

УДК 659.1.013

Студ. К. А. Козлова, Е. А. Скоробогатова

Науч. рук. ассист. А. В. Рыхлицкая

(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

НЕЙРОМАРКЕТИНГ

Маркетинг постоянно меняется, трансформируется, адаптируется к сознанию современных потребителей. Каждый год существует множество его разновидностей. Одним из самых новых и популярных является нейромаркетинг. Нейромаркетинг – это новое явление, которое раскрывает до сих пор неиспользованные аспекты деятельности и выводит отношения производителя и потребителя на новый уровень отношений и ценностей.

Нейромаркетинг – это изучение необъяснимых реакций человека на маркетинговые импульсы с помощью дополнительного оборудования, в результате которых полученные данные будут основой для формулировки рекламных сообщений, которые будут успешные. Полученная специалистами информация позволяет изменить мысли человека до того, как он их осознает и сделает его своим положением.

Проще говоря, в нейромаркетинге изучается подсознательная реакция потребителя на товары, услуги, логотипы и рекламу. Например, они показывают предполагаемым покупателям логотип компании с каким-нибудь текстом и оценивают реакцию людей, использующих различные инструменты, чтобы понять, как они реагируют на определенные цвета, различные шрифты и формы. Таким образом, дизайн продукта надо менять так, чтобы потребителю понравилось на инстинктивном уровне.

Целью нейромаркетинга является влияние на краткосрочные и долгосрочные решения потребителей, подталкивая их к покупке определенных продуктов. Необходимо сохранить существующих клиентов и привлечь новых, увеличить частоту покупок с помощью определенных слов, цветовых комбинаций, сюжетов, изображений, символов, звуков.

Сегодня нейромаркетингом пользуются более двухсот крупных западных фирм и кампаний, например:

- Coca-Cola и McDonald's используют красный оттенок в логотипе, он привлекает внимание;
- Apple использует холодный металлический оттенок, связанный с качественной электроникой;
- Gillette использует всесторонний и хорошо запоминающийся слоган в своей рекламе в СМИ [1].

В нейромаркетинге применяют различные методы для выявления подсознательного отношения потребителя к продуктам/дизайну/рекламе и их составляющим элементам.

Вот некоторые:

- фМРТ – функциональная магнитно-резонансная томография, с помощью которой можно получить эффект мозга;
- ЭЭГ – электроэнцефалография (измерение ритмов активности мозга за счет изменений эмоционального состояния);
- измерение ритма дыхания, сердцебиения и электрического сопротивления кожи;
- айтрекинг (регистрация направлений зрения, размера зрачка и продолжительности удержания взгляда). Позволяет определить степень концентрации человека на конкретном объекте и изменить его эмоциональное состояние;
- выражение эмоций: удивление, раздражение, радость, страх [2].

С одной стороны, множество исследований говорят о перспективности нейромаркетинга. С другой стороны, применять его несколько неэтично. Поскольку крупные корпорации могут получать от потребителей информацию, которую они не могут скрыть. А еще исследования – недешевое удовольствие, и проводить их могут только крупные компании с миллионными доходами[1].

Что касается положительного эмоционального отклика, то он возникает как ответ на правильность действий человека, как реакция на выбор конкретного продукта под товарным знаком, который наилучшим образом отвечает потребностям. Если покупатель получит то, что ему нужно, то, что он хочет, и сам продукт не разочарует его, то у него появятся те эмоции, которые нужны производителю.

Таким образом, можно сделать вывод, что предприятия, использующие технологии и методы нейромаркетинга в своей деятельности, могут сформировать у потребителей приверженность, используя эмоциональную составляющую, что значительно влияет на формирование сильного конкурентного преимущества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Нейромаркетинг: продажи на уровне подсознания – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL:<https://internet-marketings.ru/nejromarketing/>. – Дата доступа: 07.04.2019.
2. Все, что вы не знали о нейромаркетинге – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL:<http://kirulanov.com/vse-chno-vy-ne-znali-o-nejromarketinge-metody/>. – Дата доступа: 07.04.2019.