



Neuromarketing, repenser sa stratégie et optimiser ses performances

Lien :

<https://maroc-performance.com/formation/neuromarketing-repenser-sa-strategie-et-optimiser-ses-performances>

DURÉE
3 jours (21h)

RÉFÉRENCE
MC39

CATÉGORIE
Marketing Stratégique

OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- ✓ Connaître les fondements du neuromarketing et son importance
- ✓ Utiliser les apports des neurosciences dans le marketing
- ✓ Comprendre les mécanismes psychologiques et décrypter les comportements des clients
- ✓ Identifier les apports et enjeux des neurosciences pour le marketing
- ✓ Influencer positivement pour transformer les prospects en clients
- ✓ Intégrer les neurosciences dans sa stratégie marketing

POUR QUI ?

- ✓ Responsables marketing
- ✓ Responsables innovation
- ✓ Responsables études
- ✓ Chefs de groupes
- ✓ Assistants et chefs de produits
- ✓ Directeurs et responsables commerciaux

Maroc Performance



Programme détaillé

1 / Qu'est-ce que le neuromarketing ?

- Comprendre le fonctionnement du cerveau humain
- Les méthodes scientifiques utilisées
- Utiliser les déclencheurs d'achat adaptés
- Utiliser les découvertes de l'eye tracking pour optimiser le site de son entreprise
- Découvrir l'approche des préférences cérébrales

2 / Comprendre les mécanismes cérébraux

- Votre cerveau vous trompe !
- Identifier les déclencheurs et stimuli adaptés à son activité pour capter l'attention et convaincre
- Le circuit de la récompense
- Mémorisation et marketing sensoriel
- Utiliser les neurones miroirs

3 / Les enjeux des neurosciences dans le marketing

- Des neurosciences au neuromarketing : champ d'application et limites
- Les stimuli cérébraux
- Les outils de mesure de l'activité cérébrale : IRMf, EEG, Eye tracking...
- La mémorisation et la réalité augmentée mémorielle
- Les habitudes du consommateur et la "mémoire comportementale"
- Connaître les biais cognitifs : anchoring, framing, limites temporelles, storytelling et anecdotisation...

- La synchronisation des réseaux conscients et inconscients

4 / Transformer son client en consommateur avec les neurosciences

- Les motivations et les profils clients
- L'impact du profil client sur la perception du produit
- La connaissance et la "prédiction" du comportement du consommateur
- Les facteurs déclenchant la décision d'achat
- Le neuromarketing et l'éthique

5 / Influencer son interlocuteur

- L'égo du consommateur
- Les contrastes : le design workplan
- La transmission des messages
- Les emplacements des mots
- Création de messages et de visuels efficaces basés sur les neurosciences
- L'impact des émotions

6 / Création d'une stratégie marketing basée sur le neuromarketing

- Le développement de nouveaux produits
- L'hyperpersonnalisation ou comment segmenter des clients à l'ère de la Big Data
- Mesure de l'efficacité des campagnes neuromarketing
- Ciblage et personnalisation des publicités
- Optimisation du point de vente

🔗 Approche pédagogique

- ✓ Support Ecrit et Projection
- ✓ Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- ✓ Brainstorming et Jeux de Rôle
- ✓ Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- ✓ Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- ✓ Test de Validation des Acquis des Connaissances

📅 Prochaines dates programmées

📅 01 au 03 Juil. 2026

📍 Présentiel - Casablanca

📅 26 au 28 Août 2026

📍 Distanciel

📅 21 au 23 Oct. 2026

📍 Distanciel

📅 Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

🔄 Réservation & Renseignements

📞 **Téléphone** : +212 522 247 210

✉ **Email** : contact@maroc-performance.com

🌐 **Web** : <https://www.maroc-performance.com>

Document généré le 26/06/2026 — Réf : MC39

Maroc Performance — Tous droits réservés