

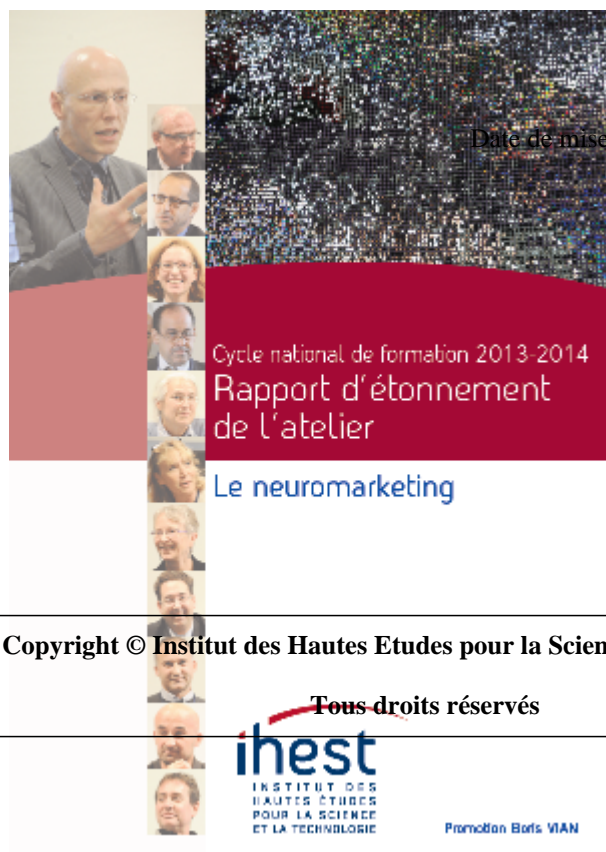
Extrait du Institut des Hautes Etudes pour la Science et la Technologie

<https://www.ihest.fr/la-mediathèque/collections/rapports-d-etonnement/le-neuromarketing>

Promotion Boris Vian 2014

# Le neuromarketing

- La Médiathèque - Collections - Rapports d'étonnement -



Date de mise en ligne : mercredi 10 septembre 2014

---

Copyright © Institut des Hautes Etudes pour la Science et la Technologie -

Tous droits réservés

Les neurosciences peuvent être définies comme l'ensemble des disciplines permettant l'étude du système nerveux. Ce champ d'investigation est éminemment pluridisciplinaire. Le préfixe neuro se combine pour donner, entre autres, la neurobiologie, la neuropsychologie, la neurophysiologie et, depuis le tout début des années 2000, le neuromarketing. Les interactions et interfaces entre toutes ces disciplines et champs d'application restent floues, mais le sujet peut être ramené aux neurosciences cognitives qui se focalisent sur les mécanismes sous-tendant la cognition (perception, langage, mémorisation, intuition, émotions, etc.).

Côté marketing, les années 1960 voient naître des techniques évolutives qui dépassent aujourd'hui très largement l'acte d'achat, en ce qu'elles s'efforcent plutôt d'adapter les produits et services aux besoins et envies réels, latents ou supposés des consommateurs, allant même jusqu'à promouvoir une co-conception de produits et services les impliquant pleinement.

Dans la suite de ce rapport, la définition du neuromarketing retenue est la suivante : L'utilisation de méthodologies issues des neurosciences cognitives, notamment à base de techniques de mesures de l'activité cérébrale, en complément de techniques classiques de marketing, pour évaluer sentiments et réactions des consommateurs face à un produit ou un service, déjà conçu ou en phase de conception, dans le but de prédire leur comportement.

[<](IMG/pdf/20140909-rap-market.pdf "PDF - 3.1 Mo")

### **Rapport d'étonnements\_neuromarketing**

[VIDEO - RESTITUTION ATELIER NEUROMARKETING](#)