

Neuromarketing appliqué au retail : optimiser le parcours en magasin et le merchandising par les sciences cognitives

Lien : https://innov-maroc.com/formation/neuromarketing-applique-au-retail-optimiser-le-parcours-en-magasin-et-le-merchandising-par-les-sciences-cognitives

DURÉE
4 jours (28h)

RÉFÉRENCE
MAR127

CATÉGORIE
Neuromarketing & Sciences Comportementales

INNOV MAROC

OBJECTIFS DE LA FORMATION

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

- Comprendre les principaux mécanismes cognitifs et émotionnels influençant les comportements d’achat en environnement retail.
- Identifier les biais cognitifs et facteurs psychologiques pouvant influencer la perception et la décision du consommateur.
- Optimiser le parcours client en magasin à partir des principes des sciences cognitives.
- Concevoir un merchandising facilitant l’attention, la compréhension de l’offre et la décision d’achat.
- Exploiter les stimuli sensoriels pour renforcer l’expérience et l’identité de marque.
- Maîtriser les principes d’architecture du choix, de pricing psychologique et de présentation des offres.
- Utiliser les données comportementales et l’expérimentation pour mesurer l’efficacité des dispositifs retail.
- Construire un système d’optimisation du point de vente reliant sciences cognitives, expérience client et performance commerciale.

POUR QUI ?

- Directeurs Marketing, Chief Marketing Officers et responsables Retail Marketing.
- Directeurs Retail, responsables réseau et responsables points de vente.
- Responsables Merchandising et Visual Merchandising.
- Responsables Trade Marketing et Shopper Marketing.
- Responsables Customer Experience et parcours client.
- Responsables E-commerce et Omnicanal souhaitant rapprocher expérience digitale et expérience physique.
- Responsables études consommateurs, Consumer Insights et comportement du consommateur.
- Designers, architectes commerciaux et professionnels de l’aménagement des points de vente.
- Consultants en Retail, Marketing, Customer Experience et transformation commerciale.

INNOV MAROC



Programme détaillé

1 / Fondamentaux du Neuromarketing et des sciences cognitives

- Comprendre les mécanismes cognitifs, émotionnels et comportementaux qui influencent les décisions d'achat.
- Identifier le rôle de l'attention, de la mémoire, des émotions et des biais cognitifs dans l'expérience retail.
- Distinguer les apports scientifiques du neuromarketing des approches marketing fondées sur des hypothèses non validées.

2 / Psychologie du consommateur et décision d'achat

- Analyser les mécanismes de perception, de préférence, de choix et de décision du consommateur en environnement commercial.
- Comprendre l'influence de la charge cognitive, de la preuve sociale, de la rareté et de l'ancrage sur les comportements.
- Identifier les facteurs psychologiques pouvant favoriser ou freiner le passage à l'achat.

3 / Architecture du parcours client en magasin

- Cartographier le Customer Journey depuis l'entrée dans le magasin jusqu'au paiement et à la sortie.
- Optimiser les points de contact, zones de circulation, espaces d'attente et moments clés de décision.
- Concevoir un parcours réduisant les frictions et augmentant l'engagement, la conversion et le panier moyen.

4 / Merchandising et architecture cognitive du point de vente

- Optimiser l'organisation des rayons, catégories, produits et zones chaudes selon les mécanismes d'attention et de perception.

INNOV MAROC

- Exploiter le placement, la hiérarchisation visuelle, les contrastes et la signalétique pour faciliter la décision.
- Concevoir des environnements commerciaux favorisant la découverte, la comparaison et l'achat.

5 / Stimuli sensoriels et expérience immersive

- Analyser l'influence de la lumière, des couleurs, des sons, des odeurs et des textures sur l'expérience client.
- Construire une identité sensorielle cohérente avec le positionnement et l'univers de la marque.
- Mesurer l'impact des stimuli sensoriels sur l'attention, les émotions, le temps passé et les comportements d'achat.

6 / Prix, promotions et architecture du choix

- Étudier l'influence de l'ancrage, des seuils psychologiques et de la présentation des prix sur la perception de valeur.
- Concevoir des architectures de choix facilitant la comparaison entre produits, offres et niveaux de gamme.
- Optimiser les promotions, bundles, recommandations et mécanismes d'upselling sans créer de surcharge décisionnelle.

7 / Mesure comportementale et expérimentation en retail

- Exploiter les données de fréquentation, parcours, conversion, panier moyen et comportement en point de vente.
- Utiliser l'A/B testing, l'observation comportementale, l'eye-tracking et les expérimentations pour évaluer les dispositifs retail.
- Construire des protocoles permettant de mesurer l'impact réel des modifications du parcours et du merchandising.

8 / Pilotage de la performance et optimisation neuro-retail

- Relier les insights cognitifs aux KPI commerciaux : conversion, chiffre d'affaires, marge, panier moyen et fidélisation.
- Identifier les optimisations prioritaires à partir des données comportementales et des résultats expérimentaux.
- Déployer une stratégie de Neuromarketing Retail responsable permettant d'améliorer simultanément expérience client et performance commerciale.

INNOV MAROC

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

09 au 12 Fév. 2027	Présentiel - Casablanca
06 au 09 Avr. 2027	Présentiel - Casablanca
01 au 04 Juin 2027	Présentiel - Casablanca
27 au 30 Juil. 2027	Présentiel - Casablanca
28 Sep. au 01 Oct. 2027	Présentiel - Casablanca

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

Réservation & Renseignements

Téléphone : +212 522 247 210
Email : contact@innov-maroc.com
Web : https//www.innov-maroc.com

INNOV MAROC — Tous droits réservés