

7 techniques neuro-marketing qui influencent notre cerveau

(Qu'on le veuille ou non)



Aurélie Jouanigot



**"Je ne suis pas
influencable, je connais
les techniques
marketing."**

**Mais connaissez-vous
vraiment toutes
celles-ci ? 🤔**



Aurélie Jouanigot

1. Le biais de la rareté

« *Plus que 2 articles en stock* »

La rareté active la peur de manquer une opportunité unique, vous poussant à agir immédiatement et souvent sans réfléchir.



Aurélie Jouanigot

2. L'effet contraste

Un sac à 500 € à côté d'un autre à 200 €.

Le second semble soudain abordable, même si 200 € reste cher. C'est l'effet de contraste : un prix élevé rend le suivant plus attractif.



Aurélie Jouanigot

3. Le biais d'ancrage

Le premier prix devient notre référence, rendant la réduction irrésistible, même si elle est minime.

~~10.95 Fr.-~~

4.95 Fr.-



Aurélie Jouanigot

4. La réciprocité

Un échantillon gratuit ?

Nous avons un instinct naturel de réciprocité.

Recevoir un cadeau nous pousse à rendre la pareille...



Aurélie Jouanigot

5. La preuve sociale

**"Best-seller" ou
« 2 millions d'exemplaires
vendues.**

**Nous sommes câblés pour
suivre la foule. Si tout le
monde l'achète, ça doit être
bien, non ?**



Aurélie Jouanigot

6. Le story telling

*Acheter un bon café ou un
Café Joyeux, qui emploie
des personnes en situation
de handicap ?*

Le storytelling crée une
connexion émotionnelle
forte, rendant l'achat bien
plus significatif.



Aurélie Jouanigot

7. La personnalisation

*Un email ou un café avec
votre prénom ?*

**La personnalisation active
les zones de plaisir dans
notre cerveau. On se sent
valorisé, spécial... et prêt à
acheter (plus).**



Aurélie Jouanigot

**Même en connaissant
ces techniques, elles
continuent de fonctionner
car elles exploitent des
mécanismes profondément
enracinés dans notre
cerveau.**

**Laquelle fonctionne la
mieux chez vous ? :D**



Aurélie Jouanigot

**Vous avez aimé
ce carrousel ?**

**Alors likez, commentez, ou
partagez pour lui donner de
la visibilité ;)**



Aurélie Jouanigot

Communication & Marketing