



LES SCIENCES COGNITIVES pour comprendre les conditions d'acceptation

des produits selon les conditions d'ambiguïté perçues. Un partenariat de recherche a été signé entre Bpifrance Le Lab

Romain Boulongne (doctorant à HEC Paris) & Rodolphe Durand (Professeur de Stratégie à HEC Paris).

Expérimentation sur l'évaluation de deux dispositifs de financement Bpifrance chez un public

PROJET

étudiant et entrepreneurs. HYPOTHÈSE SCIENTIFIQUE DE DÉPART

L'ACTIVATION DE 2 MÉCANISMES COGNITIFS distincts induit des comportements de rejet ou d'acceptation

TENDANCE CENTRALE COMBINAISON CONCEPTUELLE

une catégorie mentale bien établie

les individus mobilisent un mécanisme coanitif

qui évalue la conformité d'une offre avec







fruit

rejet élevé

« tendance centrale » alors

Quand l'individu mobilise un mécanisme cognitif









de femmes













22 ans

les individus mobilisent un mécanisme cognitif

qui évalue un objet par rapport à ses

finalités ou à ses fonctionnalités













POPULATION 1 POPULATION 2

études











HFC 84 % certificat de femmes



153

entrepreneurs







PRÊT FONDS Offre considérée comme peu sophistiquée Offre considérée comme plus sophistiquée

DURÉE DE

L'EXPÉRIMENTATION

CARACTÉRISTIQUES ÉVALUÉES

durée

garantie

Les participants des populations

PRODUITS AUX CARACTÉRISTIQUES COMPLEXES OFFRES CONSIDÉRÉES COMME AMBIGÜES

POPULATION 1

TENDANCE CENTRALE

Ambiguïté

Inversion du taux de rejet avec

« combinaison conceptuelle »

l'activation du mécanisme cognitif

conditions

financières





conditions

durée

financières

CARACTÉRISTIQUES ÉVALUÉES







MÉCANISMES COGNITIFS & MANIPULATIONS

CHAQUE PARTICIPANT ÉVALUE le prêt de développement et le produit de capital investissement

testées ont été aléatoirement **DU MÉCANISME DE 4 CONDITIONS SUIVANTES TENDANCE CENTRALE** COMBINAISON CONCEPTUELLE



placés dans les

RÉSULTATS DE LA RELATION



ENTRE AMBIGUÏTÉ ET ADHÉSION

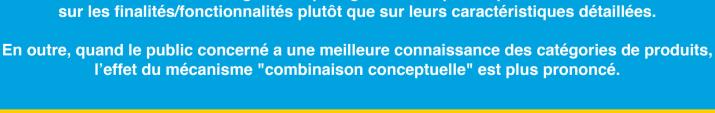
POPULATION 2

TENDANCE CENTRALE

Ambiguïté Ambiguïté Taux de rejet Taux de rejet **COMBINAISON CONCEPTUELLE COMBINAISON CONCEPTUELLE**

CONCLUSION

Offre Bpifrance



IMPLICATIONS

Taux de rejet

Différencier les offres selon

le niveau de connaissance

des produits

CIBLAGE



La présentation ne sera pas la même pour un public expert ou non expert

Recherche académique

Atténuation du taux de rejet avec l'activation du mécanisme cognitif

Ambiguïté

Taux de rejet

« combinaison conceptuelle »





MENTAUX

Activer des schémas mentaux chez le lecteur / auditeur

SCHÉMAS



fonctionnalités

ACTIVER

ACTIVER TENDANCE CENTRALE

COMBINAISON CONCEPTUELLE

des résultats Directeur académique



© novembre 2017

Centre SnO* Rodolphe Durand,



Management Journal

Strategic



complexité

forte

complexité faible

> Management Society Berlin - septembre 2016

Academy of Management

Atlanta - août 2017

* Le Centre SnO (Society & Organizations) s'est donné pour mission de créer un pôle d'excellence regroupant toutes les dimensions de l'action sociétale d'HEC Paris. Le Centre SnO regroupe 40 professeurs-chercheurs et doctorants et met en avant une recherche d'excellence sur des thématiques sociétales diverses : financement responsable, nouvelles énergies, rapport entre performance d'entreprise et développement durable. Plus d'infos sur http://www.hec.edu/SnO

La tolérance à l'ambiguïté est plus grande lorsque les produits insistent







Lieux de présentation





