

# Le marketing social : une approche pour changer les comportements

Cours de formation continue universitaire, 18-19 + 25-26 août 2022

Recyclage  
Pollution  
Changement de comportement  
Environnement  
Réinsertion sociale  
Design  
Psychologie  
Nudge  
Gestion du changement  
Marketing social  
Economie comportementale  
Biodiversité  
Innovation sociale  
Santé publique  
Bien-être financier  
Santé en entreprise  
Promotion de la santé  
Bien social

# Le marketing social : une approche pour changer les comportements

---

## La formation

---

Le marketing social est une approche pour changer les comportements d'une audience. Cette approche intègre le marketing, l'économie comportementale et les nudges, la psychologie sociale ou encore le design thinking en vue de changer les comportements de manière bénéfique à l'individu et à la société.

Depuis de nombreuses années, les organisations publiques ou privées communiquent avec leurs employés et les citoyens en vue de les informer en matière par exemple de promotion de la santé ou de protection de l'environnement. La recherche et la pratique montrent cependant que la communication seule ne suffit souvent pas à changer les comportements. Cette formation montrera comment le marketing social stratégique peut contribuer à changer les comportements des individus en créant des interventions efficaces, basées sur les connaissances scientifiques.

Le marketing social peut être appliqué à tout type de changement de comportement incluant :

- La promotion de la santé (mieux se nourrir, augmenter l'activité physique, arrêter le tabagisme, etc.)
- La protection de l'environnement (économiser l'énergie, recycler ses déchets, utiliser les transports publics, etc.)
- La prévention des accidents (porter un équipement, rouler moins vite, etc.)
- Les comportements en entreprises (se conformer à une procédure, participer à un événement, prévenir le harcèlement, etc.)
- Les comportements citoyens (aller voter, faire du bénévolat, etc.)

La formation abordera les thèmes suivants: la définition du problème et des comportements pertinents, la compréhension de son audience incluant la segmentation et le profilage, les différentes techniques de changement de comportement, les tactiques, ainsi que les tests, pré-tests et l'évaluation des interventions.

## Objectifs

---

- Définir le marketing social et connaître ses outils
- Expliquer de manière critique le rôle de la segmentation pour mieux comprendre son audience
- Connaître et savoir sélectionner les principales techniques de changement de comportement
- Être capable de développer une stratégie de marketing social
- Pouvoir tester et planifier l'évaluation d'une intervention

## Public cible

---

- Responsables de programme ou de projet visant le changement de comportement d'une audience (citoyens, employés, clients, etc.)
- Spécialistes et responsables de communication ou marketing
- Personnel du département RH ou de la communication interne des entreprises

## Prérequis\*

---

Diplôme d'une haute école suisse ou un titre jugé équivalent. Des expériences de travail préalables dans les changements de comportement selon d'autres perspectives (par exemple éducation, communication, psychologie) sont les bienvenues. Des connaissances préalables en marketing ne sont pas requises.

\* En vue d'optimiser le climat d'apprentissage, des critères liés à la structure du groupe peuvent également s'appliquer.

## Titre délivré

---

Attestation de participation.

## Dates et lieu

---

18-19 + 25-26 août 2022 de 9h15 à 17h à l'Université de Neuchâtel.

## Inscription

---

En ligne sur : [www.unine.ch/marketing-social](http://www.unine.ch/marketing-social)

Merci de remplir le formulaire d'inscription et de joindre votre CV.

Le délai d'inscription est fixé au **31 juillet 2022**.

Le nombre de participant-e-s est limité. Les inscriptions sont acceptées selon l'ordre d'arrivée.

## Finance d'inscription

---

CHF 1'600.- incluant les lunches, les pauses café et le matériel imprimé

## Informations

---

### Information administrative

**Sara Wenger**  
Collaboratrice administrative  
sara.wenger@unine.ch  
032 718 13 60

### Formateur et responsable académique

**Valéry Bezençon**  
Professeur de marketing, directeur du cours  
valery.bezencon@unine.ch  
032 718 13 67