

Tüketicinin Kalbine Giden Yol Beyninden Geçer!

SEDA GENÇ

Nöropazarlama Stratejisti & Kurucu, NEUROMAR

NEURONS INC Türkiye & Ortadoğu Temsilcisi

HA·DPY education
academy



NEURONS^{INC}

HAKKINDA



Dr. Thomas Z. Ramsey

Founder & CEO
NEURONS



Seda Genç

Partner in Turkey
NEURONS



Mike Storm

COO & Partner
NEURONS



> Eğitim Akışı

Pazarlama Psikolojisi Ve Nöropazarlama Giriş

- Nöropazarlama ve Kullanım Alanları
- Geleneksel Yöntemler vs. Nöropazarlama
- Subliminal Reklamcılık Efsanesi

Nöropazarlama Araştırma Yöntemleri ve Uygulamaları

- Araştırma Yöntemleri
- Örnekler & Case Studyler

NöroStratejik ve Davranışsal Yaklaşımlar

- Tüketici Karar Alma Mekanizması
- Marka İletişiminde Bilişsel Süreçler
- İlkel Beynin Dilinden Konuşma
- Fiyatlandırma Stratejileri
- Duyusal Pazarlama

1. Nöropazarlamaya Giriş ve Subliminal Reklamcılık



Teknoloji Postmodernizm Kuşak Farkı





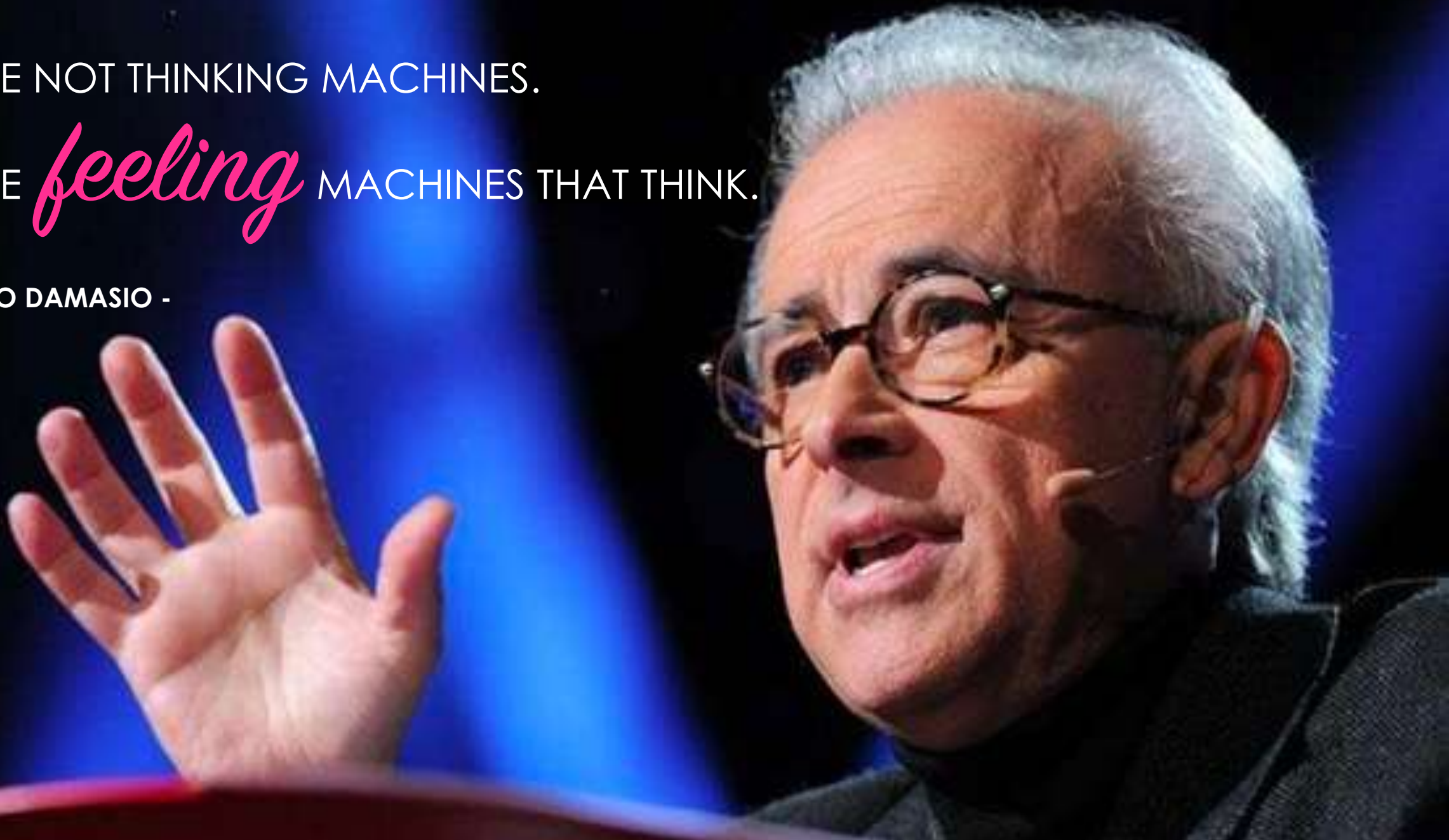


Kotler'in 4P'si?

WE ARE NOT THINKING MACHINES.

WE ARE *feeling* MACHINES THAT THINK.

- ANTONIO DAMASIO -



Hangi alanlarda nöropazarlamadan faydalanıyoruz?

Kurumsal Kimlik
Tasarımı



Ambalaj ve
Ürün Tasarımı



Reklam, Film
Çalışmaları



Mağaza içi Tüketici
Deneyimini Ölçümleme



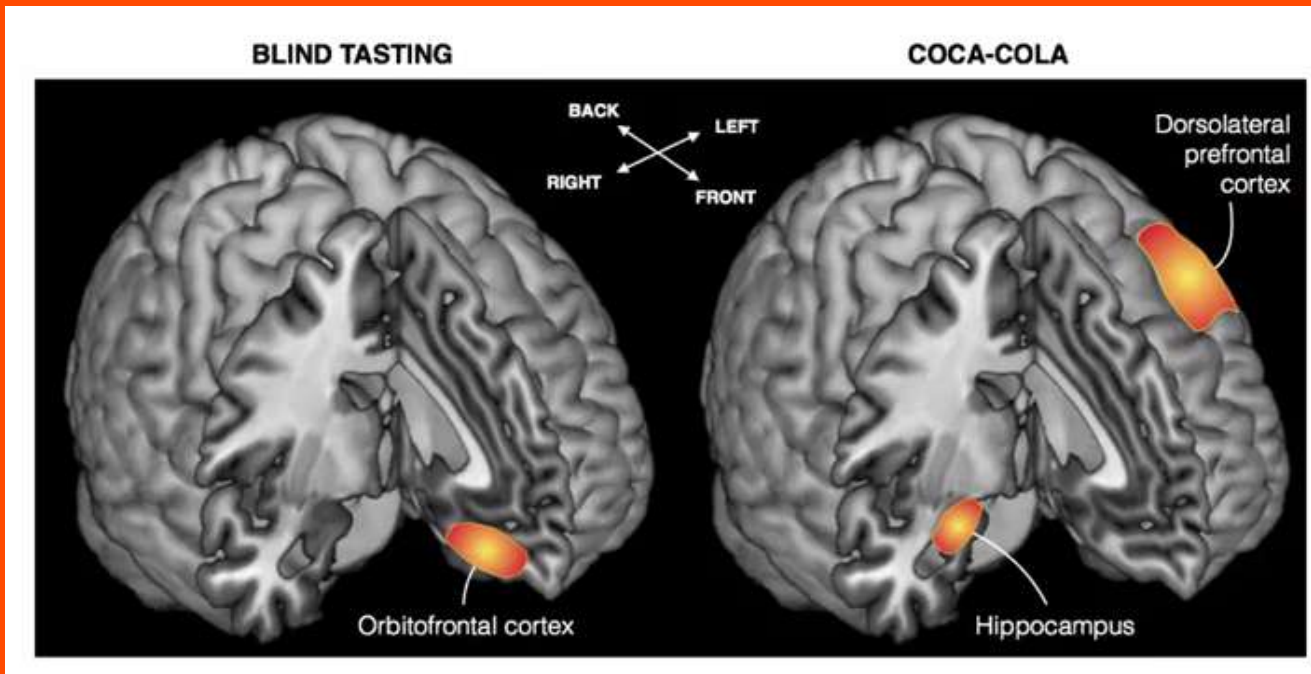
UI / UX
Araştırmaları



Sosyal Medya
İletişimi



Coca-Cola vs. Pepsi Blind Test





*Consumers don't **THINK** how they feel.
They don't **SAY** what they think and
they don't **DO** what they say.*

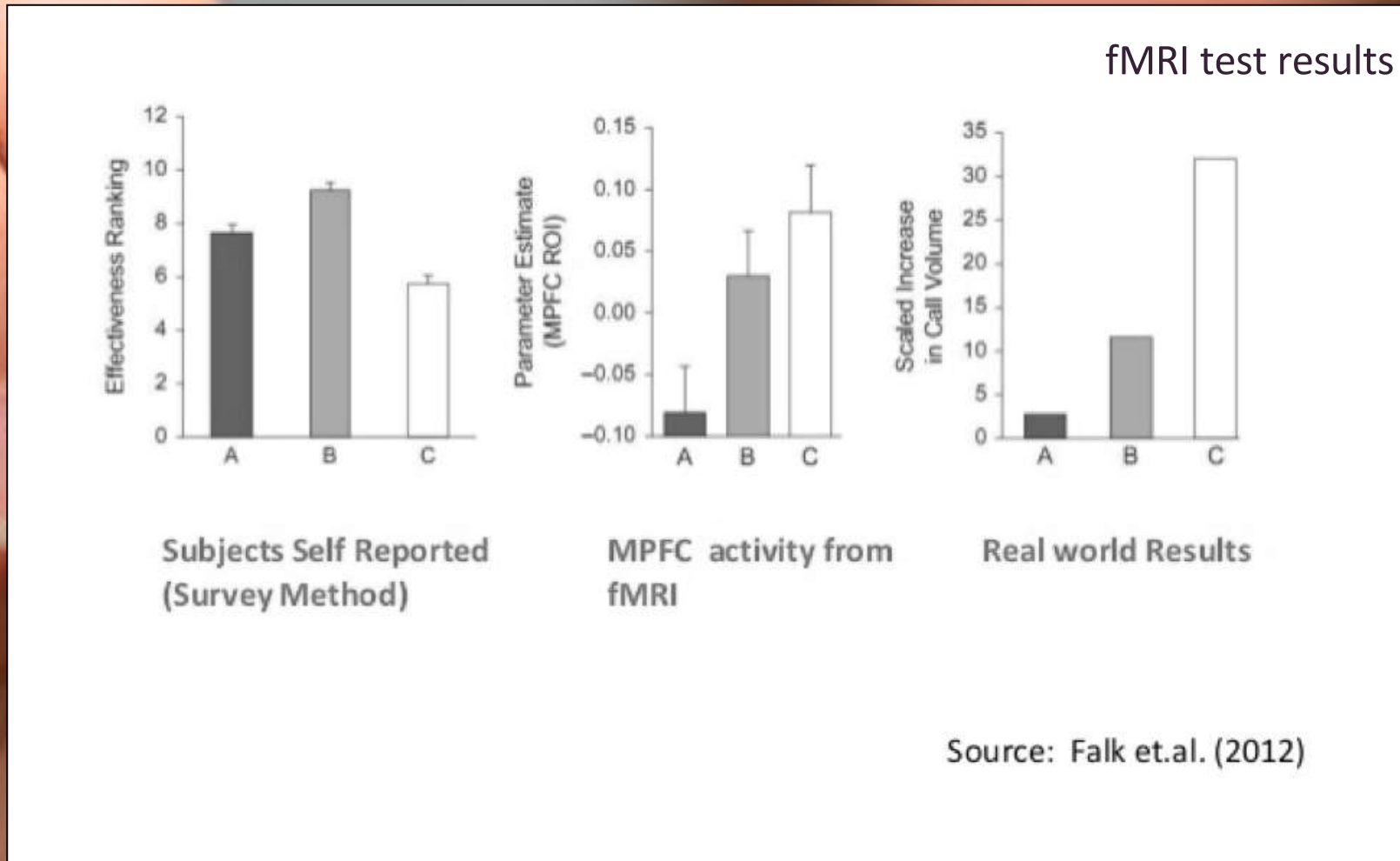


Traditional Methods

vs.

Neuromarketing

Söylediklerimiz yanılabilir, beynimiz asla yanılmaz.



Resource: From Neural Responses to Population Behavior: Neural Focus Group Predicts Population-Level Media Effects Psychological Science May 2012 23: 439-445

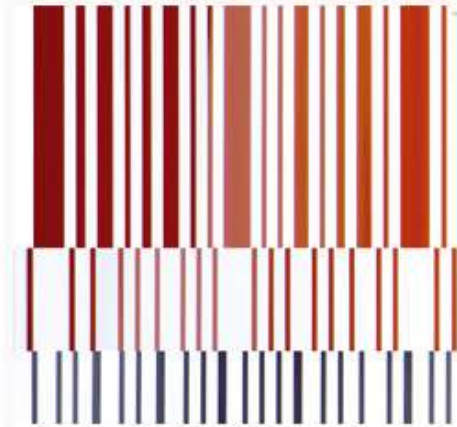
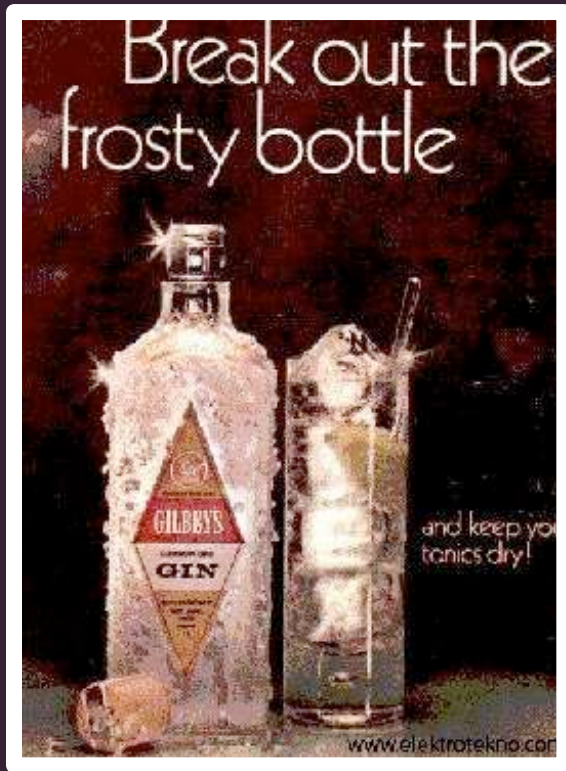
Nöropazarlamada Etik

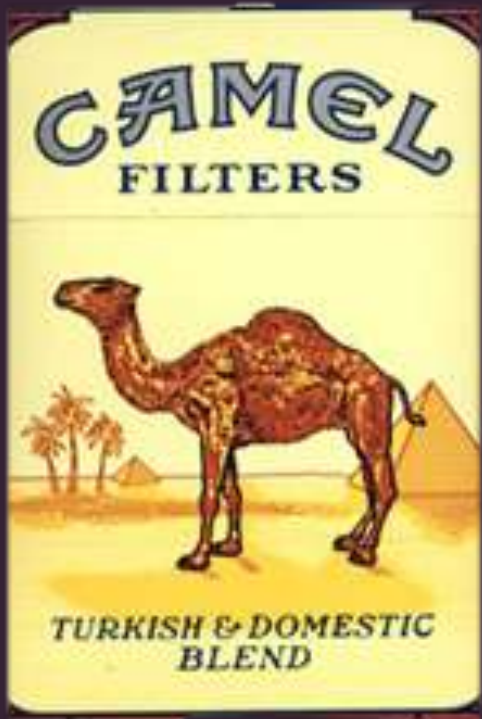




Subliminal Reklamcılık ≠ Nöropazarlama

Gizlenmiş her mesaj subliminal değildir.





2. Nöropazarlama Araştırma Yöntemleri ve Uygulamaları

Nöropazarlama Araştırma Yöntemleri



LAB SOLUTIONS

Beyindeki Metabolik Aktiviteyi Kaydeden

- PET
- MR
- FMRI

Beyindeki Elektriksel Aktiviteyi Kaydeden

- EEG
- MEG
- SST
- TMS

Beyni Aktivitesini Kaydetmeyen Fizyolojik Ölçümler

- Eye-tracking
- Skin Conductance
- Facial Coding
- Facial EMG



EEG
Electroencephalography



fMRI
Functional Magnetic Resonance Imaging



Eye-Tracking



FACS
Facial Action Coding System



GSR
Galvanic Skin Response

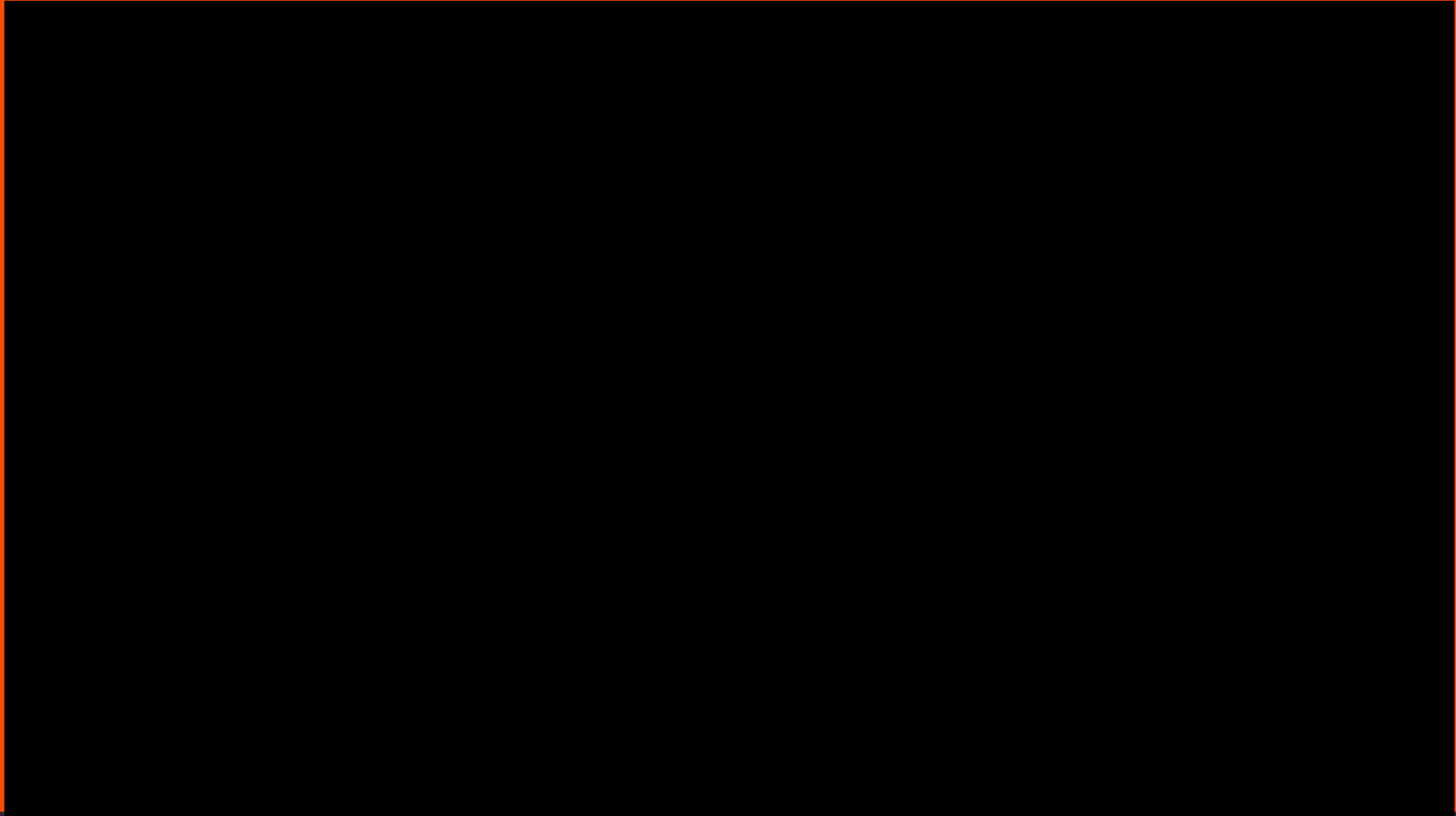
B-Alert X Series
MOBILE EEG

integration with

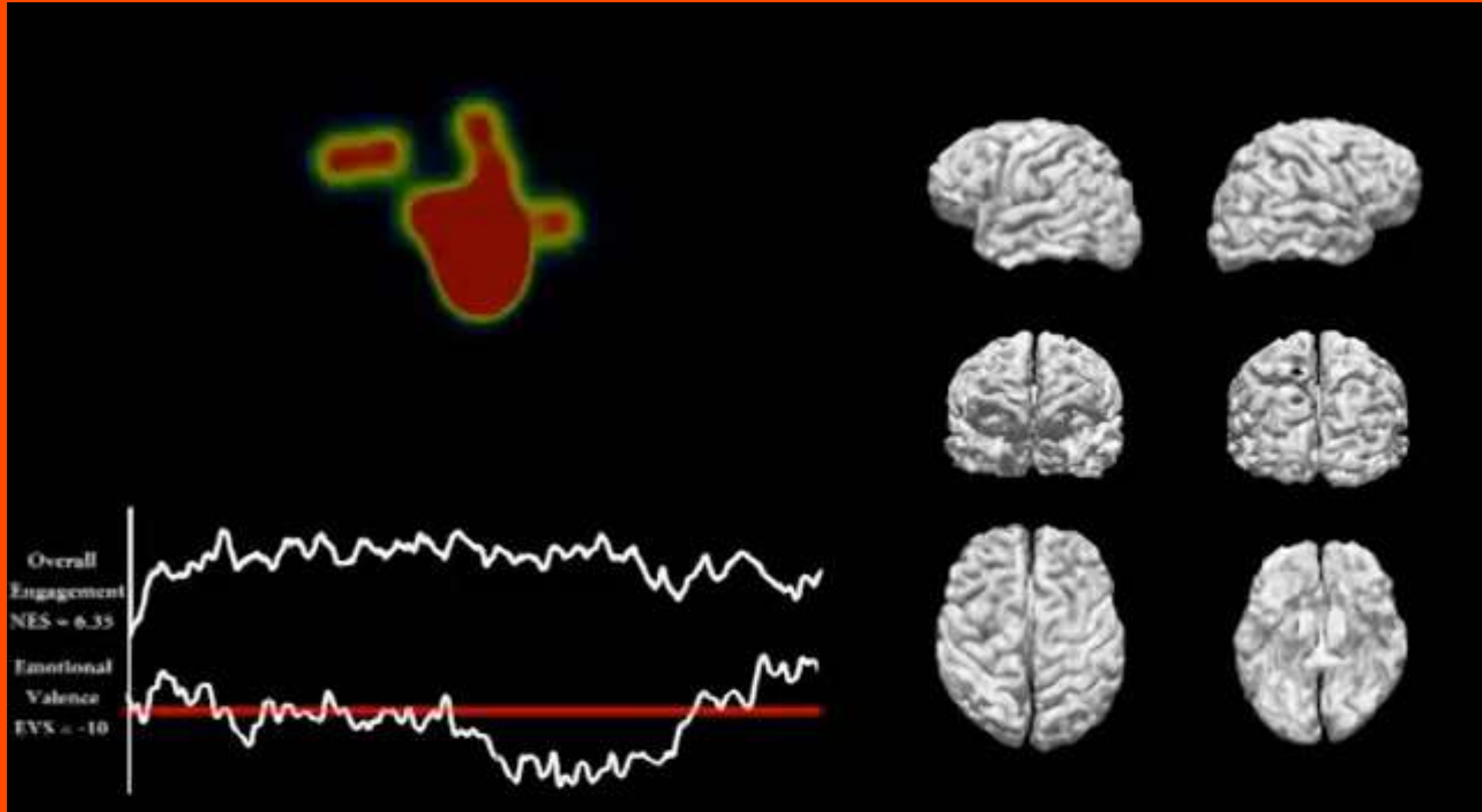
 **IMOTIONS**

BIOMETRIC RESEARCH PLATFORM

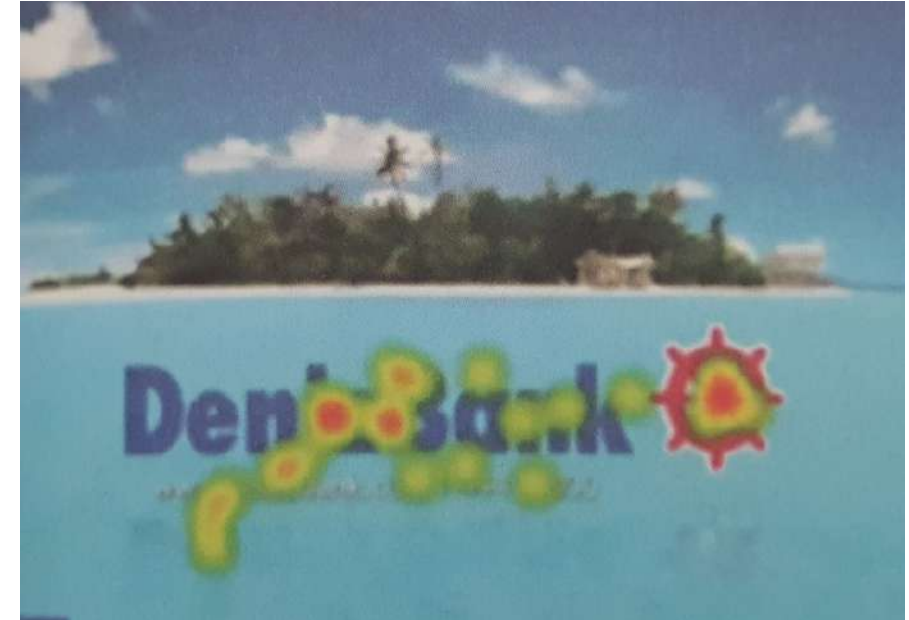
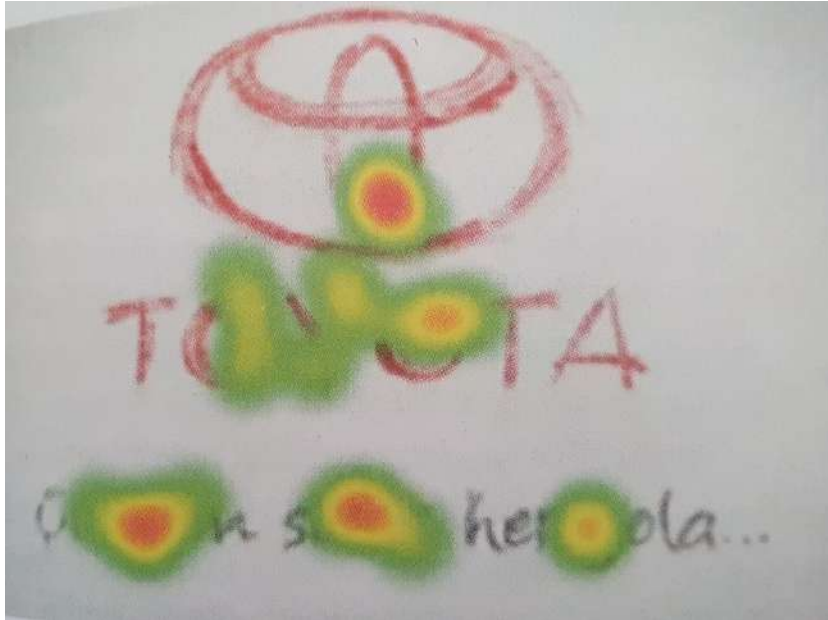
VW Super Bowl Ad



VW Super Bowl Ad



Logo & Amblem Araştırmaları



ONLINE SOLUTIONS

Duygusal Tepki Testleri

Implicit Association Test (IAT)
Fast Response Test (FRT)

Dikkat Testleri

Neurovision

Deneyim ve Hafıza Testleri

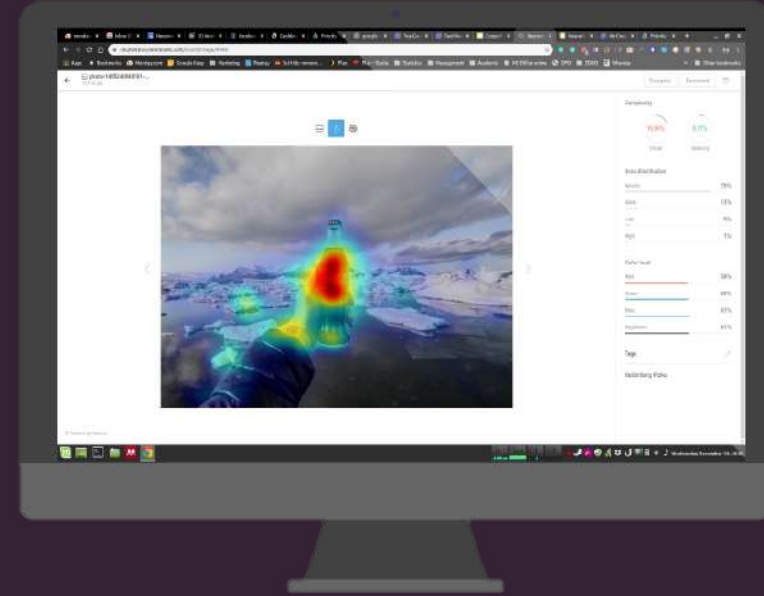
Experience Survey Battery
Neuroschology Memory Battery

Neurovision

Dikkat müşterilerin içerikle etkileşime geçirmenin ilk aşamasıdır.
Dikkat çekmeyen şey aksiyon yaratmaz!

<https://neurovision.io/>

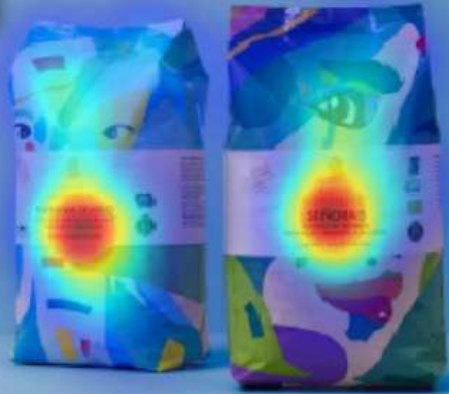
CROSS
PLATFORM



Eye-Tracking



NeuroVision



Eye-Tracking



NeuroVision



Eye-Tracking



NeuroVision

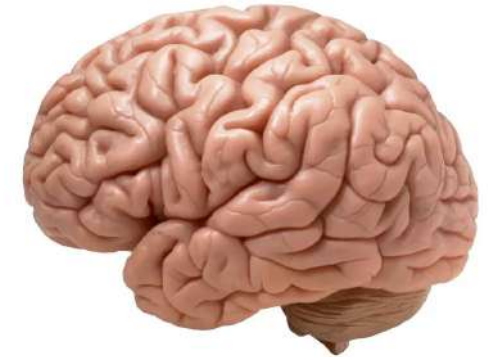


Seda Hanım, Websitem çok trafik alıyor ama ürün satın alan yok!

Traffic



Conversion



MICHELIN PILOT SPORT 4 S

#PS4S #MICHELINPILOTEXPERIENCE



ŞİMDİ AL 2 KATA
KADAR MİL KAZAN



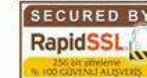
ARAÇ



EBAT

MARKA

PayU



SİZE EN YAKIN BAYİ
ONLINE SİPARİŞ VERMEK İÇİN: İSTANBUL

MTM OTOMOTİV  1.9 KM

Akşemsettin Mah. Akdeniz Cad. No:113 / A (Valan Caddesi Üzeri) Falt / İstanbul

Konumunu değiştir 

SATIN AL 

 OTOMOBİL

 4X4 / SUV

 KAMYONET/KARAVAN



 DOĞRU LASTİĞİ BULUN

 SİZE EN YAKIN BAYİYİ BULUN

 NEDEN MICHELIN





TÜRKİYE

LASTİKLER - YÜKSEK PERFORMANS - NEDEN MICHELIN - SATIN ALMA - ÖĞREN & PAYLAŞ - SEYAHAT - HAKKIMIZDA

MICHELIN PILOT SPORT 4 S

#PS4S #MICHELINPILOTEXPERIENCE



ŞİMDİ AL 2 KATA
KADAR MİL KAZAN



ARAÇ



EBAT

MARKA

PayU

SECURED BY
RapidSSL

MICHELIN YOL YARDIM

MICHELIN SANAL MARKET'İ KEŞFET

SİZE EN YAKIN BAYİ
ONLINE SİPARİŞ VERMEK İÇİN: İSTANBUL

MTM OTOMOTİV **1.9 KM**

Akşemsettin Mah. Akdeniz Cad. No:113 / A (Vatan
Caddesi Üzeri) Fatih / İstanbul

Konumunu değiştir

SATIN AL

OTOMOBİL

4X4 / SUV

KAMYONET/KARAVAN

YENİ

MICHELIN
CROSSCLIMATE+

MICHELIN
PRIMACY 3

2,577 yorum

MICHELIN
ENERGY SAVER+

2,717 yorum

YENİ

MICHELIN
PILOT SPORT 4

439 yorum

DOĞRU LASTİĞİ BULUN

SİZE EN YAKIN BAYİYİ BULUN

NEDEN MICHELIN

@

LIVE DEMO

Arařtırmalarda dikkat edilmesi gereken 5 Şey:

- Cihaz kalitesi – Uygun cihaz seęimi
- Doğru örneklem seğimi ve örneklem sayısı
- Deneysel Tasarım - Laboratuvar Koşulları
- Hipotezimiz – ölçümledięimiz Şey ne?
- Sonuçların doğru yorumlanması



Case Study - UNHCR



Methods: EEG, Eye-tracking, GSR

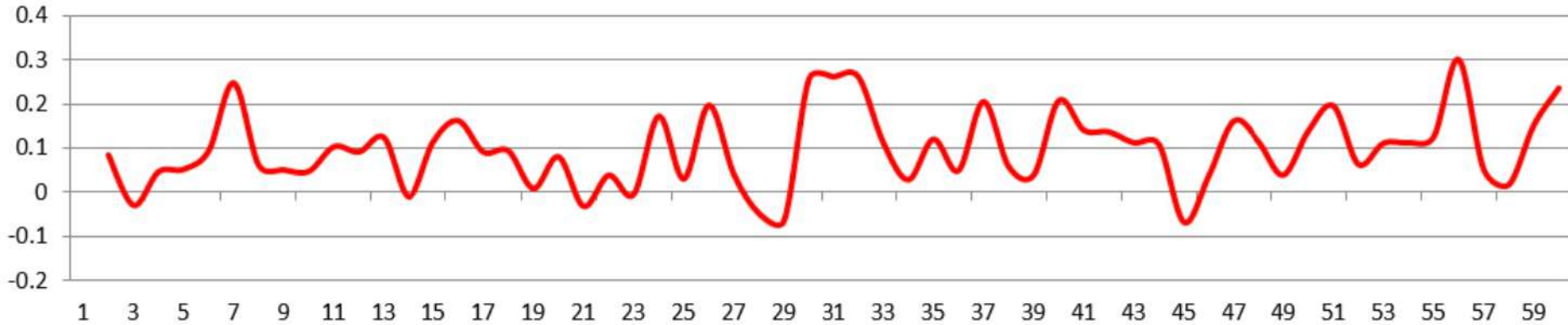
Sample #: 36 (18 Women, 18 men)

Kaynak: <https://brainsigns.com/en/company/c2/blog/from-the-heart-to-the-wallet-a-neuromarketing-case-study-with-unhcr>

Case Study - UNHCR



EMOTION



Case Study - UNHCR

Solutions:

- Increase in negative emotions.
- Higher salience for the «Call to Action»

Results:

+237% sellable calls: people that actually subscribe for the testamentary legacy

+553% in legacy calls: to get more info about the testamentary legacy

New Commercial

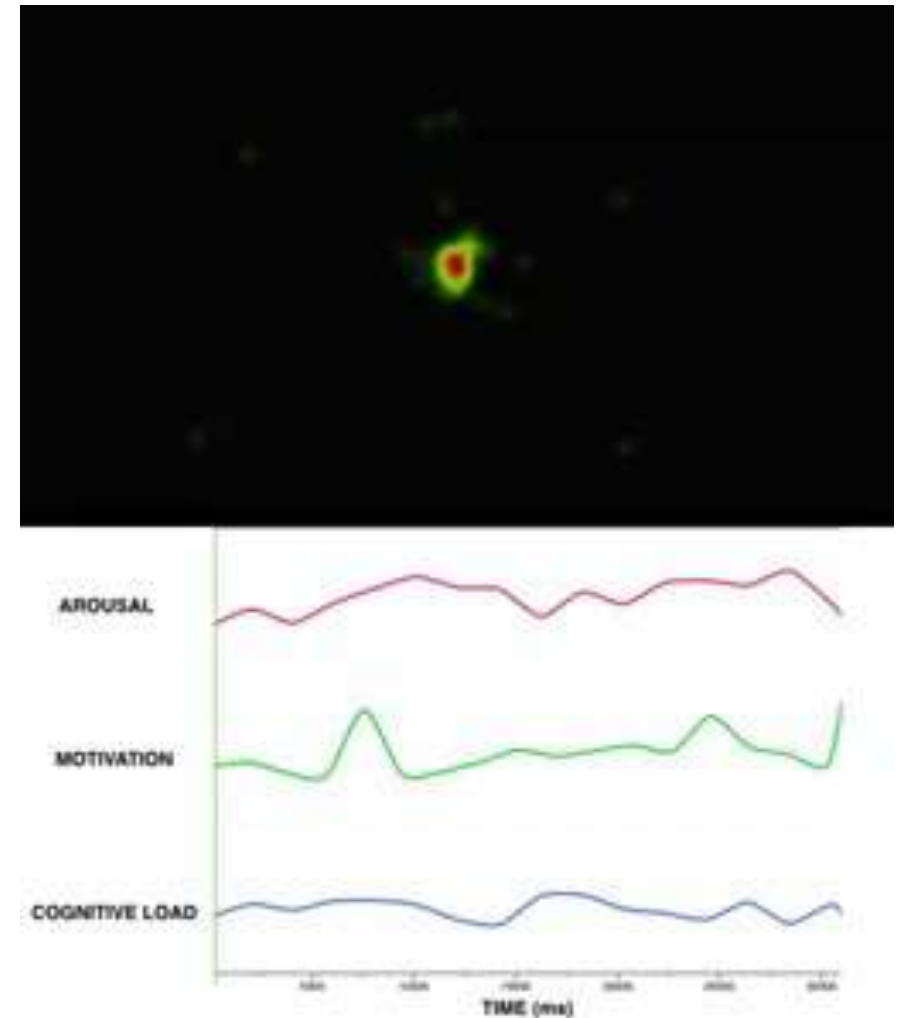


Case Study – Carl's Jr Charlotte McKinney Super Bowl Commercial



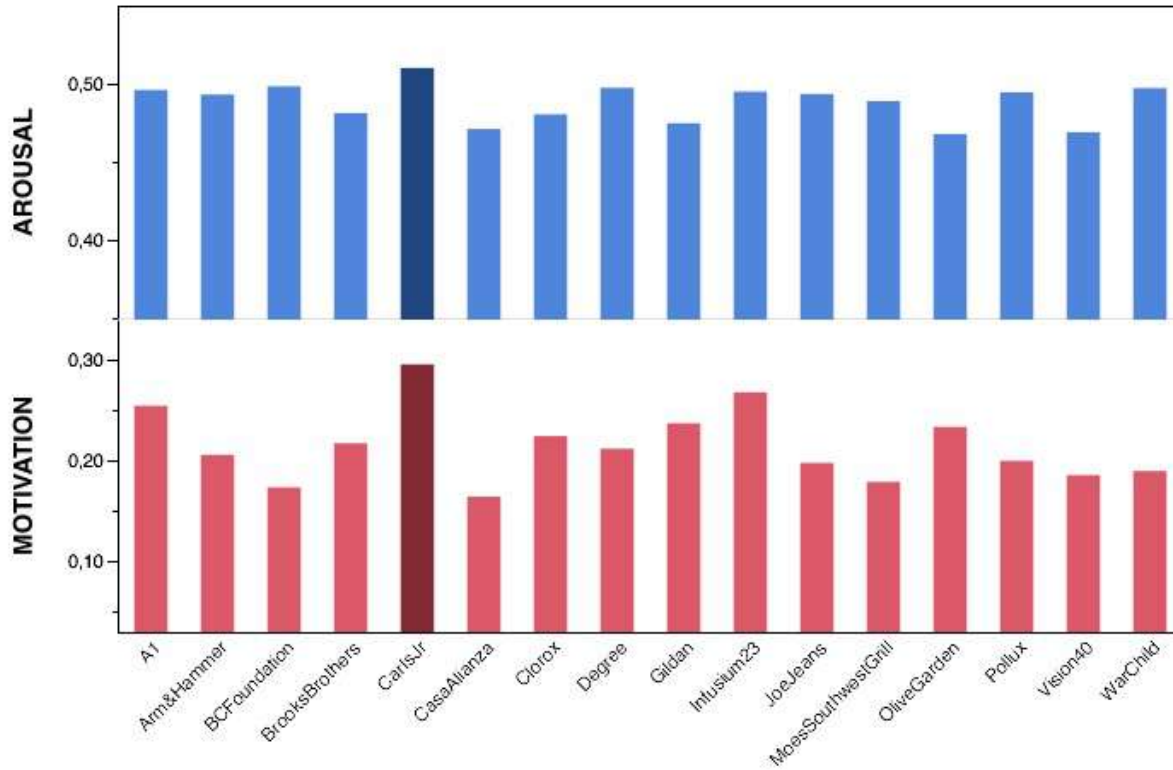
Methods: EEG, Eye-tracking, Facial Coding

Sample #: 103 **Commercial #:** 16



Case Study – Carl's Jr

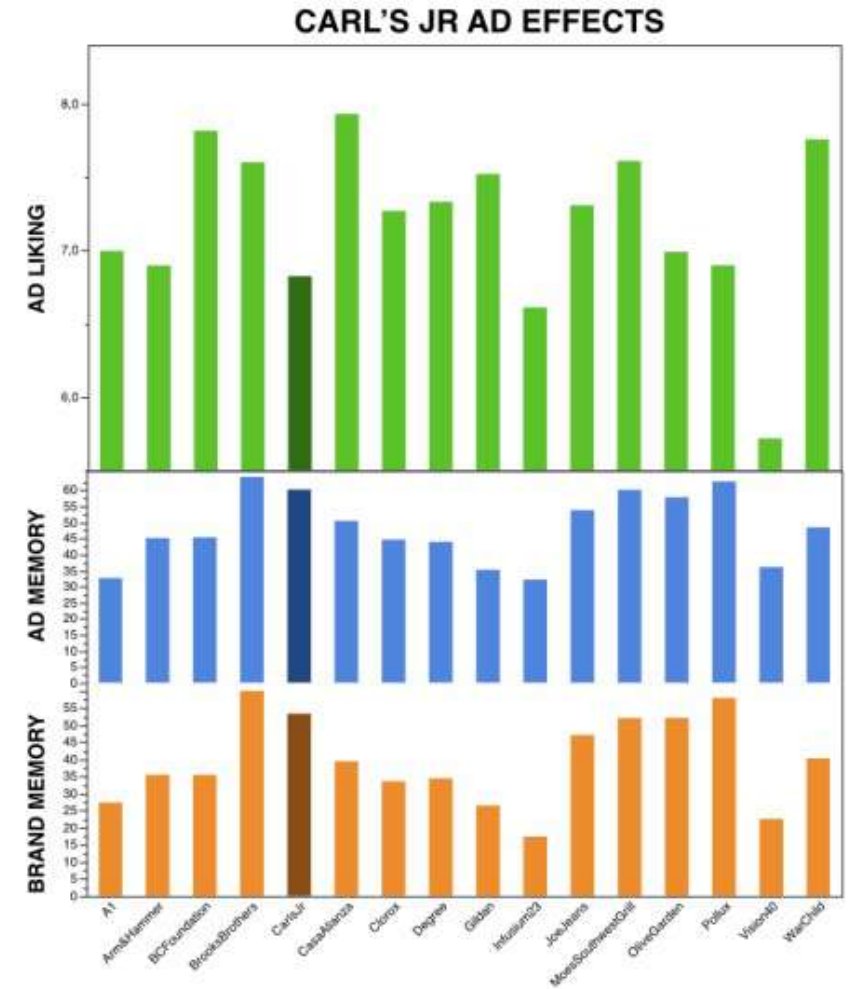
Charlotte McKinney Super Bowl Commercial



(#13)

(#3)

(#3)



New Scientist Magazine Cover

NeuroFocus EEG test results:



Emotional score: 7.5



Emotional score: 8.2



Emotional score: 6.5



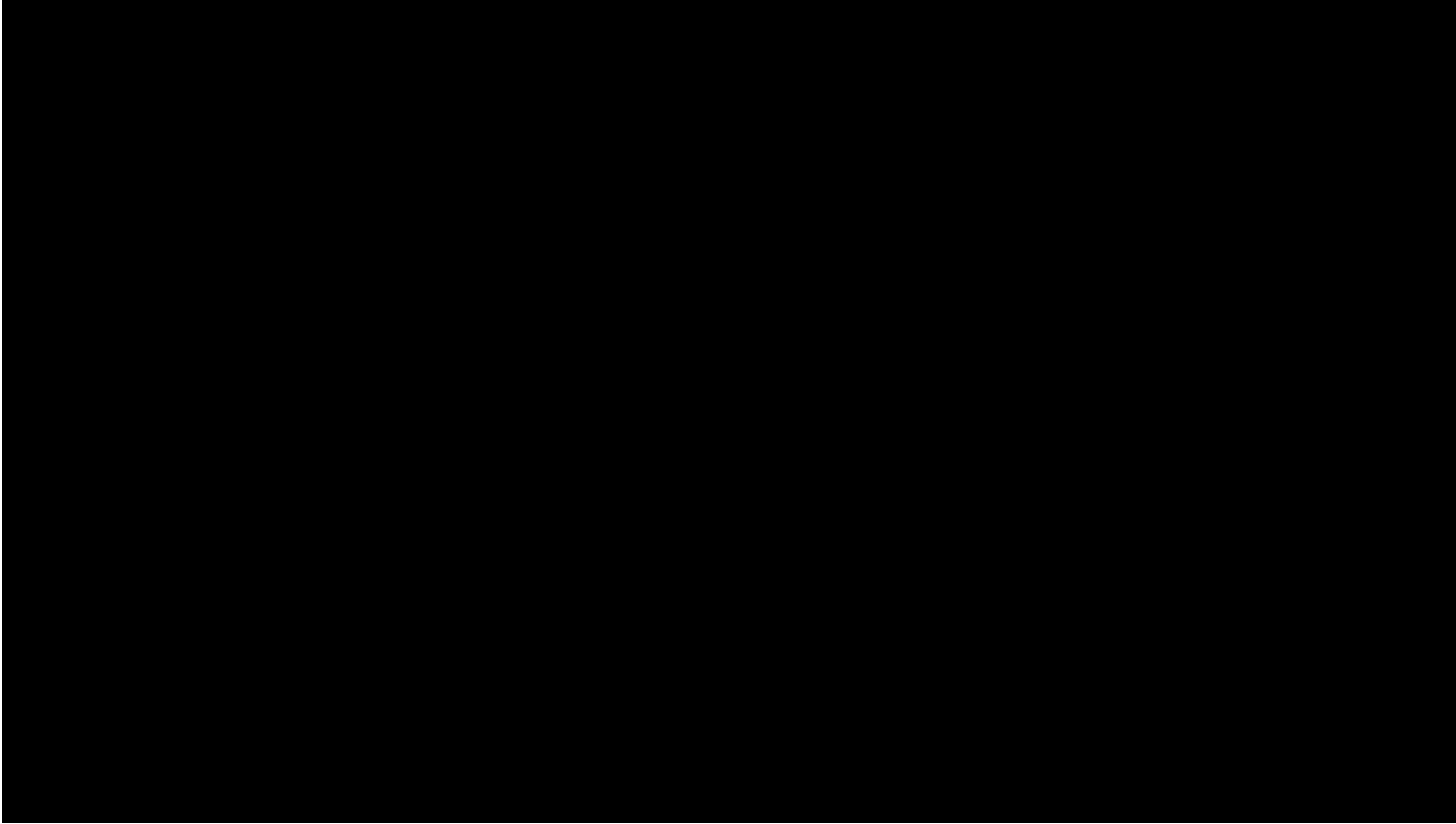
Reklamlarda Ünlü Kullanımı



Resource: <http://www.campaigntr.com/2012/09/03/18930/reklamda-unlu-kullanimi-sanildigi-kadar-etkili-mi/>

Case Study – BrainIT Project

B2B alanda nöropazarlamadan faydalanılabilir mi?



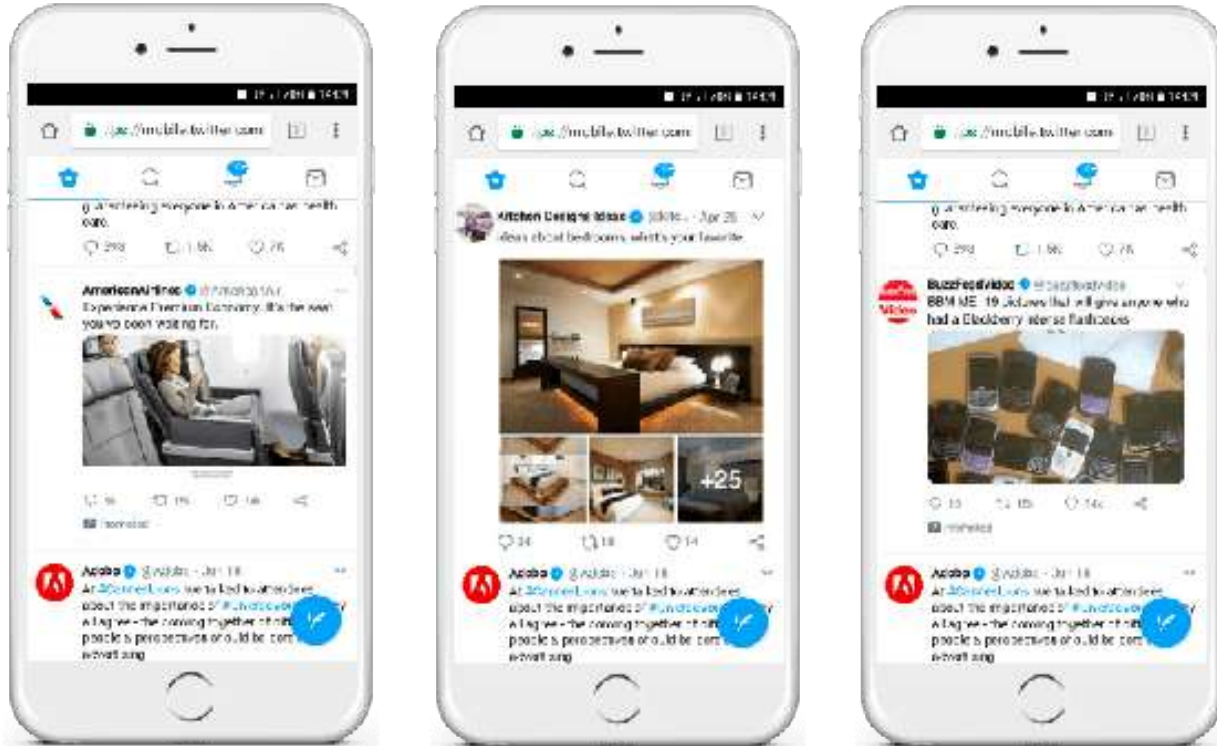
DELLTechnologies

TechData

 **NEURONS**^{INC}

One Second Strategy

Dünyanın en kapsamlı dijital reklam araştırması



1049
Participants

- Eye-tracking & EEG
- We tested ads presented on different social media platforms
- Participants were tested on content in their own social media feed, which was controlled by us



One Second Strategy

Dünyanın en kapsamlı dijital reklam araştırması

You think you have 3 seconds to create impact? Think again.

More than 67% of ads were seen and cognitively recognized at 0.4 seconds

You have only 1 second for emotional engagement.

Users respond emotionally to 50% of ads just in 1 second.

Time is Relative.

Ads in a mobile feed environment get attention faster and trigger stronger cognition, compared to desktop.

Video more quickly and better engages the emotional brain.

Video ads are twice as likely to create emotional response than static

Case Study – Lowe’s Innovation Lab

Perakendede inovasyon



3. NöroStratejik ve Davranışsal Yaklaşımlar

3.1. Karar Alma Mekanizması

Frontal Lobe

- Akıl yürütme
- Problem çözme
- Karar verme
- Plan yapma
- Dikkati yönlendirme
- Duyguları kontrol etme
- Motor beceriler

Parietal Lobe

- 5 duyardan gelen sinyalleri yorumlar
- Şekil, renk, koku ayırımı
- Uzaysal algı
- Görme algısı
- Aritmetik yetenekler

Occipital Lobe

- Görsel bilgiyi işleme
- Okuma

Temporal Lobe

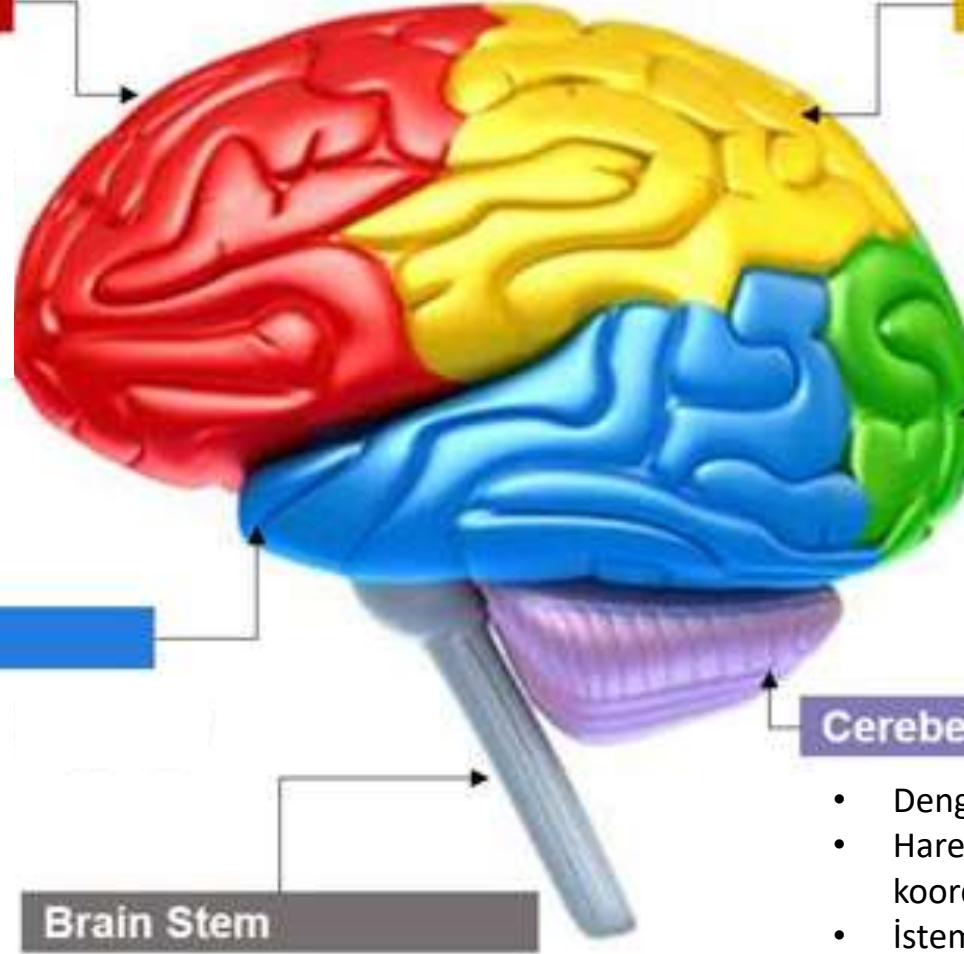
- Konuşma ve duyma
- Uzun süreli bellek
- İşitsel öğrenme
- Konuşulanı anlama, yorumlama

Cerebellum

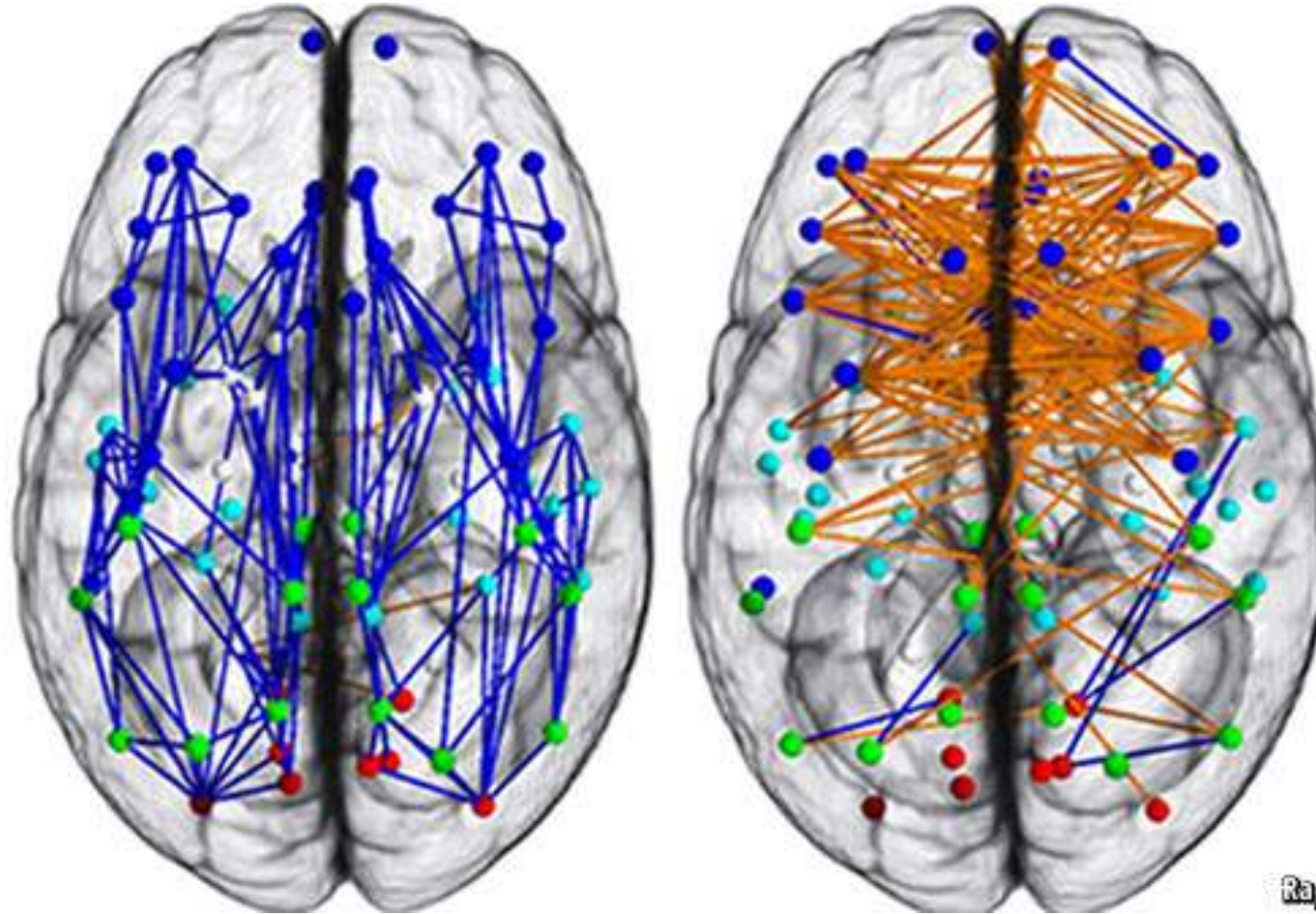
- Denge
- Hareket kontrolü ve koordinasyonu
- İstemli kas hareketleri

Brain Stem

- Merkezi sinir sistemini düzenlemek
- Kalp atışı kan basıncını dengelemek
- Yutkunma
- Nefes alma



Erkek Beyni? Kadın Beyni?

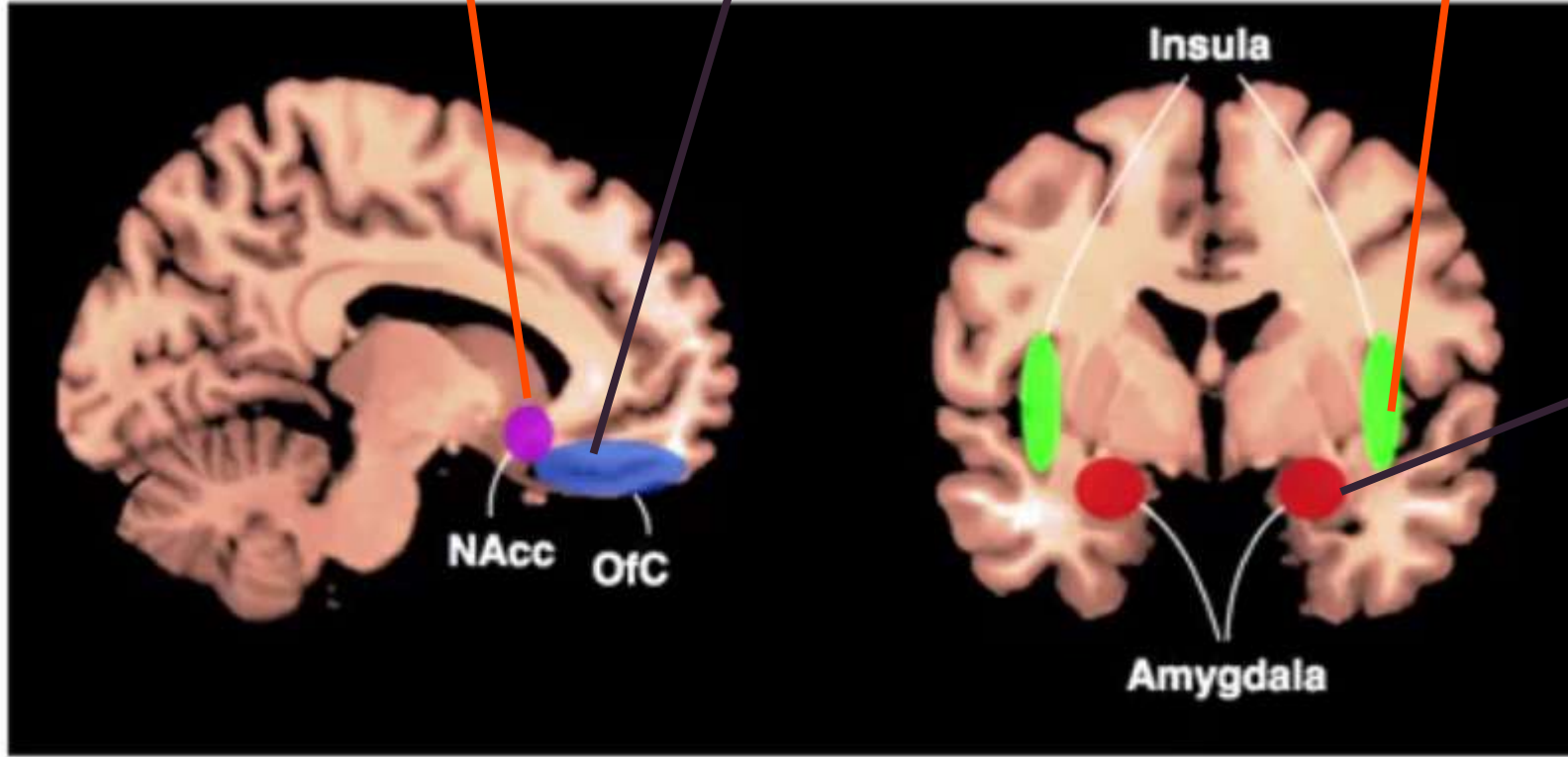


Rajni Verma

Ödüllendirme

Hedonik deneyimler,
seçimler..

Negatif duygular,
iğrenme, utanma..



Duygusal tepkiler,
duygusal hafıza,
korku

NAcc olası faydaları işler. Amigdala olası zararları işler.

Amigdala > Nacc → Kaçma

NAcc > Amigdala → Yaklaşma

Insula > Nacc
NAcc > Insula



Para harcamama
Satin alma arzusu

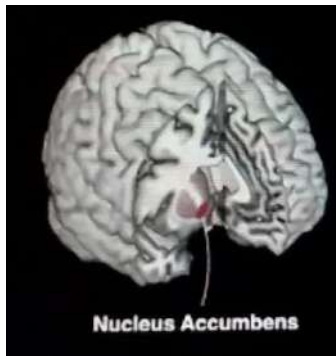


Neural predictors of purchases

BRAND/PRODUCT



Godiva Chocolate

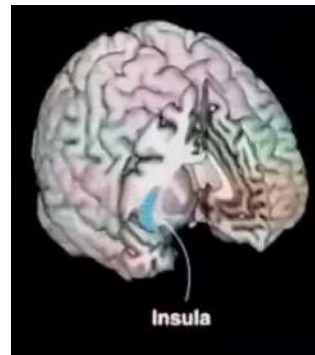


Nucleus Accumbens

PRICE



Godiva Chocolate
Price 10 \$

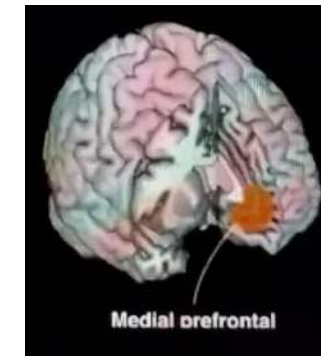


Insula

DECISION



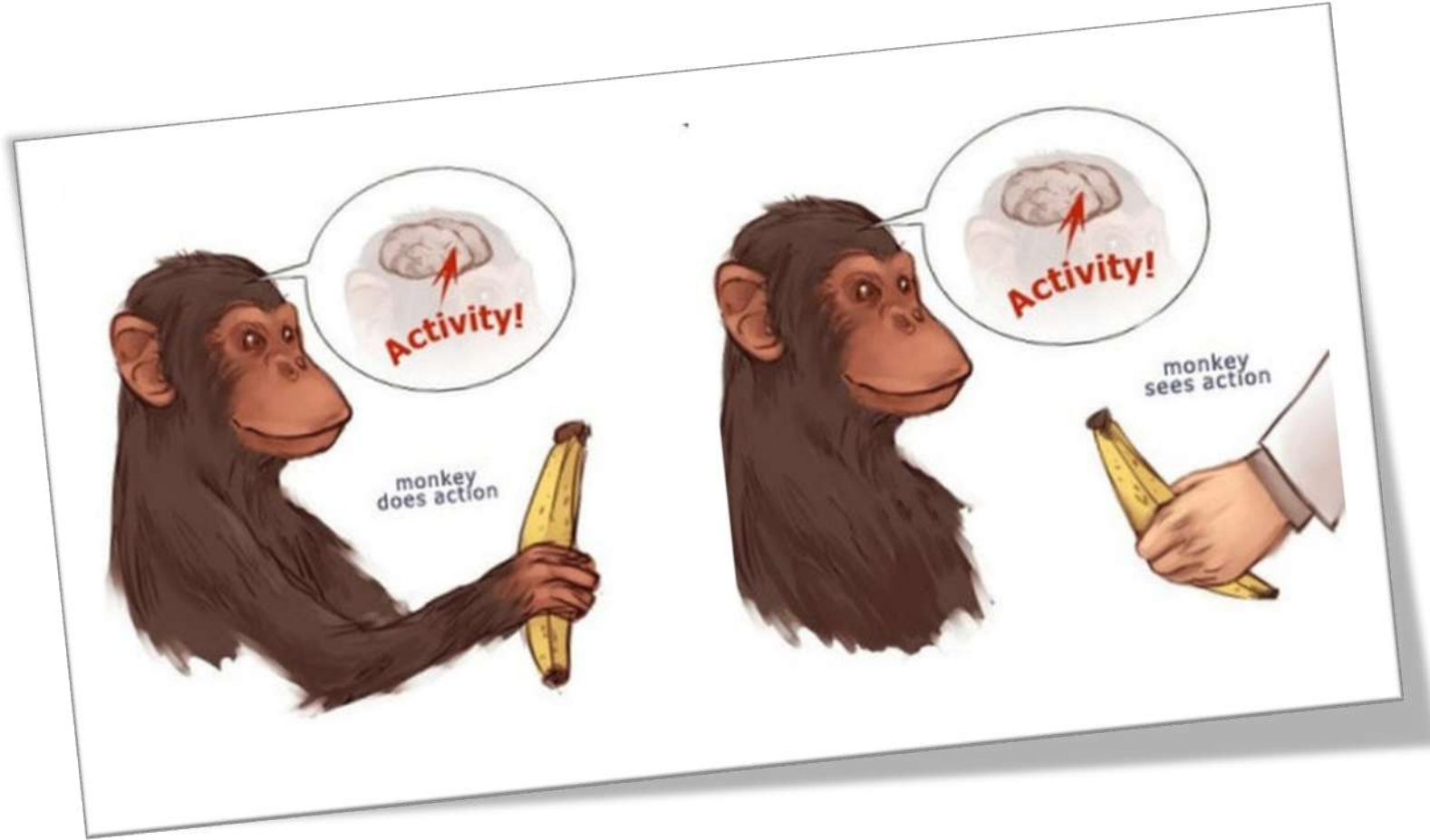
Godiva Chocolate
Price 10 \$



Medial prefrontal

Ayna Nöronlar

Onda var, bende niye yok?



gulen.yukal

30w



23 likes

Aman ben eksik kalmiyim 🙏🙏 #secretgarden #esrarengizbahce

#fabercastell #stresatmaca

View all 6 comments

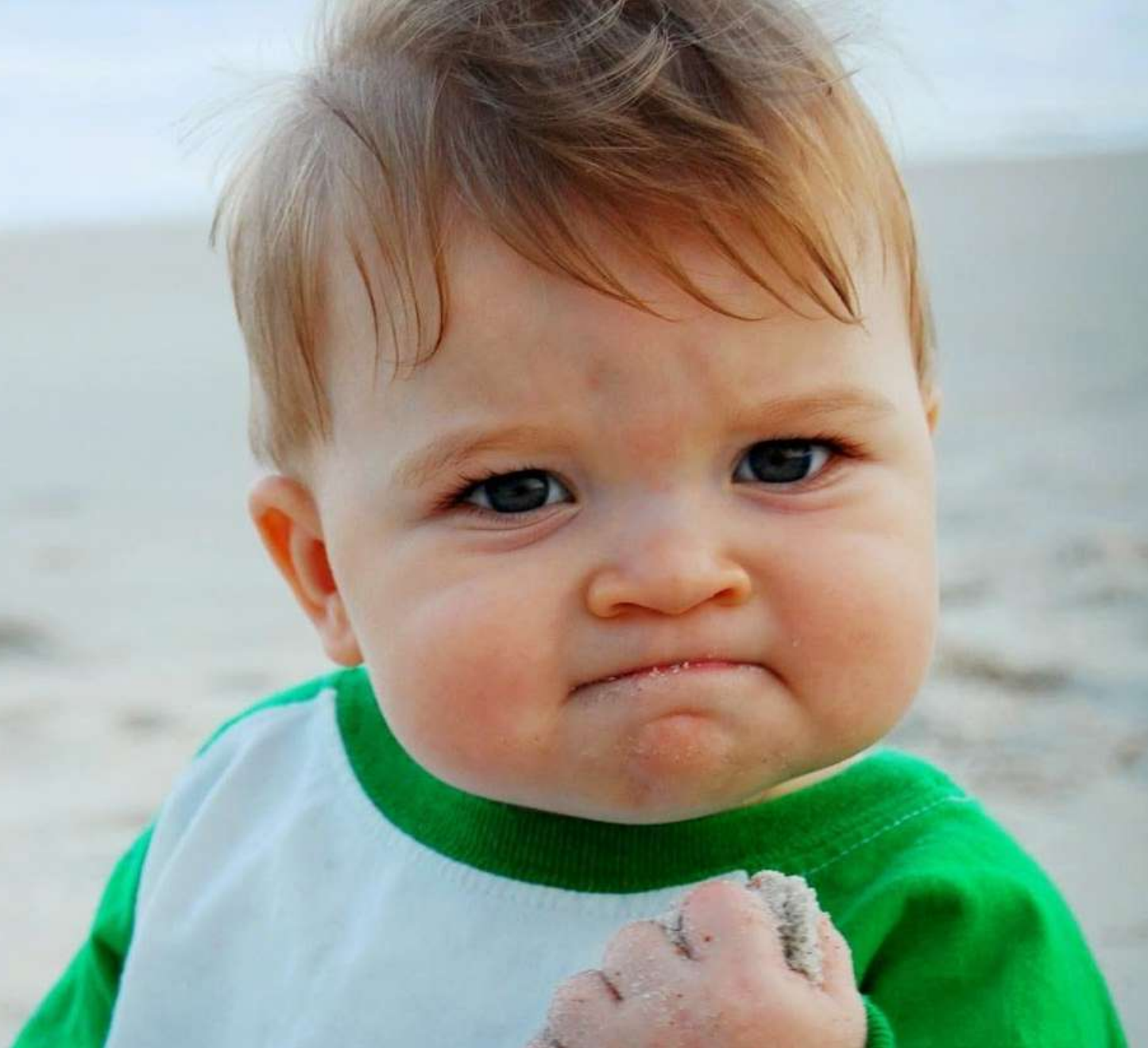
aaler7 Delimisin! Soru mu bu 🙏🙏🙏 @alnksl :)

honder 🙏🙏🙏

gulen.yukal 🙏🙏🙏 @honder

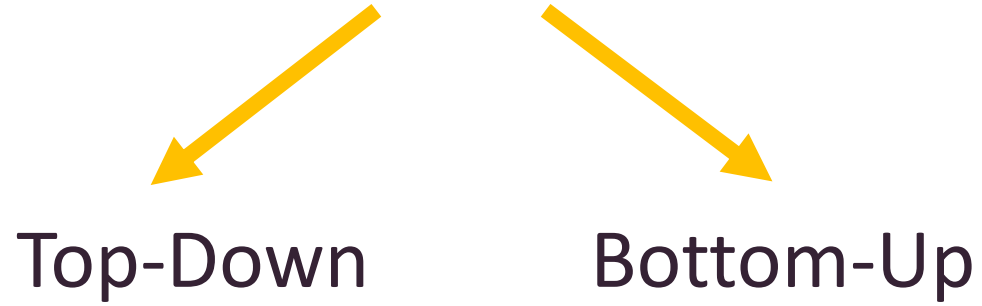
Dopamin

- Mutluluk ve bağımlılık hormonu
- Keyif verici
- Etkisi geçici
- Ayna nöronla çalışıyor.

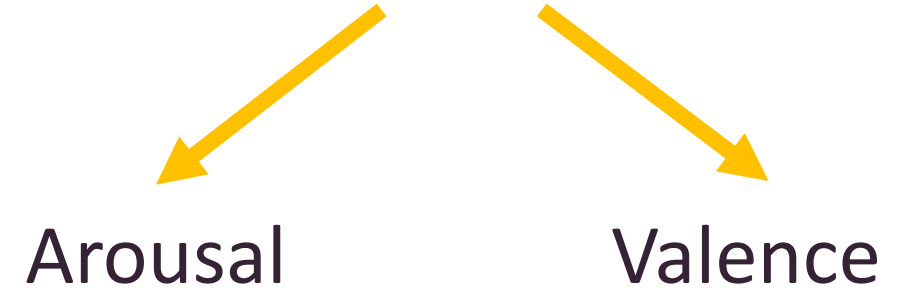


Marka İletişiminde Bilişsel Süreçler

DİKKAT



DUYGU



MOTİVASYON

Yönlendirme dikkati etkiler

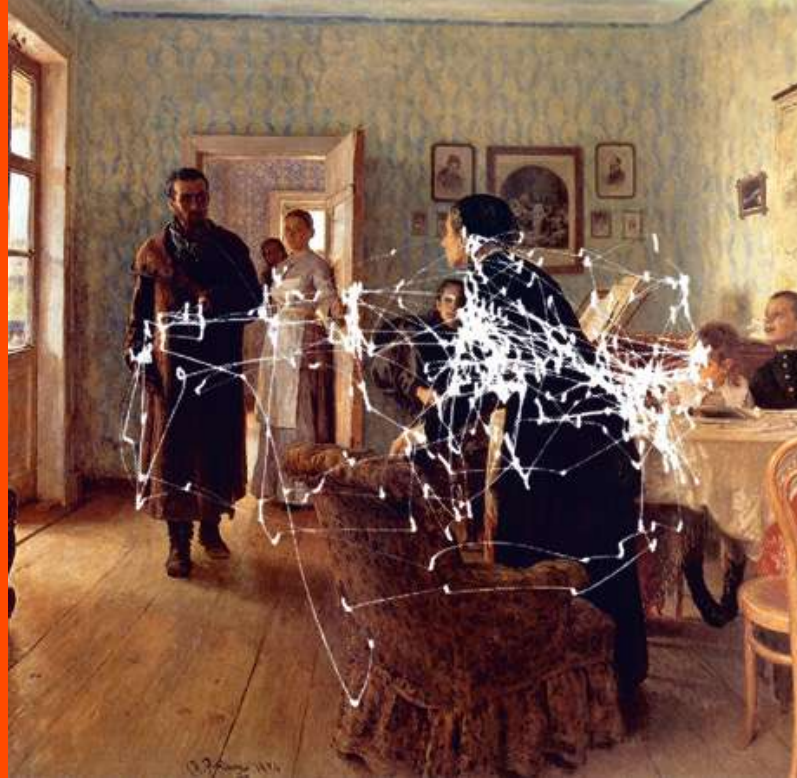


Verilen görevler ve hedefler dikkati etkiler

Rus Psikolog Alfred Yarbus'un Dikkat Deneyi



Orijinal GörSEL

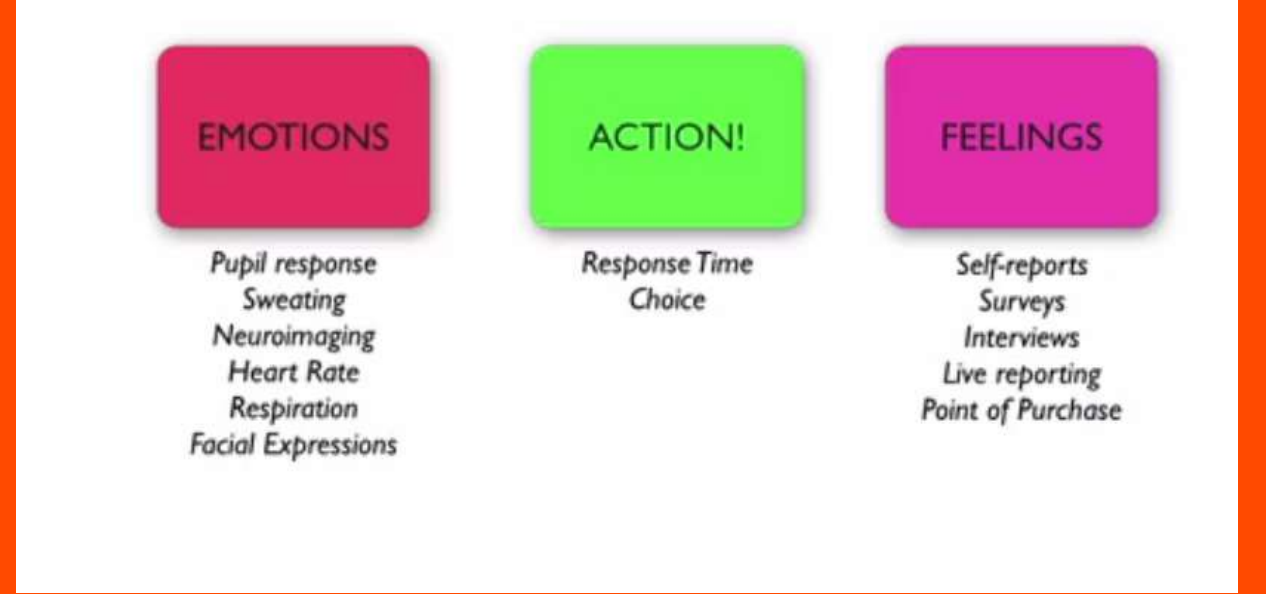
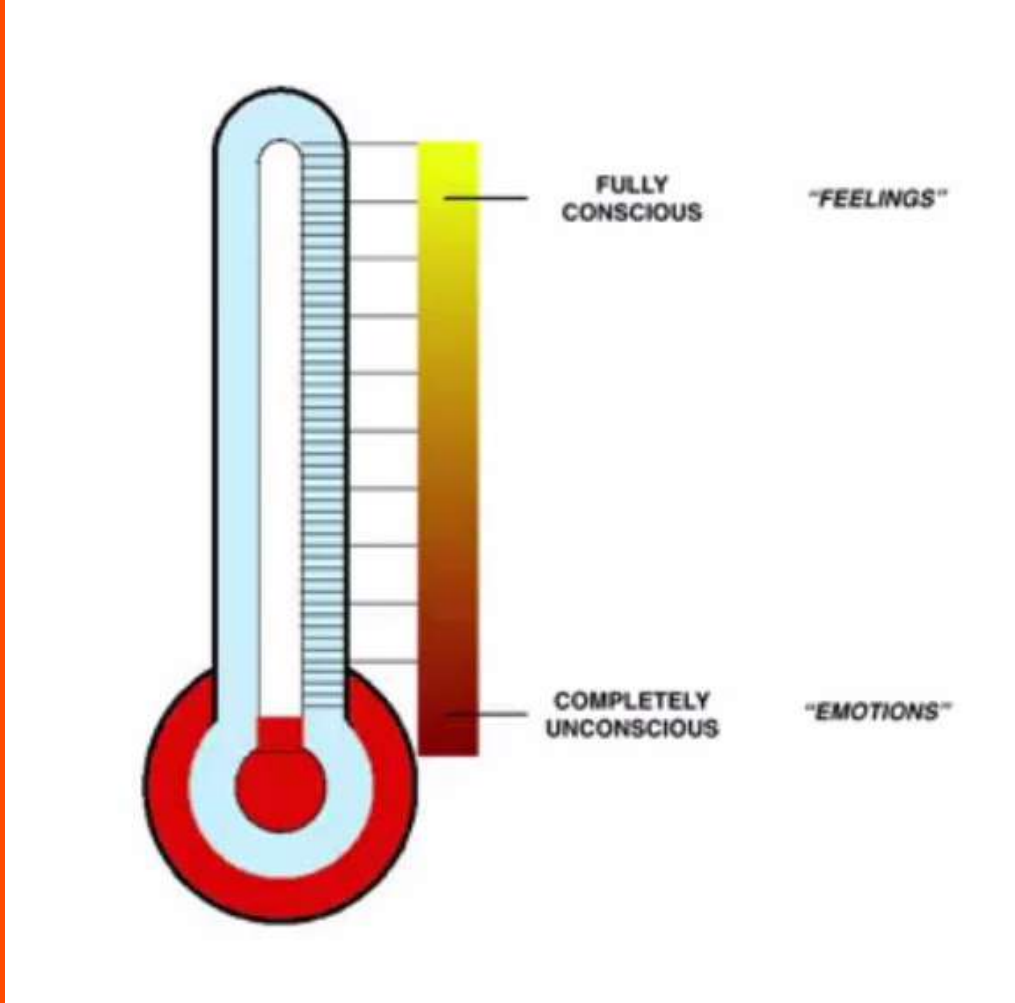


1) Ailenin maddi durumunu tahmin edin.



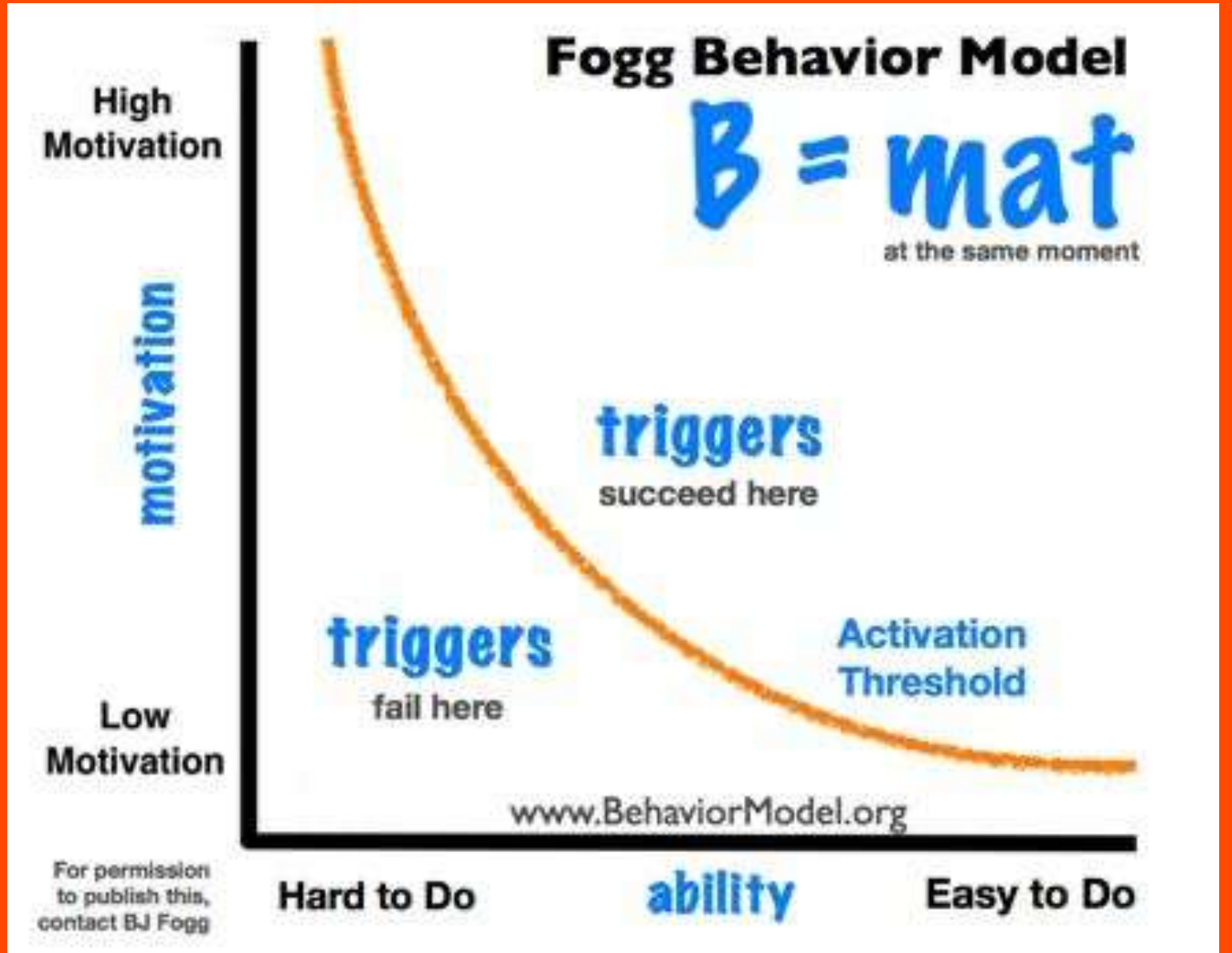
2) Resimdeki kişilerin yaşını tahmin edin.

Duygu mu? His mi?



- Davranışa öncülük eder.
- Bilişsel durumlarımızı şekillendirir.
- Otomatik, kestirme tepkiler vermemize neden olabilir.
- Akılda kalıcılık üzerinde etkilidir.

Motivasyonun 3 bileşeni



 **THE NEW BRAIN**
RATIONAL

 **THE MIDDLE BRAIN**
EMOTIONAL

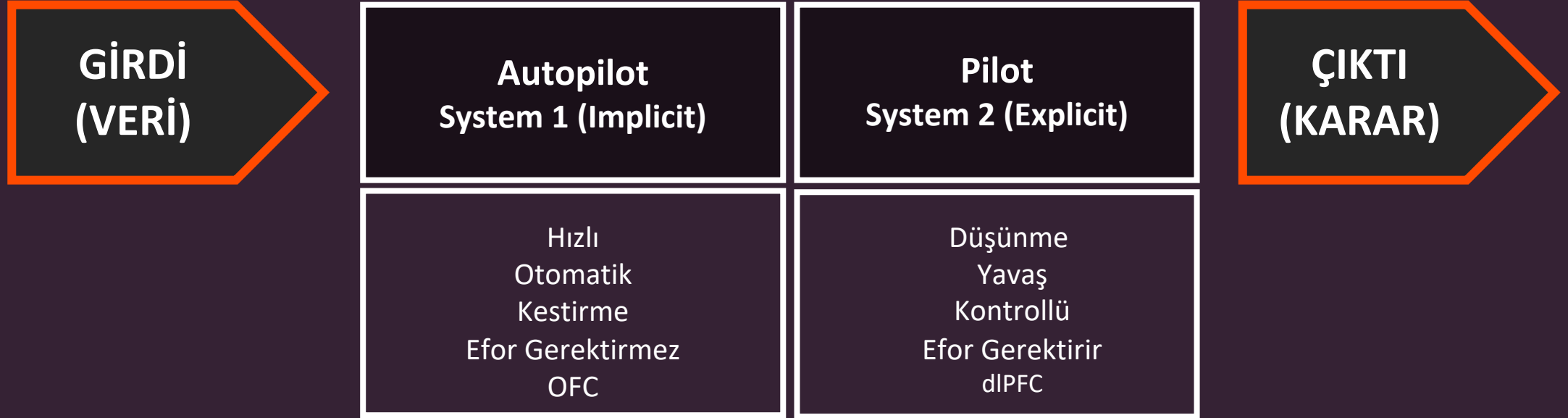
 **THE REPTILIAN BRAIN**
INSTINCTUAL



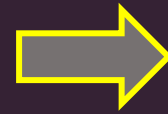
İşte tam olarak buyuz! 😊



İki sistem davranışlarımıza yön verir.

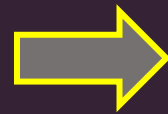


İzlenimler
Sezgiler



İNANÇLAR

Dürtüler
Eğilimler



DAVRANIŞ / NİYET



Bugün \$100 mi, 1 hafta sonra \$110 mi?

50 hafta sonra \$100 mi, 51 hafta sonra \$110 mi?

Karar almada çerçeveleme etkisi



Economist.com	SUBSCRIPTIONS
OPINION	Welcome to
WORLD	The Economist Subscription Centre
BUSINESS	Pick the type of subscription you want to buy or renew.
FINANCE & ECONOMICS	<input type="checkbox"/> Economist.com subscription - US \$59.00
SCIENCE & TECHNOLOGY	One-year subscription to Economist.com.
PEOPLE	Includes online access to all articles from <i>The Economist</i> since 1997. 16
BOOKS & ARTS	<input type="checkbox"/> Print subscription - US \$125.00
MARKETS & DATA	One-year subscription to the print edition of <i>The Economist</i> . 0
DIVERSIONS	<input type="checkbox"/> Print & web subscription - US \$125.00
	One-year subscription to the print edition of <i>The Economist</i> and online access to all articles from <i>The Economist</i> since 1997. 84

Economist.com	SUBSCRIPTIONS
OPINION	Welcome to
WORLD	The Economist Subscription Centre
BUSINESS	Pick the type of subscription you want to buy or renew.
FINANCE & ECONOMICS	<input type="checkbox"/> Economist.com subscription - US \$59.00
SCIENCE & TECHNOLOGY	One-year subscription to Economist.com.
PEOPLE	Includes online access to all articles from <i>The Economist</i> since 1997. 68
BOOKS & ARTS	<input type="checkbox"/> Print & web subscription - US \$125.00
MARKETS & DATA	One-year subscription to the print edition of <i>The Economist</i> and online access to all articles from <i>The Economist</i> since 1997. 32
DIVERSIONS	

Türkiye'nin sonucunda 600 kişinin ölmesini beklediği bir salgın hastalığa hazırlandığını düşünün.

1) Eğer A programı benimsenirse, 200 kişi kurtarılacak [%72]

2) Eğer B programı benimsenirse, 1/3 ihtimalle 600 kişi kurtarılacak ve 2/3 ihtimalle kimse kurtarılamayacak [%28]

Hangi programı tercih edersiniz?

1) Eğer C Programı benimsenirse 400 kişi ölecek [%22]

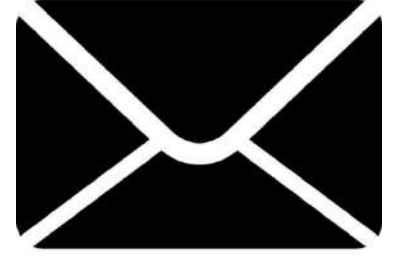
2) Eğer D Programı benimsenirse 1/3 ihtimalle kimse ölmeyecek ve 2/3 ihtimalle 600 kişi ölecek [%78]

Hangi programı tercih edersiniz?

Karar almada priming etkisi



_ORBA



Seçim Paradoksu

24 reçel
kavanozu

Müşterilerin %60'ı durup incelemiş.
%3'ü satın almış

6 reçel
kavanozu

Müşterilerin %40'ı durup incelemiş.
%30'u satın almış

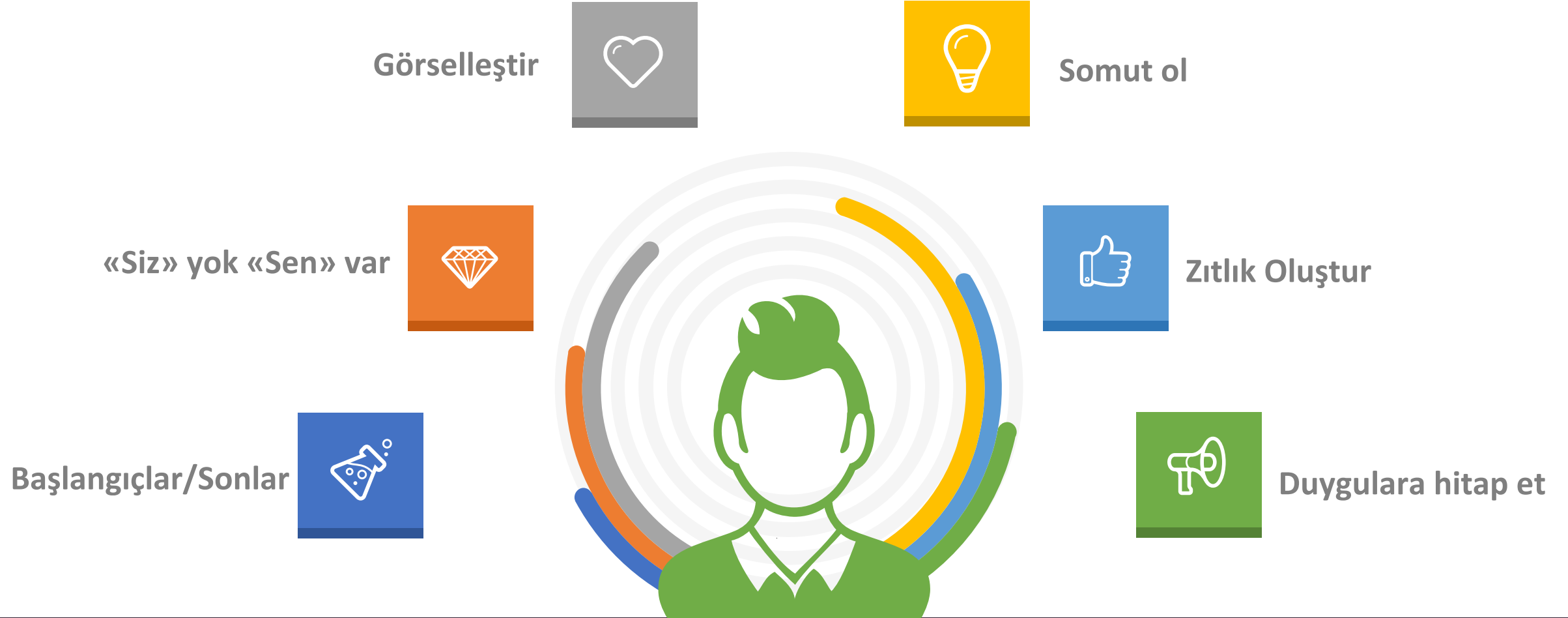


Hangisi daha güçlü leke çıkarıcı?



Hangisi daha lezzetli?

İlkel beynin dilinden nasıl konuşulur?





A Division of



Unofficial service can be dangerous.

15% discount on spare parts and free vehicle diagnosis.



Mercedes-Benz
The best or nothing.

www.toyota.co.il



Min. Emission

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----

 Max. Emission



Min. Emission

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----

 Max. Emission

BMW VERBODEN

Today
Tomorrow
Toyota

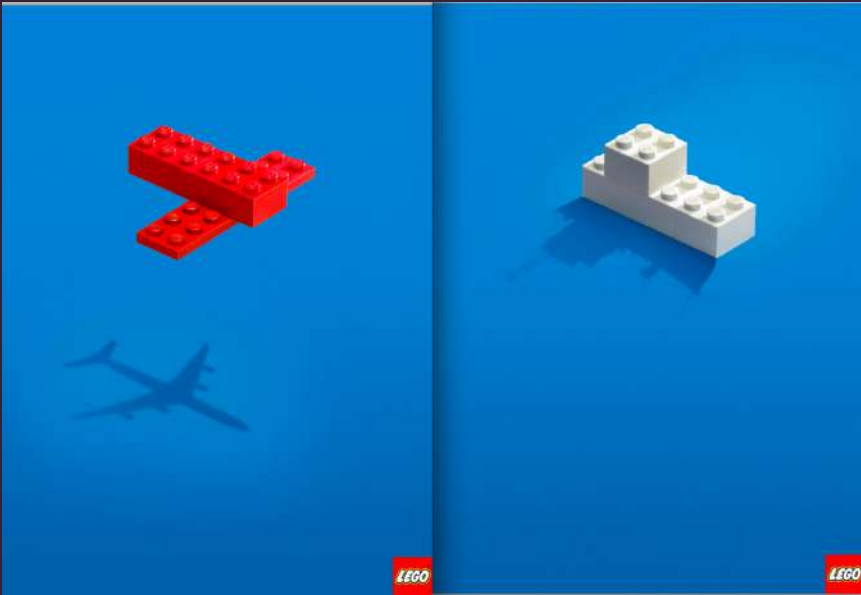
DANNON Danimals

How strong can a kid's bones get, exactly?

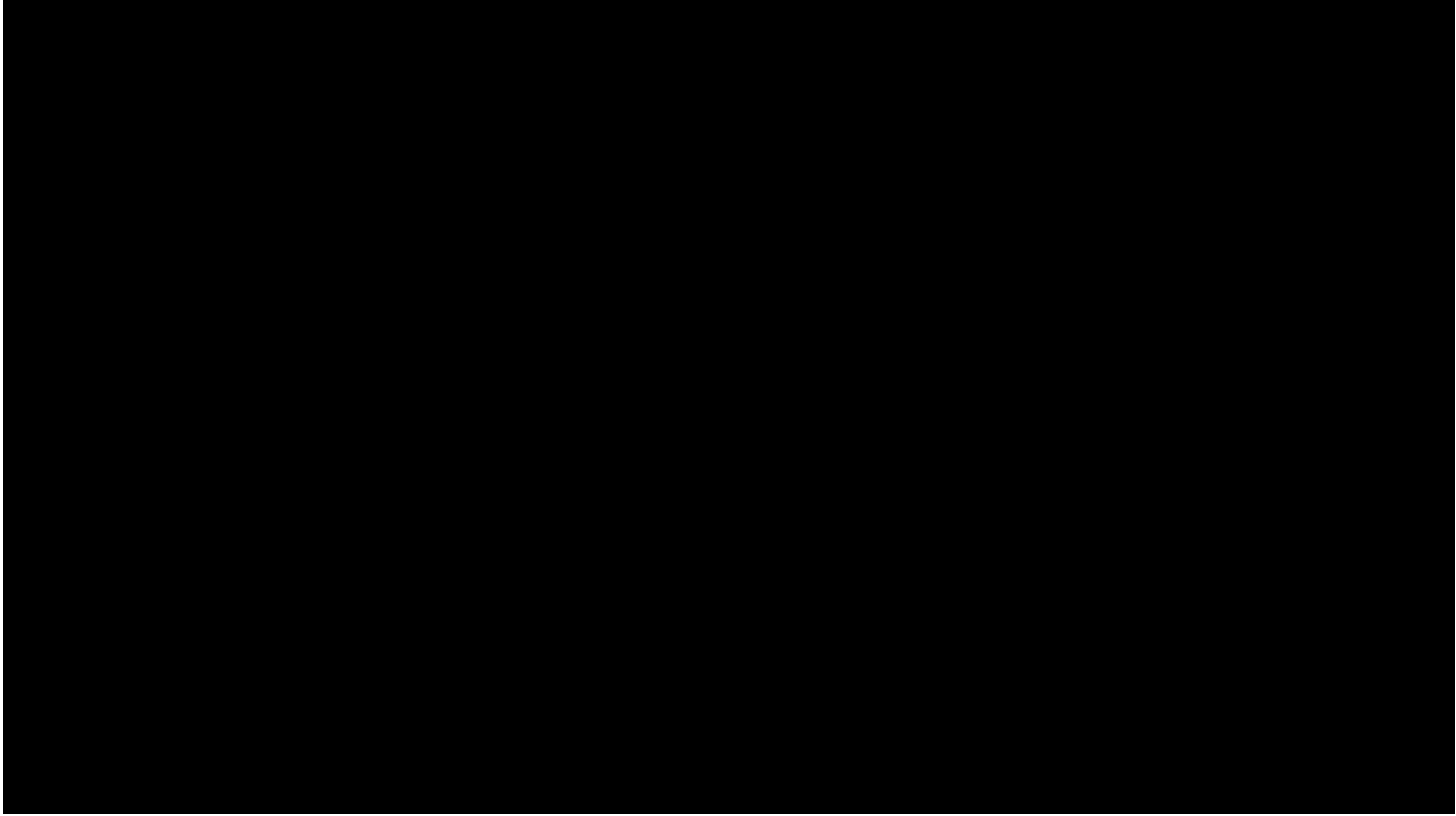
Only one kids' yogurt has vitamin D to help absorb calcium efficiently. For strong bones.

Coca-Cola Light





Bana Teyze Dediler! 😊



Tüketicinin Kalbine Giden Yol Beyninden Geçer...



3.2.Fiyatlandırma Stratejileri

Soldaki rakamı 1 azaltmak önemli olan..

3.80 TRY

FALSE

3.79 TRY

3,00 TRY

TRUE

2.99 TRY

DUYGUSAL ÜRÜNLER

FALSE 199.86 TRY

TRUE 199 TRY

MANTIKSAL ÜRÜNLER

FALSE 199 TRY


TRUE 199.86 TRY

Daha az heceli rakamlar seçin

27.82 TL  8 heceli **Daha pahalı**

28.10 TL  5 heceli **Daha uygun**

Taksitli Ödemeler Alın

499 TRY  99 TRY * 5 taksit

499 TL'yi 5 taksitte ödeyin

FALSE

5 taksitte 99 TL ödeyin

TRUE

Fiyatı Sol Alt Köşeye Yaz

Sola dayalı rakamlar daha düşük algılanır

Yukarı, yükseklik algısı yaratır.
Aşağıya konumlandırmak düşük fiyat algısı yaratır.



FALSE



TRUE

Küçük yazı karakteri kullan

29.99 TL 29.99 TL

FALSE

TRUE

Referans Göster

29.99 TL 29.99 TL

Bu ürünü
kullanan 2775
mutlu müşteri
arasına katıl!

FALSE

TRUE

Hangisi daha ucuz?

A) \$ 99.00

B) \$ 99

C) 99

Cocktail Name	Price
Condor	26
Condor	26
COCKTAILS	
Atlantico	
Vibetini	32
Suprema	32
Bellini Cocktail	32
Airmail	58
Rossini	58

3.3.Duyusal Pazarlama

Aynı Őeye bakıyoruz ama aynı Őeyi görmüyoruz.

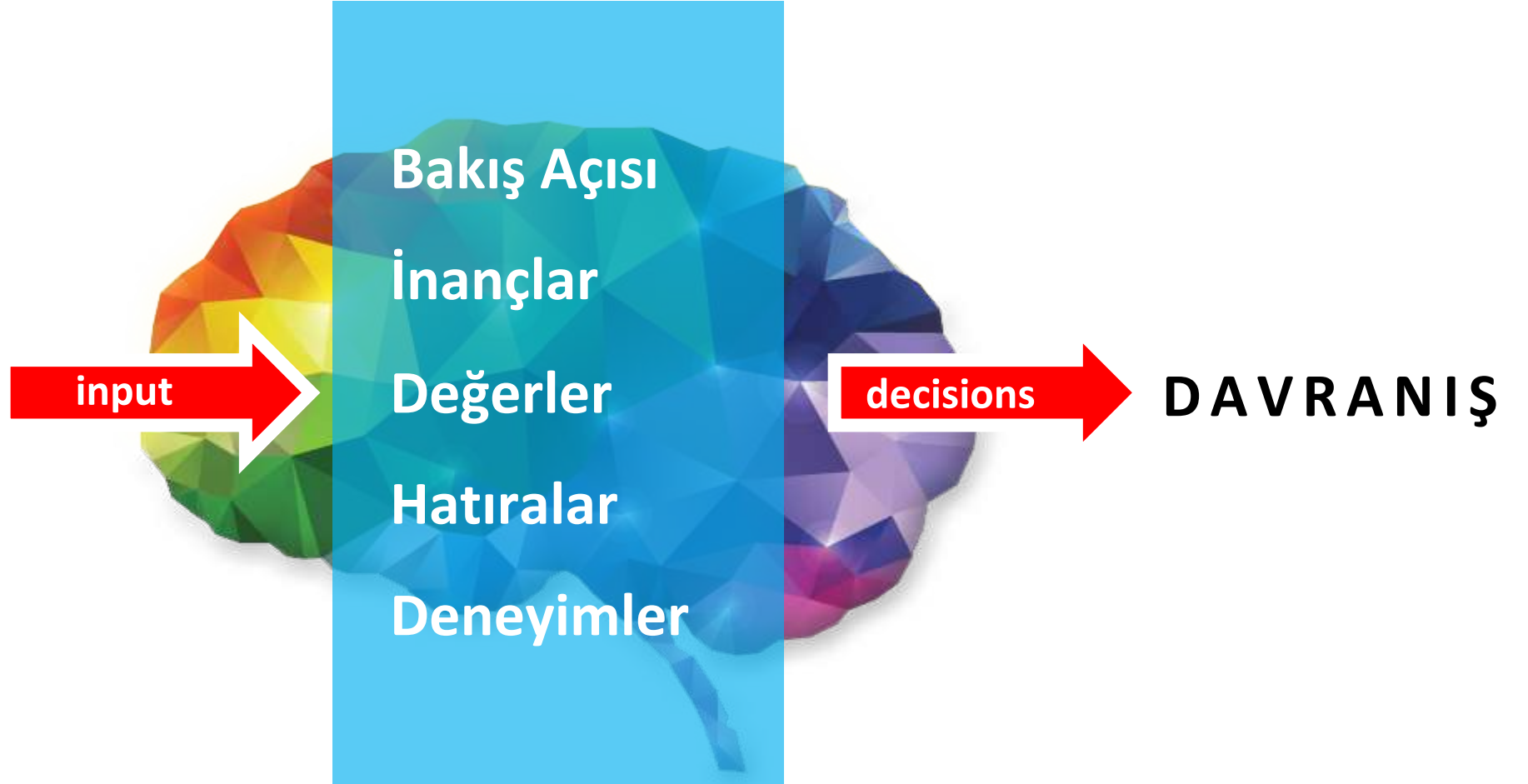
Görme

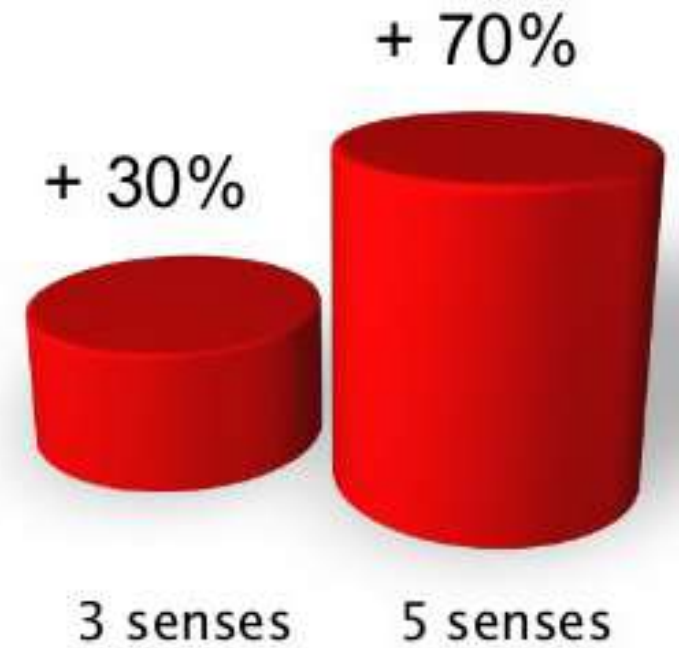
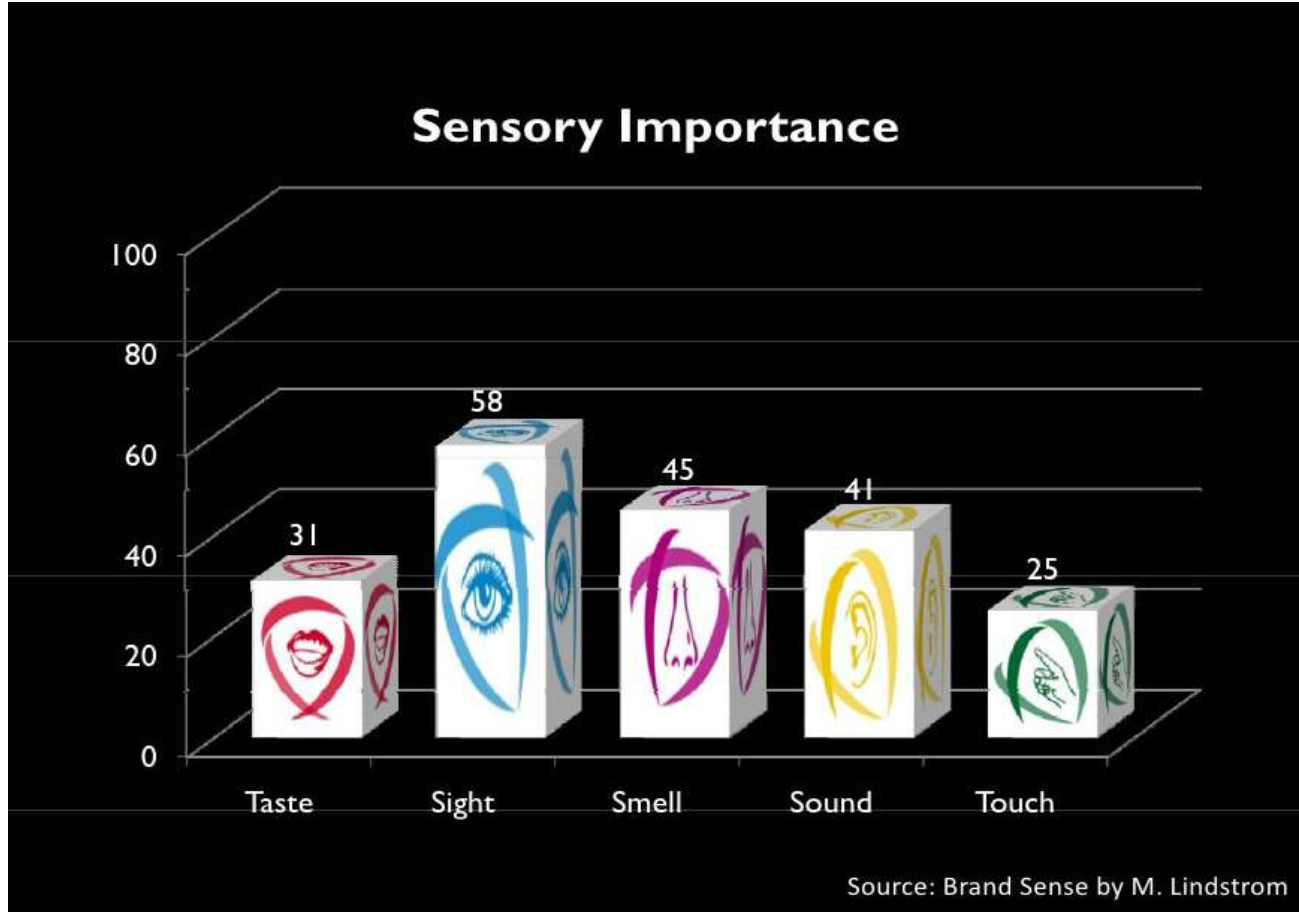
Duyma

Koklama

Tatma

Dokunma





Coca-Cola – Taste the Feeling





SIGHT





HEARING



#MARKA 1

Made With
VivaVideo

- 1) SAMSUNG
- 2) NOKIA
- 3) LG
- 4) INTEL
- 5) 20TH CENTURY FOX INTRO
- 6) IPHONE
- 7) WINDOWS
- 8) BEKO
- 9) COCA COLA
- 10) OPET



SMELL





TASTE





TOUCH



İLETİŞİMDE OLALIM! 😊



sitasg



sedagenccom



sedagenc



seda_neuromar

seda@neuro-mar.com

www.sedagenc.com

