



НЕЙРОМАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ

Досліджуємо поведінкові реакції глядачів на
рівні відчуттів та емоцій





Аналіз реакції

глядачів на графічні,

відео- та

аудіоматеріали і

прогноз їхньої

успішності



Точність досліджень

Ми збираємо дані інструментальними методами, аналізуємо їх та з високою точністю оцінюємо об'єктивні реакції аудиторії при взаємодії із продуктом. Нейромаркетингові дослідження - неупереджені, швидші та дешевші, ніж традиційні дослідження з фокус-групами.



Досвід та інновації

Ми використовуємо доказовий підхід та перевірені технології вкупі з власною розробкою: онлайн сервісом EyePass Survey, який дозволяє виявити приховані емоційні та мотиваційні стани, а також стереотипи користувача.



Досвід практикуючих експертів

Команда, яка робить дослідження:

- 5 нейро-/психофізіологів, з них 4 кандидати біол.наук,
- 2 магістри психології,
- магістр з обробки та аналізу біометричних показників,
- фахівці з Data Sciences



Ретельний підбір ЦА

Ми скрупульозно підходимо до підбору респондентів, опираючись на детальний опис ЦА та залучаючи рекрутерів з високою професійною репутацією

Ключові методи проведення дослідження



Електроенцефалографія (ЕЕГ)

- Ступінь залученості під час перегляду відео
- Емоційний фон під час перегляду відео : подобається/не подобається
- Рівень уваги
- Складність обробки інформації з об'єктів дослідження та ін. показники



Айтрекінг

- Ступінь помітності елементів дизайну, упаковки, відеокадру, сайту, додатку та ін.
- Ієрархія візуальних елементів на об'єктах тестування
- Сліпі зони
- Послідовність вивчення елементів візуального об'єкту

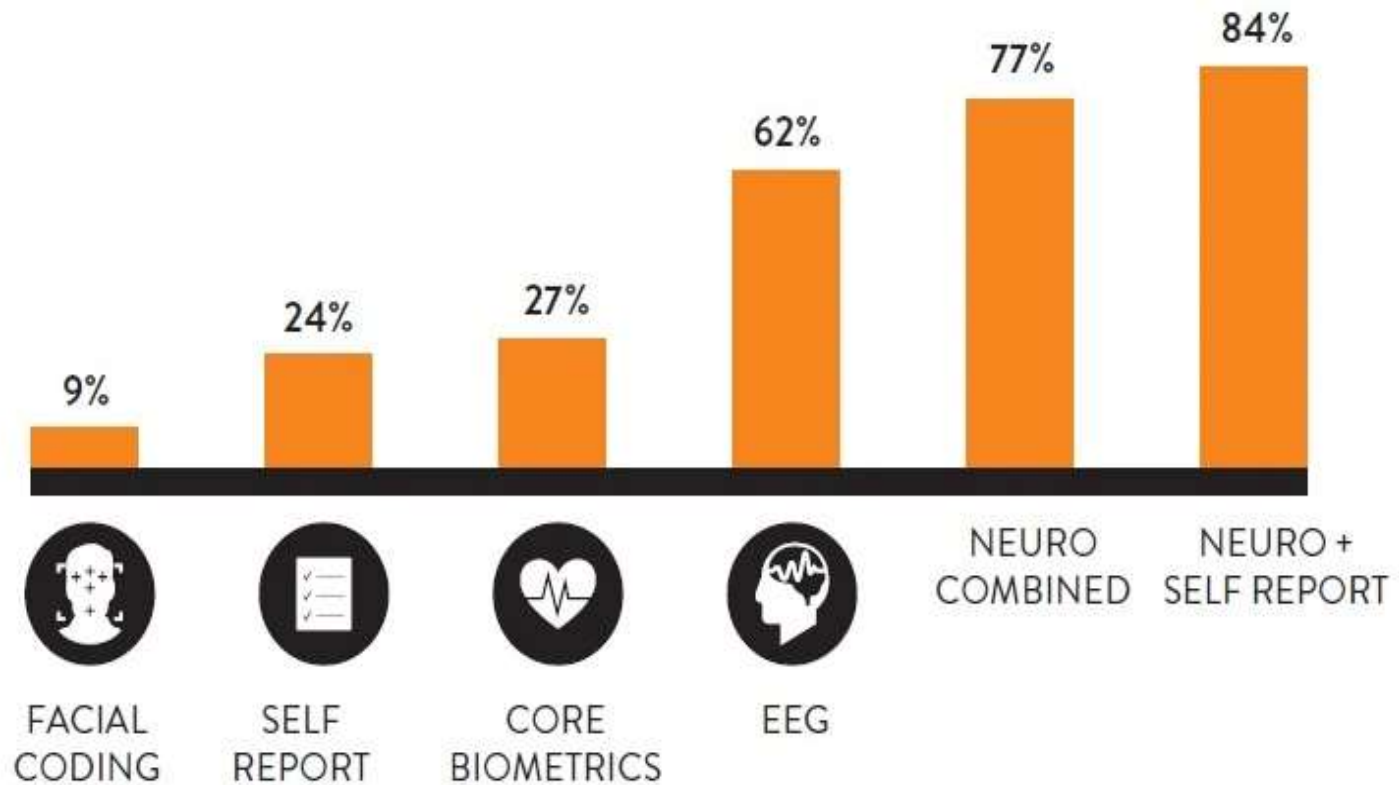


Проективне опитування

- Фіксація особистих суджень в умовах проектування/перенесення респондентів в ситуації, пов'язані із запитаннями
- Використовується метод айтрекінгу - підвищує точність визначення мотивацій респондентів, правдивості наданих відповідей
- Є можливість проведення в умовах онлайн-досліджень

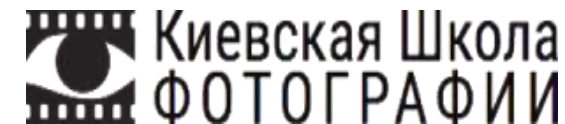
Ефективність нейромаркетингу

Точність прогнозів поведінки споживачів та/чи успішності продуктів, зроблених на основі результатів класичних маркетингових і нейромаркетингових досліджень



*Preliminary analyses
Nielsen Consumer Neuroscience

Клієнти та партнери в проектах тестування продуктів





www.beehiveor.com

 info@beehiveor.com

Тел.: +38 (063) 334-10-33

 BEEHIVEOR