



“MIND SHOPPERS' INSIGHT 2008”

Milano, 13 maggio 2008

1to1lab dà inizio ad un'importante e significativa **indagine sugli stati cognitivo-emozionali** del consumatore durante l'esperienza di shopping, effettuata mediante l'integrazione di **metodologie verbali** (questionari qualitativi effettuati ai soggetti in entrata e in uscita dall'ipermercato) e **non verbali** (uno specifico strumento denominato *Biofeedback* che consente di rilevare con precisione l'esperienza emotiva dei soggetti, rilevando parametri quali livello di attenzione, curiosità, ansia, coinvolgimento e tutto ciò che è correlato all'esperienza emotiva). Grazie ad un altro strumento, il *Videorecording*, ossia degli occhiali speciali dotati di videocamera incorporata, è possibile registrare il filmato dell'esperienza soggettiva degli shopper. Ciò permette di associare immagini, prodotti, brand e momenti di acquisto agli stati emotivi rilevati mediante il Biofeedback.

La ricerca è in corso in tre Ipermercati di tre città italiane: Milano, Roma e Bari.

