

Pourquoi votre campagne n'a-t-elle pas été mémorisée, a été mal attribuée, ou n'a pas eu l'effet escompté sur les ventes ?

Comment l'optimiser pour gagner en performance lors de la vague suivante ?

Impact Mémoire s'appuie sur les connaissances validées en Sciences Cognitives pour identifier et expliquer les points de faiblesse de vos messages et optimiser leur efficacité !

MÉTHODOLOGIE

Identification des forces et faiblesses de la création et proposition de pistes d'optimisation via une grille d'analyse scientifique de 150 questions issues des connaissances en **Sciences Cognitives**.

Les questions portent sur les 5 processus clés permettant l'inscription du message en mémoire :

- **Perception** : A travers les différents signes émis, le message est-il bien perçu, bien vu ? Les codes marques sont-ils bien perçus ?
- **Attention** : Le message génère-t-il de l'éveil ? Les contrastes sont-ils assez forts ? Quel est le niveau d'attention sur les éléments marque - produit ?
- **Emotion** : Le message dégage-t-il des émotions positives ? Un choc ? Un rapprochement ? De l'envie ?
- **Encodage explicite (conscient)** : Le message véhicule-t-il de l'intérêt, une démonstration tangible, un contenu sémantique fort ?
- **Encodage implicite (non conscient)** : Le message dégage-t-il des souvenirs qui seront facilement réactivés de manière non consciente : une situation spécifique, un design, des codes graphiques... ?

RÉSULTATS

- **Éléments quantitatifs**. 3 indices : Impact, Attribution marque & produit, Caractère incitatif
- **Diagnostic précis des forces & faiblesses du message et explications**
- **Axes d'optimisation** concrets et opérationnels

BÉNÉFICES

- **Complet** : analyse des processus mémoriels conscients et non-conscients
- **Rapide** : 8 à 10 jours ouvrés
- **Opérationnel** : recommandations sur les optimisations à apporter à la création et sur l'optimisation du plan média