

Diapositive 1



aat's

Aurélié ARROT

Formatrice Web et Communication Digitale



www.aat-s.com

Diapositive 2



L'enjeu de la communication visuelle dans la vente

-  Le design au service du succès commercial
-  Comment les couleurs affectent vos ventes ?
-  Hiérarchiser l'information visuellement
-  Illustrer efficacement



www.aat-s.com

2

Diapositive 3



 Le design au service du succès commercial



www.aat-s.com 3


Diapositive 4

 Le design au service du succès commercial

-  Le design ajoute de la valeur tout au long du processus de conception
-  Le design s'inscrit dans l'ADN de l'entreprise
-  Le design favorise l'innovation et renforce une image de marque
-  Le design permet de créer des liens affectifs avec les consommateurs


www.aat-s.com 4


Diapositive 5




Le design au service du succès commercial

Le marketing sensoriel

- 

Ensemble de techniques permettant d'utiliser 1 à 5 sens du consommateur
- 

L'objectif est de provoquer des réactions affectives, cognitives, comportementales
- 

le comportement du consommateur peut toujours être influencé

www.aat-s.com 5


Le marketing sensoriel est un ensemble de techniques qui permettent d'utiliser l'un ou les cinq sens du consommateur.

L'objectif est de provoquer des réactions affectives, cognitives, ou des réactions comportementales qui devront mener à l'achat du produit ou service.

C'est une méthode beaucoup plus puissante qu'on pourrait le soupçonner réellement.






Le marketing sensoriel peut vous aider à développer n'importe quel type de business, parce qu'en fin de compte, le comportement du consommateur peut toujours être influencé par une chose ou une autre.

Grâce au marketing sensoriel, vous parvenez à vous imprégner la mémoire émotionnelle de vos clients / public / audience / cible



Le design au service du succès commercial

Le marketing sensoriel

 Le marketing visuel	 Le marketing olfactif	 Le marketing tactile	 Le marketing gustatif	 Le marketing auditif
--	--	---	--	---

www.aat-s.com 6

Voici les 5 techniques du marketing sensoriel qui influencent le comportement d'achat :

1- Le marketing visuel

La vue étant le sens le plus développé, la plupart des influences que les consommateurs perçoivent sont visuelles. En regardant, on perçoit des couleurs. Ces couleurs ont une influence sur les émotions et les perceptions. En effet, il existe des couleurs froides, des couleurs apaisantes, des couleurs chaudes et des couleurs stimulantes. Les couleurs ont aussi une grande influence sur les cognitions et sur les autres récepteurs sensoriels. L'usage des couleurs dans le marketing visuel a plusieurs rôles.

2- Le marketing olfactif

L'odorat est un sens bien utilisé dans le cadre du marketing sensoriel pour influencer sur les comportements d'achat des consommateurs de manière positive. C'est aussi un sens qui a un effet émotionnel très intense. Le système limbique, étant connu pour garder nos souvenirs, est capable de ressusciter les sensations que nous avons depuis notre enfance. Cependant, il faut savoir que tous les consommateurs ne sont pas sensibles de la même façon aux influences olfactives. Aussi, selon l'âge, le sexe, l'état de l'organisme et la culture, il y a des différences de perception des odeurs chez les consommateurs.

3- Le marketing tactile

Le marketing tactile se base sur le toucher. Il existe ainsi plusieurs manières de toucher. Le consommateur peut nécessairement ressentir le besoin de manipuler un

produit avant de l'acheter, on parle ainsi de toucher instrumental. Aussi, il y a le toucher autotélique qui consiste pour le consommateur à toucher le produit pour le plaisir. Certains produits nécessitent d'être touchés avant d'être achetés. Ainsi, si vous mettez un obstacle entre le consommateur et le produit, il peut y avoir une frustration.

4- Le marketing gustatif

C'est une technique de marketing sensoriel très difficile à mettre sur pied. D'ailleurs, elle est la technique la moins utilisée en marketing sensoriel. Elle constitue pourtant un critère de différenciation permettant une appréciation à la juste valeur du produit. Ainsi, il est possible si vous vendez des produits alimentaires par exemple de proposer des dégustations de certains produits en magasin.

5- Le marketing auditif

Il fait partie des techniques du marketing sensoriel très utilisées pour créer de l'ambiance sonore. Ainsi, il vise à donner du plaisir aux consommateurs dans le but de créer de la joie en eux. Il vise aussi à procurer une indication sur les consommateurs ciblés par le point de vente et leurs univers. Il peut aussi avoir un lien avec la catégorie de produits concernant une saison.

Exemple :

- Marketing visuel : teaser AAT's, présentation AAT's
- Marketing gustatif : bannière GSN

Diapositive 7



Prenons un exemple :

Imaginez maintenant que vous participez à la présentation de la nouvelle gamme d'huile 100% lavande pour Lavanda (cas fictif)

La diapositive d'introduction ici est projetée à l'écran le temps que la salle se remplit avec la vidéo qui tourne en boucle → marketing visuel

Dans la salle, un parfum de lavande est diffusé pour l'occasion ☑ marketing olfactif

Pendant que les participants s'installent, le bruit des cigales passe en fond sonore, pour rappeler les champs de lavande en Provence ☑ marketing auditif

A l'arrivée, une infusion « fleurs de lavande » est offerte aux participants ☑ marketing gustatif

Au fond de la salle, on retrouve un stand avec les produits de la gamme, à la fin de la présentation, les participants pourront sentir et essayer les produits, et repartir avec des échantillons, il y'a aussi 2 vendeuses pour répondre à leurs questions. ☑ marketing tactile et olfactif

Avec le marketing sensoriel, vous allez au delà de la présentation, vous la mettez en scène Et là vous êtes sûre d'offrir une expérience unique à votre audience.

Diapositive 8

En résumer



Aujourd'hui

Le Design a un impact certain sur les ventes
Des notions de marketing sensoriel sont essentielles pour créer du lien affectif avec la cible

Utiliser les sens

Utilisez 1 ou plusieurs des 5 sens dans sa communication
Marketing visuel, olfactif, gustatif, tactile, auditif

