

Passions studien

Passion är en process

Studien visar att passion är som starkast i förväntansfasen snarare än själva upplevelsefasen

Passion är rekreation och dyker upp när vardagsstressen avtar

Att vara passionerad är att befinna sig i ett fokuserat tillstånd

Ens passion är något man bär med sig genom livet

Passion handlar om fokus, engagemang, stora känslor och en ökad köpbenägenhet

Vad är egentligen en passion?

När, var och hur uppstår den?

Hur påverkar passion konsumtion och varumärkespreferenser?



Neurometrics

Den känslomässiga och kognitiva passionsresponsen mäts utifrån fyra nyckelvärden som styr marknadseffekter

Kognitiv belastning

Upprymdhet

Motivation

Fokus och visuell uppmärksamhet



Passion leder till förstärka reaktioner

- Mentalt fokus
- Vidgade pupiller
- Starka preferenser
- Ökad hjärtfrekvens
- Sveltiga handflator
- Starkare valrespons såsom pekande, klickande

Resultat

Människor som säger sig uppleva passion ofta uppger också att de blir rådfrågade inom en rad områden såsom:

Mat
Sociala frågor och politik
Musik
Ekonomiska frågor
Mode och kläder
Filmer och serier

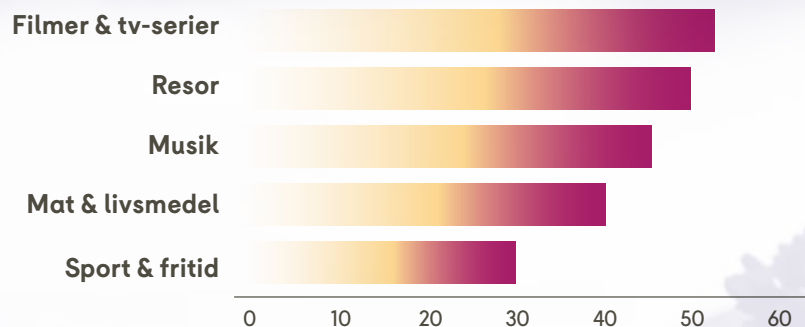
Passionsmätaren

En modell framtagen på uppdrag av Filmstaden Media med över 90% träffsäkerhet att förutse passionsrespons i hjärnan

90%

De som ofta känner passion känner också i större utsträckning **entusiasm, glädje, motivation, nyfikenhet**

Vad är unga människor passionerade kring? Topp 5



Påstående:

“Passion är samma sak som starka känslor”

75%
håller med

Metod

Definitionen av passion i studien

”Passion är en positiv känsla, något du vill ha mer av som definierar mig som person och ger mig en känsla av upprymdhet”

93%
håller med

Varför är passion viktig?

Den här studien visar att passionerad respons är en samling kognitiva, känslomässiga och psykologiska indikationer som är starkt förknippade med följande processer:

Uthållighet

Mer energi och tid ägnas åt det som man känner passion för

Köpintrasse

Ökad vilja att konsumera och köpa passionsrelaterade produkter och tjänster

Fokus

Ökad uppmärksamhet, visualisering av, och tankar på det som är ens passion

Betalningsvilja

Lägre priskänslighet gällande föremål och tjänster kring ens passion

Hur har studierna gått till?

Intervjuer online med frågeformulär framtaget av Ipsos, Neurons Inc och Filmstaden Media. Fältstudier utförda mars–maj 2017.

Kvantitativ research

2000
intervjuer

med målgruppen
16-34-åringar

10
minuter

per intervju

Neurovetenskaplig research

MRI och eye-tracking utfört av det ledande företaget inom neuroscience, Neurons Inc

Passionsmätare utvecklad av Neurons Inc

40

personer deltog

Stimuli med hjälp av reklam, loggor, och hemsidor från mer än 20 medverkande varumärken

60

minuter per test

Big Data-analys av miljontals mätpunkter

Vill du veta mer om hur passion påverkar varumärken?
Kontakta Filmstaden Business analytiker: business@filmstaden.se