

Opleiding : Neuromarketing, uw strategie heroverwegen en uw prestaties optimaliseren

Praktijkcursus - 2d - 14u - Ref. OMM

Prijs : 1360 € V.B.

★★★★☆ 3,9 / 5

Deze cursus gaat in op het ontcijferen van consumentengedrag en geeft een inleiding in de neurowetenschappen. Het zal je in staat stellen om de toepassingen van neuromarketing te begrijpen en je marketingstrategie te heroverwegen. Je zult dan in staat zijn om effectieve acties te implementeren om je klanten in consumenten te veranderen.

Pedagogische doelstellingen

Aan het einde van de training is de deelnemer in staat om:

- ✓ De psychologische mechanismen van marketing begrijpen
- ✓ Consumentengedrag ontcijferen
- ✓ De bijdragen en uitdagingen van neurowetenschappen voor marketing identificeren
- ✓ Van klanten consumenten maken met neuromarketing
- ✓ Neurowetenschappen integreren in uw marketingstrategie

Doelgroep

Marketingmanagers, innovatiemanagers, onderzoeksmanagers, groepsmanagers, productassistenten en -managers, verkoopdirecteuren en -managers.

Voorafgaande vereisten

Kennis van marketing of de huidige praktijk

DEELNEMERS

Marketingmanagers, innovatiemanagers, onderzoeksmanagers, groepsmanagers, productassistenten en -managers, verkoopdirecteuren en -managers.

VOORAFGAANDE VEREISTEN

Kennis van marketing of de huidige praktijk

VAARDIGHEDEN VAN DE CURSUSLEIDER

De deskundigen die de cursus leiden zijn specialisten op het betreffende vakgebied. Zij werden geselecteerd door onze pedagogische teams zowel om hun vakkennis als hun pedagogische vaardigheden voor elke cursus die zij geven. Zij hebben minstens vijf tot tien jaar ervaring in hun vakgebied en oefenen of oefenden verantwoordelijke bedrijfsfuncties uit.

BEOORDELINGSMODALITEITEN

De cursusleider beoordeelt de pedagogische vooruitgang van de deelnemer gedurende de gehele cursus aan de hand van meerkeuzevragen, praktijksituaties, praktische opdrachten, ... De deelnemer legt ook van tevoren en naderhand een test af ter bevestiging van de verworven kennis.

Praktische modaliteiten

Praktisch werk

Casestudies, zelfdiagnose, oefeningen met leuke hulpmiddelen, Klaxoon-test, delen van ervaringen, workshops, persoonlijke reflectie.

Leer methodes

Actief lesgeven op basis van discussie, evaluatie tijdens de cursus en leren op een leuke manier met behulp van Apps, Klaxoon en eigen business cases van de deelnemers.

Opleidingsprogramma

1 Ontcijferen hoe de hersenen werken

- Zelfdiagnose van de hersenen.
- Hersenstructuren en organisatie van de hersenen.
- Cerebrale, retinale, emotionele en sensorische mechanismen.
- De bijdragen en uitdagingen van de neurowetenschappen.
- Meervoudige intelligenties.
- Neurologische verwijzingen.

Praktisch werk

Cerebrale zelfdiagnose. Praktische casestudy van je eigen hersenfunctie.

2 De uitdagingen van neurowetenschap in marketing identificeren

- Van neurowetenschap tot neuromarketing: reikwijdte en grenzen.
- Cerebrale stimuli.
- Instrumenten om hersenactiviteit te meten: fMRI, EEG, eyetracking, etc.
- Memoriseren en geheugen augmented reality.
- Consumentengewoonten en "[gedragsgeheugen]".
- Cognitieve vooroordelen: verankering, framing, tijdslimieten, verhalen vertellen en anekdotiseren, enz.
- Bewuste en onbewuste netwerken synchroniseren.

Praktisch werk

Workshop: het maken van een Mindmap over neuromarketing die kan worden toegepast op je bedrijf.

3 Neurowetenschappen gebruiken om van uw klant een consument te maken

- Motivaties en profielen van klanten.
- De impact van klantprofiel op productperceptie.
- Kennis en "voorspelling" van consumentengedrag.
- Factoren die de aankoopbeslissing triggeren.
- Neuromarketing en ethiek.

Praktisch werk

Training "Reflex Mobile": educatief spel gebaseerd op de klantreis. Werken aan business cases van deelnemers.

PEDAGOGISCHE EN TECHNISCHE MIDDELEN

- De gebruikte pedagogische middelen en cursusmethoden zijn voornamelijk: audiovisuele hulpmiddelen, documentatie en cursusmateriaal, praktische oefeningen en correcties van de oefeningen voor praktijkstages, casestudies of reële voorbeelden voor de seminars.
- Na afloop van de stages of seminars verstrekt ORSYS de deelnemers een evaluatievragenlijst over de cursus die vervolgens door onze pedagogische teams wordt geanalyseerd.
- Na afloop van de cursus wordt een presentielijst per halve dag verstrekt, evenals een verklaring van de afronding van de cursus indien de stagiair alle sessies heeft bijgewoond.

TOEGANGSMODALITEITEN EN TERMIJNEN

De inschrijving dient 24 uur voor aanvang van de cursus plaatsgevonden te hebben.

TOEGANKELIJKHEID VOOR MINDERVALIDEN

Is voor u speciale toegankelijkheid vereist? Neem contact op met mevr. FOSSE, contactpersoon voor mindervaliden, via het adres psh-accueil@ORSYS.fr om uw verzoek en de haalbaarheid daarvan zo goed mogelijk te bestuderen.

4 De invloed van de hersenen beheersen

- Het ego van de consument.
- Contrasten: werkplanontwerp.
- Verzending van berichten.
- De locatie van woorden.
- Het visuele.
- Emoties.

Praktisch werk

Kleurenschema's in reclame. Ontwerp en lancering van echte content of een e-mailing.

5 Neuromarketing integreren in je strategie

- De ontwikkeling van nieuwe producten.
- Hyperpersonalisatie, of hoe klanten te segmenteren in het tijdperk van Big Data.
- Marketingcampagnes.
- Targeting en personalisering van reclame.
- Het verkooppunt optimaliseren.

Praktisch werk

Workshop: mindmappen gebruiken om een strategie te bepalen.

Data en plaats

KLAS OP AFSTAND

2026 : 26 maa., 11 juni, 10 sep.

PARIS LA DÉFENSE

2026 : 26 maa., 11 juni, 10 sep.