

WORKSHOP EMOTI|MIND

EMOTI|MIND : WATCH CONSUMER INSIGHTS

— DURÉE 1 JOUR —

UN CONCEPT

- Un **outil innovant**, inspiré des neurosciences, pour décrypter les besoins et préférences de vos clients.
- Un **atelier expérientiel** « Marketing & Innovation » pour accéder aux ressentis face aux produits.

UN OBJECTIF

Comment créer un produit qui saura provoquer l'émotion ? Quel packaging va capter les regards et déclencher l'acte d'achat ?

Lorsque nous observons un produit, nous pensons réaliser une analyse factuelle et rationnelle de ces attributs et de nos préférences pour fournir une parole consommateur fiable. Pourtant, nos raisonnements et décisions sont empreints de subjectivité, d'émotions, de croyances, d'automatismes ; nous interprétons notre propre réalité. Et tout cela, sans que nous n'en ayons nous-même conscience. Cette **empreinte émotionnelle**, totalement inconsciente, ne peut être objectivée par une méthode déclarative. Pourtant, elle s'incarne dans toute une cascade de mécanismes physiologiques et cérébraux.

Comment rendre visible cette part de nous-même si bien dissimulée ? Et surtout, comment objectiver les insights consommateurs et prendre en compte les ressentis et préférences de nos clients dans nos stratégies d'Innovation et nos campagnes Marketing ? L'alliance des neurosciences et de la technologie offrent désormais l'opportunité de décrypter les « neuro-insights » objectifs de vos clients.

UN ATELIER PRATIQUE

Ce module pratique, inspiré des neurosciences, permet d'analyser le comportement humain et de **décoder les émotions de vos clients face à différents produits**. L'objectif est d'accéder à la dimension inconsciente, subjective des choix et préférences en observant le fonctionnement cérébral des individus afin de **construire des produits adaptés aux besoins** et envies réels des clients.

Cet outil nous permet d'accéder aux **émotions, intuitions, préférences des clients face à des produits**, à l'aide de capteurs de mesures physiologiques objectives.



L'individu cible observe et manipule un produit/prototype/packaging (réel ou sur écran).



L'individu cible (client, consommateur, créateur...) est équipé d'un casque électroencéphalographique (EEG) et d'un capteur de réponses électrodermales (GSR)

Alors que le client interagit avec et manipule les produits d'intérêt, les capteurs **révèlent en temps réel les variations d'état émotionnel, de motivation, d'intérêt et les préférences de l'individu envers les différents produits/prototypes/packaging proposés.**

UNE SOLUTION FLEXIBLE

Cet outil pratique peut être décliné en 2 versions selon la cible :

Emoti|Mind – IMMERSIVE

- Mise à disposition du **matériel technique**
- Création des **mises en situations fictives** par nos équipes
- **Réalisation et animation** du workshop
- Un **atelier expérientiel innovant** pour évoluer par la pratique

Cible : une solution innovante **pour les collaborateurs** (innovation, développement produit, communication marketing) qui souhaitent appréhender les préférences inconscientes des consommateurs.

Emoti|Mind – PERFORMANCE

- **Etude du besoin en amont et création d'une expérimentation adaptée à vos objectifs**
- **Réalisation de l'étude** par nos équipes
- **Présentation des résultats et compte-rendu**
- **Un accompagnement/action sur mesure** - une valeur ajoutée dans vos projets

Cible : un outil innovant stratégique **pour les organisations** à déployer en support de leurs stratégies Innovation & marketing.

Cet atelier peut être déployé seul ou associé à une formation pour mieux comprendre vos clients :

Emoti|Mind – Formation : Evaluation produit, comportements & biais humains par le prisme des sciences cognitives.