



# 路思得 (lucid360)

关于我们



## 结合消费者洞察力和创新

在Lucid360，我们提供给客户方法和工具来帮助他们构建和看清未来趋势。

我们独一无二的创新方法结合了心理学的“深入探究法” (Psychological Deep Dives) 和“私有网络互动社区” (Private Online Communities) 上消费者的积极互动。

我们帮助客户公司挖掘出消费者主要的见解，开发出新的商机，鉴别未来趋势的变化，并为其所有业务范畴发展有价值的概念。

作为一个拥有特别培训过的本土研究人员和专业的全球化创新者的国际机构，我们是第一家能以几乎所有语言，为市场提供物有所值的整合型创新服务的全球供应商。

我们期待在不久的将来与您合作！





# lucid360

我们的愿景



lucid<sup>360</sup>



## 我们的愿景 ●●●

- 结合市场调查咨询和创新咨询各自优势
- 结合了心理学的“深入探究法”（Psychological Deep Dives）和“私有网络互动社区”（Private Online Communities）上消费者的积极互动[“剥洋葱法”和“滚雪球法”]（aka Peeling the Onion & Snowballing）
- 通过消费者和专家密切合作，使消费者不再是目标，而是我们的伙伴建议者。
- 为深入探究和创新提供的服务也是客户团队部门之间合作的最佳的实践方式。
- 新的连接：对当地市场的密切了解与全球创新专业技能相结合，并与热情的消费建议者和知识丰富的专家建立有价值的长期合作关系，随时为我们的客户服务。



# lucid360

我们的专业技能





Expertise



### “深入探究法”：

- 利用心理学深入探究法，透视消费者的心理和行为，为客户创新开发提供方向。

### “私有网络互动社区”：

- 直接来自于私有网络互动社区上消费者分享的丰富经历，以激励发展创新概念。



了解更多Lucid360的深入探究和创新方法:

[Lucid360深入探究法](#) ●●

[Lucid360私有网络互动社区](#) ●●



# Lucid360深入探究法

深入探究消费者对品牌和心理及潜意识

## 心理学“深入探究法”



### Lucid360 深入探究法使用：

- “引导”和“影射”技术。在1对1的深访前，消费者自选带有相关寓意主题的图片来暗示他们的不同想法和感觉。
- 通过消费者的记忆和寓意图片中的模式来识别那些影响他们对某品牌或产品的情感因素。
- 通过消费者自创的拼贴图片模式，深入大脑分析他们对品牌想法的不同处。
- 观察消费者在家、办公室、零售店等地方进行的购买、储存及消费行为，识别他们无意识的消费习惯。



### Lucid360 深入探究法分析得出：

- 消费者行为的主要驱动和障碍：消费者的潜意识——他们用来自发感觉其周围产品或品牌的价值和意义。
- 创新平台：我们专注于帮助客户团队在后继的创新工作室（workshop）中使用消费者见解，以开拓新的机遇。



# Lucid360私有网络互动社区

同时在多个不同地区得到消费者的不断启发和积极反馈



### 专家预言

“工业革命之后的最大的改变……Web 2.0软件的产生打开了企业的大门，普及了价值创造，并邀请了消费者、合作伙伴、专家及潜在客户参与到这个过程中来……（而且完全开放）在产品开发，市场，包装和分销的过程中，消费者以他们的个人喜好、想法和反应形式对这个流程中的每一步带来增值”。

—Forrester Research 2009

## 私有网络互动社区



### Lucid360 社区使用：

- 充足的研究样本数量（例如：样本量 $N = 50 - 500$ ）。
- 社区的任务是依据对主要市场上不同消费者行为的深入了解来设计的（例如：美国、中国、日本、印度、巴西的消费者线上和线下习惯不同）。
- 邀请制的社区结合了消费者和专家的创新理念，全天候反馈意见
- 通过持续的与客户不同部门团队合作，随时地交流与学习，自发地将研究见解和最佳创新实践结合到公司文化中。

## 私有网络互动社区



### Lucid360 社区明确：

- 完全的创新概念(品牌定位, 产品, 零售服务等)——用特定的消费者和专家的紧密合作来反复斟酌并优化概念, 追踪最新变化趋势。
- 通过在线网络平台的方式, 以维护与消费者不断发展的关系, 这是一种有效节约成本的途径。
- 通过邀请社区会员参与神秘购物及其他活动去增强他们在现实生活中的实践, 为产品发展获得有价值的即时反馈。



# lucid360

我们的工作





## 与Lucid360的合作

客户与Lucid360密切合作, 可以为特定项目开发高价值的概念 (比如: 品牌的定位、新产品的开发等服务)

另外, 在线社区会员也可以像伙伴建议者一样, 帮助对产品进一步进行测试, 在产品上市之前对新市场营销组合提供丰富有效的构思及反馈。

## 我们的客户

- 我们与跨国公司合作, 比如: 联合利华, 箭牌公司和达能集团等。帮助他们开发出一个个更加有价值的概念, 并且创造出关于如何理解概念的心理框架。



**PEPSICO**

**Electrolux**



**WRIGLEY**



Unilever

**PHILIPS**

**Microsoft®**

**MARS**



# lucid360

新闻





## 我们的“雷达”

### 中国商业东方早报刊登了Lucid360专题

2009. 1. 17

- 中国商业东方早报登载了Lucid360专题，描述了它是如何为在中国经营的跨国公司开发消费者见解和最好的创新方式。



点击查看全文：

[http://epaper.dfdaily.com/lcyzb/html/2009-01/17/content\\_107889.htm](http://epaper.dfdaily.com/lcyzb/html/2009-01/17/content_107889.htm)

和这里：

[http://epaper.dfdaily.com/lcyzb/html/2009-01/17/content\\_107888.htm](http://epaper.dfdaily.com/lcyzb/html/2009-01/17/content_107888.htm)





# 谢谢!

想知道Lucid360怎样协助贵公司品牌  
创造新机遇, 请联系:  
**[info@lucid360.com](mailto:info@lucid360.com)**