



## **NEUROSCIENCES & NEUROMARKETING : COMMENT DECRYPTER SCIENTIFIQUEMENT LES ATTENTES DE VOS CLIENTS DANS LE MONDE DU COMMERCE ?**

*Discipline en plein essor ces dernières années, les neurosciences, appliquées au commerce, permettent d'analyser le comportement des clients et de décrypter leurs émotions, leurs attentes et donc leurs besoins. L'objectif final est d'améliorer l'expérience ou la satisfaction du client en personnalisant son parcours d'achat et/ou de déclencher un acte d'achat.*

*Au LAB by CB nous pensons que l'analyse comportementale est fondamentale car elle permet d'adapter le parcours d'achat aux envies et comportements du client, à un instant T.*

### **Qu'est-ce que les neurosciences ?**

Le terme *neurosciences* existe officiellement depuis la fin des années 1960. Il définit l'ensemble des études scientifiques du système nerveux permettant d'analyser les interactions entre notre cerveau et nos comportements. Si l'on est capable d'analyser et de comprendre ce qui incite le client à prendre des décisions, on pourra alors améliorer la relation client et ainsi optimiser les ventes.

### **Qu'est-ce que le neuromarketing ?**

Le *neuromarketing* est l'application des neurosciences au marketing et à la communication. Cette discipline émergente cherche à mieux comprendre, prédire ou réagir face aux émotions, choix, goûts, aversions et comportements des consommateurs..., via l'identification de leur profil, des mécanismes neuronaux et des zones cérébrales activées ou désactivées lors d'un acte d'achat (raisonné ou impulsif) ou face à une publicité, un emballage, une page internet, etc.

*Discipline encore très jeune, les neurosciences et le neuromarketing permettent aux marques et aux commerçants de mieux cerner les sentiments et émotions de leurs*

***consommateurs et ainsi, d'optimiser leur expérience afin qu'elle soit toujours plus personnalisée et adaptée à leurs besoins.***

***Au LAB by CB, l'utilisation des neurosciences dans l'optimisation du parcours utilisateur est l'un des thèmes de travail de l'année 2020. Elle fait d'ailleurs l'objet d'un des deux Pitch Contests organisé par le LAB by CB en partenariat avec VivaTechnologies.***

***Pour en savoir plus sur cet évènement, [cliquez ici](#).***

### **Quelles sont les méthodes les plus utilisées en neuromarketing ?**

#### *L'eye tracking*

Il permet de comprendre le parcours des utilisateurs et de mieux décoder leurs comportements en temps réel grâce à l'analyse de leurs regards : étude des zones les plus vues/lues, ignorées sur une interface type : site internet, logiciel, application, film, ...

#### *L'utilisation des couleurs pour créer de l'émotion*

La sélection des couleurs peut influencer la façon dont les clients potentiels se sentent : on peut alors leur transmettre une certaine émotion.

L'idéal est donc d'identifier l'émotion que vous souhaitez provoquer dans votre audience et intégrer la couleur correspondante à cette émotion dans votre contenu.

#### *Le Testing*

La conception des produits est une chose très déterminante. Tester ses prototypes permet de mesurer l'activité cérébrale en réponse à différentes caractéristiques de conception et d'explorer quel type de stimulation est le plus susceptible de susciter l'achat.

De nouvelles applications émergent en points de vente. Elles sont souvent basées sur la *vision par ordinateur*, ou « computer vision », grâce à l'installation de caméras dans ces lieux. L'observation du comportement des clients peut être complètement anonyme, ou bien permettre de l'identifier si celui-ci a donné son consentement. Ces caméras détectent les émotions des consommateurs et analysent ces données afin de leur faire vivre la meilleure expérience d'achat, que ce soit en online ou offline.

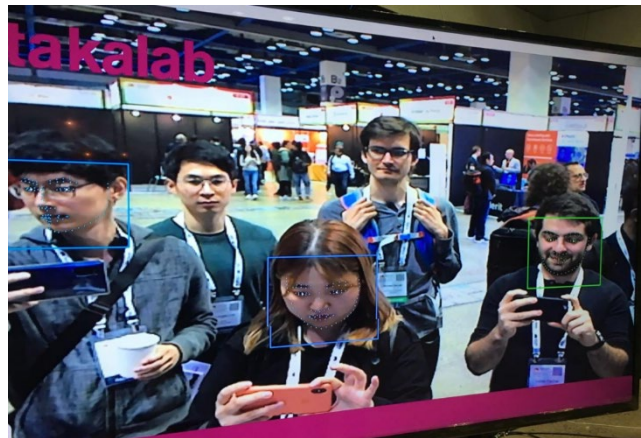
## FOCUS SUR UNIQLO

Uniqlo a lancé en 2017 sa première campagne neurosciences en Australie. Le concept vise à suggérer des vêtements sur la base de l'humeur du consommateur. Le casque UMOOD est placé sur la tête du client et une série d'images et vidéos lui sont montrées. Les réactions du cerveau de ce client sont analysées et intégrées à un algorithme qui suggère un t-shirt correspondant à son état d'esprit : aventurier, calme, stress.



## FOCUS SUR DATAKALAB

Datakalab est une startup française qui développe des algorithmes d'analyse de l'image par ordinateur pour monitorer les flux dans l'espace public et optimiser le parcours client. Elle parvient à fournir en temps réel un comptage segmenté par genre, tranche d'âge et mesure du niveau d'attention. Les images sont transformées instantanément en données anonymisées. Datakalab ne stocke aucune image ni donnée personnelle et ne conserve que des données statistiques. Depuis Avril 2020,



Datakalab a fait évoluer son algorithme de comptage intelligent en ajoutant une nouvelle fonctionnalité : la détection de personnes portant un masque dans le respect du RGPD. Un moyen efficace et fiable pour assurer la sécurité sanitaire du personnel et du public dans l'espace public.

[En savoir plus](#)

### **SOURCES :**

<https://bit.ly/2tBYBIN>

<https://bit.ly/2OzzkGu>

<https://bit.ly/2UyOLme>

<https://bit.ly/2H4IYg1>