

EXPÉRIENCE



L'effet de la relativité

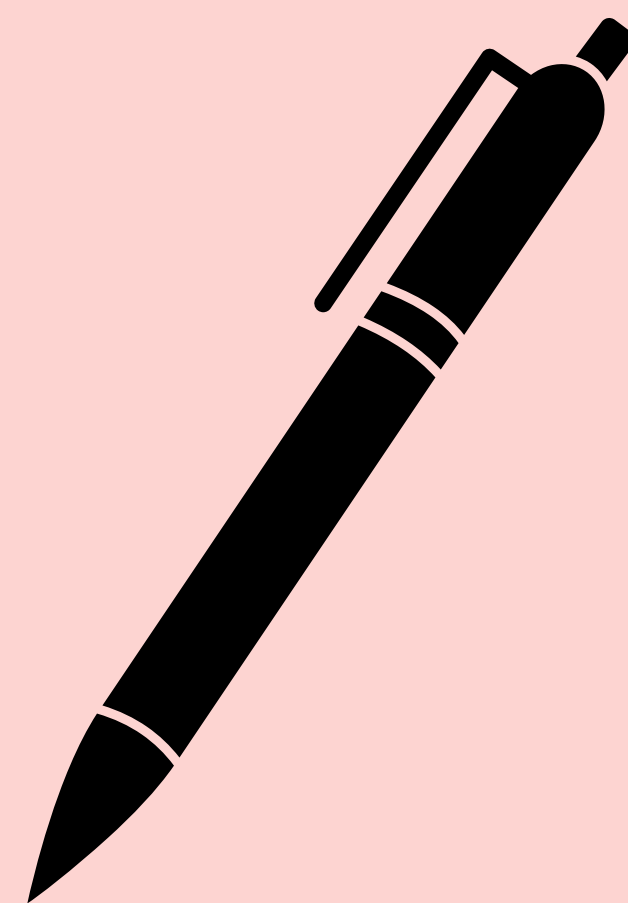
Pourquoi nos décisions
nous servent pas toujours ?



Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

**Supposons
que vous devez
acheter un stylo
et une veste.**

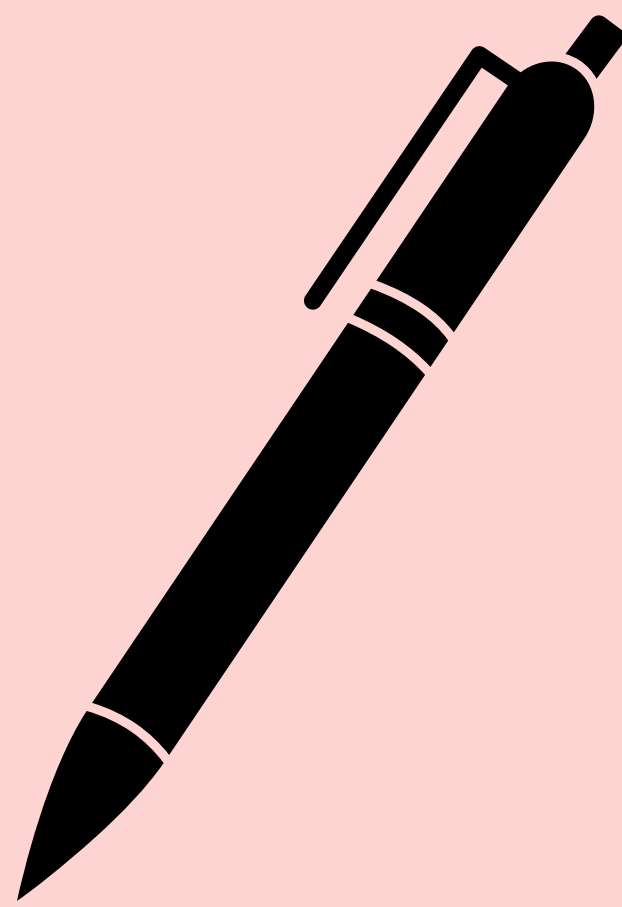


Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

**Le stylo coûte 10 CHF
à la papeterie du coin.**

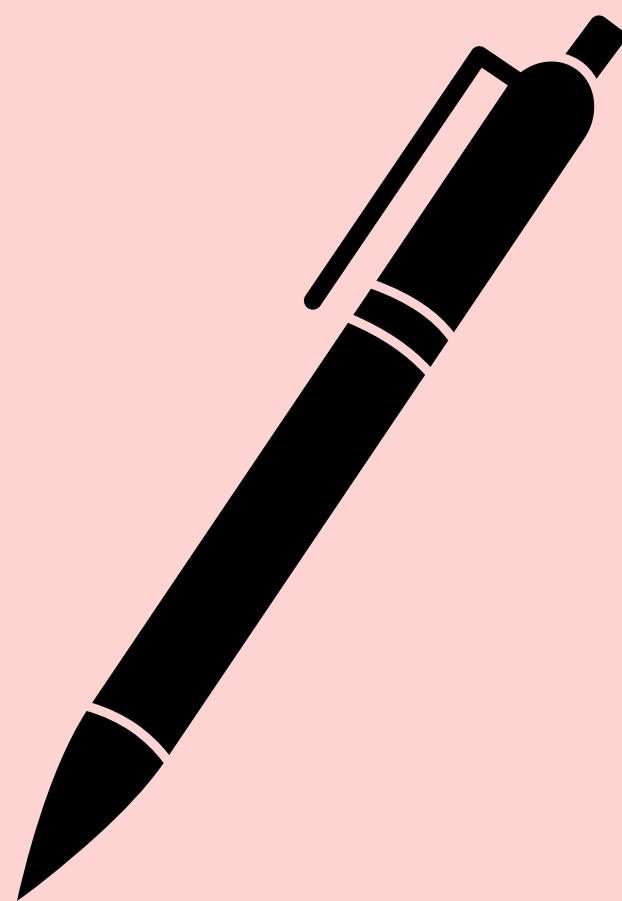
Il vous plaît beaucoup.



Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

**Vous avez vu
le même stylo à 5 CHF
dans une autre boutique
à 15 min à pied.**

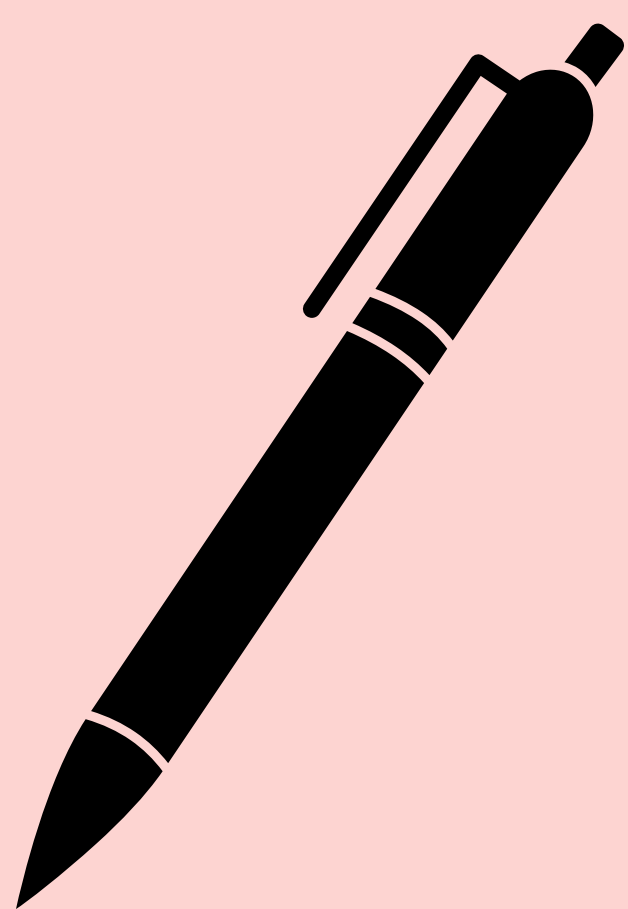


Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

Lequel prenez-vous ?

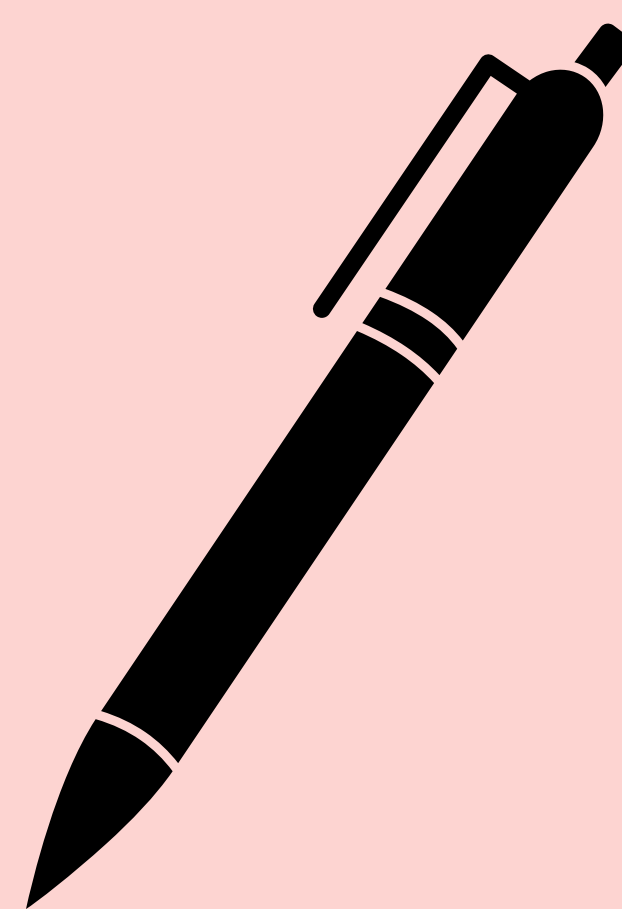
A



10 CHF

maintenant

B



5 CHF

15 min de marche



Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

**Si vous avez répondu B,
vous faites partie de la
majorité des gens.**

**Vous marchez 15min
pour économiser 5 CHF.**

(on continue)



Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

**Vous craquez maintenant
pour une veste .**



Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

La veste coûte 100 CHF.

**Vous êtes prêt.e.s
à l'acheter.**



Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

**Mais voilà, on vous souffle
à l'oreillette que la même
veste est disponible
à 95 CHF
à 15 min à pied.**



Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

Laquelle prenez-vous ?

A



100 CHF

disponible de suite

B



95 CHF

15 min de marche



Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

**Si vous avez répondu A,
vous faites partie de la
majorité des gens.**

**Vous ne marchez pas
15min pour économiser
5 CHF.**



Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

C'est quoi ce gag ?!?



Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

**Il y a 2 min vous étiez
prêt.es à marcher 15 min
pour économiser 5 CHF
sur un stylo et plus
maintenant ?**



Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

**Pourtant dans les 2 cas,
que ce soit le stylo ou la
veste, c'était une
économie de 5 CHF.**

(pourquoi ?) →



Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

**C'est tout l'effet
de la relativité.**



Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

**Nous jugeons la
valeur de l'économie**

en termes relatifs

**(50 % d'économie sur le
stylo VS. 5 % sur la veste)
et non en termes absolus
(5 CHF économisés dans
les deux cas).**



Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

**Nos décisions sont
influencées par la manière
dont les options nous sont
présentées et comment
nous les comparons.**



Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

**C'est ce même phénomène
qui s'active quand on doit
choisir entre :**

**3 offres,
3 abonnements,
3 modes de livraison**



Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

Envie d'appliquer ce principe sur votre offre ?

Contactez-moi.

(lien en haut de mon profil pour un audit gratuit)



(sans oublier)

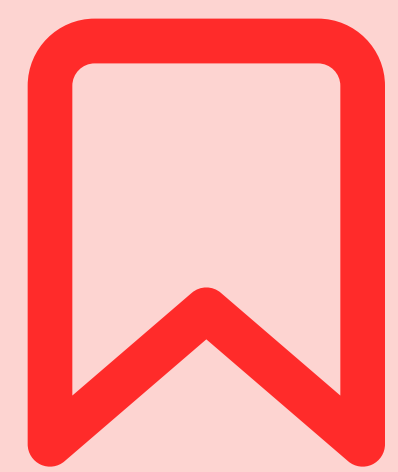
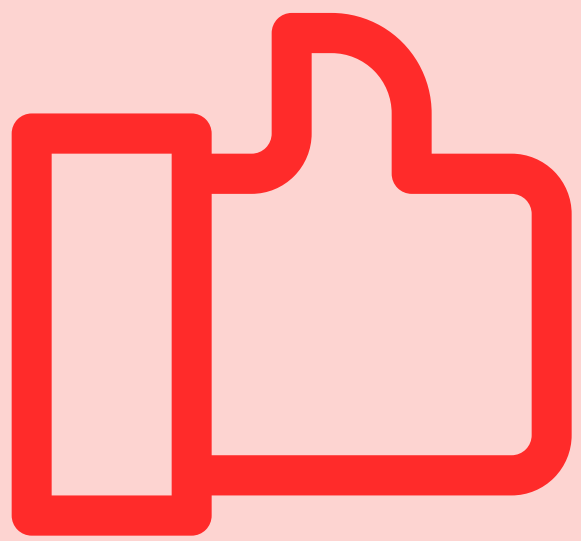


Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

Si vous avez aimé ce carrousel...

Vous pouvez lui donner de la visibilité ;)



ou l'enregistrer !
(personne ne le verra)

