

3

A vous de juger !

façons de
présenter
un bénéfice



Description basée sur les faits

« Nos vêtements sont 100% en mérinos »



*C'est quoi
le mérinos ?*



Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

Description basée sur des bénéfices flous

« Habillez vos enfants avec des vêtements légers, respirants et exceptionnellement doux »



*Ça paraît mieux,
mais c'est pas
encore ça...*

(Pourquoi ?)



Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

Certains mots sont trop compliqués

(pour notre cerveau)

Le mot « *exceptionnellement* »
est trop exagéré.

Les mots « *léger* », « *respirant* »
sont difficiles à visualiser.

(suite)



Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

OK on fait
comment alors ?



**Il faut activer une
image mentale pour
que le client puisse
visualiser le résultat
final**



(exemple)

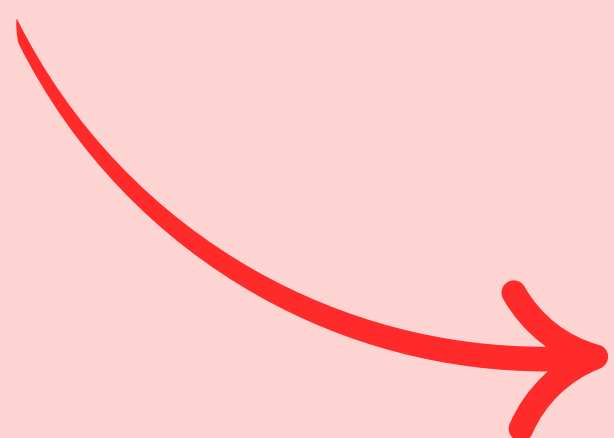


Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

Activation visuelle du bénéfice

*« Habillez vos enfants avec des vêtements
qui leur donnent envie de passer plus de
temps dehors. »*



*Oh génial !
Ils ne vont plus râler :D*



(la suite)



L'astuce ?

Reprendre la frustration principale
de votre client (ici la maman) et
se demander : quelle est l'émotion finale
recherchée ?



*Les enfants sont mal
habillés (trop ou pas assez)
et ça pleure.*

Agacement



*Les enfants sont bien
habillés (merci le mérinos)
et ça rigole.*

Joie

La maman



Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

Autre exemple



« *Autonomie de la batterie de 12h* »
→ *Bénéfice sur les faits*



« *Longue durée sans recharge* »
→ *Bénéfice floue*



« *Idéal pour les déplacements et les longues journées de travail* »
→ *Bénéfice visuel*

(la suite)



Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

Conclusion

Lister les caractéristiques de vos produits, c'est seulement la première étape de base.

Il faut ensuite :

→ sélectionner celles qui répondent vraiment aux frustrations principales de votre client.

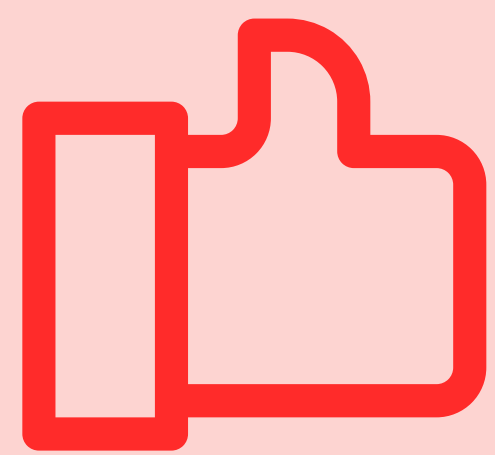
→ les transformer en bénéfices visuels (=émotionnels)



Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

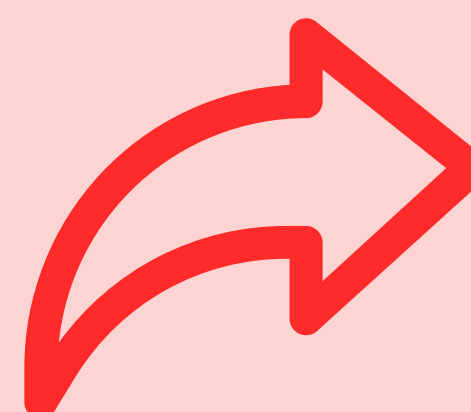
Vous avez aimé ce carrousel ?



Likez



Commentez



Partagez



Enregistrez

Ça me fait toujours plaisir :)



Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing