unsplash