

Institute for Service Leadership Collegereeks

De Psychologie van de Klant

Een duurzame verbinding met klanten als passie

Inspirerende collegereeks met de volgende docenten:

Prof. dr. Fred van Raaij (Universiteit van Tilburg), Prof. dr. ir. Ale Smidts (Erasmus Universiteit),
Prof. dr. Victor Lamme (Universiteit van Amsterdam), Prof. dr. Ad Pruyn (Universiteit Twente),
Prof. dr. ir. Peeter Verlegh (VU Amsterdam), Prof. dr. Ko de Ruyter (King's College London),
Prof. dr. Tammo Bijmolt (RijksUniversiteit Groningen), Prof. dr. ir. Koert van Ittersum
(RijksUniversiteit Groningen)

"Niets is meer praktisch dan een goede theorie."
(Kurt Lewin)

Be inspired, get connected



Institute for
Service Leadership

Institute for Service Leadership Collegereeks

Op dit moment staat de beleving van de klant weer volop in de belangstelling van marketeers, communicatieadviseurs, salesmanagers en customer service managers. Inmiddels is duidelijk dat de emotionele verbinding die een klant heeft met een bedrijf, bepalend is voor de tevredenheid, loyaliteit en aanbevelingsintentie. De klantbeleving wordt gevoed vanuit bewuste en onbewuste, cognitieve en affectieve processen. In de collegereeks “De Psychologie van de Klant” wordt ingegaan op de vraag hoe deze processen werken, welke invloed ze hebben op elkaar en welke consequenties deze processen hebben voor het gedrag van de klant.

Programma Collegereeks De Psychologie van de Klant



College 1 Keuzegedrag van consumenten

- Onbewuste en bewuste informatieverwerking (systeem 1 en 2)
- Voorspelbare irrationaliteit van consumenten
- Financieel gedrag van consumenten

Prof. dr. Fred van Raaij, emeritus hoogleraar economische psychologie, Tilburg University



College 2 De rol van het brein in koop- en beslissingsgedrag: de (on)mogelijkheden van neuromarketing

- Beslisgedrag van consumenten
- Persuasieve communicatie
- Sociale beïnvloeding en interactie met anderen

Prof. dr. ir. Ale Smidts, Hoogleraar Marketing Research, Erasmus Universiteit



College 3 Beïnvloeding door design van producten en omgevingen

- Onbewuste drivers voor succes in klantenrelaties
- De rol van design bij (on)bewuste beïnvloeding
- Beleving: taxonomieën van producten, omgevingen, en gedragingen

Prof. dr. Ad Pruyn, hoogleraar Consumentenpsychologie, Universiteit van Twente



College 4 Marketing en consumentenwelzijn

- De gedachteloze consument
- Voeding, gezondheid en duurzaamheid in consumptie

Prof. dr. ir. Koert van Ittersum, Hoogleraar Marketing en Consumentenwelzijn, RijksUniversiteit Groningen

Doel en doelgroep

Het belangrijkste doel van deze serie colleges is meer inzicht te krijgen in de werking van het brein van de consument en de vraag hoe je als organisatie hierop kunt inspelen. De collegereeks is bestemd voor een ieder die in korte tijd kennis wil nemen van de belangrijkste (wetenschappelijke) inzichten en ontwikkelingen op het gebied van de consumentenpsychologie. Wij denken hierbij aan managers en adviseurs die actief zijn op het terrein van marketing, communicatie en customer service.

Organisatie

De colleges worden gegeven door de meest toonaangevende hoogleraren op het gebied van marketing en (consumenten)psychologie. Alle docenten hebben hun strepen in onderwijs en onderzoek meer dan verdiend. De procesbegeleiding is in handen van Harald Pol, oprichter van The Customer Connection en het Institute for Service Leadership en auteur van diverse boeken over klantgericht ondernemen.



College 5 Klantinteractie online en offline

- Omgaan met ontevredenheid van klanten, offline en online
- Het betrekken van klanten bij producten en processen (co-creatie)
- Invloed van sociale media en informatietechnologie op gedrag van klanten

Prof. dr. Ko de Ruyter, King's College London



College 6 Het gedrag van klanten in relatie met een organisatie

- Klantentrouw: attitude, gedrag of beide?
- Psychologische mechanismen van loyaliteit en loyaliteitsprogramma's
- Belonen van klantentrouw: wat werkt wel/niet?

Prof. dr. Tammo Bijmolt, hoogleraar Marktonderzoek, RijksUniversiteit Groningen



College 7 De psychologie van het merk

- Het ontstaan en beïnvloeden van merkperceptie
- Het creëren van merkpersoonlijkheid
- Merkrelatie en engagement

Prof. dr. ir. Peeter Verleg, Hoogleraar Marketing, Vrije Universiteit Amsterdam



College 8 De vrije wil bestaat niet

- Waarom de mening van de consument er niet toe doet?
- Hoe druk ik op de juiste knoppen in het brein van de consument?
- Neuromarketing: hoe een hersenscan meer van de consument weet dan hij zelf

Prof. dr. Victor Lamme, Hoogleraar Cognitieve Neurowetenschap, Universiteit van Amsterdam

Tijd en locatie

De colleges worden verspreid over acht middagen vanaf 16.00 uur tot ongeveer 19.00 uur en zullen plaatsvinden op een nader te bepalen locatie in de omgeving van Utrecht.

Investering

De kosten van deelname aan deze collegereeks bedragen voor leden van The Customer Connection en Institute for Service Leadership € 3.150,- (excl. BTW) en voor niet-leden van het netwerk € 3.450,- (excl. BTW). Bij deze kosten zijn inbegrepen de kosten van koffie, thee en opleidingsmateriaal. Tot twee weken voor aanvang van de collegereeks kunt u zich kosteloos afmelden. Daarna worden de deelnamekosten in rekening gebracht.

Voor uw boekenkast

Er zijn de laatste jaren een aantal interessante boeken verschenen over het consumentenbrein. Wij selecteerden de volgende bestsellers voor u:

Robert Cialdini, Influence: the Psychology of Persuasion

Daniel Kahnemann, Ons feilbare denken

Victor Lamme, De vrije wil bestaat niet

Dan Ariely, Predictably Irrational

Gerald Zaltman, Hoe consumenten denken

Deelnemers aan de collegereeks ontvangen een gratis exemplaar van deze boeken. Indien u de boeken niet wilt hebben, bieden wij u een korting van € 100,- op de inschrijfkosten. De boeken worden aan het begin van de collegereeks uitgereikt.

Aanmelden

U kunt zich aanmelden voor deze collegereeks door in te schrijven via de site of door een mail te sturen naar h.pol@serviceleadership.nl. Door u aan te melden gaat u akkoord met de in deze folder vermelde voorwaarden voor aanmelding. U meldt zich aan voor de gehele collegereeks. Het is ook mogelijk met meerdere collega's op één deelname-plaats in te schrijven!

Deelnamecertificaat

Indien u minimaal 6 van de 8 colleges heeft bijgewoond, ontvangt u na afloop een deelnamecertificaat.

Meer informatie

Voor meer informatie over deze collegereeks kunt u contact opnemen met Harald Pol.

U kunt hem bereiken via h.pol@serviceleadership.nl of telefonisch op 06-54686418.