



Solution d'analyse sémantique et émotionnelle



L'importance de la “voix” du client

"90% des clients consultent des avis en ligne avant de se rendre sur le site internet d'une marque et 88% font confiance à ces avis autant que si c'était des recommandations provenant de proches."

Source : étude Invesp, 2021



Cas d'usages et bénéfices



Expérience Client

- Traquer et Diminuer les **irritants** (-40%)
- Augmenter la fidélité et le **NPS** (+25 pts)



Produit

- **Insights** Packaging / Qualité / Ingrédients / Attributs produit
- Signaux faibles



Marque & Com

- **Emotions X Valeurs**
- Image de marque
- Campagnes de communication



Une seule plateforme

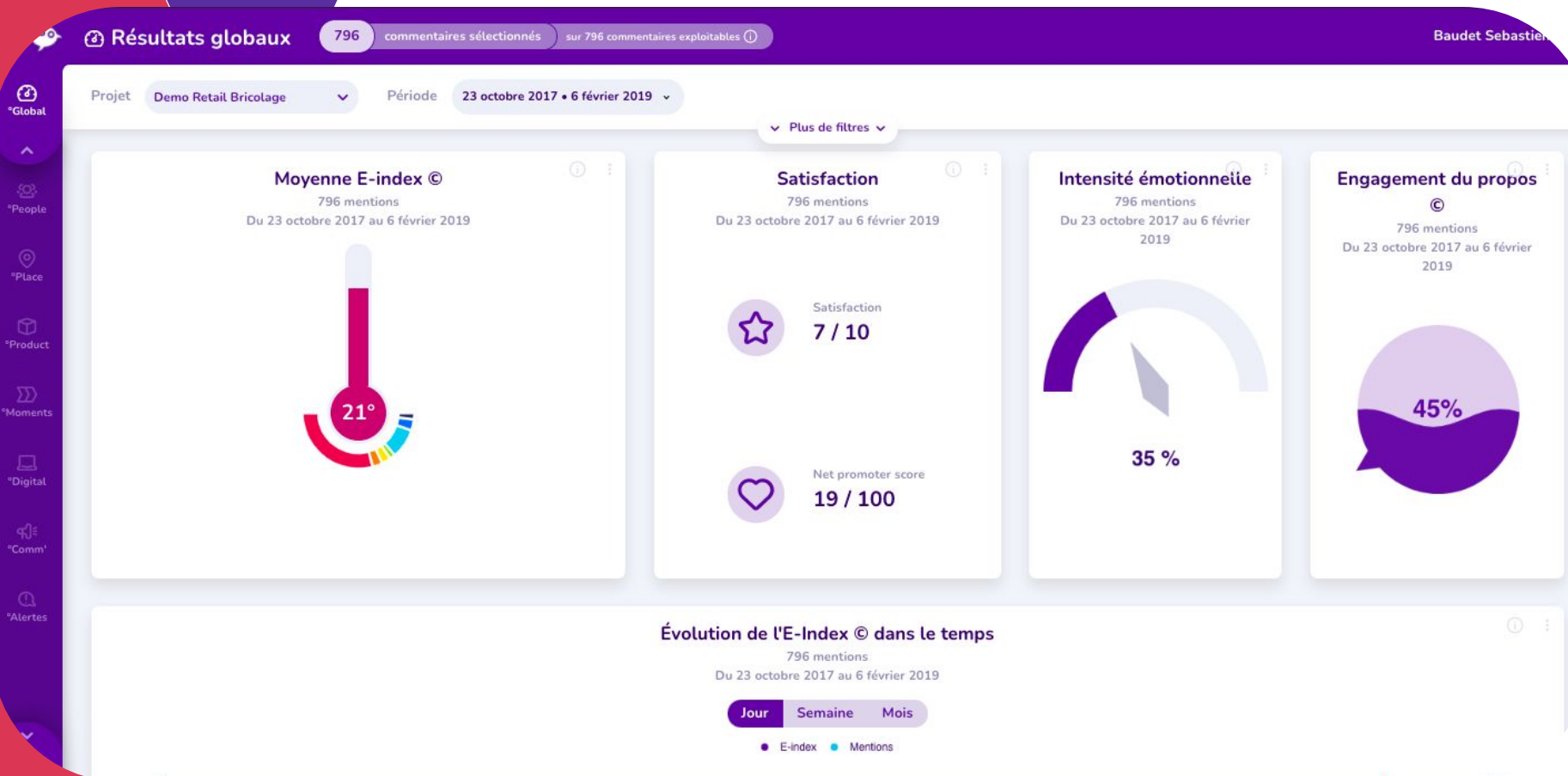
Centralisation de toutes vos sources de données textuelles clients

Notre start-up

Solution SaaS d'analyse sémantique et émotionnelle de vos feedbacks clients :

- classer automatiquement les sujets évoqués par les clients
- mesurer les émotions correspondantes

Pour faire émerger les irritants ou insights prioritaires sur vos parcours/ produits/ communications.



RENAULT



Harmonie mutuelle
GROUPE vyv



FNAC DARTY



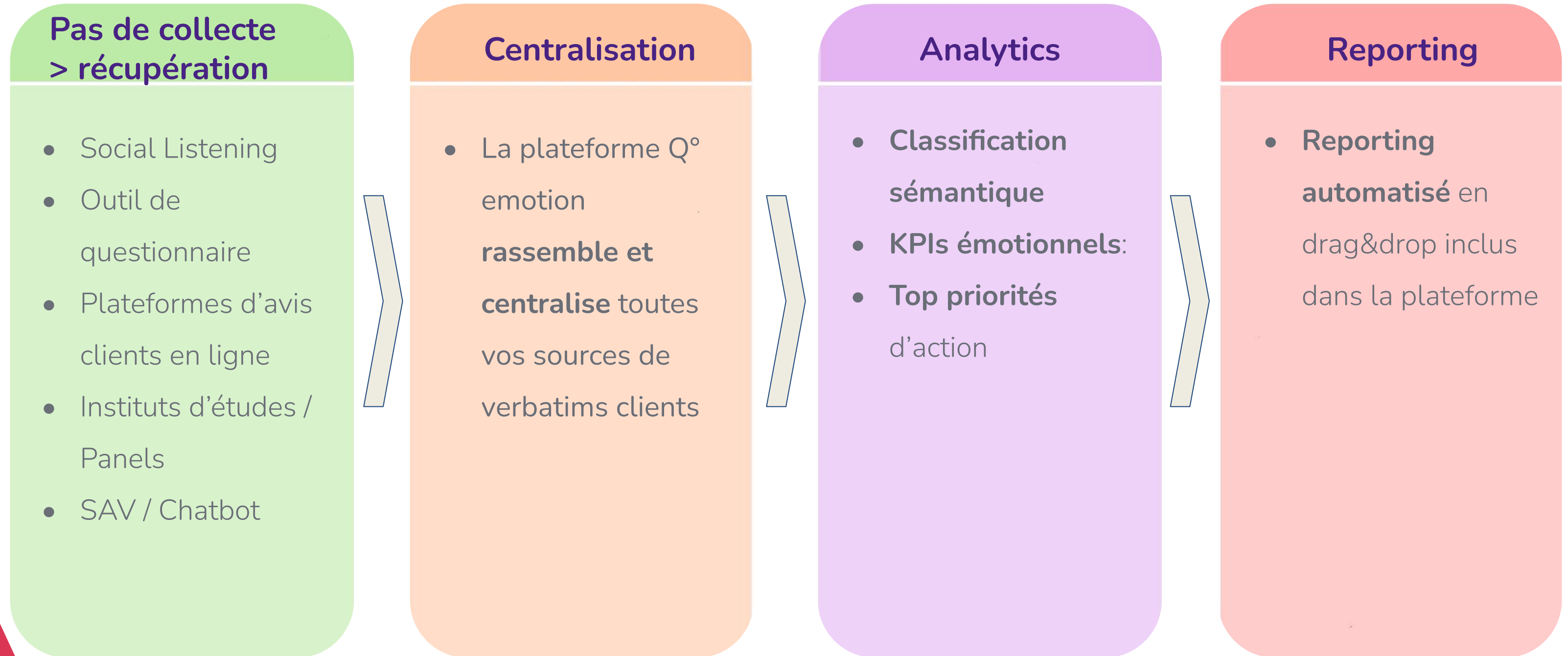
Compagnie des Alpes



KANTAR



Notre expertise



Fiabilité 90 %

Les datas analysées



Verbatims d'enquêtes

- Enquêtes de satisfaction
- Enquêtes sites web
- Entretiens qualitatifs



Emails / Chat / Support / Formulaires

- Emails clients
- Chat / Chatbot
- Support (Zendesk...)
- Formulaires de contact / Réclamations



Avis publiés online

- Google / Tripadvisor
- TrustPilot, Avis vérifiés...
- Amazon Reviews
- etc...

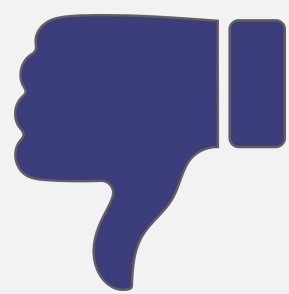


Réseaux sociaux

- Twitter
- Facebook, Instagram
- Youtube
- etc...

Analyse de sentiment vs. analyse des émotions

SENTIMENT



NEGATIF



NEUTRE



POSITIF

EMOTION

EMOTION

BESOIN CLIENT

INSIGHTS / PLANS D' ACTIONS



Joie

PARTAGE

Promouvoir les clients fidèles et parier sur les influenceurs



Surprise

DECOUVERTE

Innover, renouveler l'engagement et aller au-delà des attentes



Peur

PROTECTION

Lever les freins à l'achat, réassurer, sécuriser



Tristesse

RECONFORT

Adapter la réponse client vers plus d'empathie, écouter et aligner la stratégie



Colère

COMPENSATION

Réconcilier, offrir un geste commercial adapté, améliorer le service/ produit



Dégoût

CHANGEMENT

Proposer de nouveaux produits pour des segments de clientèle mal/non servis

IA experte sur les émotions



Détection & scoring émotionnel

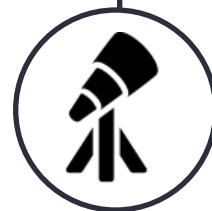
Dictionnaire émotionnel unique au monde

IA indexant +50 millions de mots / expressions
en 30 langues.



Classification thématique

NLP
Machine learning



Plateforme SaaS et API

KPIs et Analytics émotionnels

Les indicateurs émotionnels utilisés



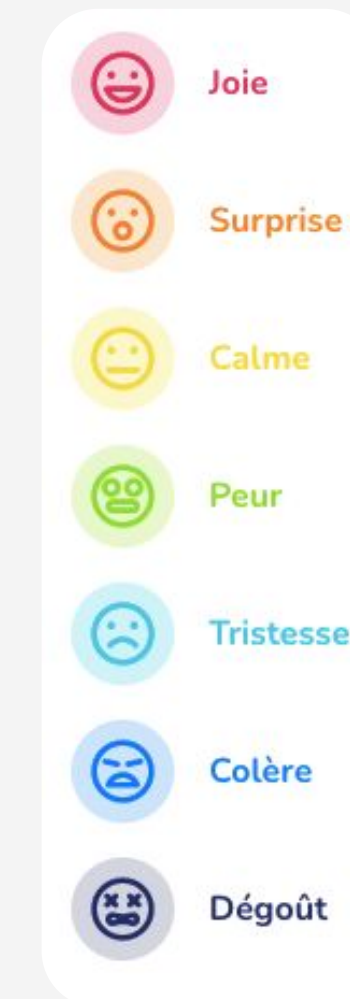
E-Index

Une température variant de -20°C à $+40^{\circ}\text{C}$ (0 to 100°F), définie par l'émotion principale détectée dans le discours



Intensité émotionnelle

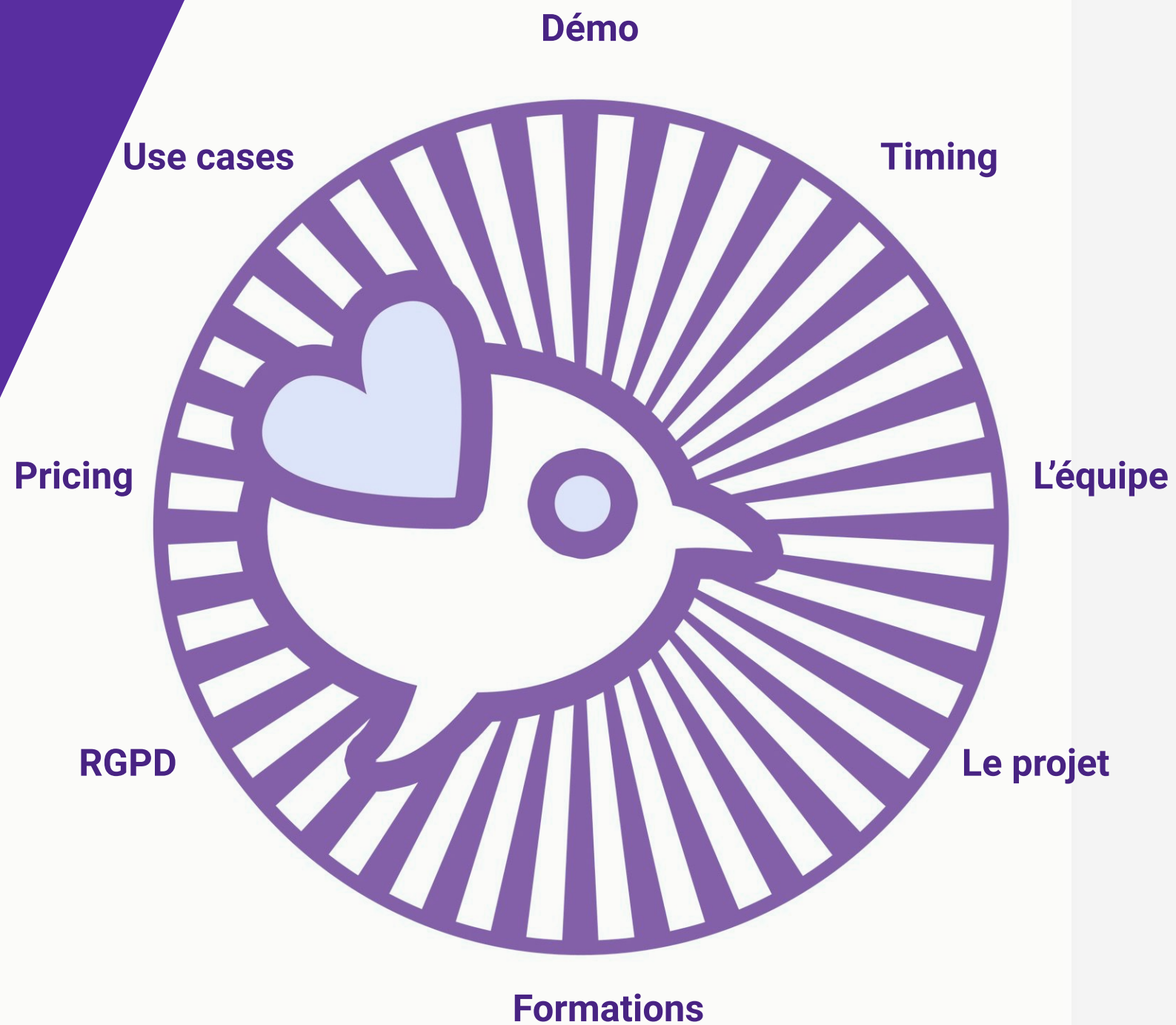
Moyenne mesurée grâce aux mots utilisés et aux codes du langage (superlatifs, emojis, ponctuation).



% émotions primaires

Joie, tristesse, surprise, colère, peur, dégoût

POUR EN SAVOIR PLUS...



...NOUS CONTACTER

gregoire@qemotion.com



+33 6 63 70 60 37

Startup fondée en 2015 par Matthieu Bruneteau et Grégoire Pfirsch.
Incubée chez Paris&Co et à la Technopole de Troyes.

10 personnes au global. 1Mio € levés. Rentable aujourd'hui.



Technopole de l'Aube - 2 Rue Gustave Eiffel - 10430 Rosières-près-Troyes

Follow us !



@q°emotion



@qemotionapp



@qemotionproject

