



Neuromarketing : comment la science révolutionne le marketing ?

publié le 12/03/2016

Descriptif :

Un article sur le site Grands Comptes La Poste

La plupart des entreprises d'aujourd'hui, prises dans un grand mouvement de dématérialisation, ré arbitrent leurs dépenses de communication sur des canaux de plus en plus digitaux, aux dépens, entre autres, des supports imprimés. Le déluge du numérique arrive. **Or, de récentes études en neuromarketing semblent challenger les idées reçues et bousculer la hiérarchie établie des supports marketing.** [🔗](#)

Sommaire

- Le neuromarketing : la réponse dans votre cerveau
- Le neurmarketing redéfinit la place du courrier dans le marketing d'aujourd'hui
- Stimuler les sens !
- La science et La Poste pour un marketing optimisé !



**Académie
de Poitiers**

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.

Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.