

MARKETING ÉMOTIONNEL

Quels outils et méthodes pour vous approprier ce marketing 3.0 ?

15/06/2015 et 15/10/2015

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Appréhender le marketing émotionnel et sa philosophie
Distinguer le marketing émotionnel du marketing expérientiel ou sensoriel
Identifier les méthodes et outils à mettre en place pour lancer vos initiatives
Etudier des exemples de secteurs variés comme l'alimentaire, les produits d'équipement, les services, la banque, le tourisme, les transports, etc.

CETTE FORMATION S'ADRESSE A VOUS

Directions Générales ; Directeurs et Responsables Marketing ; Directeurs et Responsables Communication ; Chef de marque ; Responsables Produit ; Responsable de l'expérience client ; Responsables Commerciaux

Industriels et distributeurs, grands groupes et PME

LES TEMPS FORTS

Un formateur spécialiste du marketing émotionnel
La distinction du marketing émotionnel des marketings sensoriel et expérientiel
Une présentation du marketing émotionnel et de ses enjeux
Des clés pour mettre en place votre stratégie de marketing émotionnel
De nombreux retours de projets, illustrations et cas pratiques

LES PLUS DE LA FORMATION

Bénéficiez de l'expérience d'un expert du marketing émotionnel
Faites un point complet sur un marketing 3.0 qu'est le marketing émotionnel

ANIMÉE PAR



Patrice LAUBIGNAT
Fondateur
LEPARTENARIAT

Après près de 15 ans d'activité de dirigeant dans une agence de marketing opérationnel, Patrice Laubignat fonde LePartenariat, spécialisée dans la stratégie de partenariats de marques et le développement d'événements. Il est également le rédacteur de deux blogs, l'un consacré au partenariat et l'autre au marketing émotionnel. Auteur de « Tout savoir sur le marketing émotionnel », il partage sa vision humaine du marketing et sa passion pour un marketing qui remettra les marques dans le cœur des clients.

Titulaire d'une maîtrise en Mathématiques Appliquées et Sciences Sociales (MASS), il intervient en marketing et stratégie de fidélisation.

MARKETING EMOTIONNEL

Quels outils et méthodes pour vous approprier ce marketing 3.0 ?

15/06/2015 et 15/10/2015

8H30 – 9H00 **Accueil des participants**

D'UN MARKETING TRADITIONNEL VERS UN MARKETING 3.0

Du marketing produit vers un marketing humain

Développer le customer centric

Différencier marketing sensoriel, expérientiel et émotionnel

Comprendre le fonctionnement des émotions et leurs impacts sur le désir et l'acte d'achat

ILLUSTRATION

Qu'est-ce que le marketing émotionnel ?

Définition et périmètre du marketing émotionnel

Bousculer le mix marketing traditionnel

Différencier les 4P des 4E : Emotion, Exclusivité, Expérience, Engagement

En quoi les 4E sont-ils indispensables aux clients ?

Quels sont les enjeux de ce nouveau marketing ?

Attirer, vendre et fidéliser de nouveaux clients

Du marketing émotionnel au merchandising émotionnel

Applications pour la grande consommation

ILLUSTRATION

12H30 – 14H00 **Déjeuner**

Les 5 étapes clés du marketing émotionnel...

Rencontrer

Tester

Aimer

Préférer

Partager

...sans oublier la 6^{ème} étape !

Remercier

Quelle place pour les nouvelles technologies ?

Utiliser le digital au service du marketing émotionnel : Big Data, objets connectés, etc.

Quelle est l'importance des réseaux sociaux ?

ILLUSTRATION

CAS PRATIQUE **Mettre en place des expériences clients uniques et fidélisantes**

Concevoir et stimuler l'expérience clients par le marketing émotionnel

Panorama d'outils pour piloter l'expérience clients

CAS PRATIQUE **Quelles applications du marketing émotionnel en boutique ou sur Internet ?**

Panorama de pratiques de marketing émotionnel dans l'univers de la grande consommation

Quelles sont les innovations et les secteurs précurseurs ?

17H30 **Fin de journée**