



ПРЕЖНЯЯ ПАРАДИГМА



ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ РЕВОЛЮЦИЯ

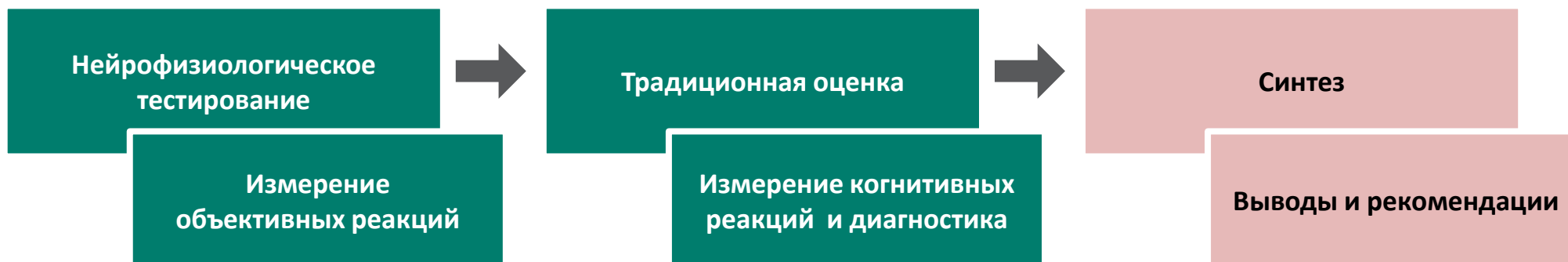




Нейромаркетинг — подход к исследованиям потребительского поведения, использующий достижения нейрофизиологии, когнитивной психологии и поведенческой экономики.

ЧТО ТАКОЕ НЕЙРОИССЛЕДОВАНИЕ В МАРКЕТИНГЕ?

Исследовательские продукты с применением нейромаркетинговых технологий основываются на комбинации традиционных (чаще всего опросных) техник и нейрофизиологических измерений. Вне зависимости от категории тестируемого продукта (торговое пространство, новые продукты, упаковка) процесс исследования состоит из:



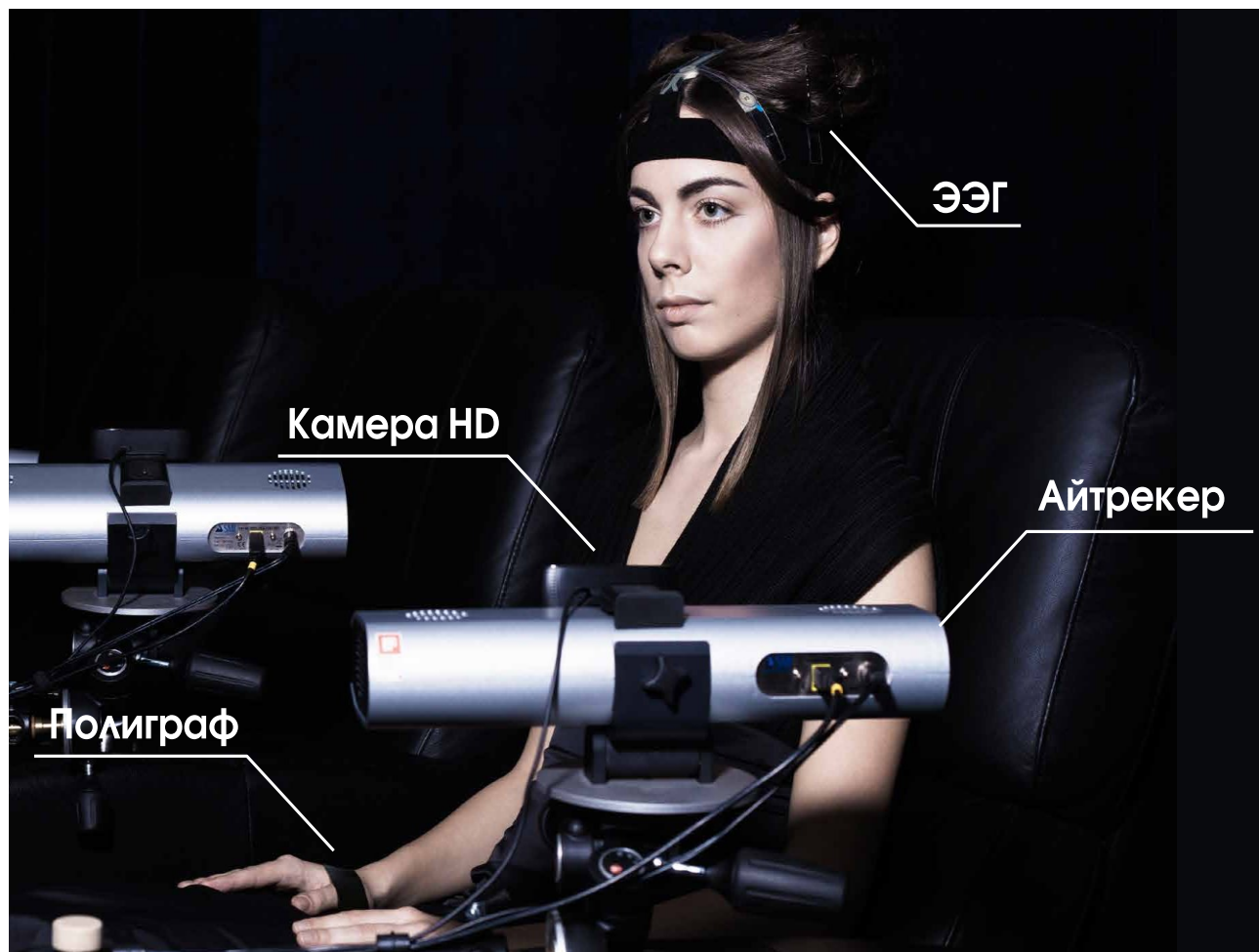
ИСПОЛЬЗУЕМОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

Айтрекинг – внимание и интерес

**Оборудование для снятия ЭЭГ –
запоминаемость и привлекательность.**

**Полиграф для регистрации эмоционального
состояния.**

**Камеры HD для регистрации мимики и
определения дискретных эмоций.**





ОБЛАСТИ ПРИМЕНЕНИЯ

Тестирование рекламы

Тестирование концепций и идей

Тестирование упаковки

Изучения имиджа и репутации

Тестирование сайтов и интерфейсов

**Изучения работы торгового и офисного пространства,
эффективности POS**