

NETFLIX

5 techniques neuromarketing

(pour nous faire rester plus longtemps)



Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

Siri, allume la télé

Avec +300 millions d'abonnés et une bibliothèque de + 6000 titres (qui pourraient faire peur), Netflix transforme cette abondance en opportunité et met tout en place pour :

- vous faciliter la vie
- vous fait perdre vos repères
- et vous garder le plus longtemps possible

Voici comment ils procèdent :

(Skip intro)



Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

Technique N°1

Une signature sonore emblématique

"Tudum" : un son reconnaissable parmi 1'000 !



Le son crée un ancrage sensoriel qui réactive les souvenirs et replonge automatiquement le cerveau en mode 'plaisir et immersion'."

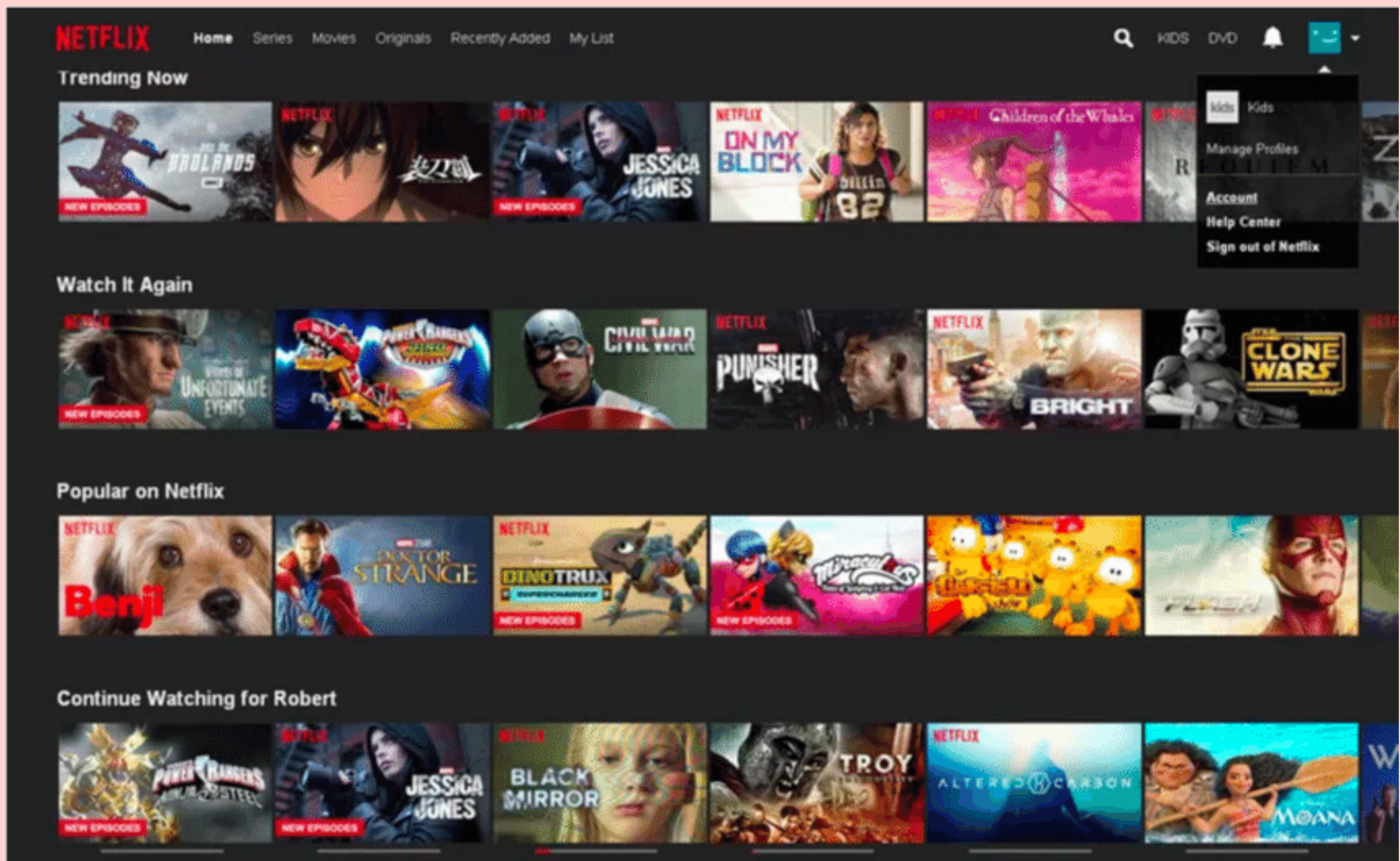


Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

Technique N°2

Une interface sombre



Le côté sombre réduit la fatigue visuelle (=charge cognitive) permettant ainsi d'augmenter le temps passé sur la plateforme.



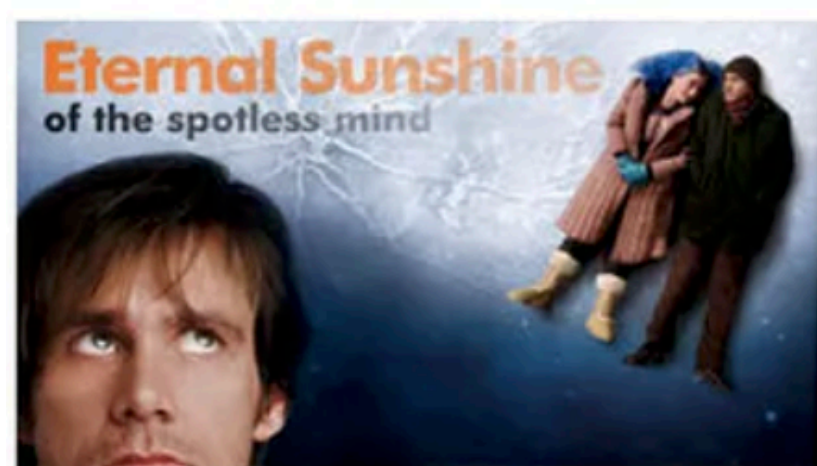
Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

Technique N°3

Des vignettes ultra personnalisées

+20% de clics



Profil
« Romantique »



Profil
« Comédie »

Chaque vignette est une promesse.
Les images sont testées (selon l'historique de vos films & séries) et choisies minutieusement (ex. vignette romance vs. action) pour vous faire cliquer.

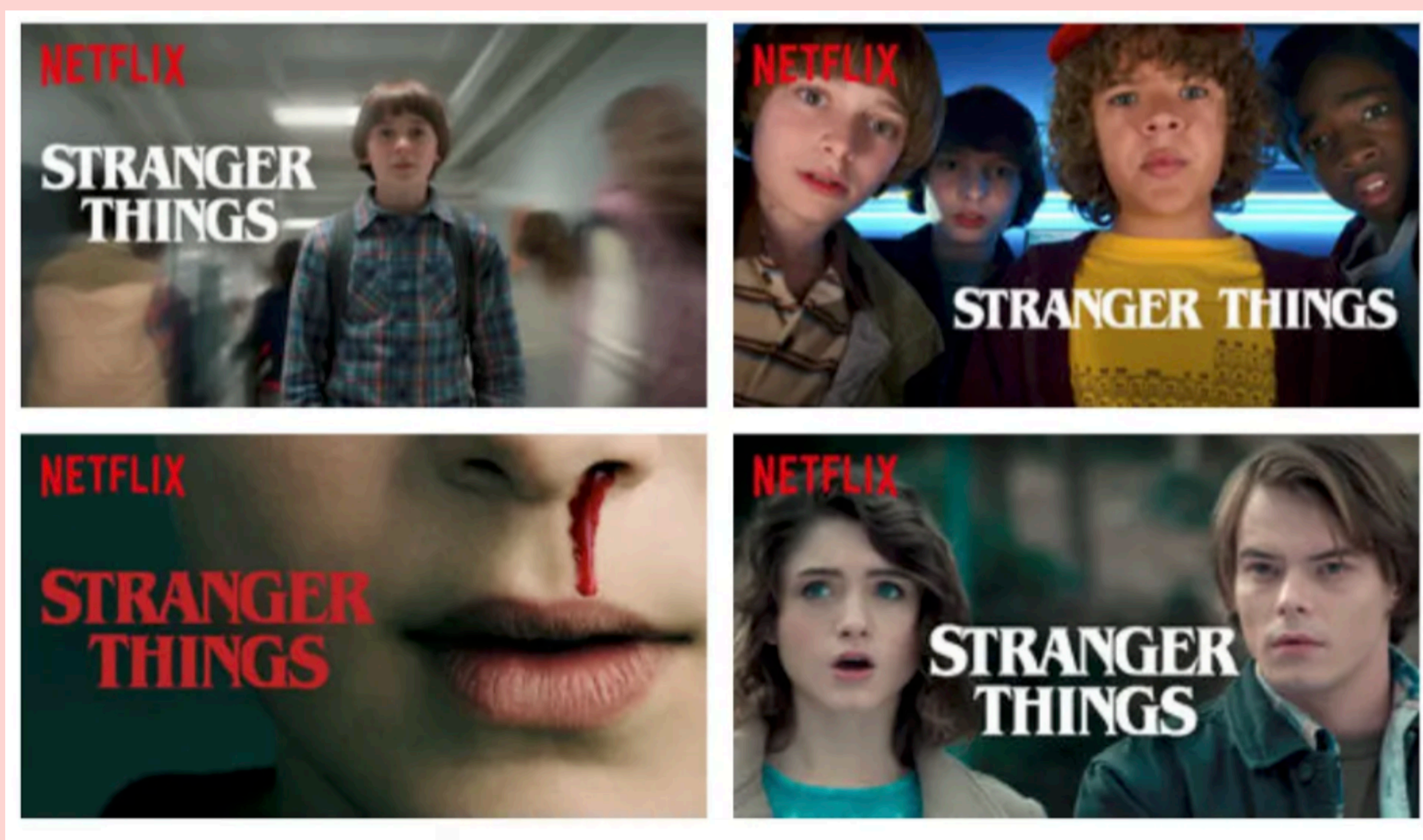


Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

Notre cerveau est attiré par les visages

Plus une miniature présente des expressions fortes : de joie, de peur ou de surprise, plus elle procure une réaction émotionnelle forte, et plus elle est « cliquée ».



(suite)

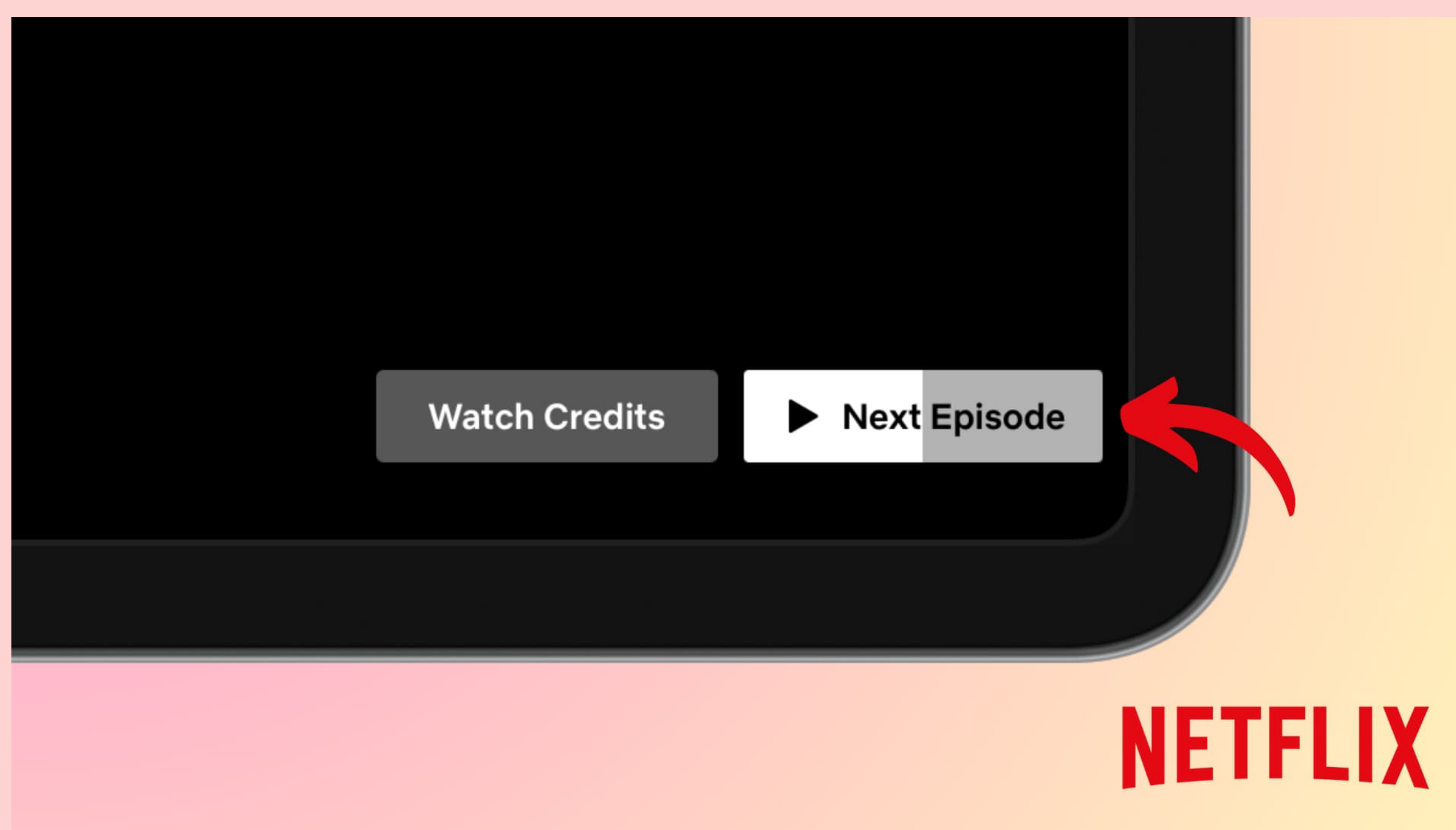


Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

Technique N°4

Une boucle de récompense infinie



Chaque épisode qui s'enchaîne génère du plaisir et devient une boucle de récompense. Le cerveau n'a pas le signal que l'histoire est finie, il continue = mode automatique « activé »



Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing



L'absence de fin provoque une rupture du temps

Les séries sont conçues pour le
« binge-watching » (= le visionnage intensif).

En l'absence de « fin », notre cerveau n'arrive pas
à s'arrêter naturellement.

Le même phénomène se produit sur Tik Tok ou
Instagram (=lié à la sécrétion de dopamine en
continu).

(suite)



Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

**Il est quelle heure
au juste ?**



C'est comme ça qu'on réalise qu'il est
3h' du mat et qu'on s'est enchaîné
la dernière saison de Stranger Things
d'une traite...

(suite)



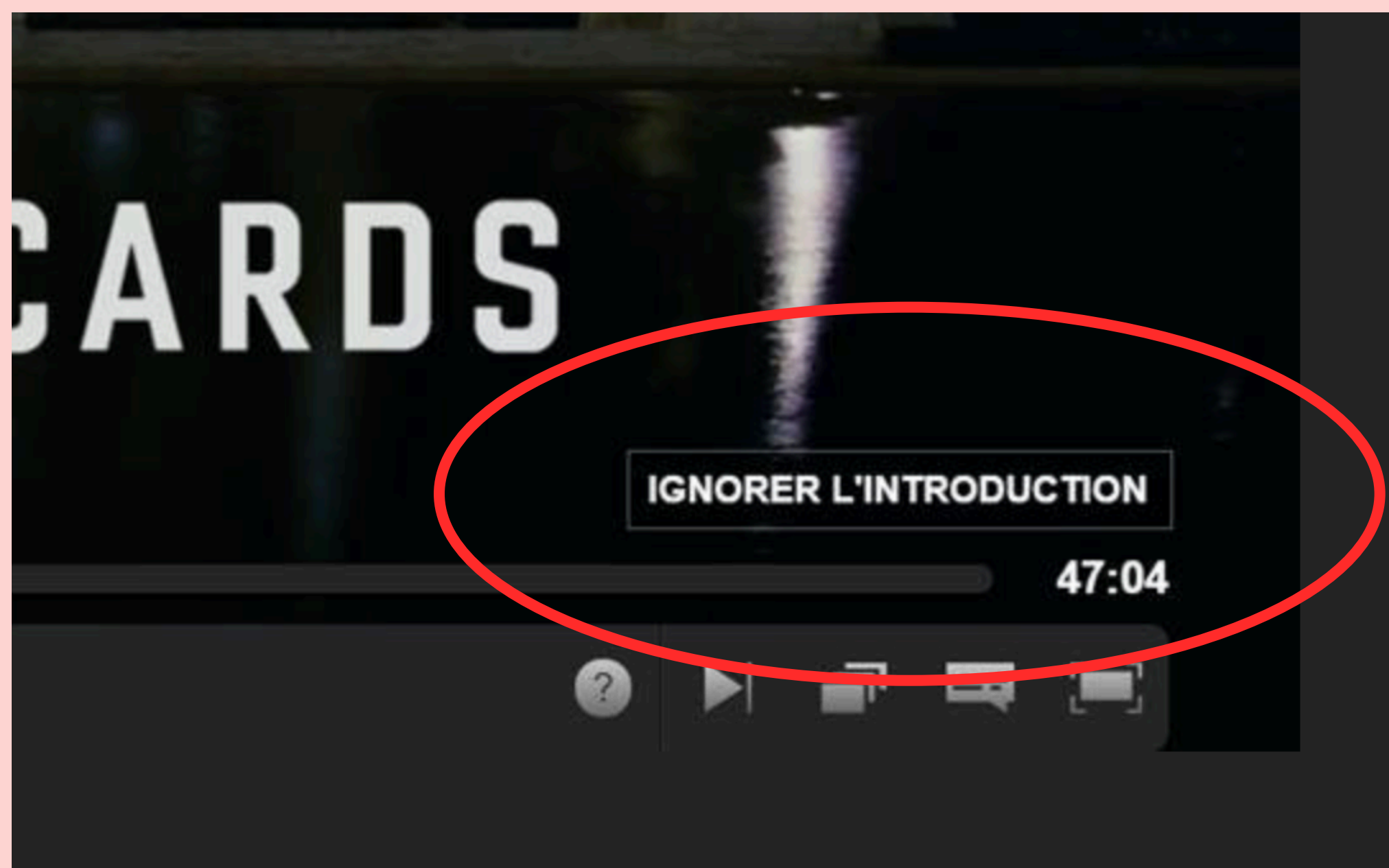
Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

Technique N°5

Plus c'est simple, plus on aime

Je vous présente le bouton le plus cliquer
au monde : 136 millions de fois par jour !



Agacé par les intros trop longues quand il regardait
Games of Thrones, Cameron Johnson a inventé le
bouton 'Skip Intro'. Aujourd'hui toutes les
plateformes de streaming l'ont repris.



Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

Rendre le départ plus difficile que la continuation

Netflix :

- personnalise l'expérience visuelle
- supprime les points de friction
- automatise le visionnage
- et renforce l'émotion

L'objectif est de nous maintenir le plus longtemps au fond de notre fauteuil :D

(suite)

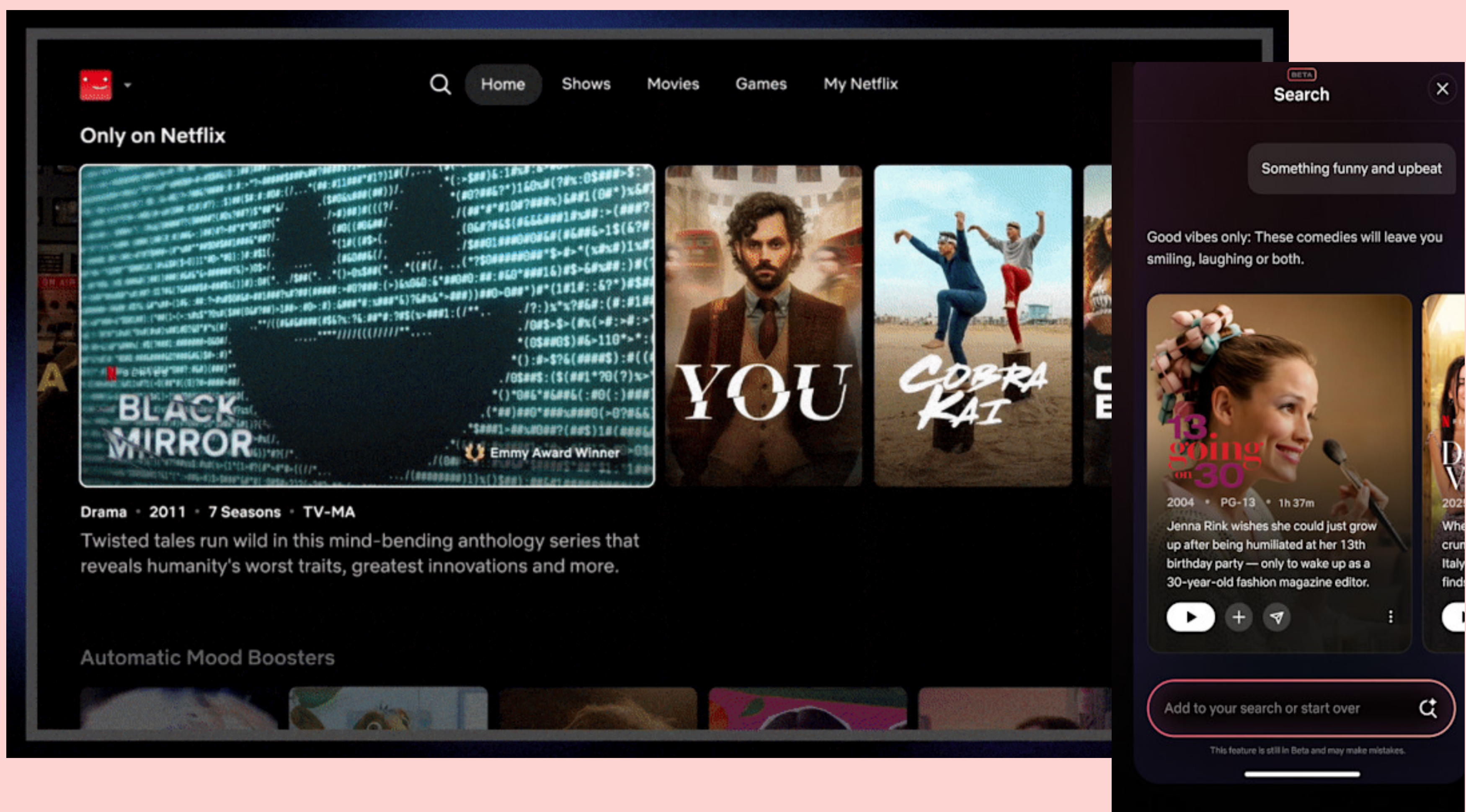


Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

Et ce n'est pas fini

Netflix vient d'annoncer une nouvelle interface, et un nouveau système de recherche vocale via l'IA pour éviter de passer 1h à savoir quoi regarder !



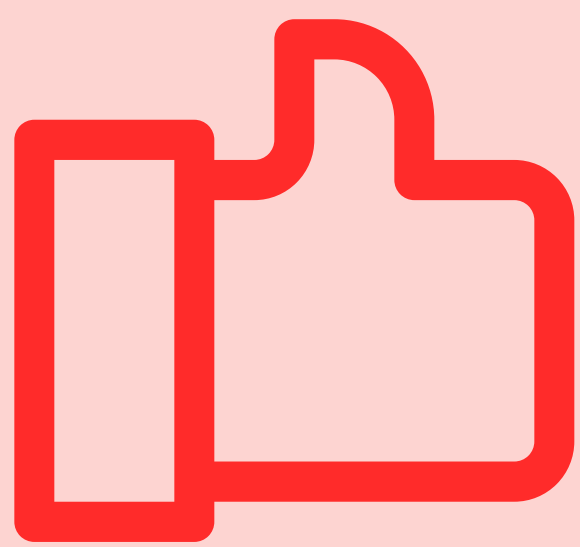
(Suite au prochain épisode !)



Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

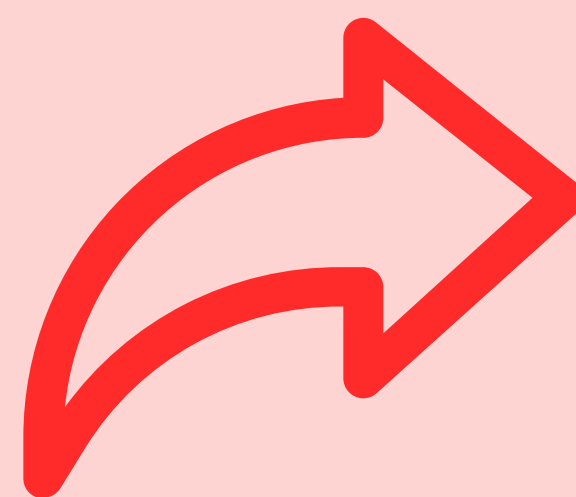
Vous avez aimé ce carrousel ?



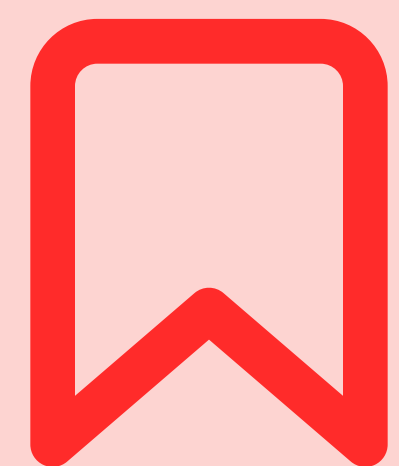
Likez



Commentez



Partagez



Enregistrez

Ça me fait toujours plaisir :)



Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing