

ABISA 20
S U D E S T E 25
SANEANTES, COSMÉTICOS E AFINS!

NEUROTECNOLOGIA E INTELIGÊNCIA DE DADOS

**Redução de custos e riscos para novos
produtos**



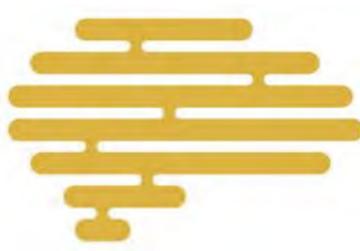


SEJAM BEM-VINDOS
A UMA NOVA ERA NA CRIAÇÃO DE
PRODUTOS!



BeISense
neurotechnology

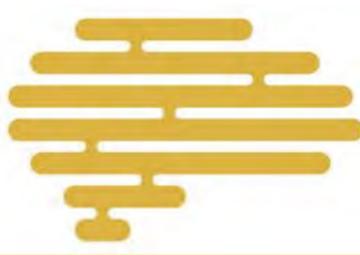
QUEM SOMOS



**Unimos um time de especialistas em
Fragrâncias, Neurociência e
Inteligência de Dados
para democratizar a qualidade e
reduzir custos dos processos de
criação de produtos, tendo por base a
monitoração científica e a
previsibilidade da experiência do**



UMA EQUIPE ÚNICA



Luciene Ricciotti

Publicitária, especialista em planejamento de comunicação e perfumaria.

Professora de OLFACTIVE BRANDING e NeuroScent do Centro de Inovação e Criatividade da **ESPM** ;

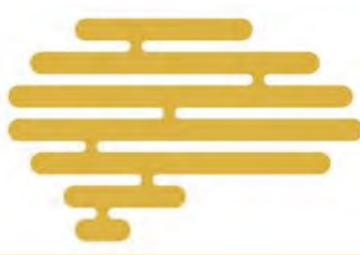
Foi Head de atendimento do NENC Núcleo de Estudos em Neurociência do Consumidor, responsável pelo Laboratório de Neurociência do Grupo O Boticário.

Autora dos livros:

Mark-Óbvio; Planejamento de Comunicação Integrada e A criança e o Marketing, este, em coautoria com a psicóloga, Ana Maria Dias, publicados pela Summus Editorial e **Estação Perfume e Aromaterapia**, publicados pela Editora Matrix



UMA EQUIPE ÚNICA



Eldes Mattiuzzo Jr.

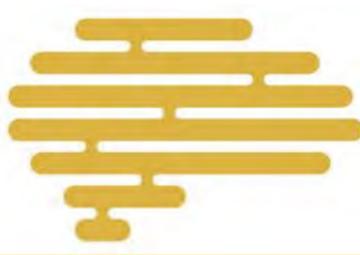
Senior Advisor da Mckinsey na Disciplina Leap Mackinsey - Lançamento de Novos Modelos Digitais para Empresas Incumbentes. Graduado em Computação na UNICAMP e Mestrado em Business na Universidade de Stanford.



CEO doTelecine, empresa líder em cinema por TV a cabo no Brasil. Liderou a transformação digital e o lançamento do Streaming, competindo com as grandes do setor.

CEO da Youse - A primeira Seguradora Nativa Digital do Brasil. Liderou a empresa que criou uma experiência única de comprar e customizar seguros, oferecendo produtos e serviços diretamente ao consumidor, sem intermediação, baseado em um jornada 100% centrada no cliente e suas necessidades, revolucionando a maneira de se comprar Seguros no Brasil.

UMA EQUIPE ÚNICA

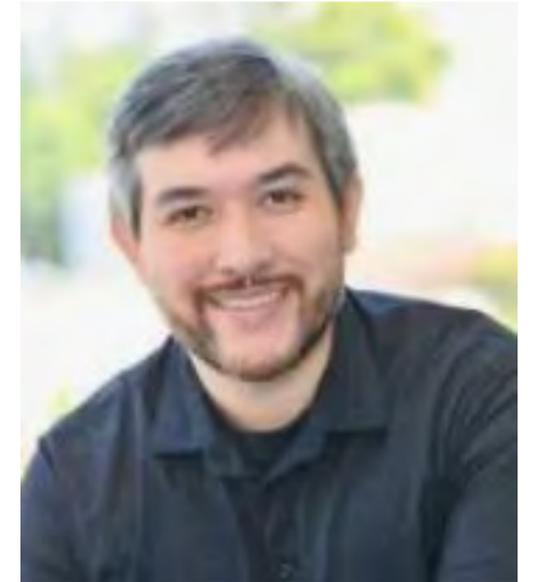


Henrique Teruo Akiba - PhD.

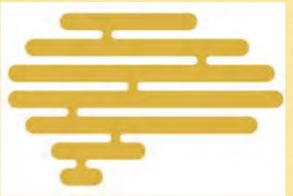
Psicólogo e doutor em psicologia experimental pelo IP-USP, Pós-doutorando em psiquiatria e psicologia médica pela EPM-UNIFESP, especialisata em saúde mental e desenvolvimento humano pela PUC-RS.

Coordenador de pós-graduação e Head de pesquisa do Instituto Brasileiro de Neuromarketing e Neuroeconomia (IBN), professor de diversos cursos de pós-graduação em psicologia e neurociência aplicada (UNIFESP, MACKENZIE, USCS, ESMAFE-PR, IBN),

Possui mais de 15 anos de atuação em pesquisa, envolvendo neurociência e psicologia aplicada, trabalhando com métodos experimentais e análise quantitativa de dados fisiológicos e comportamentais, tendo atuado também em projetos de neuromarketing com grandes empresas como



**NA FCE 2024, AS MAIORES CASAS DE
FRAGRÂNCIAS DO MUNDO
APRESENTARAM CRIAÇÕES
DESENVOLVIDAS COM USO DE
NEUROTECNOLOGIA.**



ENTENDA O PORQUÊ!



BelSense
neurotechnology

1. AS CARACTERÍSTICAS DO CONSUMO

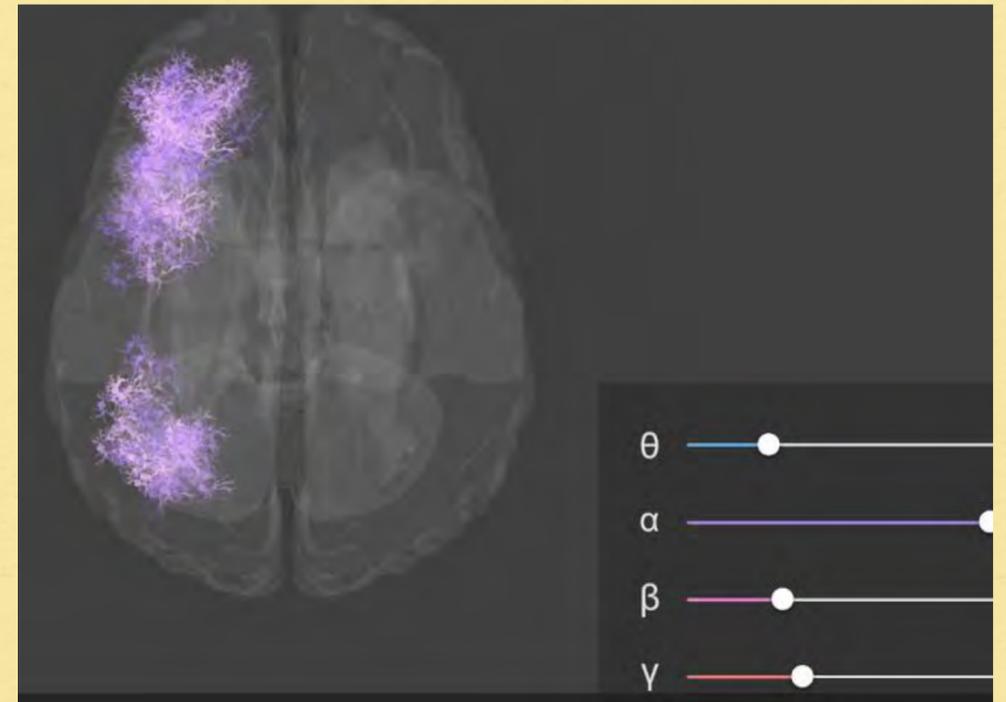
EXPERIMENTAÇÃO



**REAÇÕES NEUROLÓGICAS
E FISIOLÓGICAS INCONSCIENTES**



ATRAÇÃO (reações +) OU REPULSA(reações -)?

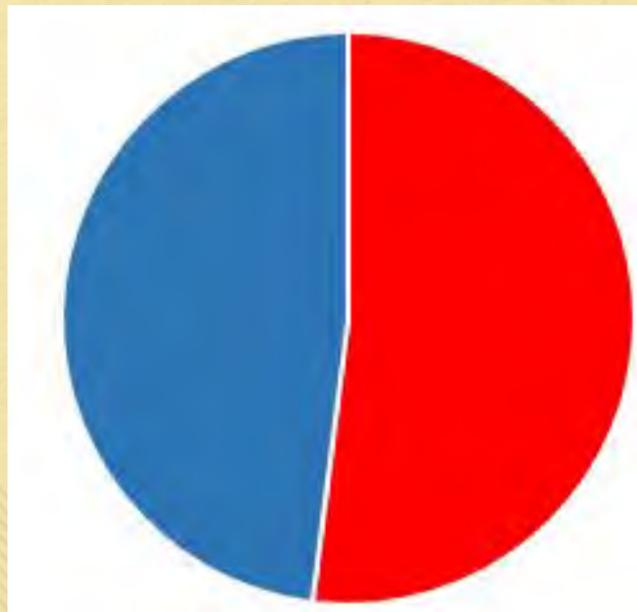


1. 2 AS CARACTERÍSTICAS DO MERCADO DE BENS DE CONSUMO



SEGUNDO ESTUDOS DA IXP Marketing Group

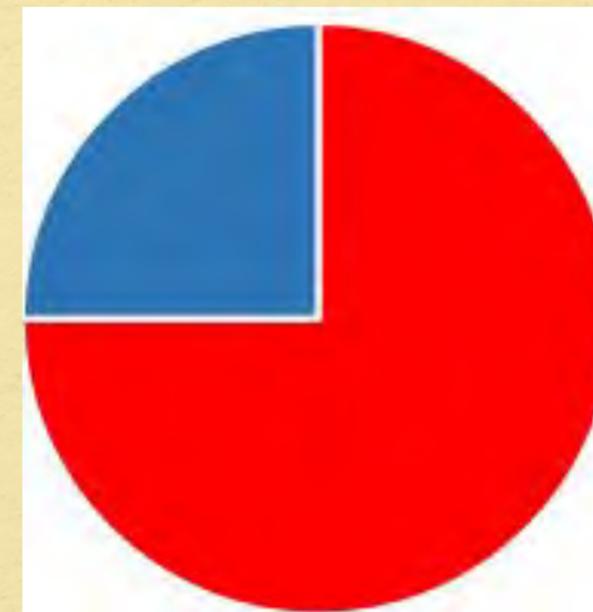
NOVAS MARCAS



52% FRACASSAM

48% CONTINUADOS

NOVOS PRODUTOS INDIVIDUAIS



75% FRACASSAM

25% CONTINUADOS

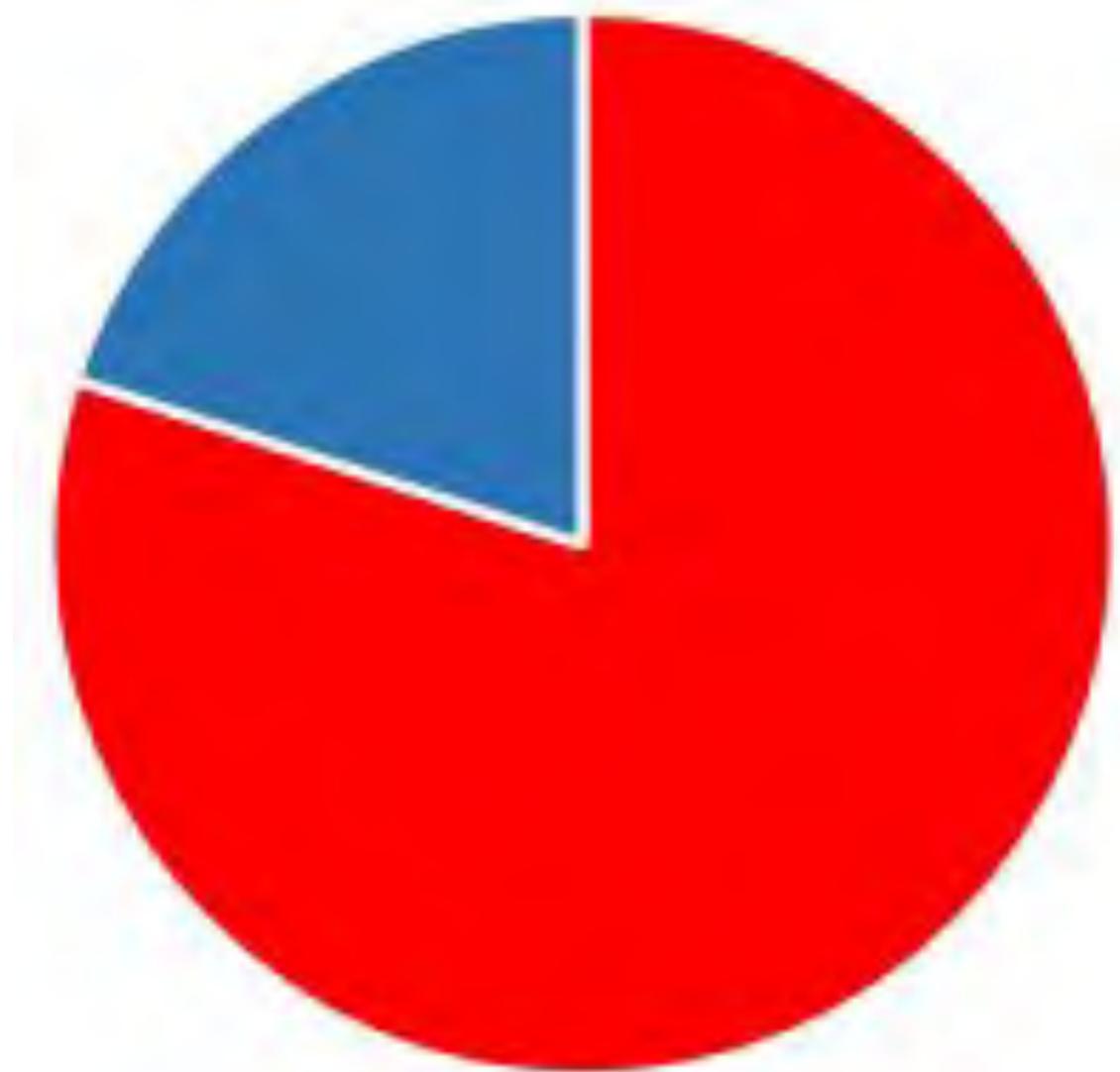


BeISense
neurotechnology

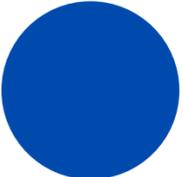
O MERCADO DE BENS DE CONSUMO



SEGUNDOS ESTUDOS DO PROF. Christensen, da Harvard Business School,



PRODUTOS LANÇADOS MUNDIALMENTE

-  80% FRACASSAM
-  20% CONTINUADOS

NEUROTECNOLOGIA

E CIÊNCIA DE DADOS NOS NEGÓCIOS PARA

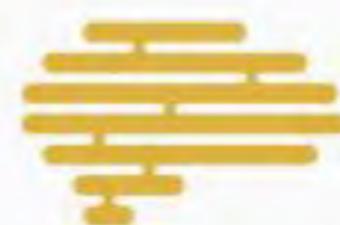


- **ELEVAR AS CHANCES DE SUCESSOS**
- **EVITAR DESPERDÍCIOS DE TEMPO E DINHEIRO**
- **REDUZIR CUSTOS!**



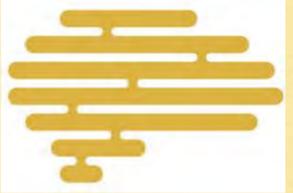
Neurotecnologia + Inteligência de dados

Um suporte revolucionário
para disputar grandes projetos com
qualidade de líder de mercado
e argumentação



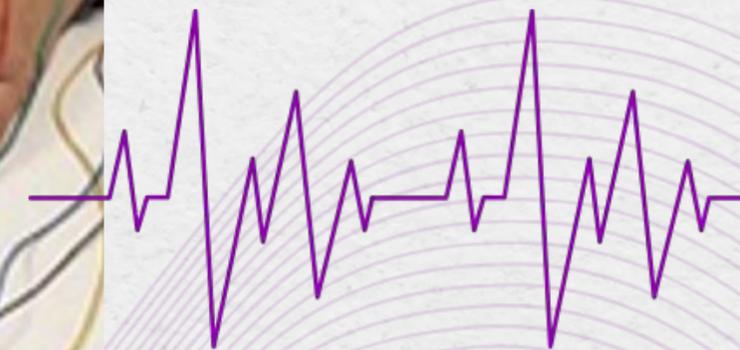
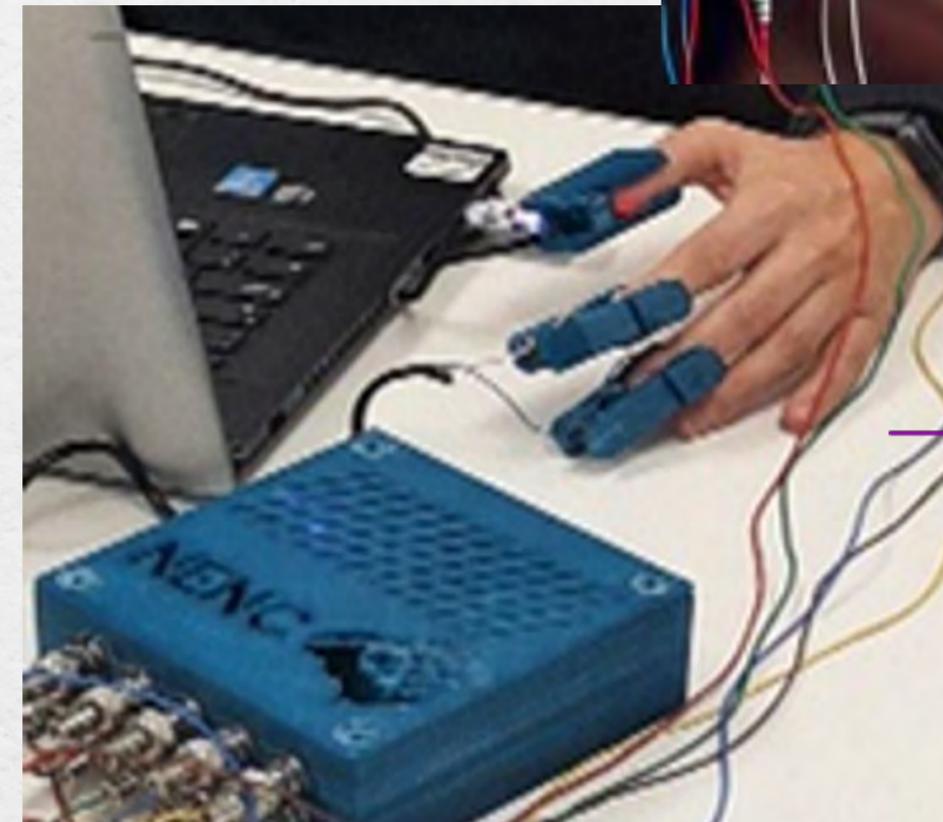
científica.
Beisense
neurotechnology

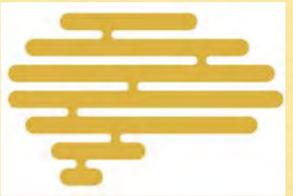
Nossa neurotecnologia - Equipamentos usados



- Eletroencefalograma,
- Eletrocardiograma,
- GSR - resposta galvânica da pele

Tecnologias utilizadas para coleta de dados durante a olfação dos perfumes mais vendidos do país, em um desenho experimental criado, especificamente, para atingir os objetivos de mercado de cada produto





- Através da Coleta de Dados Neurosensoriais dos Blockbusters de Mercado, Inferimos a Variável de Maximização, ou seja,
 - Qual Indicador é o Principal Fator de Sucesso de Um Perfume?
 - Quais Indicadores mais Pesam na Variável de Maximização?
 - Onde cada Fragrância deve ser aprimorada para se aproximar dos Blockbusters

NEUROTECNOLOGIA E INTELIGÊNCIA DE DADOS

=

UM ESTUDO REVOLUCIONÁRIO E ACESSÍVEL
NEUROSCORE - PARTE I

**Esteja entre os primeiros a
conhecer o mercado através do**

NEUROSCORE

**BELSENSE - PERFUME e a
analisar seus produtos.**

A REVELAÇÃO DA PESQUISA:

Um poderoso
balisador de mercado:

Neuroscore Belsense

PERFUME

**VAMOS IDENTIFICAR E REVELAR OS INDICADORES
NEUROSENSORIAIS DETERMINANTES NA EXPERIMENTAÇÃO PARA O
SUCESSO DE VENDAS DE UM PERFUME:**

MEMÓRIA OLFATIVA? ENVOLVIMENTO? FOCO E ATENÇÃO?

DISPOSIÇÃO A PAGAR?...

**SEJA UM PIONEIRO CONOSCO E TENHA ACESSO A ESTE DADO
INÉDITO E FUNDAMENTAL PARA ELEVAR SUA COMPETITIVIDADE!**

Neuroscore Belsense

PERFUME

	PESO					SUA FÓRMULA	MÉDIA MERCADO	SEU CONCORRENTE	
AGRADABILIDADE	4	★	★	★	★	☆	3,7	3,1	4,1
EXCITAÇÃO	3	★	★	★	☆	☆	3,3	2,9	4,0
RELAXAMENTO	3	★	★	☆	☆	☆	2,3	3,3	3,9
FOCO	2	★	★	★	★	☆	4,4	2,5	4,1
PROPENSÃO À COMPRA	1	★	★	★	☆	☆	3,4	2,8	4,5
MÉDIA PONDERADA		★	★	★	☆	☆	3,4	3,0	4,0

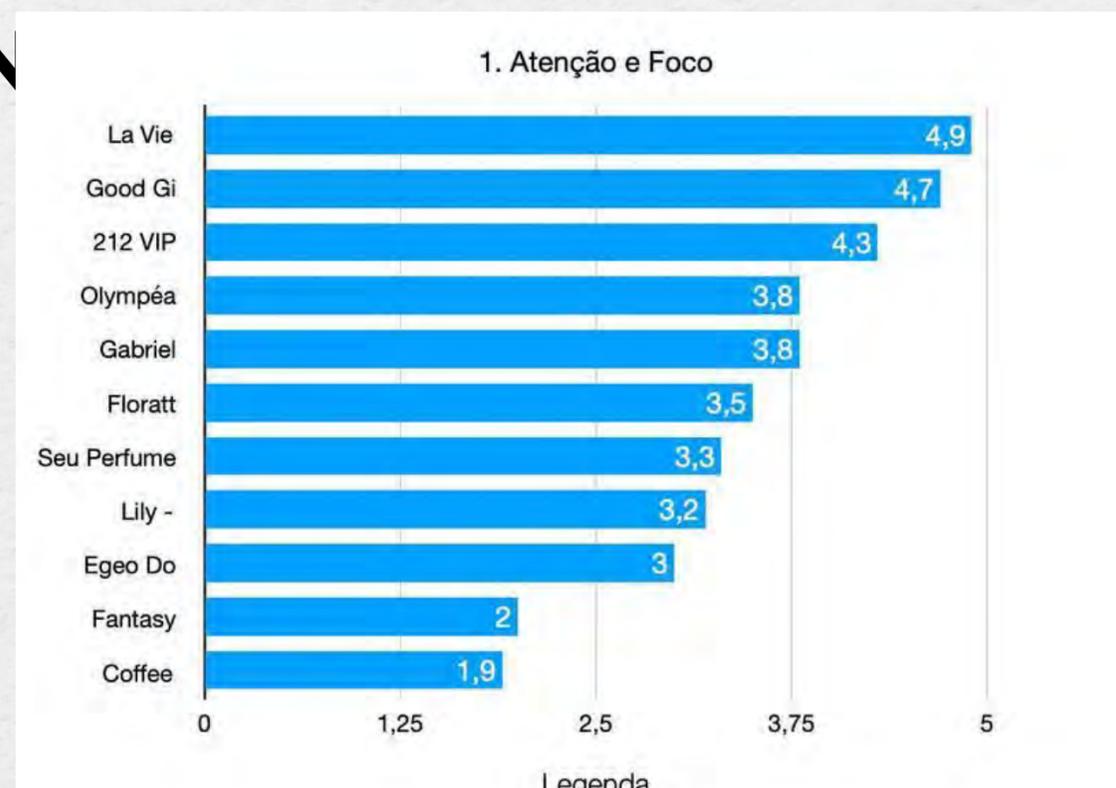
ITENS DO RELATORIO



NEUROSCORE BELSENSE - PERFUME

CONJUNTO DE INDICADORES da experiência dos consumidores na experimentação de 10 fragrâncias femininas e 10 fragrâncias masculinas, mais vendidas no Brasil.

VAMOS REVELAR O CAMINHO DAS REAÇÕES INCONSCIENTES CAUSADAS DURANTE A EXPERIMENTAÇÃO DOS PERFUMES DE AMPLA VENDAGEM N



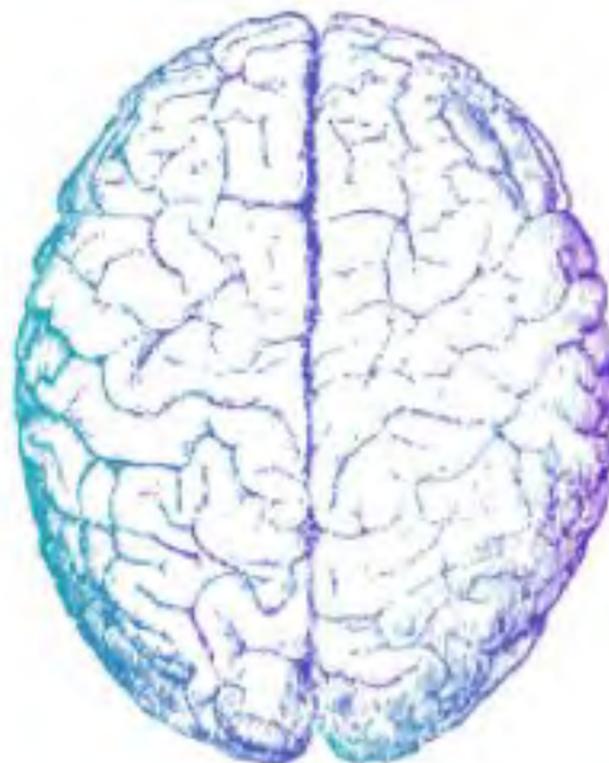


VAMOS UTILIZAR OS INDICADORES NEUROSENSÓRIAS QUE INFLUENCIAM O SUCESSO DE UM PRODUTO E DESCOBRIR INDICADORES INÉDITOS PARA O SUCESSO

Atenção e Foco

Deteccção e Identificação

Emoção (+)



Relaxamento

Excitação

**Valência
(intensidade)**

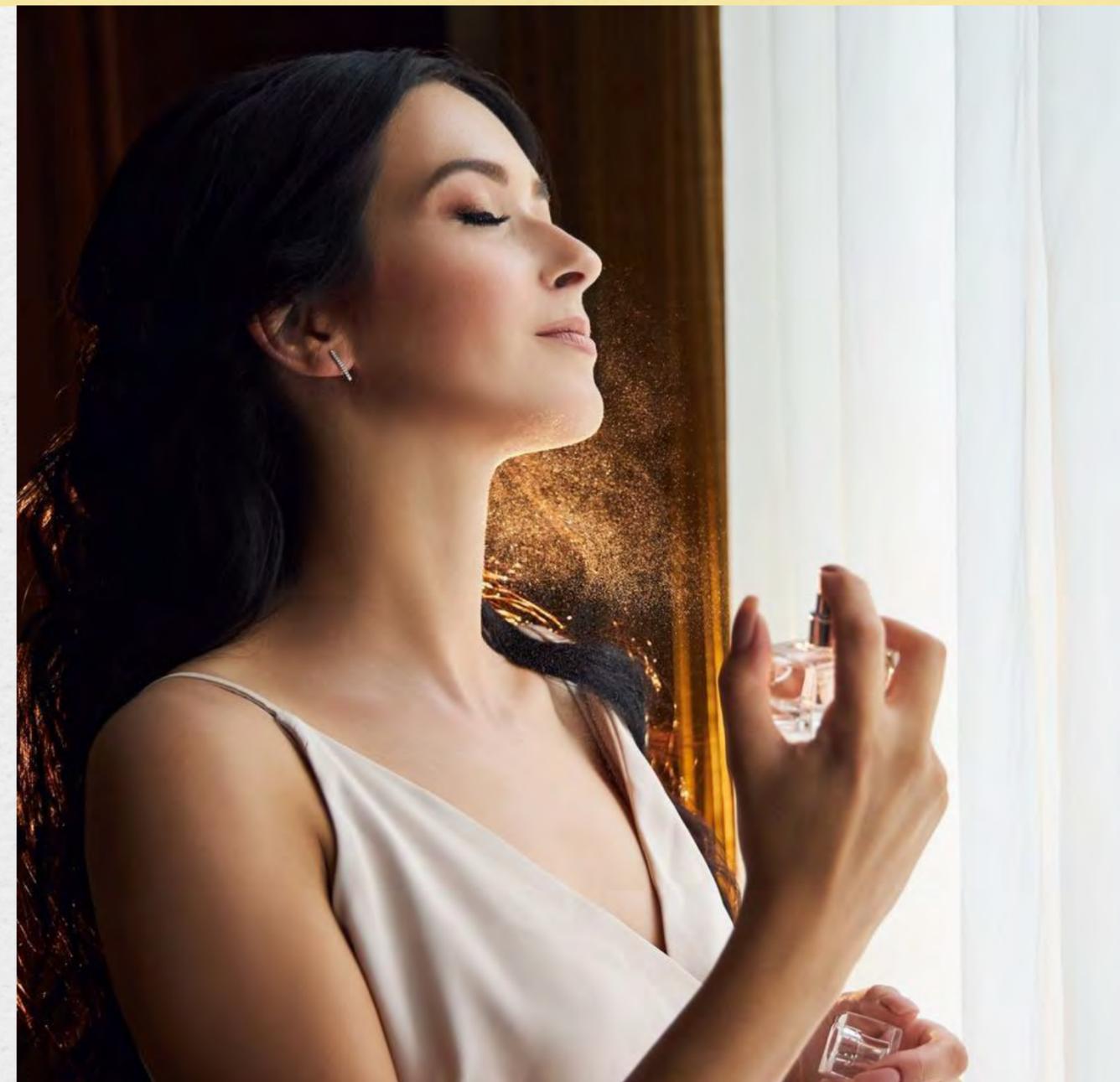
UMA REFERÊNCIA PODEROSA E CIENTÍFICA.



**UM SÓLIDO ARGUMENTO E DIFERENCIAL PARA
SUA EQUIPE DE VENDAS.**

**VAMOS APRESENTAR O
POTENCIAL DE SUAS CRIAÇÕES
EM RELAÇÃO AO NEUROSCORE
BELSENSE PERFUME**

Suas criações em um cenário de
previsibilidade e evolução rumo à
conquista de uma experiência
sedutora com o consumidor, capaz de
despertar envolvimento, atenção e



INDICADORES DO SUCESSO DOS PERFUMES MASCULINOS E FEMININOS MAIS VENDIDOS E CONTRATIPADOS DO BRASIL



FEMININOS

La Vie Est Belle Lancôme EDP (5)

Good Girl Carolina Herrera EDP(4)

Libre YSL EDT (4)

J'adore Dior EDP (3)

Idôle, de Lancôme, EDP (3)

Scandal Jean Paul Gaultier EDP (3)

212 VIP Rosé Carolina Herrera EDP(2)

Light Blue, da Dolce & Gabbana EDT(2)

Miss Dior

Chanel n.5 EDP

Outros clássicos

La nuit tressor Lancome

Coco Mademoiselle Chanel

Si Giorgio Armani

MASCULINOS

1 MILLION RABANE (3)

ACQUA DI GIO (3)

Versace Eros (2)

212 VIP MAN (2)

DIOR SAUVAGE (2)

Bleu de Chanel (1)

212 VIP Black

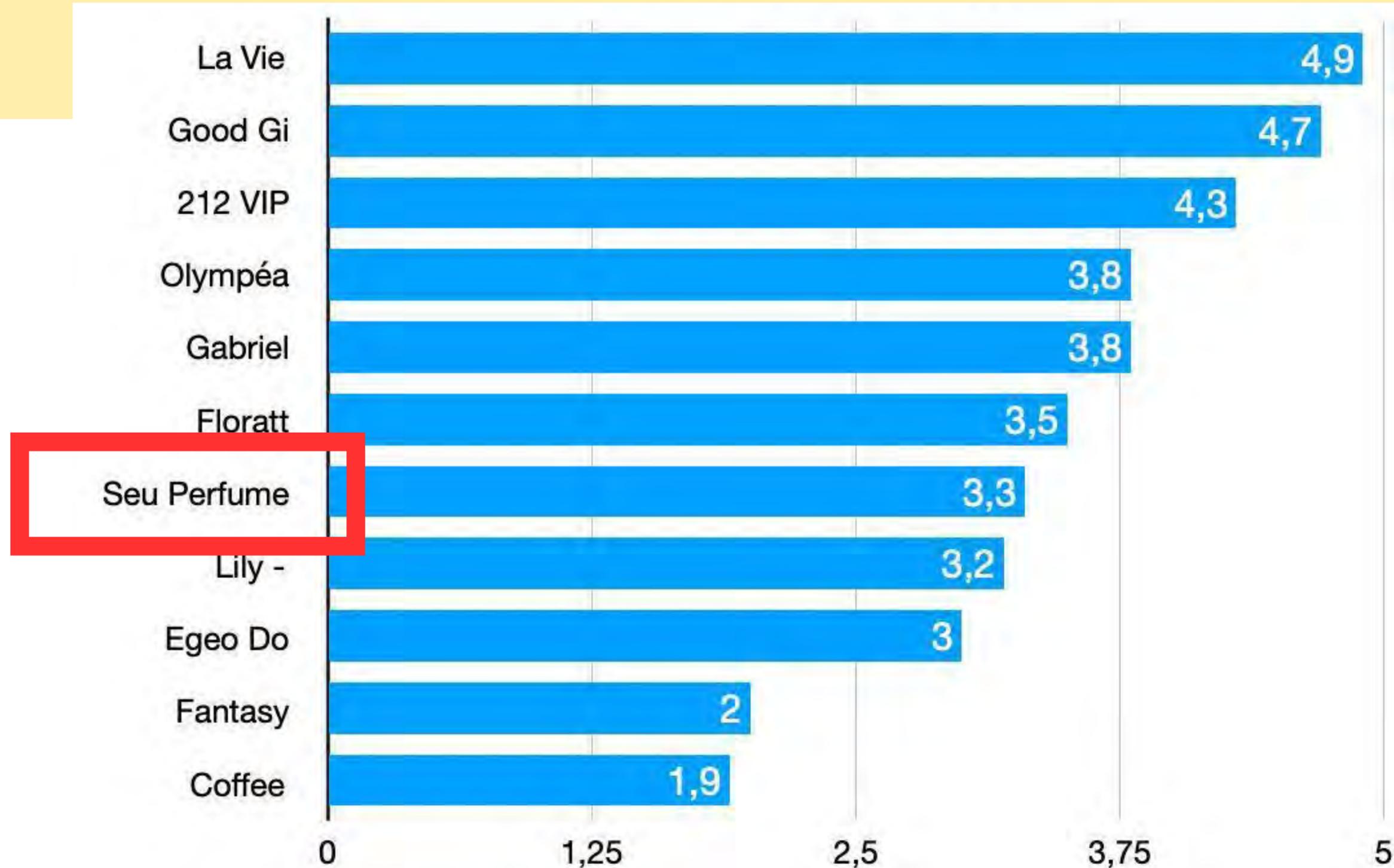
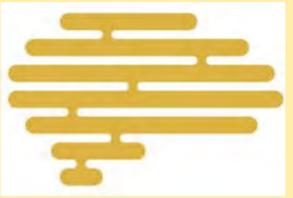
Carolina Herrera (1)

AZZARO POUR HOMME(classico)

Light Blue Pour Homme Dolce & Gabbana(1)

Dior fahrenheit (clássico)

INDICADORES DO SUCESSO DOS PERFUMES MASCULINOS E FEMININOS MAIS VENDIDOS E CONTRATIPADOS DO BRASIL



CERTIFICADO



FAÇA PARTE DO FUTURO DA CRIAÇÃO DE FRAGRÂNCIAS E CERTIFIQUE O POTENCIAL COMERCIAL DE SEUS PRODUTOS

As fragrâncias testadas com índices semelhantes ou superiores ao padrão identificado no estudo, irão receber o certificado **High Quality Belsense**, assinado por Neurocientista PhD, para sua equipe comercial apresentar a seus clientes

I Mapeamento Neurosenssorial do Mercado de Perfumes

**DADOS VITAIS DO MERCADO DE
ALTA VENDAGEM
PARA SUA EQUIPE DE
DESENVOLVIMENTO E MARKETING**

**GARANTA JÁ SEU ACESSO AO
RELATÓRIO COM OPORTUNIDADE
DE TESTE EXCLUSIVO**



(11) 94495 40 24