

Nöropazarlama İpuçları ile Danışan İletişimi

NÖROPAZARLAMA

Nöropazarlama;

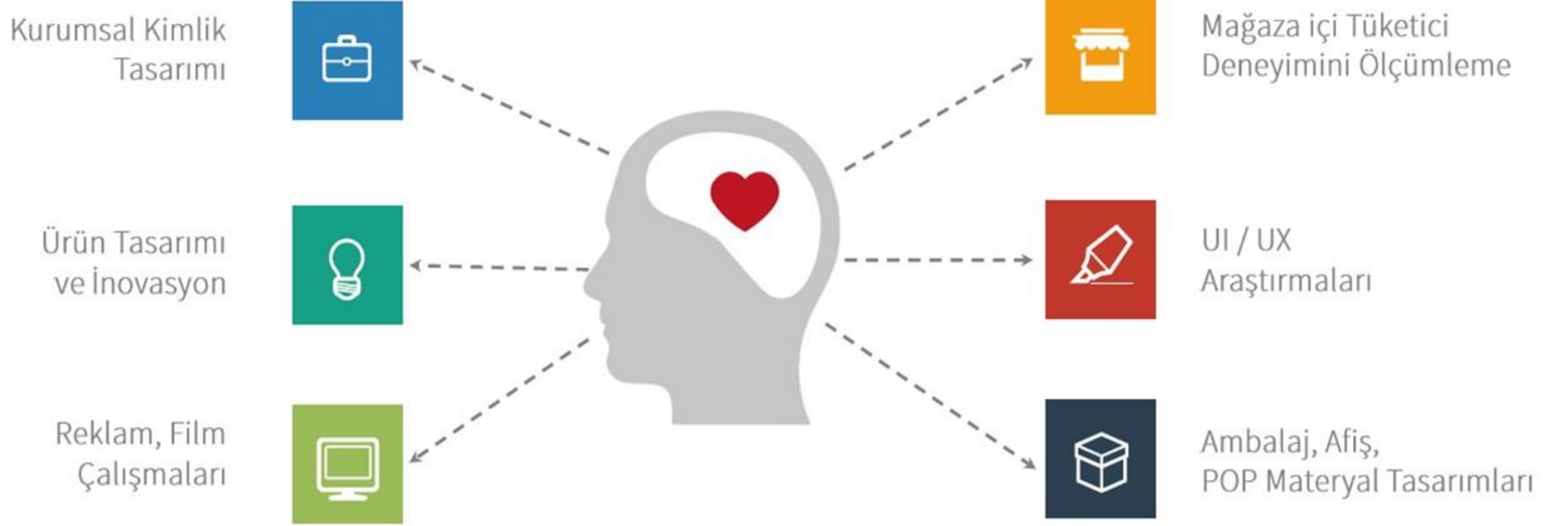
Pazarlama iletişimi ve tüketici davranışı alanlarını temsil ediyor.

Tüketici davranışlarını gerçekte neyin şekillendirdiğini fizyolojik cihazlarla analiz ederek, **somut veriler** ile sunuyor.



Kararların **duygular**la nasıl uyarıldığı, bu uyarılmanın olumluluk düzeyi ile **belleğin** gösterdiği **dikkat**in kararlara olan etkisi anlamlandırılmak isteniyor.

NÖROMARKETİNG ALANLARI



KARAR SÜRECİ

OTOPİLOT (Bilinçdışı)

85%

Hızlı, Aceleci
Otomatik
Fayda Odaklı
Düşük efor

PİLOT (Bilinç)

15%

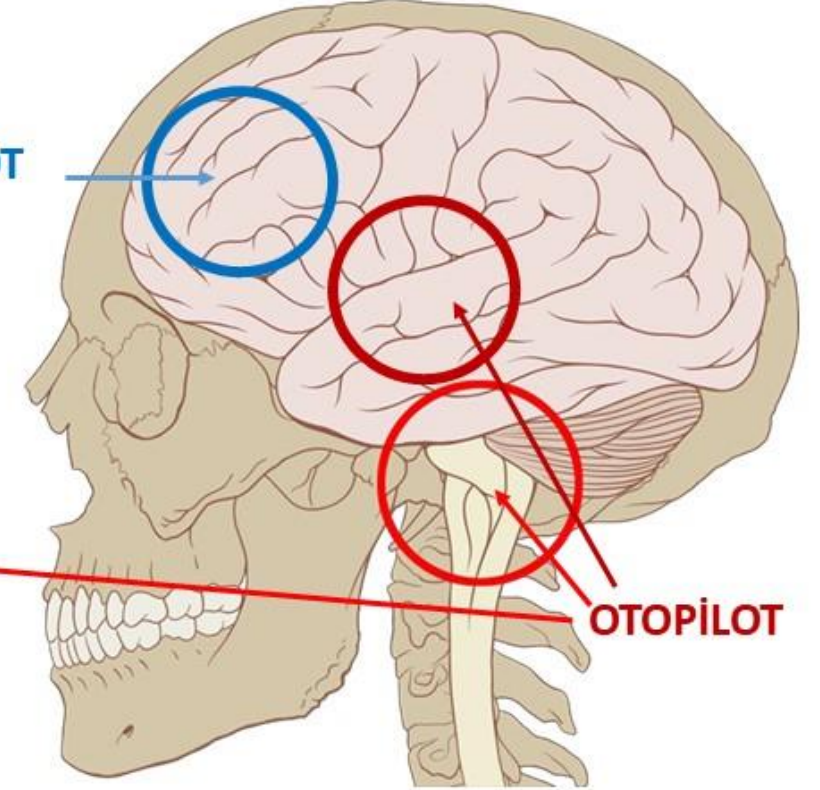
Yavaş
Kontrollü
Mantık Odaklı
Yüksek efor

Source: Daniel Kahneman

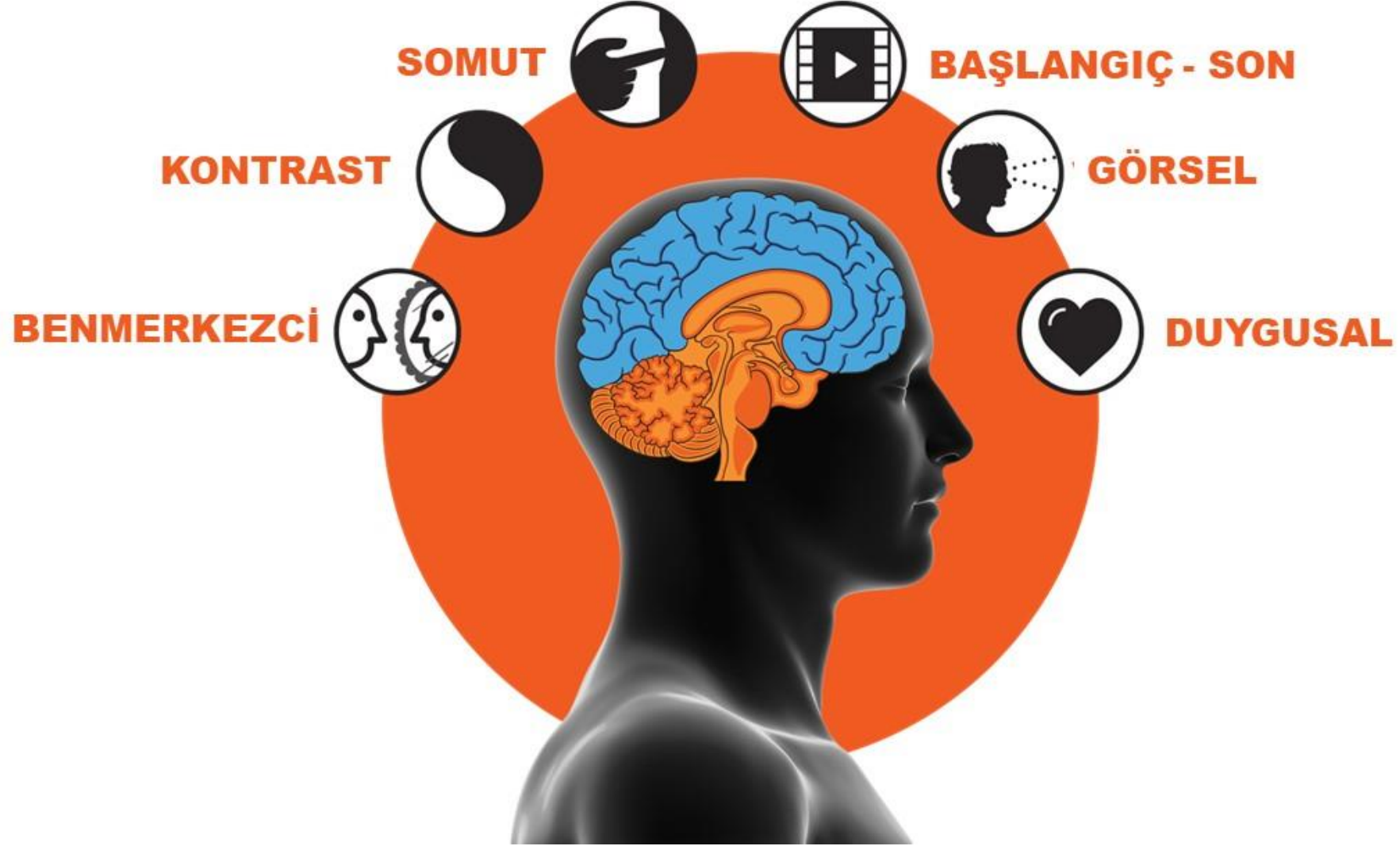
KARAR SÜRECİ



PİLOT



ESKİ BEYNİN 6 UYARANI



Görsel uyarılar karar sürecini direkt etkilerler.

