

Optimiser sa communication de marque avec les neurosciences cognitives

irep

Programme

Introduction et positionnement initial

1. Introduction sur les sciences cognitives et sur le neuro-marketing

2. Comment notre cerveau prend-il des décisions ?

- 1, 2, 3....systèmes !
- Les stratégies des marques (renforcer, perturber, justifier)

3. La représentation de la marque en mémoire

- Une ou des mémoires ?
 - Apprentissage explicite vs implicite
 - Le réseau mental de la marque
- Atelier d'appropriation et de réflexion

4. 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
- Atelier d'appropriation et de réflexion

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

- Cerveau et attention
 - Outils et mesures de l'attention visuelle
- Cas pratiques

6. Atelier d'analyse cognitive de publicités

- Grille d'analyse cognitive
- Exercices pratiques (individuel et groupe)

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 du contenu créatif.

PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation, Atelier, Quiz

DURÉE

1 jour / 7 heures - 9h30 / 17h45

TARIF

1 390 euros HT

INTERVENANTE

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

EN PRÉSENCE OU À DISTANCE

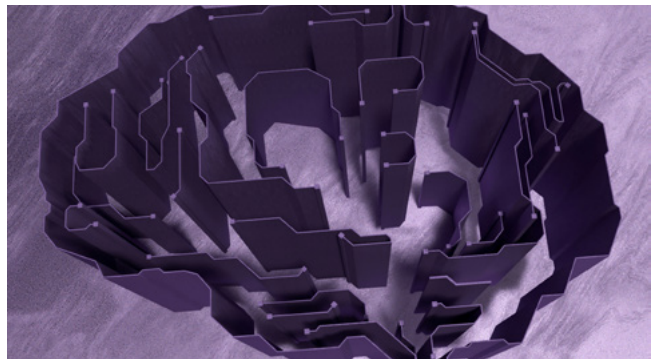


Photo par Allison Saeng sur Unsplash