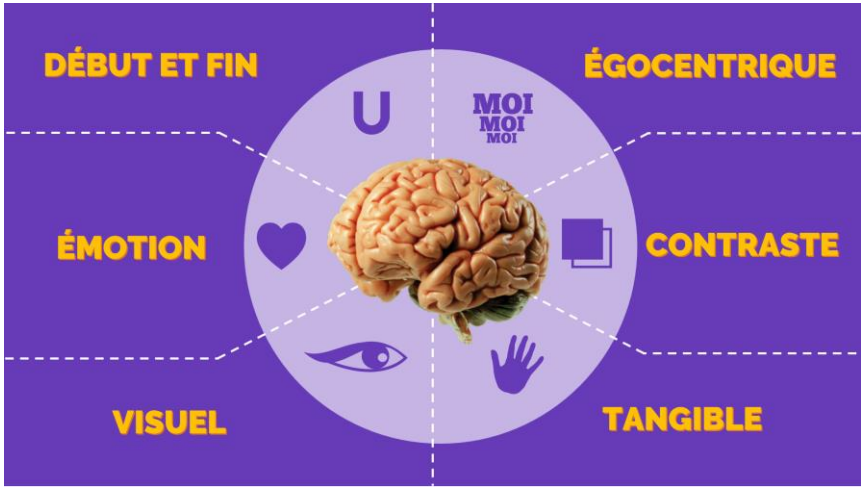
LES 6 STIMULI POUR CAPTER L'INTÉRÊT

OBJECTIF

Identifier les leviers psychologiques qui permettent d'accrocher et maintenir l'attention d'un auditoire.



L'ESSENTIEL

Pour qu'une information retienne l'intérêt du cerveau (notamment le cerveau reptilien), 6 stimuli peuvent être utilisés lorsque l'on communique un message :

- **Egocentrique :** Pour le cerveau reptilien, le plus important c'est lui-même. Il n'y a que MOI, MOI, MOI qui compte. La communication doit être basée sur les besoins de votre auditoire.
- **Contraste :** Le cerveau reptilien est extrêmement binaire. Il ne distingue pas les nuances. Concrètement, des présentations intégrant des diapos « Avant / Après » ou « Problème / Solution » seront très efficaces pour amadouer le cerveau reptilien.
- **Tangible :** Evitez à tout prix les abstractions intellectuelles, le cerveau reptilien les enverra dans le décor. Il ne comprend même pas les mots.
- **Visuel :** Le sens visuel est le sens le plus puissant que nous ayons. Le nerf optique est d'ailleurs directement connecté au cerveau reptilien. Le public interprète visuellement dans son cerveau les informations que vous lui transmettez.
- **Emotion :** Pour gagner l'intérêt de notre auditoire, il ne faut pas simplement aligner des faits, il faut également toucher les émotions de l'auditoire. « Nous ne sommes pas des machines rationnelles qui avons des émotions, nous sommes des machines émotionnelles qui, de temps en temps, réfléchissons» Patrick Renvoisé (auteur de « Neuromarketing : le nerf de la vente »).
- **La notion de début et de fin :** La courbe d'attention du cerveau reptilien ressemble à un U. Pour faire simple, le cerveau reptilien se rappelle de la première et de la dernière chose et ce quel que soit le temps de la présentation. Tout ce qui est au milieu a de grandes chances de tomber dans l'oubli si les idées présentées n'activent pas les stimuli vus précédemment.