



**PAPERSCOPE**

Sens et science du média courrier



# Paper Emotions

**Découvrez  
tout le potentiel  
du média courrier**



**LA POSTE  
SOLUTIONS  
BUSINESS**

# Paper emotions

## OBJECTIFS

**COMPRENDRE** et qualifier les émotions ressenties lors de la prise en main de courriers au plus près de la réalité : dès l'ouverture de la boîte aux lettres, au domicile du destinataire.

## MÉTHODOLOGIE



### UN PROTOCOLE INNOVANT COMBINANT 2 APPROCHES

**Mesure passive** : captation des réactions à la relève du courrier par la combinaison de deux technologies de mesure de réponses physiologiques passives (eye-tracking + bracelet électrodermal)

**Mesure déclarative** : entretiens individuels

**Deux vagues d'étude** : sur la cible des femmes responsables des achats et sur la cible des hommes

### CAPTATION VISUELLE

#### Perception visuelle

Informations vues ?

Lues ?

Niveau de saillance des différents éléments et messages ?

### CAPTATION DES ÉMOTIONS

#### Charge émotionnelle

Intensité émotionnelle?

Éléments générateurs ?

### INTERROGATION

#### Charge cognitive

Niveau d'agrément ?

Éléments générateurs ?

Éléments distracteurs ?

# Paper emotions

## Les enseignements de l'étude

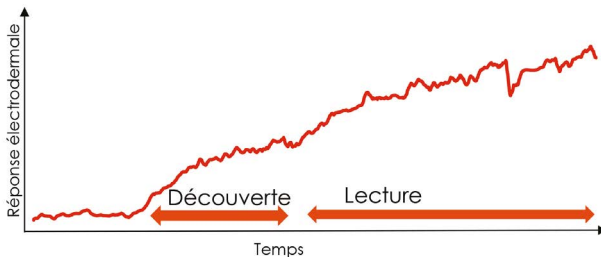
### 1. OUVRIR SA BOÎTE AUX LETTRES CRÉE DE L'ÉMOTION

Les émotions des participants à l'étude, équipés des lunettes eyetracking et du bracelet, sont mesurées dès l'ouverture de leur boîte aux lettres. Une émotion est enregistrée dès qu'un contenu est vu.

Ces émotions suivent 2 schémas distincts selon les personnes.

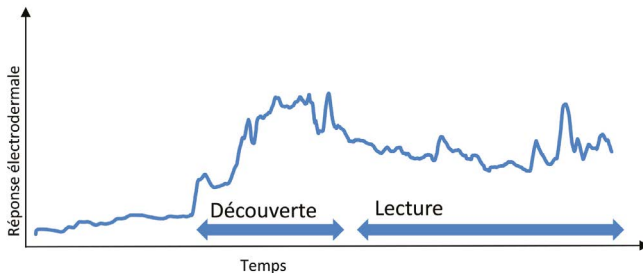
#### 1<sup>ER</sup> PARCOURS :

Une émotion dès la découverte du courrier et croissante jusqu'à la fin de sa lecture.



#### 2<sup>E</sup> PARCOURS :

De fortes émotions à la découverte du courrier, puis un traitement plus rationnel de son information (lecture moins émotionnelle vs découverte).



## 2. UN MÉDIA COURRIER VECTEUR D'ÉMOTIONS POSITIVES

Voici une liste d'émotions, lesquelles avez-vous ressenties en ouvrant le courrier aujourd'hui ?

**CURIOSITÉ**  **23%**

**PLAISIR**  **17%**

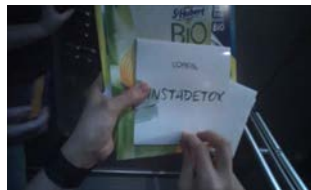
**SATISFACTION**  **13%**

## 3. UNE ÉMOTION CRÉÉE PAR LE FORMAT ET L'ÉCHANTILLON

L'attention est attirée par :

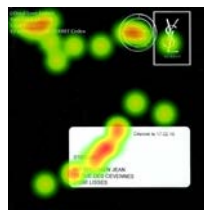
- Des formats spéciaux.
- Des courriers plus épais (échantillon).

Ils sont classés et ouverts en priorité dans la poignée.



## 4. UNE ÉMOTION CRÉÉE PAR LE COURRIER ADRESSÉ

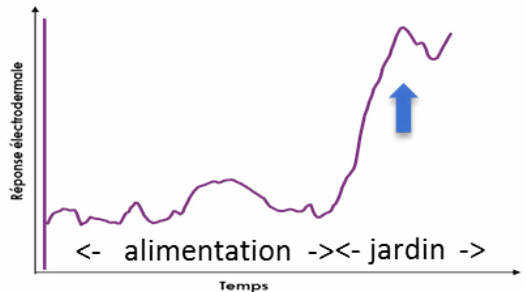
- Un courrier adressé systématiquement vérifié via la lecture du destinataire : « est-ce bien pour moi » ?
- Lors du tri du contenu de la boîte, le courrier adressé est souvent découvert en priorité et systématiquement ouvert.



## 5. UNE ÉMOTION GÉNÉRÉE PAR LE CIBLAGE

Une réceptivité supérieure par un ciblage par centres d'intérêt, comportemental, géolocalisé, sociodémographique.

Au cours du feuilletage du catalogue d'une GSA, un pic d'émotion est enregistré dès que les pages sont reliées aux intérêts des individus.

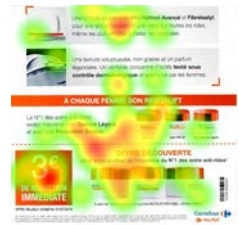


L'adresse de l'enseigne concernée par le courrier attire fortement le regard.



## 6. BONS DE RÉDUCTION ET PROMOTIONS ATTIRENT LE REGARD

Que ce soit sur les courriers adressés ou les imprimés publicitaires, les bons de réduction et les promotions affichées enregistrent de plus fortes intensités de regard.



# COMMENT NOUS CONTACTER ?

## PAR TÉLÉPHONE



Nos 650 spécialistes entreprises  
sont à votre écoute du  
**lundi au vendredi de 9h à 18h**

(0,30€ TTC/min, à partir d'un téléphone fixe)

## PAR CHAT

[www.laposte.fr/entreprise](http://www.laposte.fr/entreprise)

**Posez toutes vos questions  
et dialoguez en direct**  
avec nos conseillers  
La Poste Solutions Business  
via le chat

## PAR COURRIEL

[service.clients@laposte.fr](mailto:service.clients@laposte.fr)

**Pour des informations** sur nos  
produits, nos services ou nous  
faire part de vos remarques  
ou suggestions

## PAR COURRIER

**Service Clients  
Courrier Entreprises  
99999 LAPOSTE**

Des **formulaires et  
enveloppes T gratuites** sont  
à votre disposition dans les  
établissements de La Poste



**eco  
logic** Neutralité  
Carbone

LA POSTE - S.A. au capital de 3 800 000 000 € - 356 000 000 RCS PARIS -  
Siège social : 9 RUE DU COLONEL PIERRE AVIA - 75015 PARIS - Janvier 2019  
Conception : BestDoc

Imprimé par BestDoc sur du papier issu de forêts gérées durablement.



Crédits photos : Andresr, Gilaxia, Djiledesign, Yulkapopkova, Master1305, Skynesher, Geber86,  
Aleksandar Nacic/iStock, JackF/Adobe Stock.



LA POSTE  
SOLUTIONS  
BUSINESS