

Нейромаркетинг



Лаборатория нейромаркетинга

Это команда нейробиологов, психологов и маркетологов.

Такой союз знаний из различных областей дает нам возможность качественно анализировать маркетинговые материалы любого формата.

Мы проводим тестирование рекламных коммуникаций с помощью биометрических инструментов и психометрических методик.

Parametric.

ЛАБОРАТОРИЯ ПОВЕДЕНЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА

Стационарный ай-трекер

Технология позволяет отслеживать положение глаз человека.

Так мы собираем информацию о распределении внимания во время просмотра ролика или работы с сайтом, о характере рассматривания, т.е. был ли материал сложный или понятный, интересный или скучный, однообразный. Так же технология позволяет выявить слепые зоны, которые остались без должного внимания целевой аудитории.



Очки ай-трекер

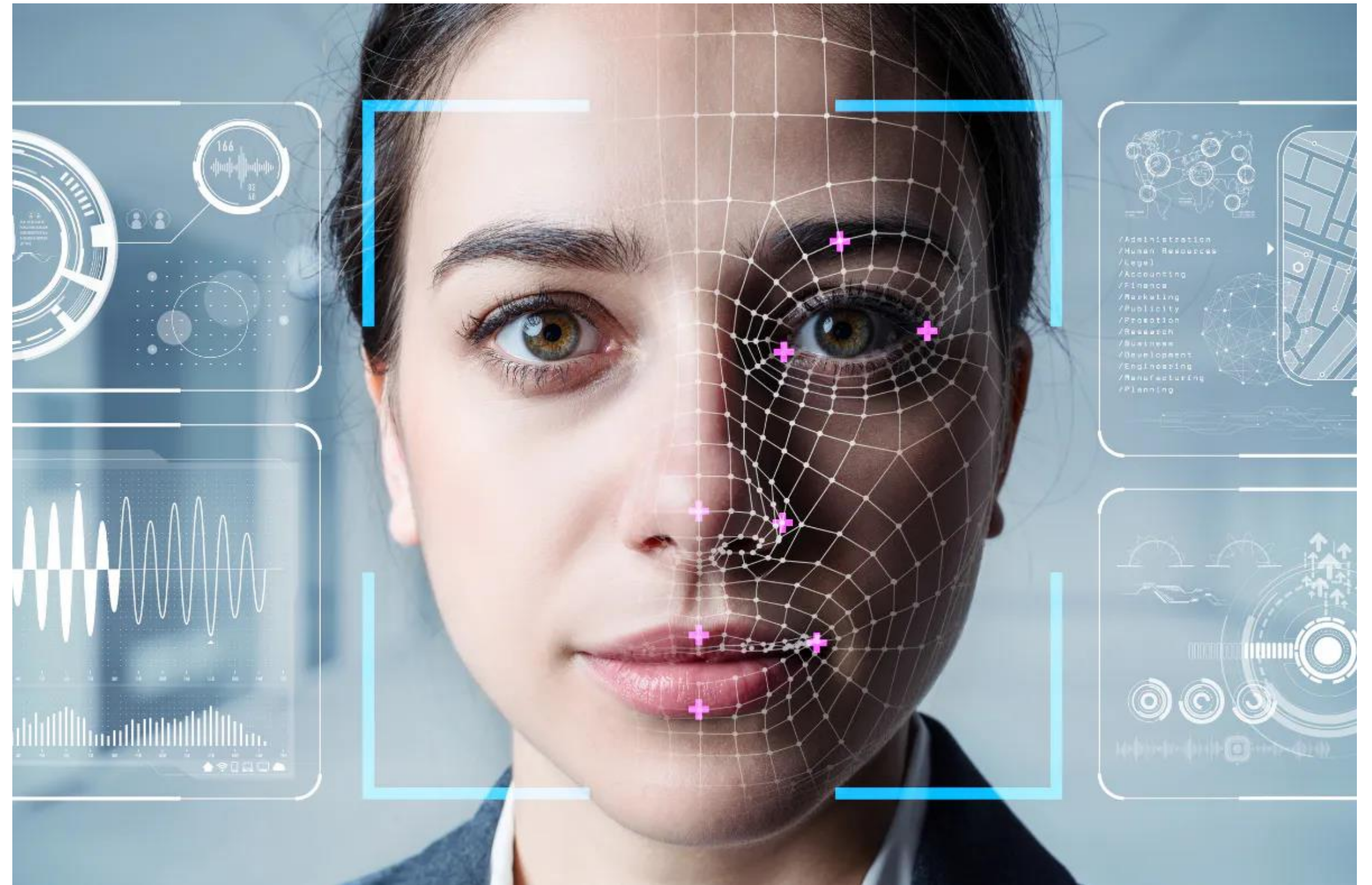
Перенесенная в очки технология ай-трекер позволяет нам снимать информацию о распределении внимания во время взаимодействия с пространством или во время взаимодействия с носимыми гаджетами.

Основное преимущество Очков – использование их в движении.



Фиксация мимики

С помощью алгоритмов анализа и обработки изображений мы можем зафиксировать какая эмоция и в какой момент времени была у испытуемого во время работы с изображением или при просмотре видео.



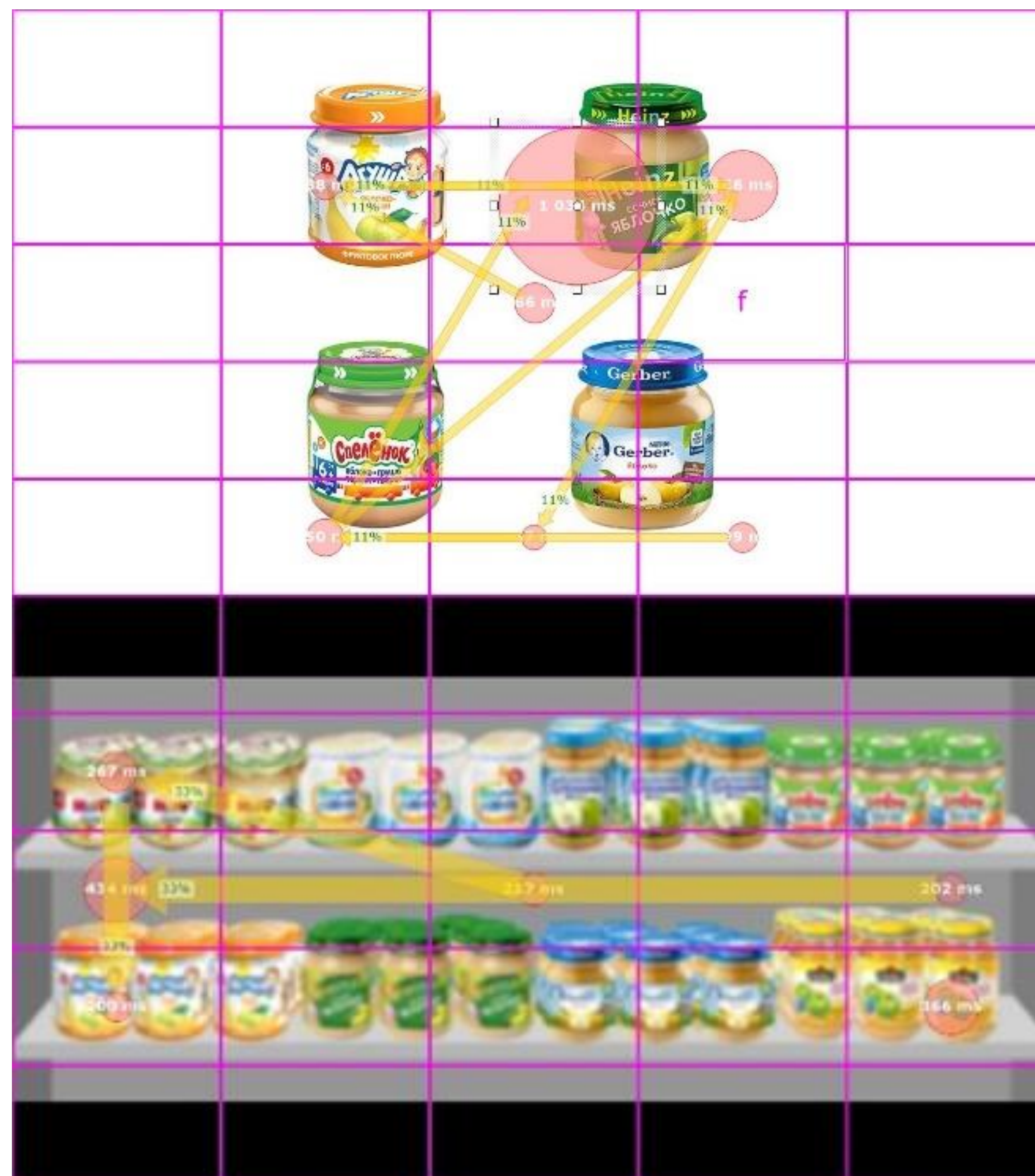
Пример решений для тестирования упаковки

Задачи, которые можно решить:

1. Выбрать самую удачную концепцию
2. Провести сравнительный анализ макетов упаковки с конкурентами
3. Понять, как целевая аудитория реагирует на новую упаковку. Составить рекомендации для доработки.
4. Подготовить по результатам тестирования презентацию для торговых представителей.

Для решения используется технология стационарного ай-трекера и три методики тестирования:

1. Тест заметности при свободном рассматривании. Позволяет определить будет ли упаковка замечена потребителями среди конкурентов.
2. Оценка привлекательности в сравнении с конкурентами. Позволяет оценить привлекательность дизайна упаковки в сравнении с конкурентами.
3. Тест успешности поиска и идентификации. Позволяет оценить эффективность идентификации упаковки в конкурентной среде в контексте полки.





Спасибо!
Давайте
обсуждать



out. *signal* new