

# FACIAL CODING

## Rijke registratie van emoties in creaties

Wil je de slagingskans van je campagne vergroten, dan moet je de emotionele beleving ervan scherp hebben. Alleen door het toevoegen van de juiste emoties aan je campagnes, krijg je het *standing out effect*. Emotie doet onthouden.

In een optimale situatie achterhaal je de positieve en negatieve emoties die iedere uiting teweegbrengt. Nog voor live-gang, zodat je kunt *tweaken*. Facial Coding is hiervoor de ultieme techniek. Met behulp van A.I. zijn zes universele basisemoties te onderscheiden, waardoor je precies weet of je campagneboodschap goed over komt. Met facial coding achterhaal je niet alleen welke scènes van je commercial positieve emoties opleveren, maar ook welke bijvoorbeeld walging of boosheid teweeg brengen. Meestal zijn dat de scènes die je wilt aanpassen, omdat je geen negatieve merkkoppeling wilt creëren.

Dagelijks worden consumenten aan vele advertenties blootgesteld. Validators geeft advies over hoe je door de 'ad clutter' heen kunt komen. Om je consumenten wél te raken.



# Fundament

Al in 1971 ontdekten Paul Ekman en Wallace Friesen dat gezichtsuitdrukkingen universeel en uniform zijn. Ieder mens gebruikt namelijk dezelfde spieren in het gezicht waarmee emoties worden getoond. In 1978 ontwikkelden ze het Facial Action Coding System (FACS) om deze gezichtsuitdrukkingen eenduidig uit te lezen. Het daadwerkelijk coderen van deze emoties noemen we Facial Coding.

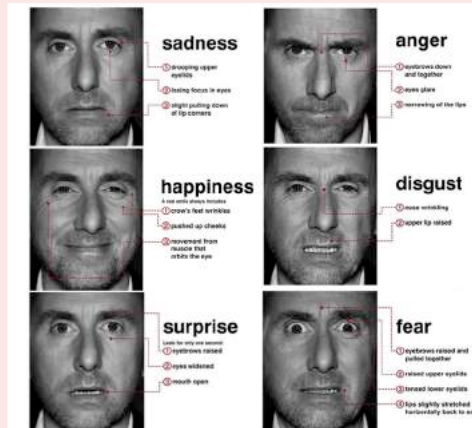
Uit dit systeem komen zes basisemoties naar voren:

- Verdriet** (sadness)
- Vreugde** (happiness)
- Verrassing** (surprise)
- Woede** (anger)
- Walging** (disgust)
- Angst** (fear)

Facial Coding laat zien welke van deze emoties in je commercial verwerkt zijn. De uitingen die Validators onder de loep neemt met Facial coding, zijn altijd terug te voeren op deze zes basisemoties.

# Praktijk

Het model van Ekman en Friesen is sterk doorontwikkeld en wordt nu commercieel ingezet, in veel gevallen in combinatie met artificial intelligence.



Figuur: de zes basisemoties zoals beschreven door Ekman en Friesen (1978)

Terwijl een respondent een video bekijkt, wordt door middel van een webcam zijn of haar gezicht opgenomen. Vervolgens wordt met behulp van geavanceerde software de gelaatsuitdrukkingen gecodeerd en omgezet naar één van de zes basisemoties.

Het resultaat is een grafiek waarin per seconde een *probability* score berekend is die de kans dat een bepaalde emotie aanwezig is weergeeft. Zo krijg een veel dieper inzicht in wat er in het hoofd van een respondent om gaat.

# Op maat

Validators heeft een eigen Facial Coding tool ontwikkeld. Dit betekent dat we niet met derden hoeven te schakelen om een dergelijk traject op te starten. Hierdoor houden we de kosten laag. Daarnaast zijn we erg flexibel én kunnen we eenvoudig *custom made* onderzoeken aanbieden.

Ook de combinatie met onderzoek naar merk, boodschap en likeabilities is mogelijk.

# Voordelen

- ✓ Facial coding al vanaf €2650,-
- ✓ Positieve én negatieve emoties ontrafeld
- ✓ Flexibel en efficiënt
- ✓ Facial coding is ook in te zetten voor events, winkelvloer en schap
- ✓ Custom made

# Meer weten?



**Joris van der Zwan**  
Client Consultant  
020 -716 3775  
[Joris.vanderZwan@validators.nl](mailto:Joris.vanderZwan@validators.nl)