

**CONNAITRE LES COMPORTEMENTS DU CONSOMMATEUR,
DÉFINIR ET RÉAJUSTER SA CIBLE_1640**

2100 € HT (tarif inter) | REF : -WEB1057
TARIF SPÉCIAL : particuliers et demandeurs d'emploi

Développer une compréhension solide des comportements et des attentes des consommateurs, et savoir comment définir et réajuster leur cible marketing en conséquence..

PROGRAMME

Introduction au comportement du consommateur

- Présentation des concepts clés : besoin, envie, demande, valeur.
- Les facteurs influençant les comportements du consommateur : culture, personnalité, motivation, perception, apprentissage.

L'étude du marché et des consommateurs

- Les différentes méthodes d'étude de marché : qualitative et quantitative.
- Les techniques d'observation et d'analyse des comportements des consommateurs.
- Les outils d'analyse des données de marché.

La segmentation et le ciblage des consommateurs

- Les bases de la segmentation : géographique, démographique, psychographique et comportementale.
- Les critères de segmentation pertinents pour l'entreprise.
- La définition d'une cible et le choix de la stratégie de ciblage.

La psychologie du consommateur

- Les théories de la motivation et de l'implication.
- Les processus de décision d'achat : perception, apprentissage, mémorisation.
- Les influences sociales sur le comportement du consommateur.

Les tendances actuelles du comportement du consommateur

- L'impact des nouvelles technologies sur le comportement d'achat des consommateurs.
- Les évolutions sociétales et leurs effets sur les attentes des consommateurs.
- Les tendances de consommation et les opportunités pour les entreprises.



5

JOURS

35

HEURES

OBJECTIFS

Comprendre les principaux modèles de comportement du consommateur et leur application dans les stratégies marketing. Savoir comment collecter, analyser et interpréter les données sur les comportements et les attentes des consommateurs. Savoir identifier les différents segments de marché et les critères pertinents pour définir une cible marketing. Savoir comment réajuster sa cible marketing en fonction des évolutions du marché et des besoins des consommateurs.

PUBLIC | PRÉREQUIS

PUBLIC

Chefs de projet Web Responsables de communication, responsables marketing Attachés de presse

PRÉREQUIS

Connaissance du Community management et des réseaux sociaux

INFOS PRATIQUES

HORAIRES DE LA FORMATION

de 9 h 00 à 12 h 30 et de 13 h 30 à 17 h 00

MÉTHODOLOGIE

PÉDAGOGIQUE

Théorie | Cas pratiques | Synthèse

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation qualitative des acquis tout au long de la formation et appréciation des résultats

DATES ET LIEUX

Aucune session ouverte