



MiHX Lab

Marketing and societing lab

Nom développé de la plateforme mère en anglais

Au cœur de l'école universitaire de management IAE Lille, le MiHX Lab est un laboratoire en sciences sociales. Pensé comme un véritable espace de dialogue entre le monde des organisations et le monde de la recherche, le laboratoire offre un espace polyvalent pour réaliser études comportements et sociétales, à même d'investiguer les tendances de consommation, les comportements des consommateurs et la place de l'organisation dans la société.

In the heart of the IAE Lille university school of management, the MiHX Lab is a social science research laboratory. Designed to established a bridge between the business community and the research one, the MiHX Lab offers a multipurpose space which allows both researchers and companies to deal with consumption trends, consumer behavior and role of corporations.

Compétences Skills

- Expertise méthodologique
- Conseils aux entreprises
- Vulgarisation scientifique
- Collecte et analyse de données
- Publications scientifiques
- Methodological expertise
- Consultancy
- Science popularization
- Data collection and analysis
- Scientific publications

Équipements Equipments

- 11 postes de tests individuels séparés par des box (moniteurs 24") – Collecte de données (exemple : réalisation d'études expérimentales)
- Un système Eye tracker© Tobii fixe, pour produire des données oculométriques, des zones d'intérêt et de fixation, du diamètre pupillaire – Collecte de données complété par des dispositifs de collecte de données mobiles similaire eye tracking mobile Tobii (Tobii Pro Glasses 3) sous forme de lunettes permettant de collecter des données dans des conditions d'expérimentation de terrain (field experiment)
- Du logiciel FaceReader©, pour identifier les émotions du visage, le rythme cardiaque et la valence ou l'état d'éveil des participants durant la présentation de stimuli
- Caméras IP HD (1 caméra de scène globale fixe et une caméra PTZ) et un micro omnidirectionnel et d'une caméra HD pour plan fixe dans le cadre des collectes in situ et ex situ. (Enregistrement et captation de données qualitatives type focus-group)
- Un jeu de 15 micro-caméras portables de type GoPro pour collecte de données visuelles de terrain auprès des consommateurs (démarche ethnologique).
- Kit Lego Serious play, méthode innovante de management d'équipe notamment

Mots-clés

Conseils, relations, méthode, collecte de données, données qualitatives, données quantitative, créativité, CCT, expertise, pluridisciplinarité, marketing, sciences sociales

Keywords

Consultancy, relationships, exchange, method, data collection, creativity, CCT, qualitative data, quantitative data, expertise, multidisciplinary, social sciences, marketing



- II computers in boxes (to collect experimental data for exemple)
- Eye trackers Tobi (both mobil and fixed devices) (following eyes movement)
- Face reader (identify face emotions)
- Cameras HD both mobil and fixes devices to record qualitative data
- 15 smalls cameras (ethnographic data collection)
- Lego serious play kit (team management)

Moments clés Key figures

- Animation scientifiques d'excellence avec des chercheurs internationaux (V.Kumar, Robert Kozinets, Kyle Murray)
- Ateliers de formations à l'intention d'entrepreneurs, d'écoles ou de fondations : 8 ateliers chaque année
- Participation à des événements : Retail Booster by Picom - Cap Digital, Fashion Green Days



Collaborations Collaborations

ADEME, Chaire industrielle TEX & CARE, FAIR MAKERS

Tutelles et financeurs Trustees and funders

Université de Lille

Contact

 www.mihxlab.com
 mihx.adm@gmail.com