



Få indsigt i **forbrugerens hjerne**

Vil du vide, hvad der rent faktisk fanger dine forbrugeres opmærksomhed?

VIA Neurolab **Gør dig klogere på dine forbrugere**

Har du nogensinde rykket dig i håret over, at forbrugeren gør noget helt andet end det, som du tænker er så indlysende?

Hos Neurolab i VIA kan vi undersøge den ubevidste reaktion hos forbrugeren – hvad end det er på markedsføringsmateriale, fysiske produkter eller digitale oplevelser. Én ting er nemlig, hvad forbrugeren fortæller dig, at de synes, noget andet er, hvordan de reagerer.

Vi siger ikke, at forbrugerne lyver for dig med vilje, men du ved jo sikkert om nogen, hvor svært det er at få en lille bid af forbrugers attention – og at det er endnu sværere at få en reaktion fra dem...

Med metoder fra neuroscience samt viden omkring neuromarketing og forbrugeradfærd kan vi i NeuroLab'et vha. eyetracking

afdække, om forbrugeren rent faktisk lægger mærke til de ting, som I ønsker, de skal, og vha. ansigtsmimikanalyse vise hvordan de reagerer emotionelt på det. Funderet i VIA University College har vi fingeren på pulsen og adgang til den nyeste forskning og teknologi på området.

Vi har erfaring med at undersøge konkrete issues – f.eks. hvorfor forbrugeren ikke navigerer som forventet på et website eller hvorfor de ikke anvender en bestemt feature på et produkt – men vi kan også tage et mere generelt perspektiv for at finde ud af, hvad der overordnet set fanger forbrugers interesse, hvilket er godt at vide til fremtidig udvikling.

Alt i alt kan vi i VIA's Neurolab give adgang til det utilgængelige på en simpel og overskuelig måde, og dermed skabe en dybere forståelse for problemer og muligheder for jeres virksomhed.

Spørgsmål? **Kontakt os gerne**

VIA Neurolab giver dig mulighed for at få indblik i dine forbrugers ubevidste adfærd gennem forskellige metoder fra neuroscience. **Vil du høre mere om, hvad vi kan gøre for din virksomhed? Tøv ikke med at kontakte os.**

Hanne Thaarup Mølbak, Neurolab Herning
M: hamo@via.dk, T: 60 10 00 50

Tine Juhl Wade, Neurolab Horsens
M: tijw@via.dk, T: 87 55 44 33

Katrin Meinert Ibsen, Neurolab Herning
M: kmib@via.dk, T: 24 44 01 46

Hvad er neuromarketing?

Ordet "neuromarketing" kan lyde som noget meget komplekst og uoverskueligt. I VIA Neurolab har vi dog et mål om at gøre neuromarketing til en tilgængelig del af arbejdet med produktudvikling, brugeroplevelser og markedsføring.

Neuromarketing bygger på neuroscience, marketing- og forbrugeradfærdsteori og giver os mulighed for at anvende viden om hjernen til at forbedre kundernes oplevelse med vores brand – hvad end det er mode, retail, kommunikation eller andre produkter. Ved at undersøge forbrugerens ubevidste respons på stimuli kan man få indsigt i, hvad der fanger forbrugerens interesse – og hvad der ikke gør.

Forskellige tekniske metoder kan bruges til at teste forbrugerens ubevidste reaktioner. Særligt to metoder er meget anvendte; hjernescanninger og eyetracking. Hjernescanninger er omfangsrige, men kan fortælle en masse om, hvor i

hjernen, der opleves aktivitet. Eyetracking giver os ikke lige så kompleks viden, men viser os i stedet, hvor forbrugerens blik falder, når de eksponeres for stimuli.

Man kan bl.a. undersøge, om forbrugeren ser vigtige knapper i en app eller på et website, om de rent faktisk kigger på de ønskede elementer på en hylde, eller om de lægger mærke til vigtige detaljer på et produkt.

Denne viden er – sammenholdt med andre undersøgelser – utrolig gavnlig for en virksomhed, da den kan bruges til at identificere, om forbrugeren rent faktisk oplever det, man ønsker, eller om man skal lave om på sit produkt eller kundeoplevelse.

Med resultaterne fra disse undersøgelser kan man enten argumentere for, at det man undersøger fungerer efter hensigten – eller man kan finde ud af, hvad man skal lave om for at gøre det bedre.

Vil du lære om neuromarketing? Kom på kursus hos VIA Neurolab

Vi afholder kurser for virksomheder, hvor der undervises i brug af neuromarketing, og hvad det kan anvendes til. Kurserne tager udgangspunkt i konkrete problemstillinger fra de virksomheder, der deltager.

Vi kan også facilitere skræddersyede kurser eller udføre undersøgelser i vores NeuroLab for jer som virksomhed – forløb og undersøgelse afhænger af, hvad I vil have undersøgt, og hvad jeres rammer for projektet er.

Hvis I har interesse i ovenstående, så ræk endelig ud til os for at få mere information om datoer, krav til deltagelse og priser.

VIA Neurolab metoder

Eyetracking på computer

Med vores eyetracker til computeren kan man tracke forbrugers visuelle respons på alt, de ser på en skærm og dermed teste fx. webshops, videoer m.v.

Eyetracking på mobil

Eyetracking til mobilen giver mulighed for at vise forbrugers visuelle respons på apps og andre mobiloplevelser.

Eyetracking med VR

Vores VR-eyetracking giver mulighed for at teste mock-up-filer af rumdesign eller andre virtuelle miljøer – og giver dermed mulighed for at forbedre og optimere inden det implementeres i virkeligheden.

Eyetracking i Reallife

Med vores Reallife-briller kan man eyetracke i virkelige settings – såsom i butikker, et outfit på en model, et møbel eller et andet fysisk produkt.

Emotionel måling med GSR

Med GSR kan man tracke forbrugers emotionelle reaktion via svedmåling på hænderne. Denne metode kan særligt være god at kombinere med eyetracking for at få dybere indsigt.

Facial Expression Analysis

Et webkamera optager ansigtsmimik, som analyseres for forbrugers emotionelle reaktioner, når de eksponeres for forskellige stimuli.