



Comprendre le comportement des consommateurs d'aujourd'hui pour mieux communiquer avec les citoyens

CONTEXTE

La situation de crise sanitaire que nous traversons entraîne des changements de culture et de fonctionnement partout dans notre société, changements qui perdureront. Ainsi, on peut s'attendre à ce que la pandémie entraîne d'importantes transformations dans les comportements des consommateurs et que ceux-ci soient durables. Cela impose aux organisations et entreprises d'ajuster leur approche marketing, notamment en ce qui a trait à la vente en ligne, au service de livraison ou à la réinvention des relations de représentation, sans contacts.

Basée sur les développements récents de la littérature, cette formation vous donne un état de lieux sur les changements majeurs qui ont façonné sur les comportements des consommateurs. De plus, des outils pour mieux comprendre et communiquer avec les citoyens qui sont les consommateurs d'aujourd'hui vous seront présentés. L'objectif est de mieux comprendre les attentes de ses consommateurs afin de bien communiquer avec eux de façon efficace et efficiente.

CLIENTÈLE CIBLE

Cette formation s'adresse aux gestionnaires et administrateurs d'entreprise ou d'organisme.

OBJECTIFS

- Comprendre les comportements des consommateurs à travers les changements majeurs qui les façonnent
- Mieux saisir les attentes des consommateurs
- Communiquer de façon efficace et efficiente

FORMAT ET DURÉE

Formation d'une durée totale de 6 heures, en trois séances de 2 heures, sur la plateforme ZOOM. Les participants auront accès à du matériel pédagogique numérique de qualité : grille d'analyse et outils structurants. Entre les séances ainsi qu'à la fin du parcours, les participants pourront bénéficier d'un accompagnement individuel d'une heure avec la formatrice afin d'appliquer les notions financières couvertes à la réalité de leur organisation.

FORMATEUR

[Said Echchakoui, Ph.D Marketing](#)

Monsieur Said Echchakoui est titulaire d'une maîtrise et d'un doctorat en marketing de l'école de gestion de l'Université de Sherbrooke et est auparavant intervenu comme responsable commercial et chef de produit durant plus de huit ans avec des sociétés étrangères dans la vente des produits industriels. Il est certifié « Professional Certified Marketing » par l'Association américaine de marketing « The American Marketing Association », la plus grande association mondiale en marketing. Il était chargé de cours à l'université de Sherbrooke, professeur en marketing à l'Université de Moncton, professeur de marketing à l'Université du Québec en Abitibi-Témiscamingue, et professeur à l'Université du Québec à Rimouski, campus de Lévis depuis 2017. M. Echchakoui a enseigné le cours « Relation vente » pendant plusieurs années, et il a publié plusieurs articles internationaux sur les activités de vente et la gestion des vendeurs.

POUR VOUS INSCRIRE

www.monreseau.rdl.com/activites – **418 862-5243**



Projet soutenu par la Commission des partenaires du marché du travail dans le cadre du Programme actions concertées pour le maintien en emploi.