

LE PARCOURS CLIENT ÉMOTIONNEL

L'INNOVATION REPÈRES

A hand is shown holding a circular wooden maze. The maze has a complex, winding path. The paths are highlighted in blue and black, while the rest of the wood is a natural brown color. The background is a soft, out-of-focus blue and white.

**MIEUX CONNAITRE LE PARCOURS
CLIENT**

The background is a vibrant, abstract composition of overlapping circles and organic shapes in shades of orange, yellow, red, green, and purple. A thick, wavy pink line runs vertically on the left side. A semi-transparent dark green rectangle is centered over the image, containing white text.

**EN COMPLETANT LES PROCESS
D'EVALUATION ACTUELS PAR UNE
MESURE DE LA DIMENSION
EMOTIONNELLE**

MIEUX CONNAITRE **LE PARCOURS CLIENT**



UN ENJEU CRUCIAL
POUR LES MARQUES

LES MOMENTS **ENCHANTEURS** ET CEUX QUI LE
SONT MOINS

LES MOMENTS OÙ LA MARQUE ET LE LIEN QU'ELLE
CREE SONT **FORTS**

LES MOMENTS OÙ LA MARQUE DOIT ACCENTUER SA
PRESENCE ET CREER UN LIEN **PLUS ETROIT**

R3M SCORE : UN **SCORING ÉMOTIONNEL** POUR ACCEDER AU RESENTI



UNE MESURE ÉMOTIONNELLE INÉDITE

Basée sur le **langage spontané** du consommateur,
Solicitation du système 1. Appréhension des émotions avant la raison

UN SCORING

Score émotionnel pour comparer les différentes étapes et détecter les zones à risque pour la marque

UN DIAGNOSTIC DÉTAILLÉ

Pour comprendre les enjeux émotionnels, les points d'accroche et les points de rupture, identifier les leviers d'amélioration

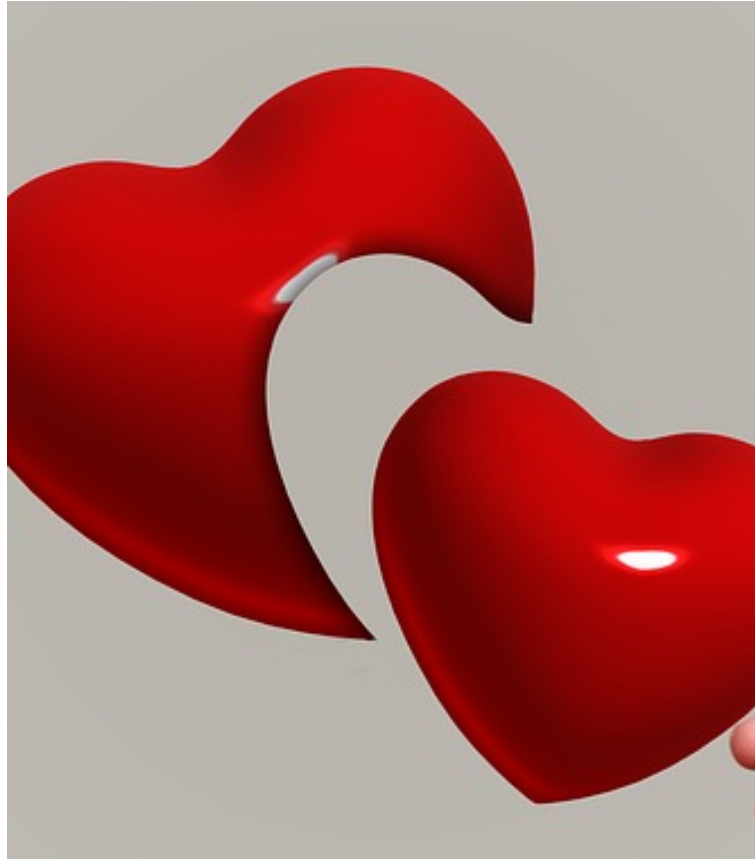
**R3M SCORE,
UN OUTIL RUPTURISTE
POUR MESURER LA REACTION ÉMOTIONNELLE**

1 SEULE QUESTION = 3 MOTS SPONTANÉS

Quand vous pensez à ce moment, quels sont les 3 mots qui vous viennent à l'esprit ?



PAS DE RÉFLEXION COGNITIVE



PRIMAIRE INCONSCIENT AUTOMATIQUE



SIMPLE RAPIDE EFFICACE

R3M SCORE : UN **SCORING** DES MOTS ET UN ALGORITHME POUR TRADUIRE LES MOTS EN **ACTIVATION ÉMOTIONNELLE**

Algorithme issu de plus de 3 ans de R&D



LA NATURE GRAMMATICALE

Est-ce un adjectif, un verbe, un nom ?



LA LOGIQUE D'ÉNONCIATION

Je juge ?

Je décris les effets sur moi ?

Je décris le stimulus ?



LA VALENCE

Le mot est-il positif, neutre ou négatif ?



LE RANG

Cité en 1er ? 2ème ? 3ème ?



LE CONTEXTE D'ASSOCIATION

Comment s'associent les 3 mots entre eux ?



LE CONSENSUS

Le mot est-il partagé par l'échantillon ?

R3M SCORE: UN NOUVEL INDICATEUR QUANTI DE PERFORMANCE

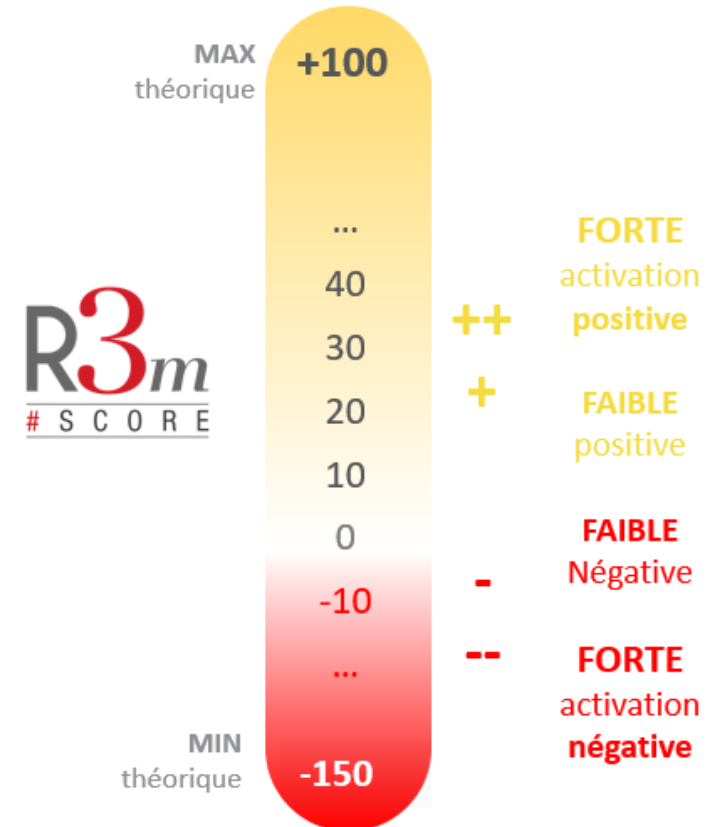
1/

MESURE L'ACTIVATION ÉMOTIONNELLE

En complément des KPI rationnels classiques
(liking, satisfaction...)

Echelle très large pour plus de discrimination
(pas effets de seuil)

Traitement au niveau individuel (permet le
croisement du score avec les autres variables)



LA RICHESSE DU SPONTANÉ POUR UNE ANALYSE PRÉCISE

2/

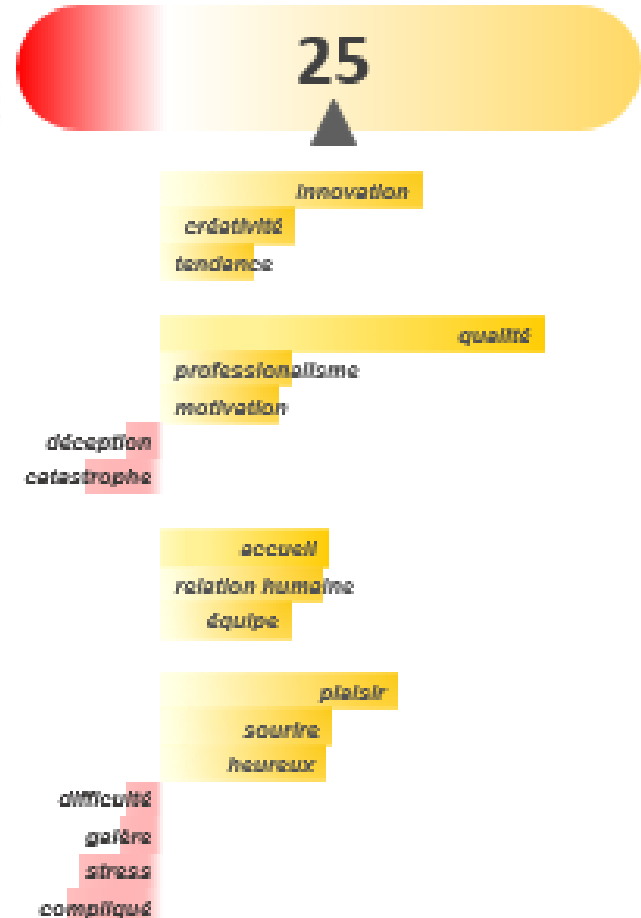
COMPRENDRE LES LEVIER ET LES FREINS

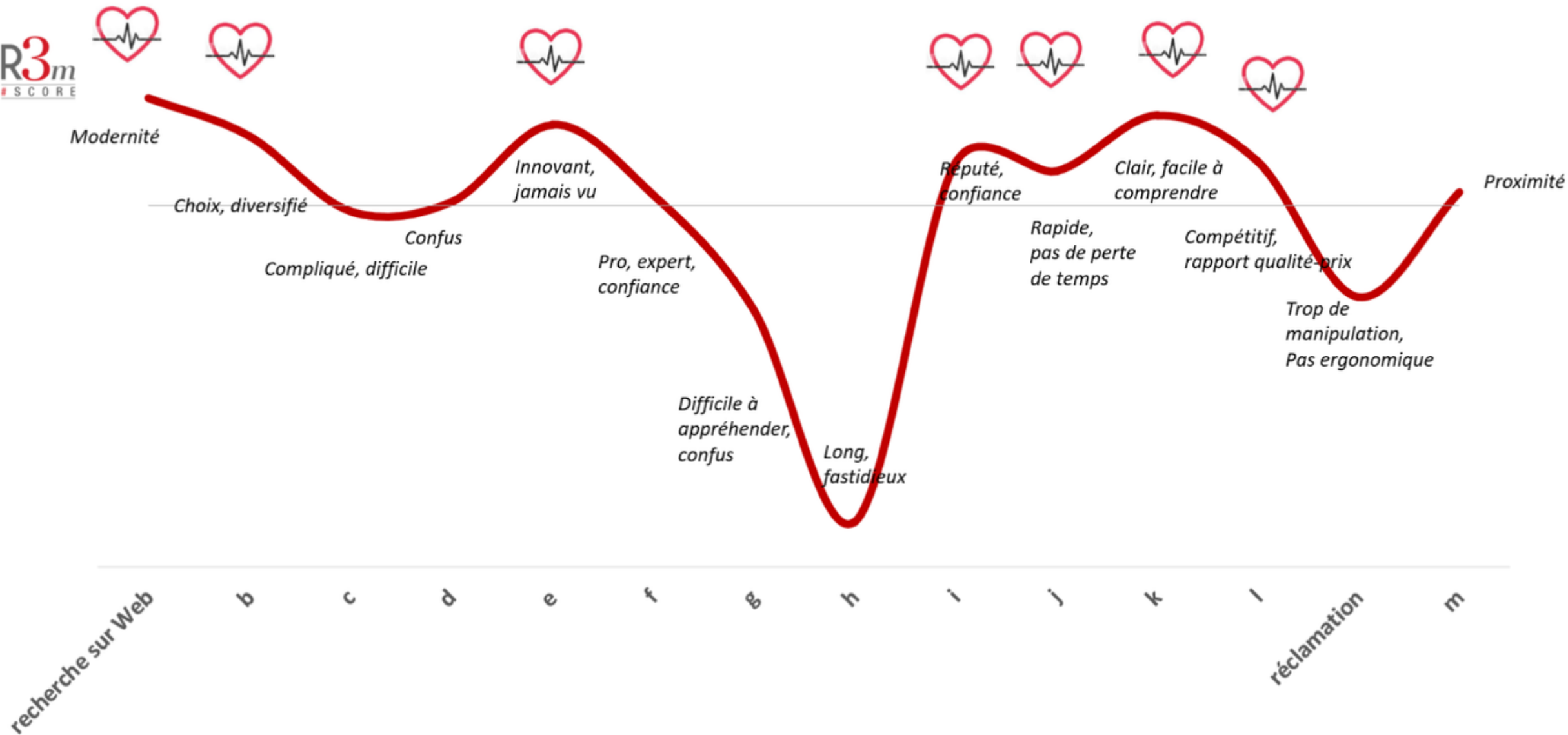
Identification des territoires émotionnels

Mots les plus impactants (contribuant le plus
à l'activation émotionnelle)

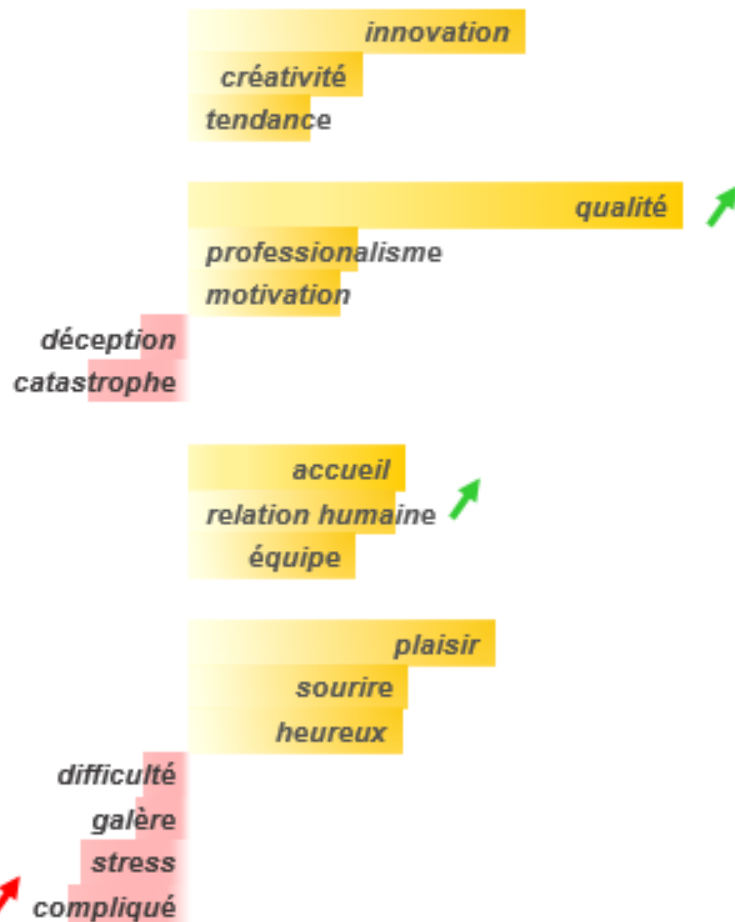
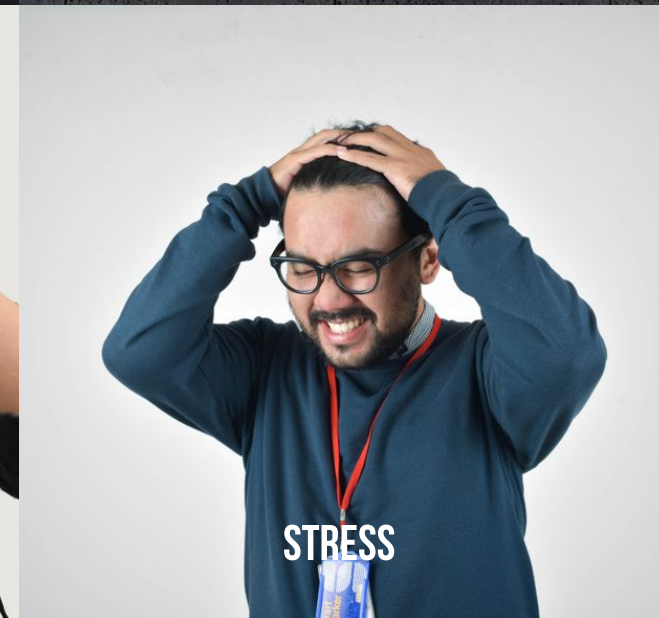
R3m
SCORE

25





UN PARCOURS CLIENT ÉMOTIONNEL AVEC DES ETAPES PLUS OU MOINS BIEN VÉCUES



EXEMPLE D'UNE ÉTAPE GLOBALEMENT TRÈS POSITIVE MAIS AVEC QUELQUES SIGNAUX NEGATIFS



Questionnaire

Délais

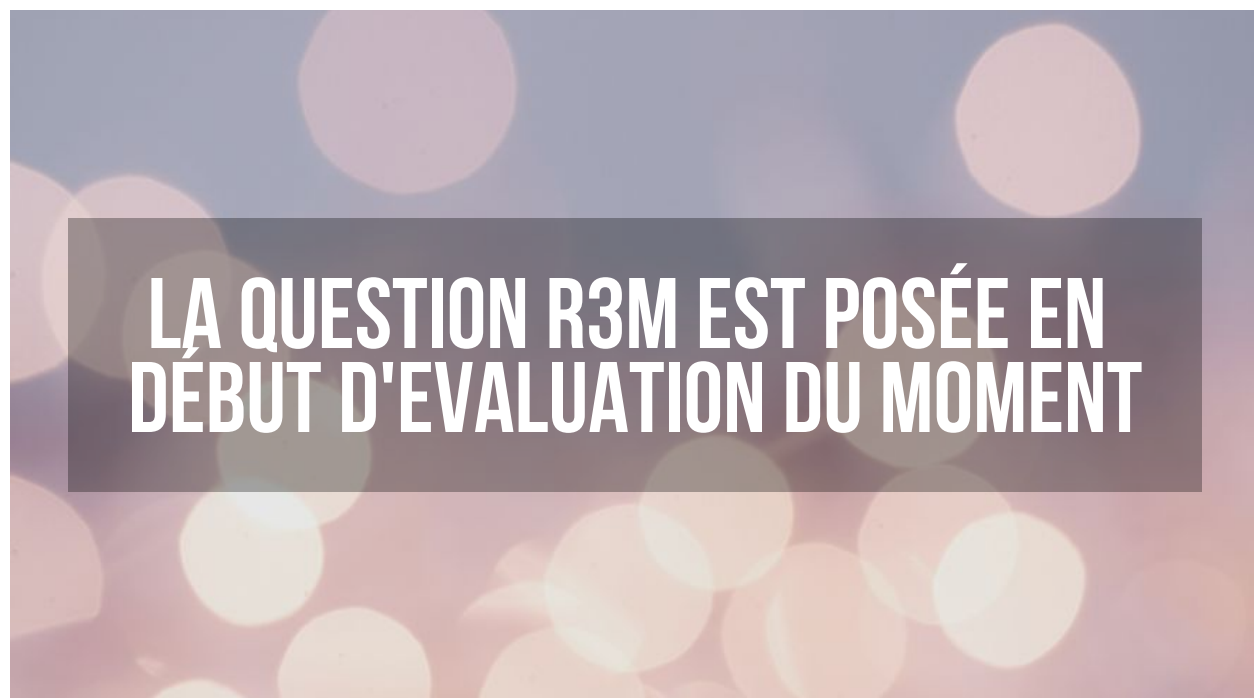


ECHANTILLON QUANTI

Au minimum 80 personnes



TEST EMBARQUÉ



LA QUESTION R3M EST POSÉE EN DÉBUT D'EVALUATION DU MOMENT

RÉALISATION EN 1 SEMAINE

Délai minimum - peut être allongé en fonction du nombre d'inters et/ou de fichiers et/ou de sous cibles à traiter





CONTACTS



CATHERINE SCHUTZ

c.schutz@reperes.net



BENEDICTE LUNEL

b.lunel@reperes.net



ANTOINE MERY

a.mery@reperes.net