

Institute for Service Leadership Opleiding

Consumenten- psychologie

Een duurzame verbinding met klanten als passie

Inspirerende opleiding met de volgende docenten:

Prof. Steven Sweldens (Erasmus Universiteit), Dr. Femke van Horen (Vrije Universiteit Amsterdam),
Prof. dr. ir. Ale Smidts (Erasmus Universiteit), Prof. dr. Fred van Raaij (Universiteit van Tilburg),
Prof. dr. Marieke L. Fransen (Radboud Universiteit), Dr. Bram van den Bergh (RSM Erasmus Universiteit),
Prof. dr. Bob M. Fennis (RijksUniversiteit Groningen), Prof. dr. Ko de Ruyter (King's College London)

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

Be inspired, get connected

Institute for Service Leadership

Opleiding

Op dit moment staat de psychologie van de klant weer volop in de belangstelling van marketeers, communicatieadviseurs, salesmanagers, customer experience managers en customer service managers. Het gedrag van de consument wordt gestuurd vanuit bewuste en onbewuste, cognitieve en affectieve processen. In de Opleiding Consumentenpsychologie 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. Daarnaast wordt ingegaan op de vraag hoe het gedrag van consumenten beïnvloed kan worden. In de opleiding wordt ook ruim aandacht besteed aan de (on)mogelijkheden van neuromarketing.

De leergang bestaat uit 9 opleidingsdagen. Elke deelnemer formuleert bij aanvang van de leergang een individuele leeropdracht waar deelnemers in de opleiding mee aan de slag gaan. Gedurende de leergang wordt de deelnemer gecoached op het realiseren van deze opdracht. Tijdens de bijeenkomsten is er volop ruimte voor inbreng van de eigen casus. Aan het eind van de opleiding is er een afsluitende dag waarin de deelnemers hun casus en de gevonden oplossingen presenteren aan de overige deelnemers. Tijdens deze van-theorie-naar-praktijk dag is er volop ruimte voor intervisie op elkaars cases.

Programma Opleiding Consumentenpsychologie



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



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



Merkbeleving en merkassociaties

- Het ontstaan en beïnvloeden van merkassociaties
- De rol van merken in veranderende markten en consumenten
- Case: TomTom: Mapping the Course from B2C to B2B

Prof. Steven Sweldens, hoogleraar Consumentenpsychologie en Marketing, Erasmus Universiteit



Communicatie en weerstand

- Motieven voor weerstand tegen verandering
- Hoe kun je weerstand herkennen?
- Hoe kun je weerstand doorbreken met behulp van communicatie?

Prof. dr. Marieke L. Fransen, Hoogleraar Comm. en Media, Behavioural Science Institute, Radboud Universiteit

Doel en doelgroep

Het belangrijkste doel van deze opleiding 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 opleiding is bestemd voor een ieder die zich wil verdiepen in 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, sales, customer experience en customer service.

Organisatie

De opleiding wordt 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.



De psychologie van reclame en marketingcommunicatie

- Hart en hoofd: hoe reclame merk-emoties en cognities bouwt
- De terugkeer van de “hidden persuaders”: kan reclame begeertes kweken?
- Hoe reclame onze aandacht trekt, richt, en vasthoudt

Prof. dr. Bob M. Fennis, Hoogleraar Consumentenpsychologie RijksUniversiteit Groningen



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



Customer empowerment

- Hoe krijg je klanten “empowered”?
- Inzoomen op het 3D model
- Wat zijn voorwaarden voor succesvolle co-creatie?

Dr. Bram van den Bergh, Associate professor Marketing, RSM Erasmus Universiteit



Gedagsbeïnvloeding

- Wat zijn effectieve beïnvloedingstechnieken?
- Inzet van nudging voor duurzaam gedrag
- Verleidingsstrategieën

Dr. Femke van Horen, Associate professor Marketing, Vrije Universiteit Amsterdam

Tijd en locatie

De opleiding wordt verspreid over negen dagen van 9.00 uur tot 17.00 uur en zullen plaatsvinden op een nader te bepalen locatie in de omgeving van Utrecht.

Investering

De kosten van deelname aan deze opleiding bedragen voor leden van The Customer Connection en Institute for Service Leadership € 6.950,- (excl. BTW) en voor niet-leden van het netwerk € 7.450,- (excl. BTW). Bij deze kosten zijn inbegrepen de kosten van koffie, thee en opleidingsmateriaal. Tot twee weken voor aanvang van de opleiding 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 opleiding 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 opleiding uitgereikt.

Aanmelden

U kunt zich aanmelden voor deze opleiding door in te schrijven via de site www.serviceleadership.nl. Door u aan te melden gaat u akkoord met de op de website beschreven voorwaarden voor aanmelding. U kunt uw inschrijving tot twee weken voor aanvang kosteloos annuleren.

Diploma

Indien u minimaal 7 van de 9 opleidingsdagen heeft bijgewoond, ontvangt u na afloop een diploma.

Meer informatie

Voor meer informatie over deze opleiding kunt u contact opnemen met Harald Pol. U kunt hem bereiken via h.pol@serviceleadership.nl of telefonisch op 06-54686418.