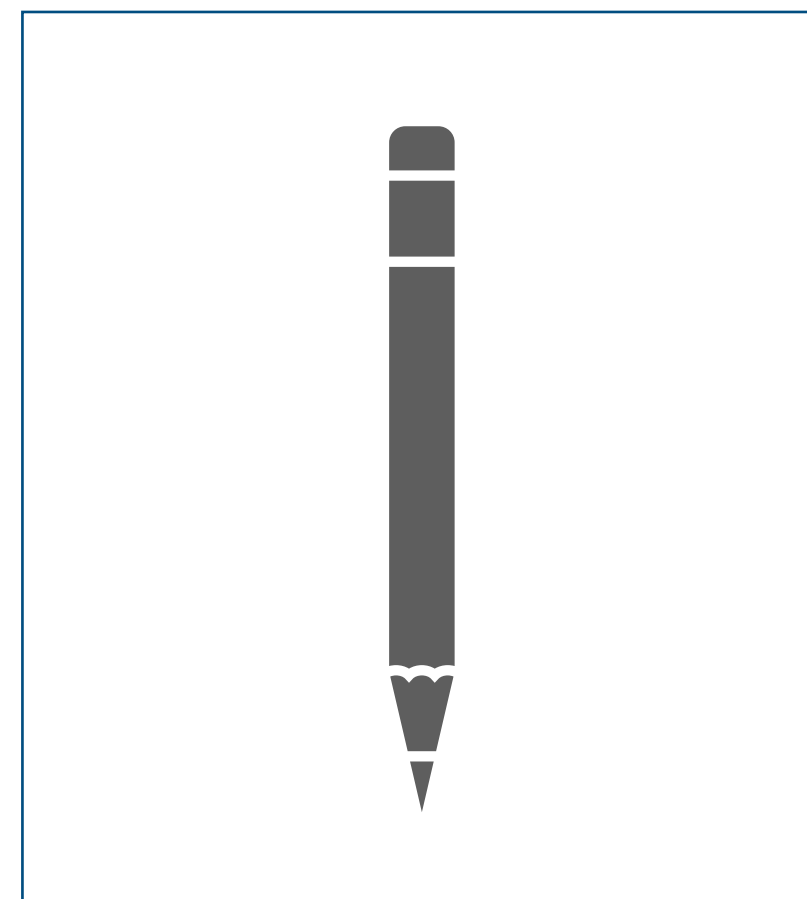




Neuromarketing voor Functionele Producten

Lunch-webinar

Het Shopping Momentum Effect



Driver item

→
Verhoogt verkoop



Ongepland item

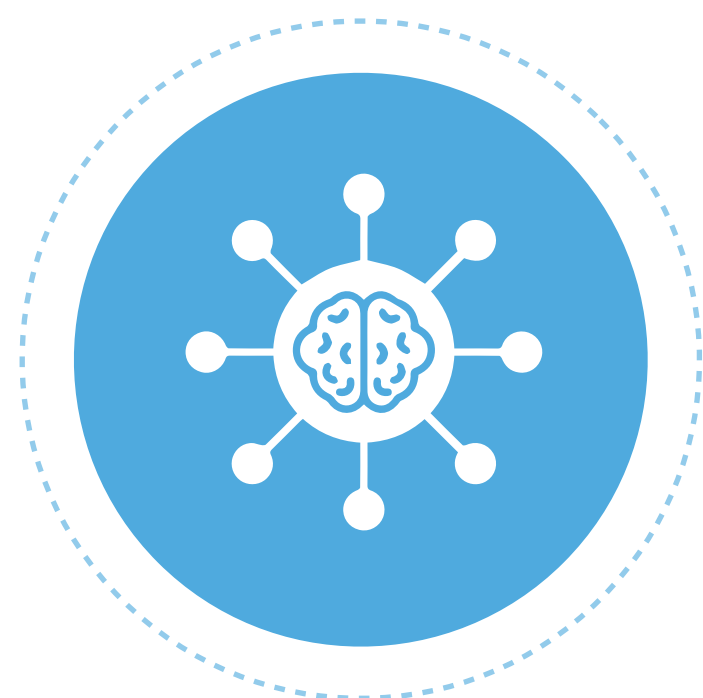
Het Shopping Momentum Effect

- Extra sterk op ongerelateerde categorieën
- Extra sterk van functioneel item op emotioneel item (Yao et al., 2013)



Webinar Neuromarketing & Functionele Producten

Topics van vandaag



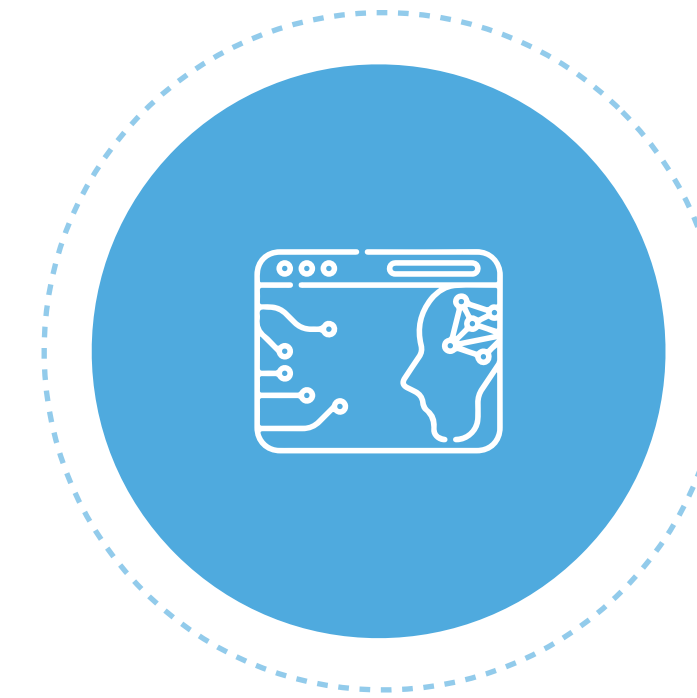
Functionele aankopen

Wat maken functionele aankopen anders in ons brein dan emotionele?



Zo stuur je voorkeuren

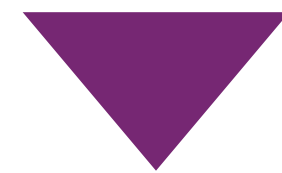
Wat zijn effectieve technieken om een functionele of emotionele mindset te activeren?



Neuromarketing onderzoek

Heeft het zin bij functionele producten?

De schaal van functioneel tot emotioneel

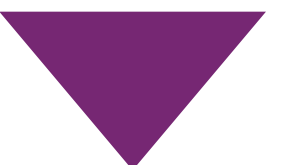


Geheel functioneel

"Need" products



Emotie & Functie



Geheel emotioneel

"Want" products

Het endowment effect

➤ In-market getest met functionele vs luxe auto's

Zwak endowment effect

Sterk endowment effect



Zou je 'm kopen?



Porsche 911



Hyundai SUV

Functionele en emotionele mindset

- Functie dempt emotie
- Functionele alternatieven verhogen schuldgevoel bij emotionele aankoop



Geheel functioneel



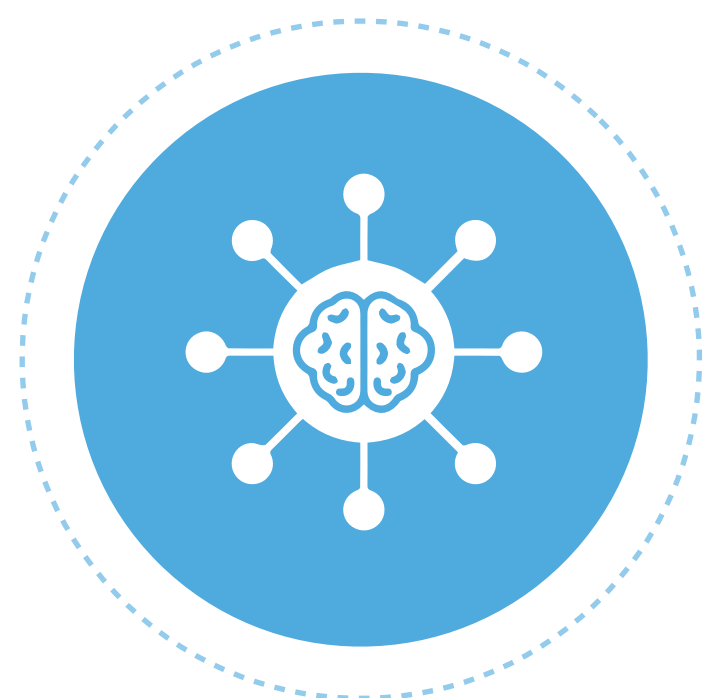
Geheel emotioneel

Emotie & Functie



Webinar Neuromarketing & Functionele Producten

Topics van vandaag



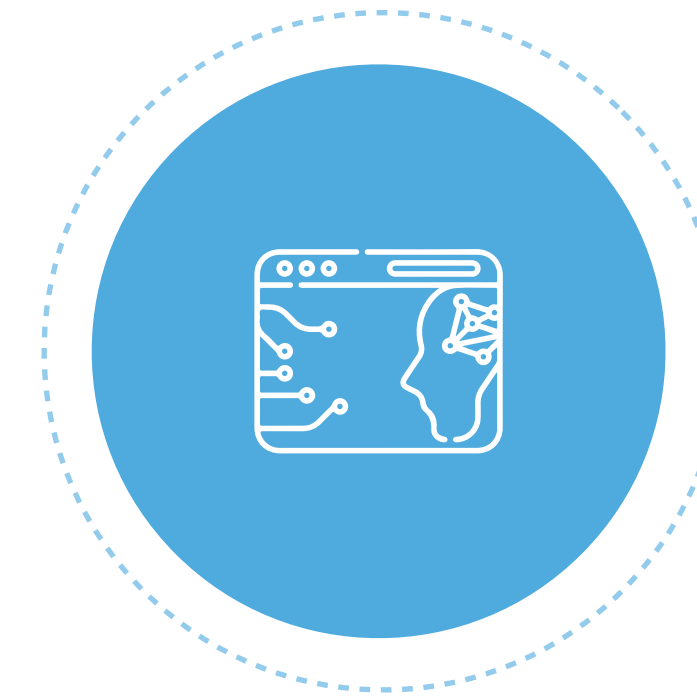
Functionele aankopen

Wat maken functionele aankopen anders in ons brein dan emotionele?



Zo stuur je voorkeuren

Wat zijn effectieve technieken om een functionele of emotionele mindset te activeren?



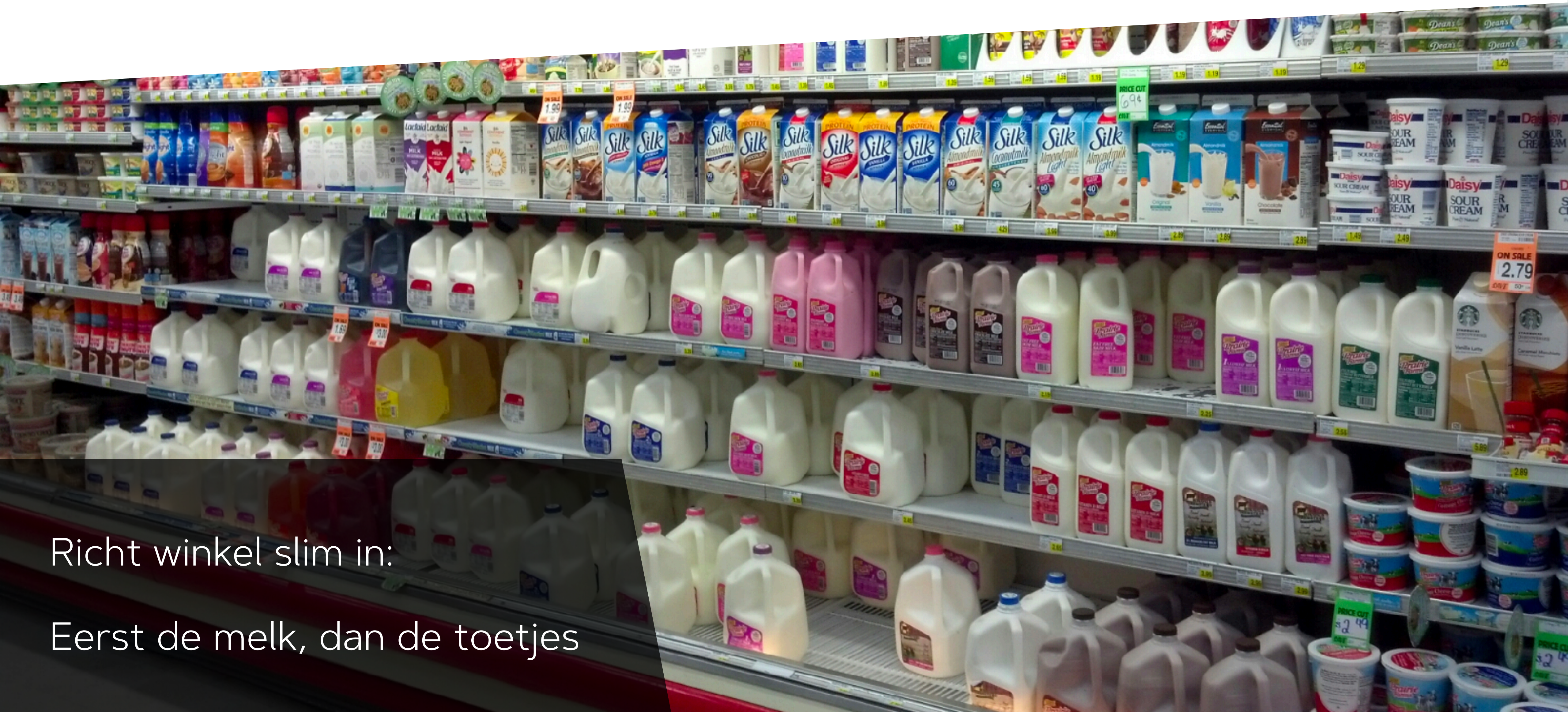
Neuromarketing onderzoek

Heeft het zin bij functionele producten?



De winkel

Het Shopping momentum effect



Richt winkel slim in:

Eerst de melk, dan de toetjes

De handheld scanner en mindset

Verhoogt verblijftijd en spending **bij doelgerichte aankopen**. Meer productinteractie.

Maakt juist prijsbewuster bij leuk winkelen (Grewal et al., 2020)





De prijs

Rond versus specifiek



Specifiek

Maakt rationeler

Sterk in onderhandelingen (het "en geen cent lager" effect)



Rond

Maakt emotioneel

Zwak in onderhandelingen

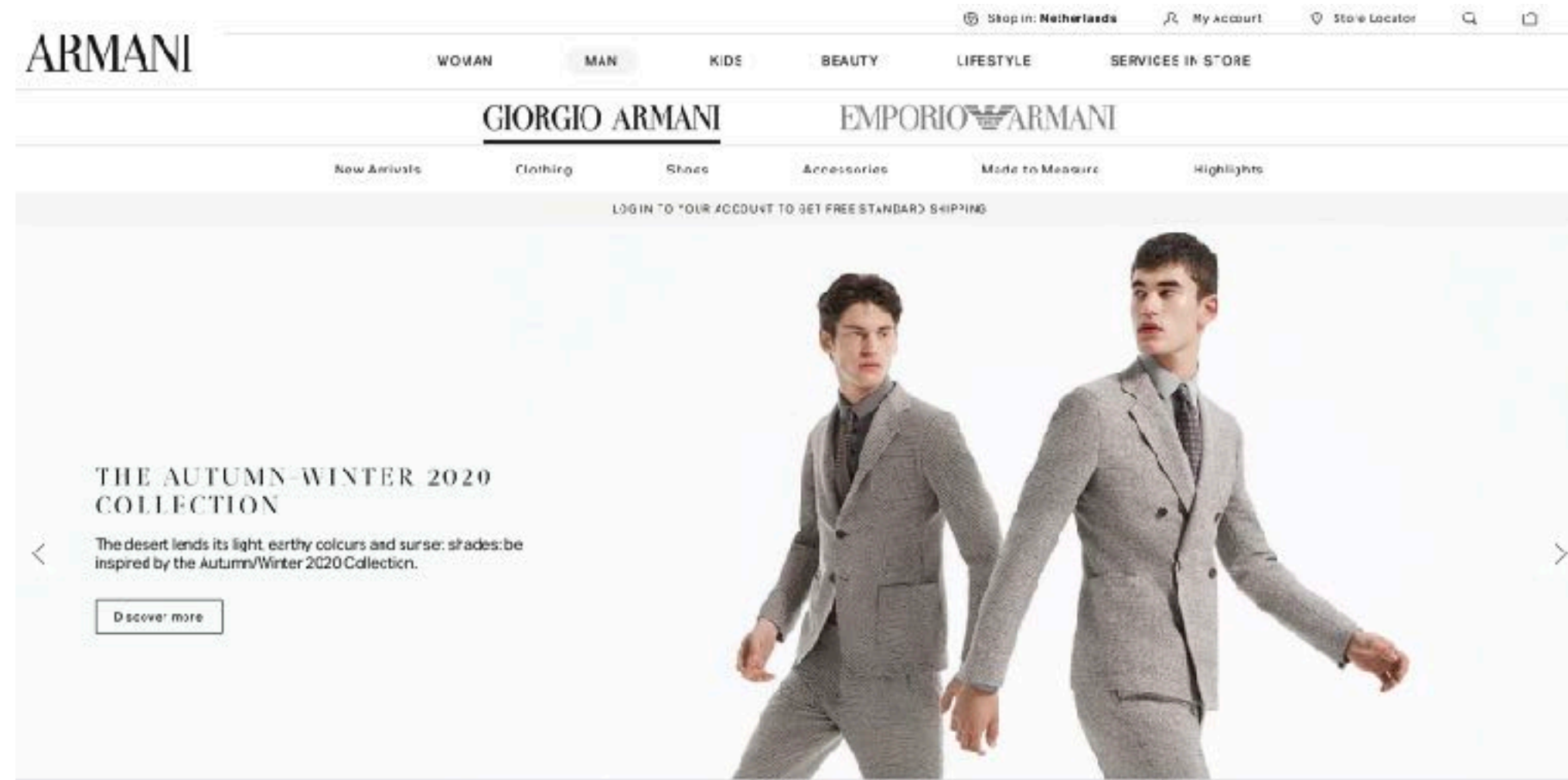


De website

Webdesign

Waarom zijn zoveel succesvolle webshops zo lelijk?

- Doelgerichte aankopen gedijen goed bij ultrafunctioneel design (Wang et al., 2011)
- De 'cognitive lock-in' van UX (Sénécal et al., 2015)

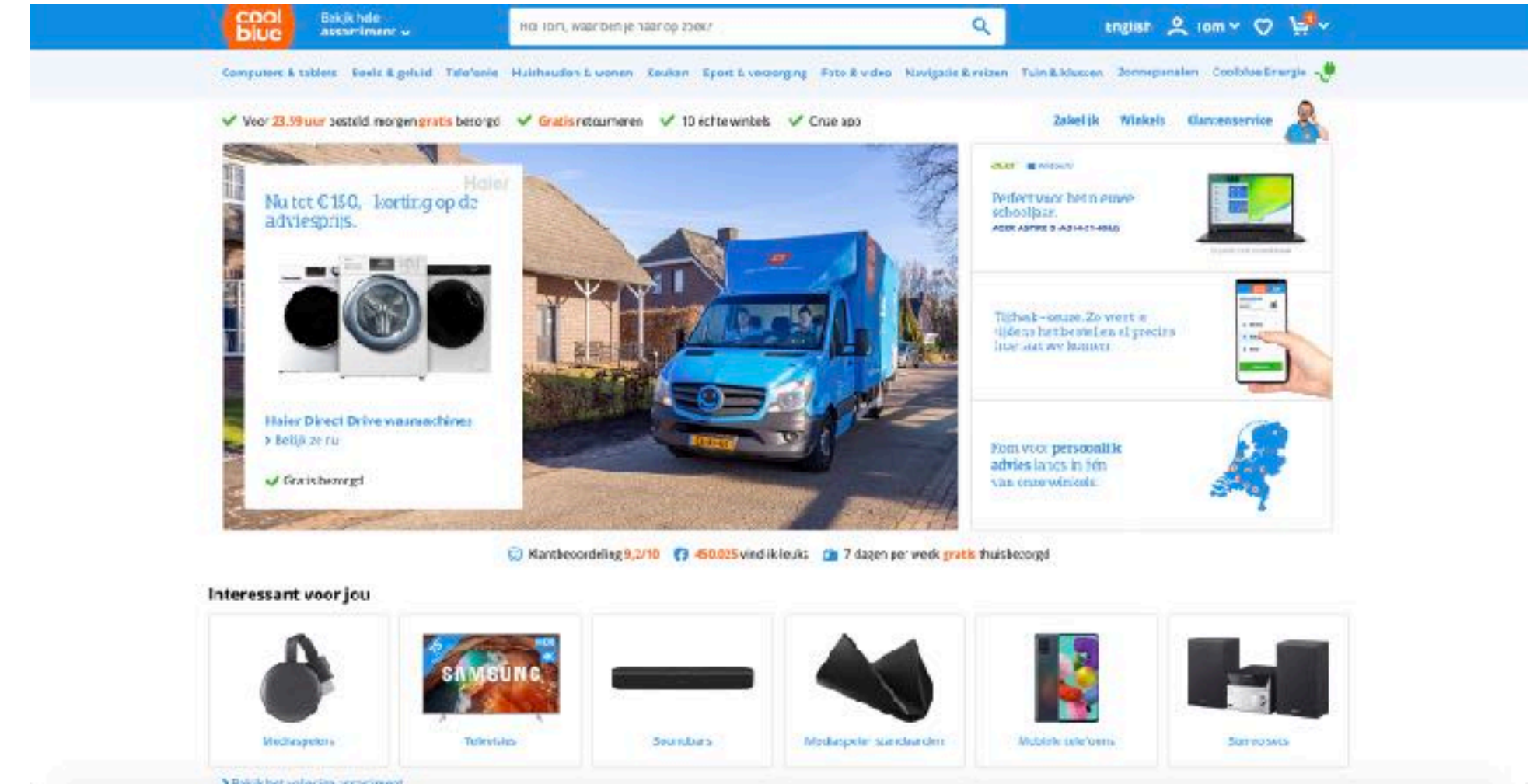


Willen

Exploratief

Store driven

Eerst sfeer

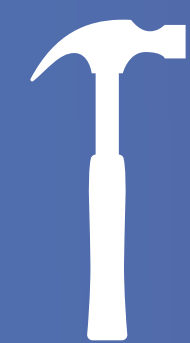


Moeten

Doelgericht

Search driven

Kom gelijk ter zake



Het product

Lelijk als het moet? Fluency en disfluency

- Lelijk design kan heel goed werken bij functionele producten, maar alleen wanneer ze duur zijn (Hoegg et al., 2010)
- Vooral emotionele en ervaringsgerichte producten profiteren juist wel van fluency (Brakus et al., 2014)

Lelijk

+

Goedkoop

=

Troep

Lelijk

+

Duur

=

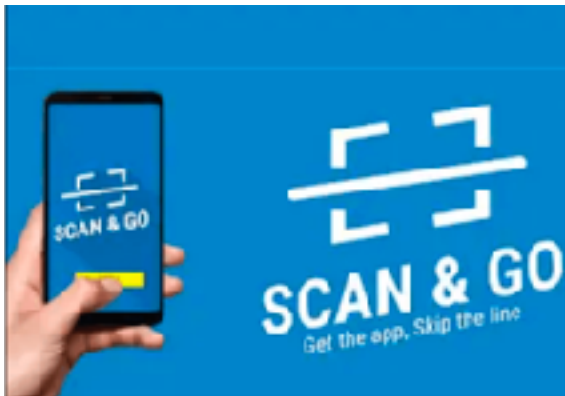
Goede kwaliteit



De app

Het Hooked Model

Trigger

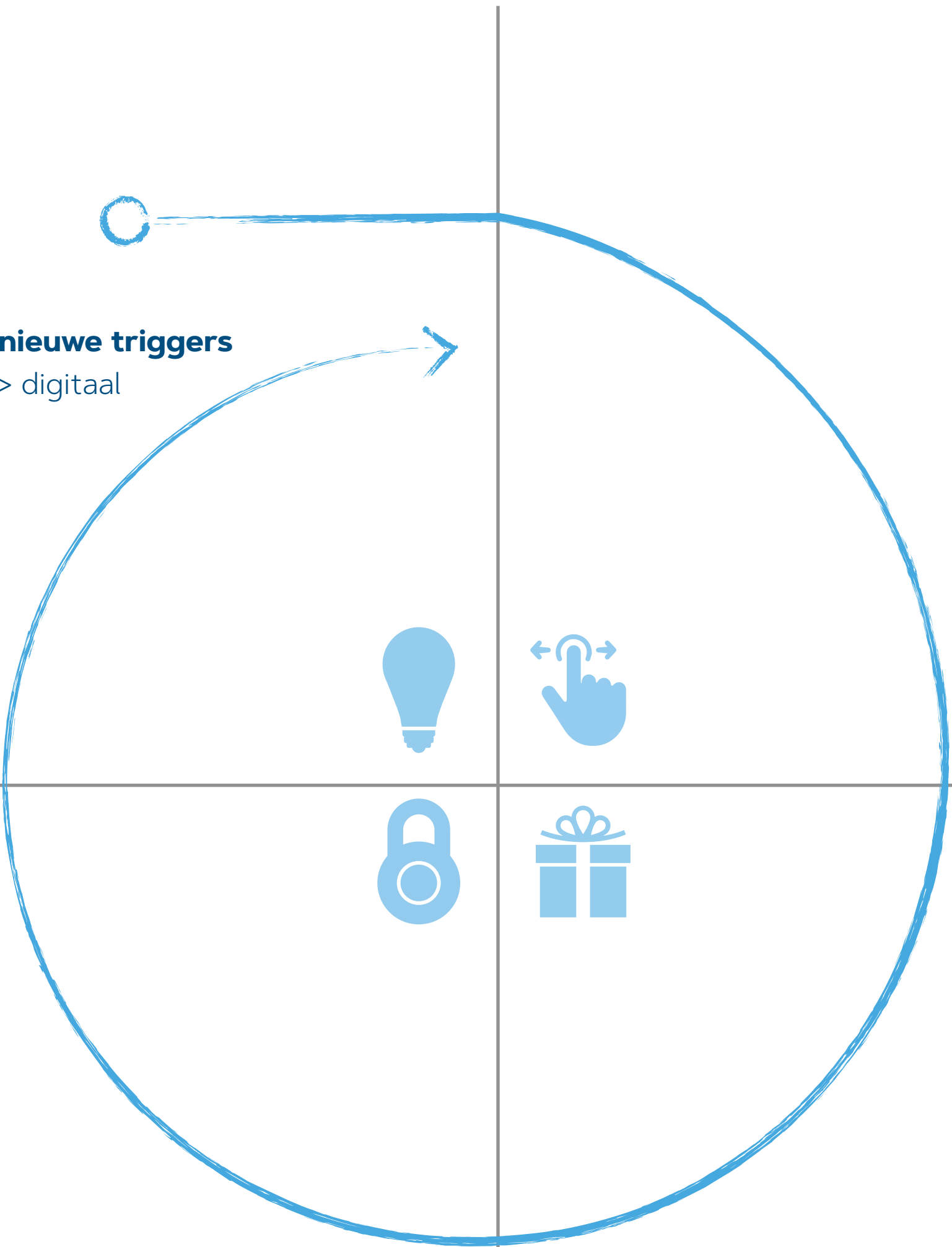


- Eerst functioneel, daarna emotioneel (Tyrväinen & Karjaluoto, 2019)
- Rijen omzeilen (Pantano and Priporas 2016)
 - Aanbiedingen en directe korting
 - Target gebruikers categorie en website

- Vraag een beetje moeite
- Open je aanbiedingsoverzicht
 - In-store: "diverse speciaalbieren de aanbieding"

Investment

Bouw nieuwe triggers
fysiek > digitaal



Action

- Acties richting aankoop
- Producten bekijken
 - Informatie inwinnen
 - Inspiratie opdoen
 - Aanbiedingen checken
 - Nieuwe producten checken
 - Winkeltrip plannen

- Dopamine door wisselende en continue beloning
- "Wat is er deze week in de bonus"
 - In-store rewards
 - Gamification elementen

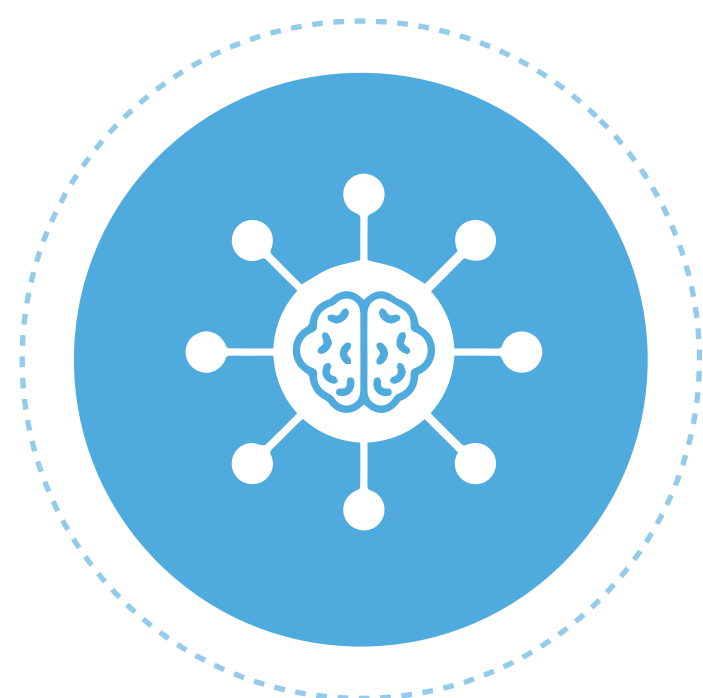
Variable Reward

(Eyal, 2014)



Webinar Neuromarketing & Functionele Producten

Topics van vandaag



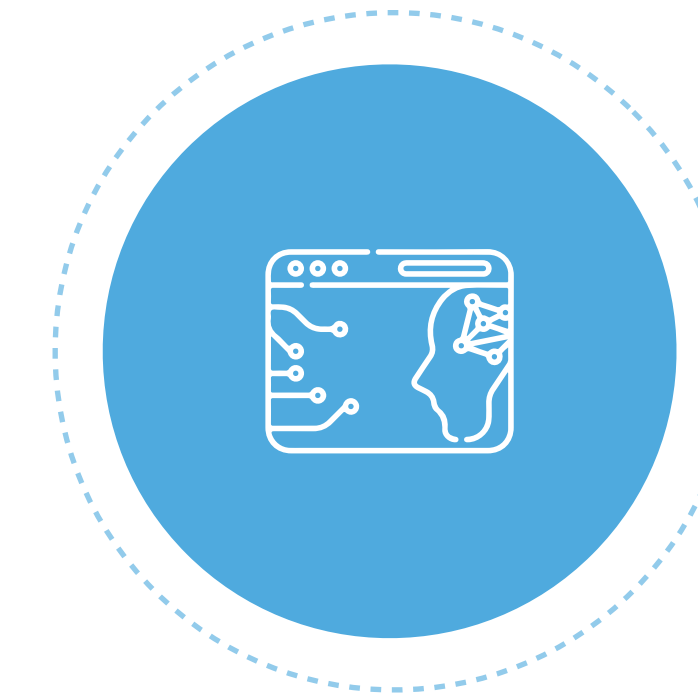
Functionele aankopen

Wat maken functionele aankopen anders in ons brein dan emotionele?



Zo stuur je voorkeuren

Wat zijn effectieve technieken om een functionele of emotionele mindset te activeren?



Neuromarketing onderzoek

Heeft het zin bij functionele producten?

1. Usability onderzoek

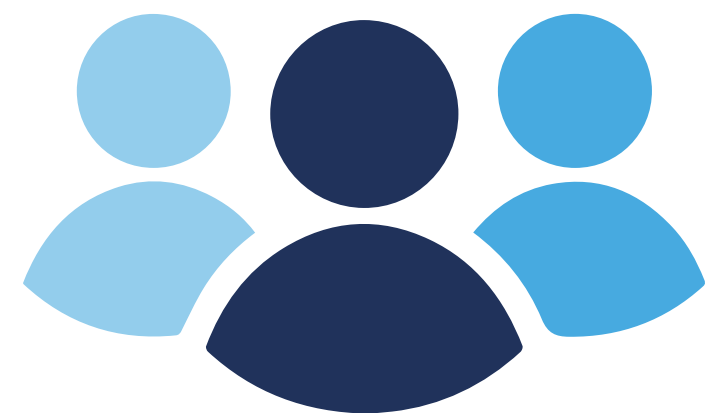






Webinar Neuro Usability

Een doorsnee onderzoek



6-10 Respondenten

Per Device



Huidige gebruikers

of

Nieuw gebruikers



Demografie

Mix in geslacht en leeftijd.
Dit is de beste 'stresstest' voor de UX

Metrics

Van Ruwe Data tot Neuro Metric

Na het veldwerk wordt op basis van geavanceerde algoritmen de ruis uit de EEG data gefilterd (oogknippering, bewegingen met hoofd en andere artefacten).

Vervolgens wordt de data omgezet naar de wetenschappelijk sterk gefundeerde neuro metrics verlangen, workload en verwarring. Aan de hand van de subtiele veranderingen in deze metrics kunnen we van seconde tot seconde analyseren hoe de gebruiker op de website reageert.

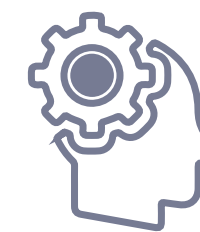


Verlangen

"Ik wil dit"

De persoon ervaart positieve emotie en is gemotiveerd tot toenadering. Deze metric correleert sterk met koopgedrag.

Ohme et al., (2010)



Workload

"Dit is ingewikkeld"

De hoeveelheid moeite die het brein doet om informatie te verwerken. Hoge workload duidt op stress en lage op verveling.

Tremoulet et al., (2009)



Verwarring

"Dit is vreemd"

Verwarring treedt op wanneer er iets onverwachts gebeurt, een proces onlogisch is of de persoon plotseling afgeleid raakt.

Johnson et al., (2011)

OGER

GRATIS BEZORGING EN RETOURNEREN

NIEUW: AFTERPAY
Betaal achteraf

POSTNL PICK UP POINTS
Ophalen bij 2000+ locaties of onze Stores

GRATIS RETOURNEREN
30 dagen bedenktijd

GRATIS VERZENDING
Volgende werkdag geleverd in NL

gegevens verzending

Hoe mogen wij leveren?

- BEZORGING: € 0,00 (OVERDAG)
- BEZORGING: € 0,00 (NIEUW)
- OPHALEN: € 0,00 (DE DICHTSTBIJZIJNDE)
- OGER STORE

EEN ANDERE DAG, TIJD OF OPHALLOCATIE?

Bezorging op: vrijdag 3 mei, 12:30 - 15:00

Bezorging op: donderdag 2 mei 18:00 - 22:00

PostNL Pick Up Point Plus
Plantage 15, Utrecht

Selecteer één van onze stores als ophaallocatie

Klik voor nog meer verzendopties

VOLGENDE

Grootste prijs: € 49,98

Totaal € 288,00

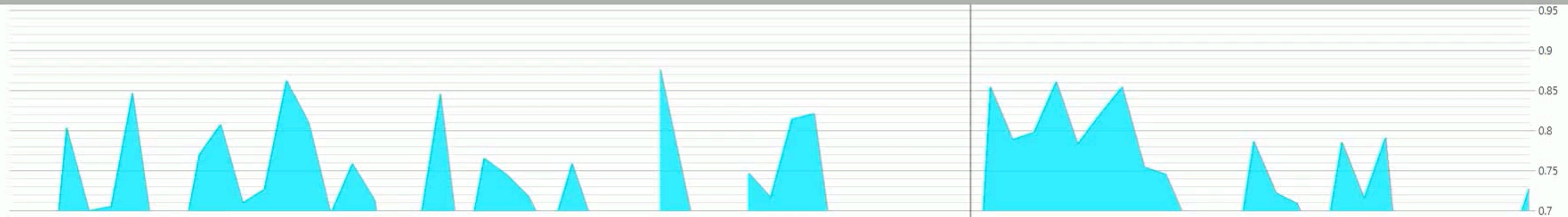
In de laatste stap van het bestelproces heb je de mogelijkheid om een kortingscode te gebruiken

Linnen overheid met bloemendessin

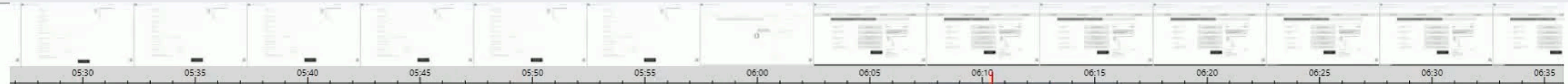
Aantal: 1
Maat: 39
Kleur: Groen
€ 288,00

Je gegevens Wijzigen

Tim Zuidgeest
Bios van Trestongstraat,73
Utrecht, Utrecht 3554BK
Nederland

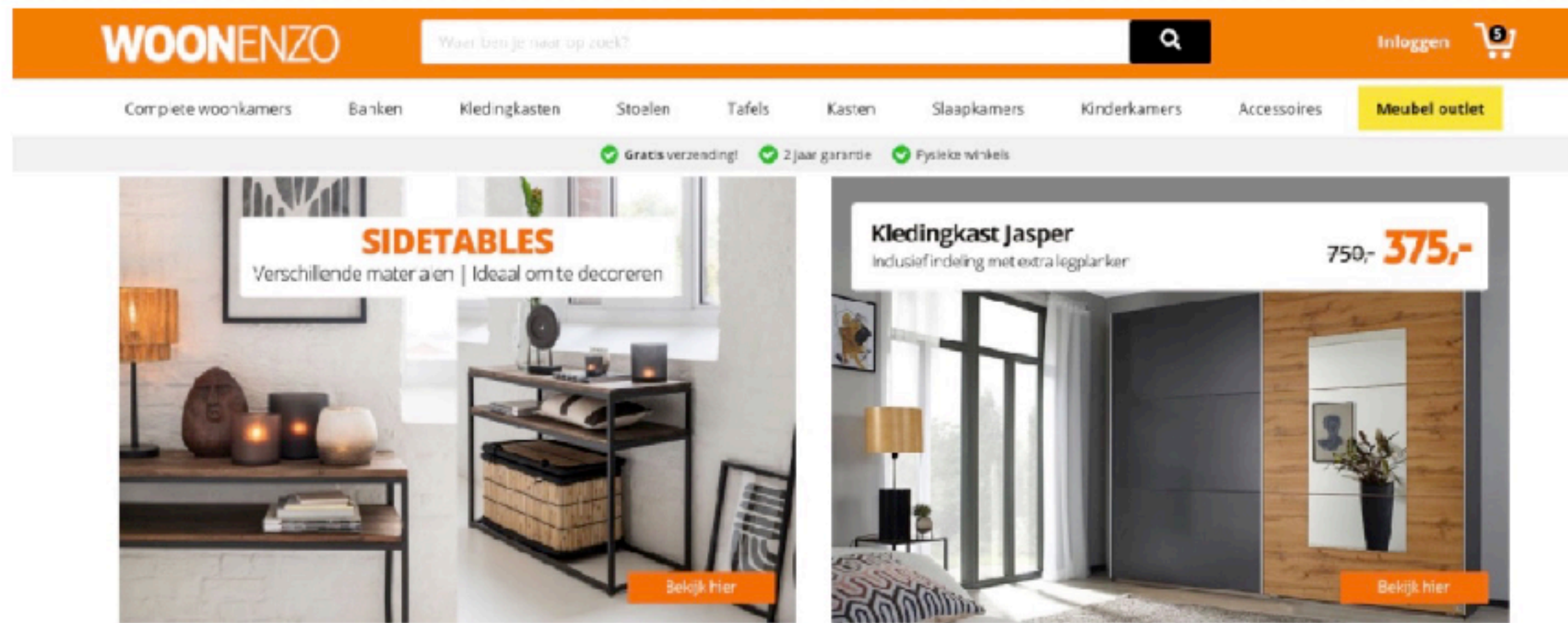
- Eye tracking
- ABM EEG Frontal Asymmetry
- ANNOTATIONS +



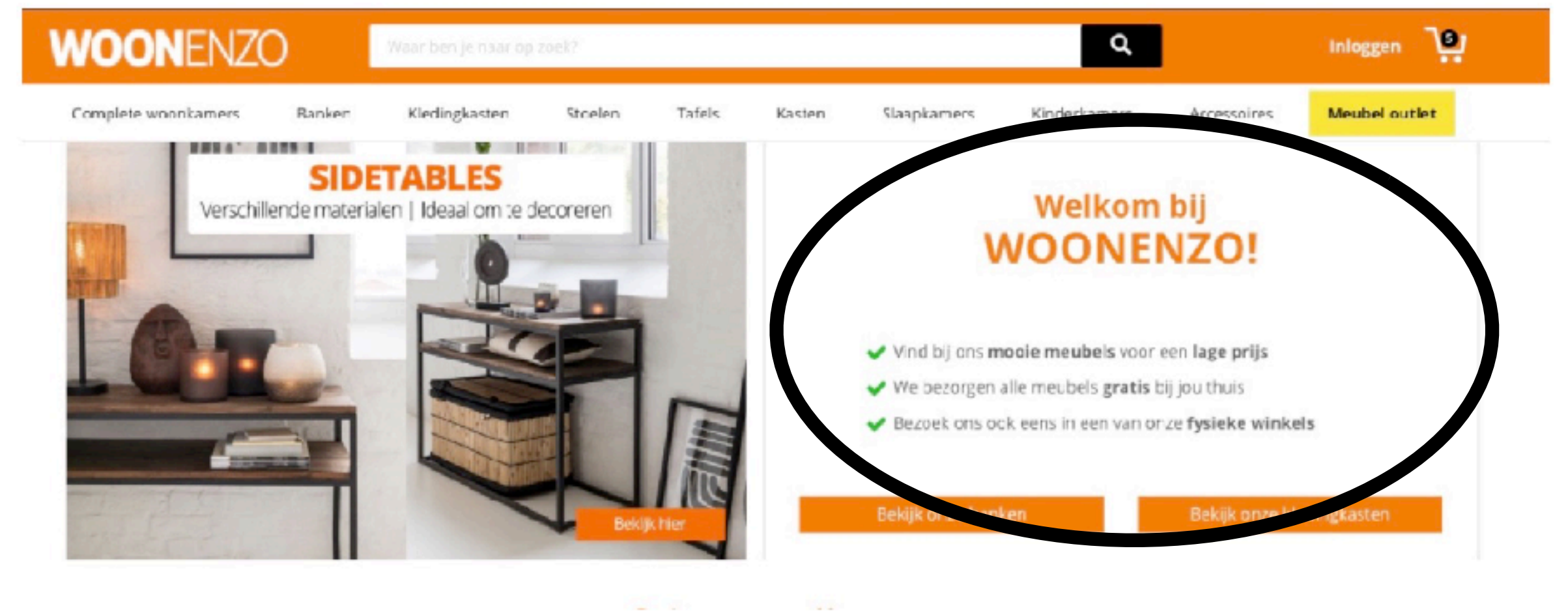
Replay Oger 30 Tim Play/Pause 0:487 Exit Fullscreen

Wat is het effect van
platform op mindset?

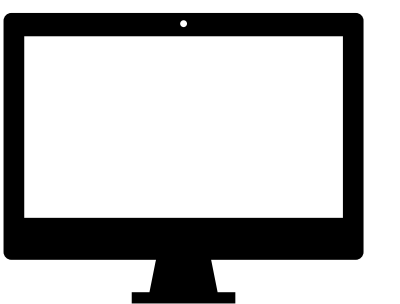
Welkom bij - Desktop



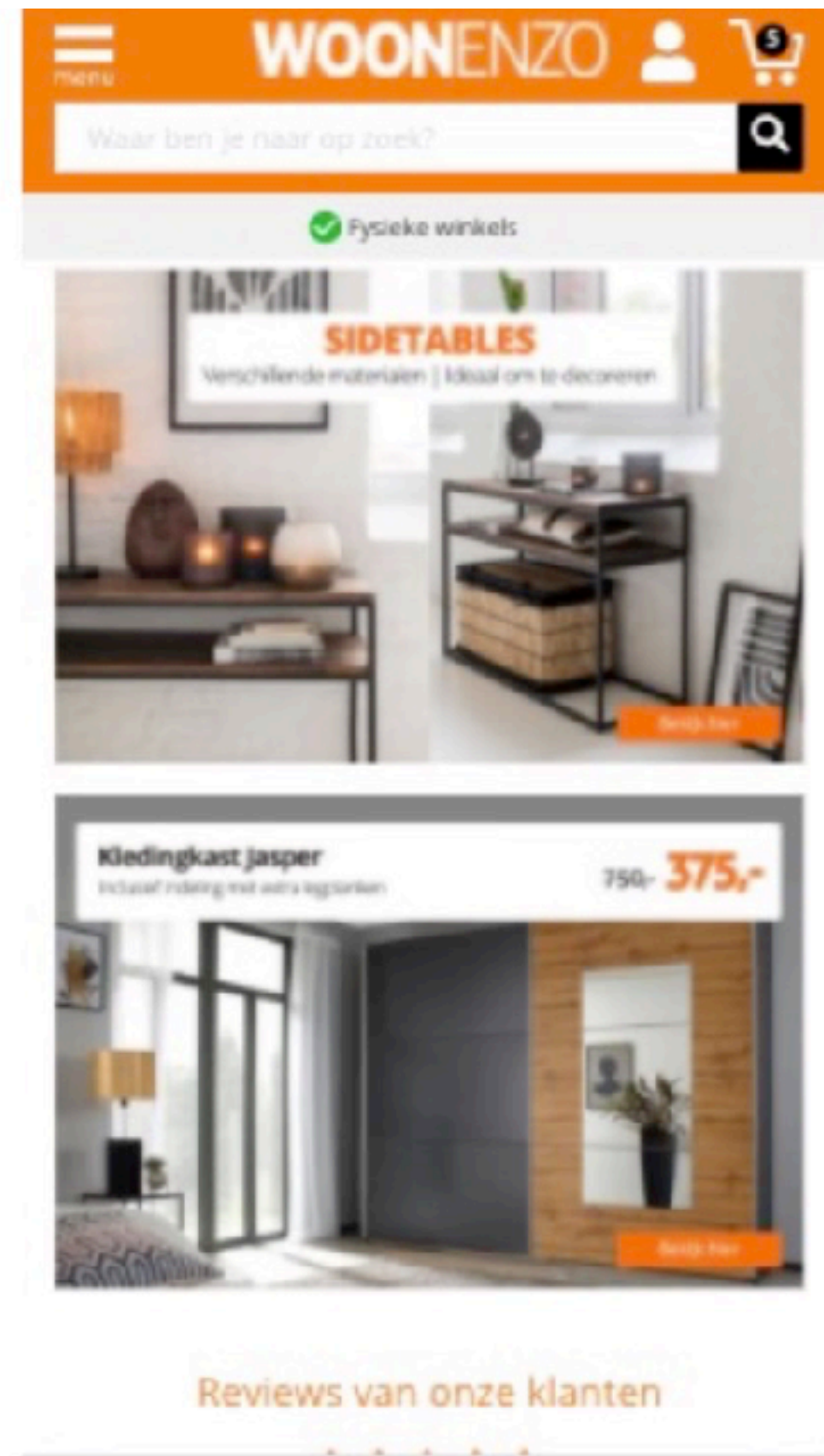
A.



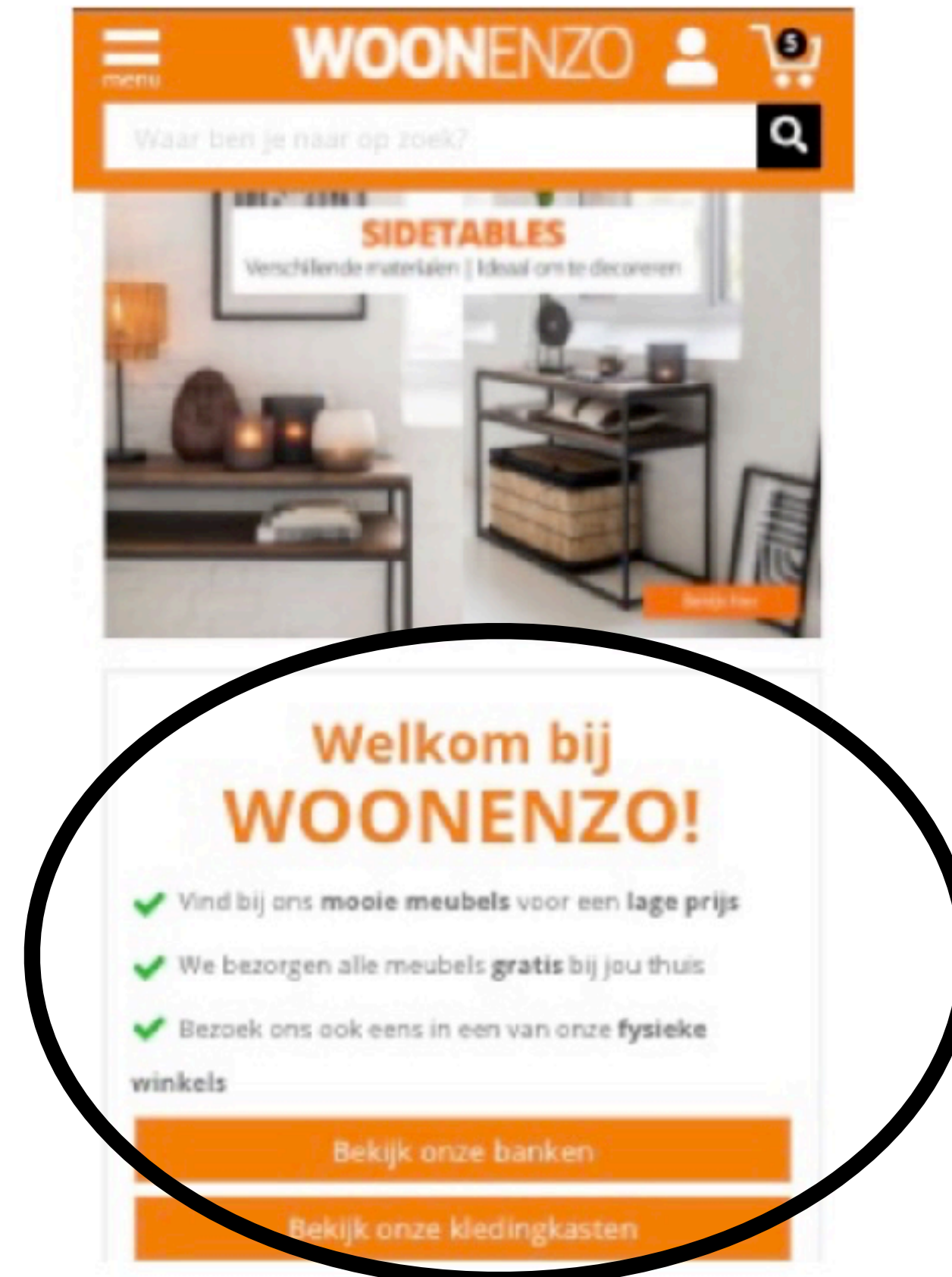
B.



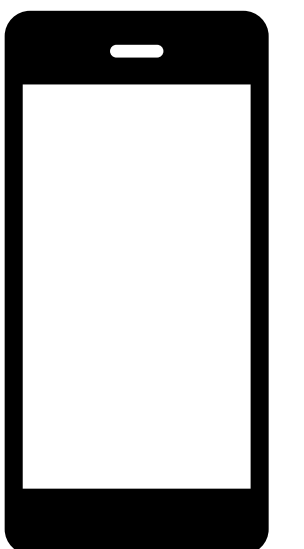
Welkom bij - mobiel



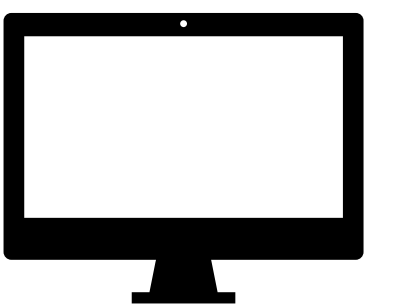
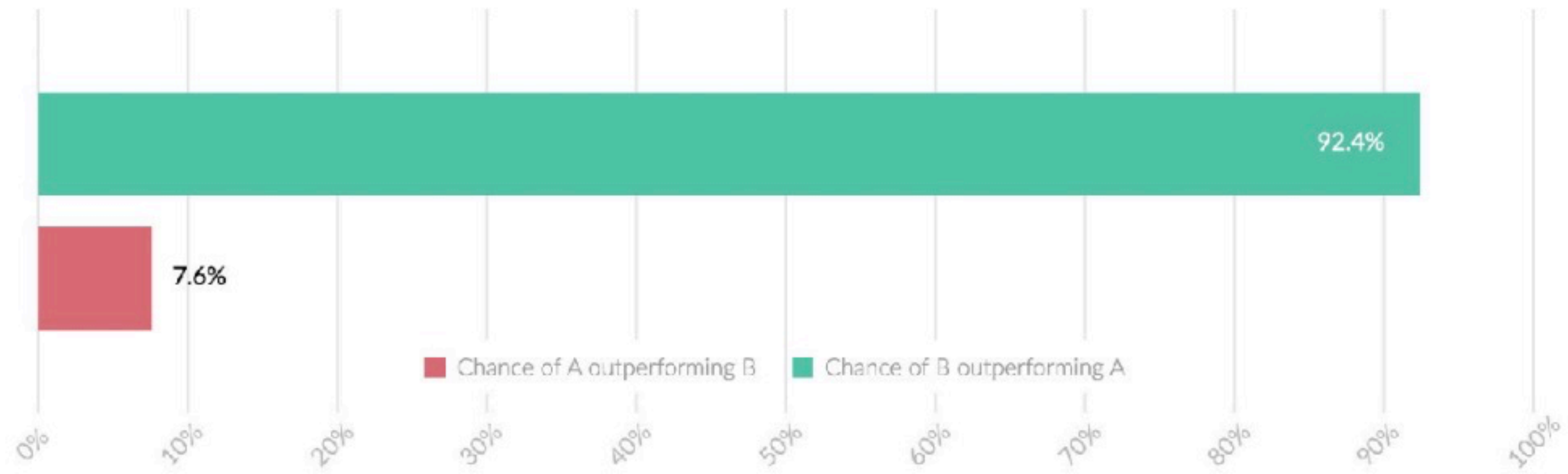
A.



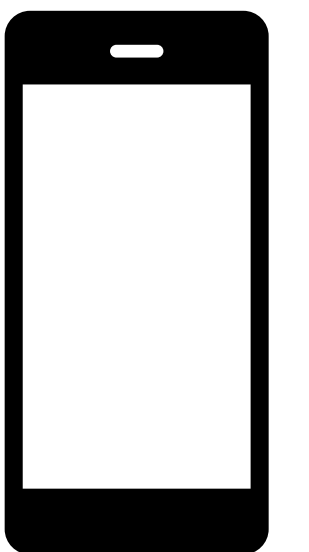
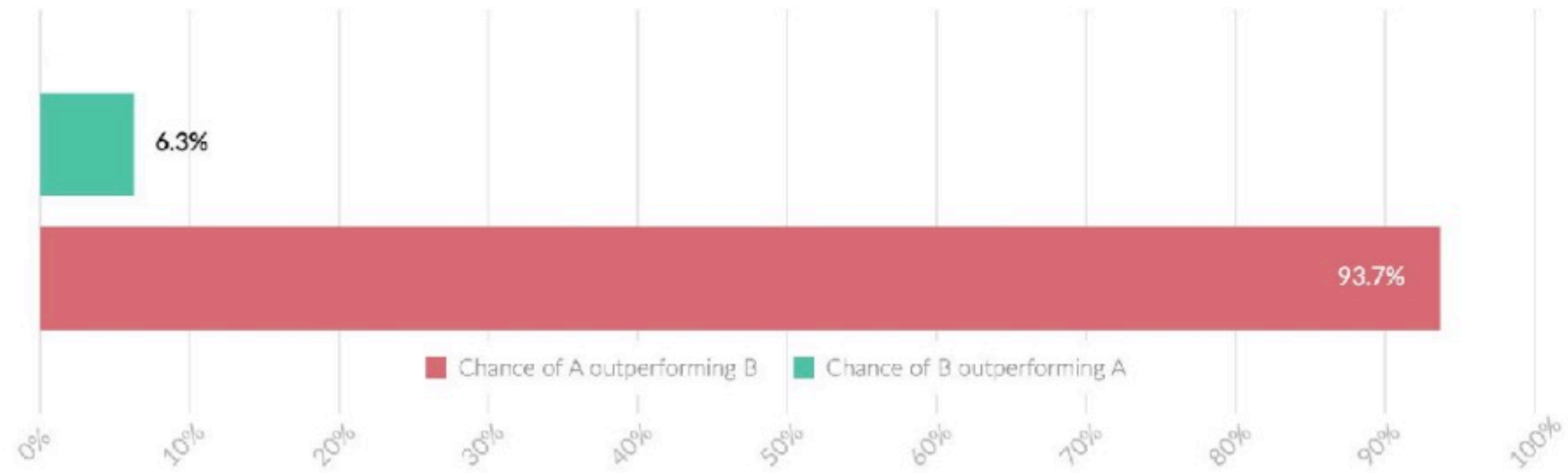
B.



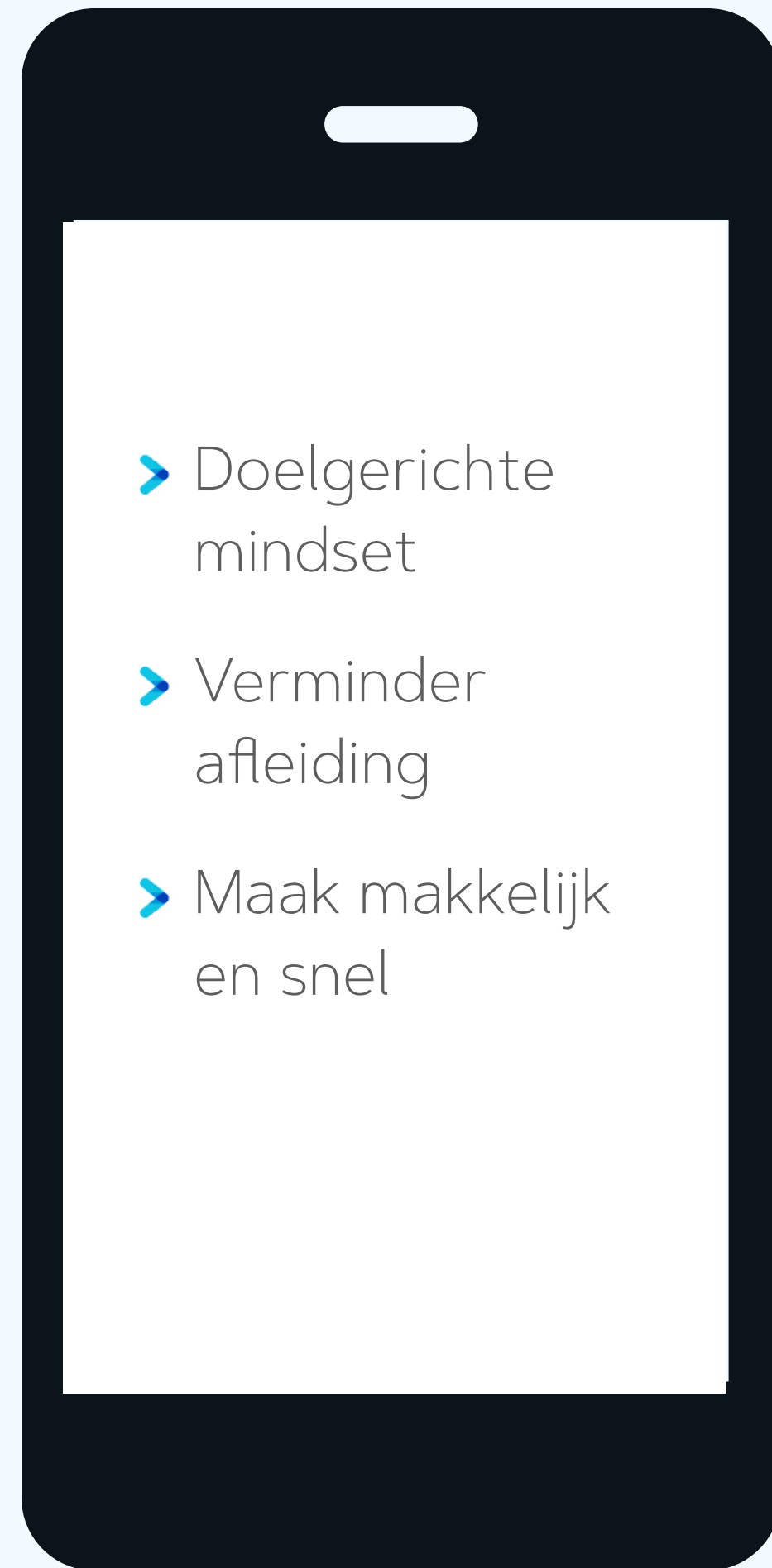
Bestellungen - Desktop



Bestellingen - Mobiel



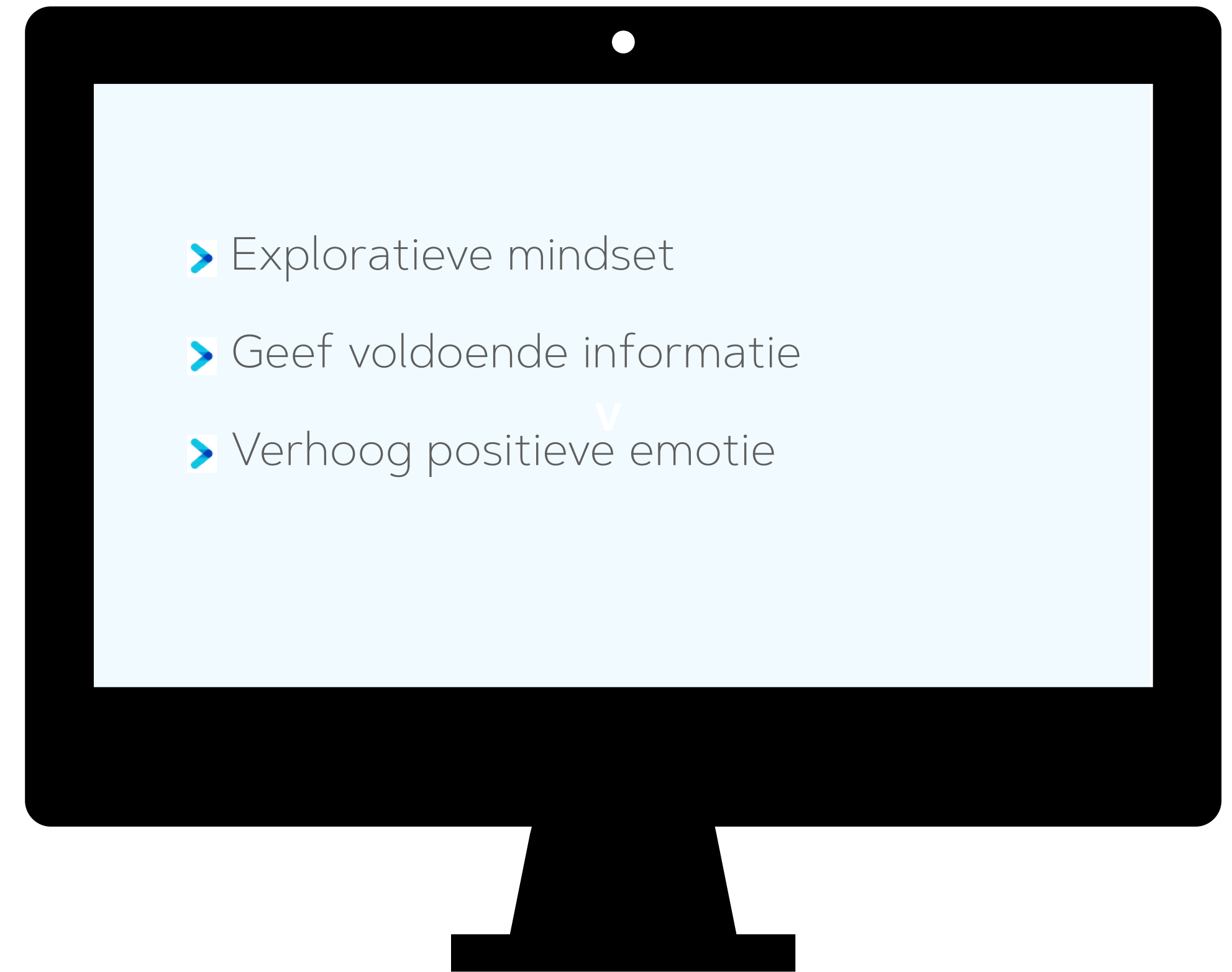
Device roept mindset op



- > Doelgerichte mindset
- > Verminder afleiding
- > Maak makkelijk en snel

Mobiel

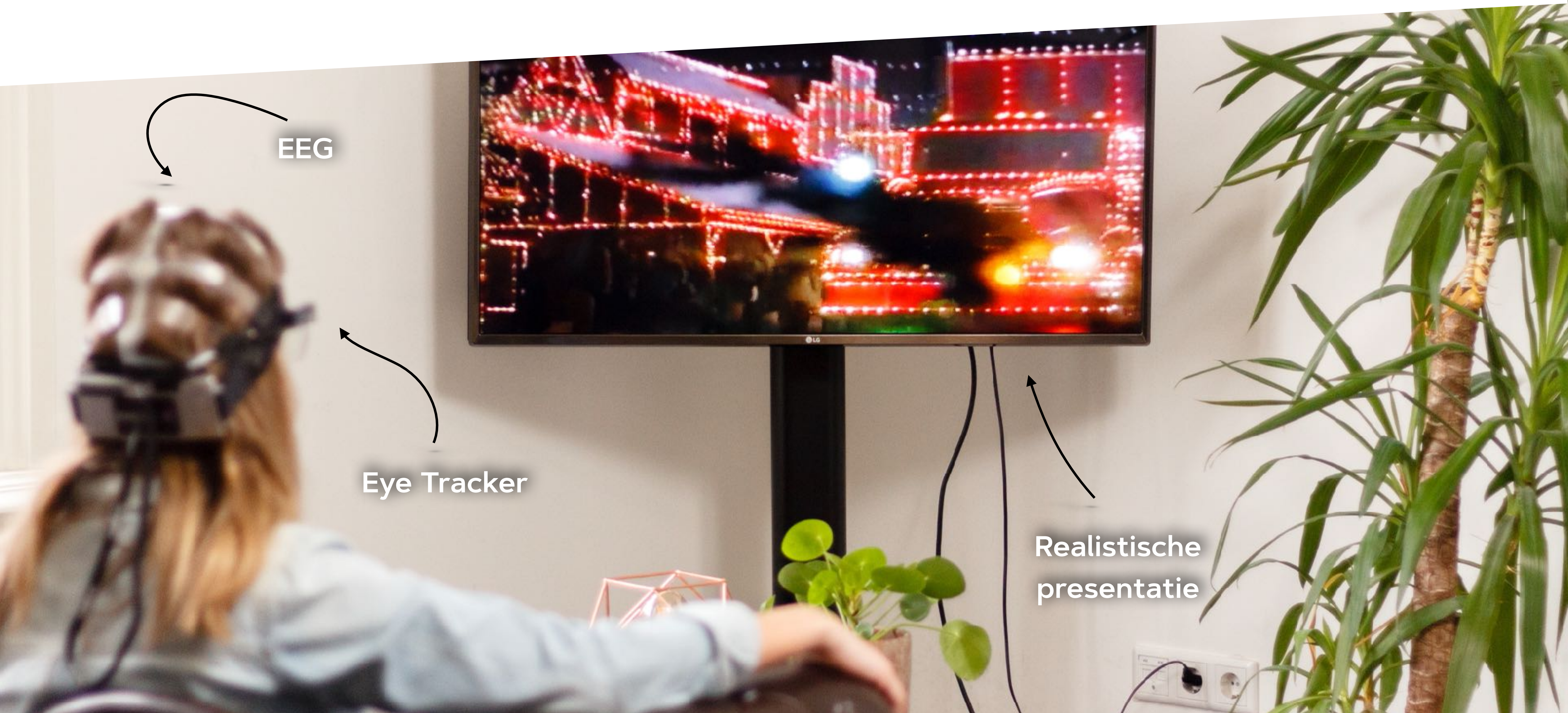
VS.



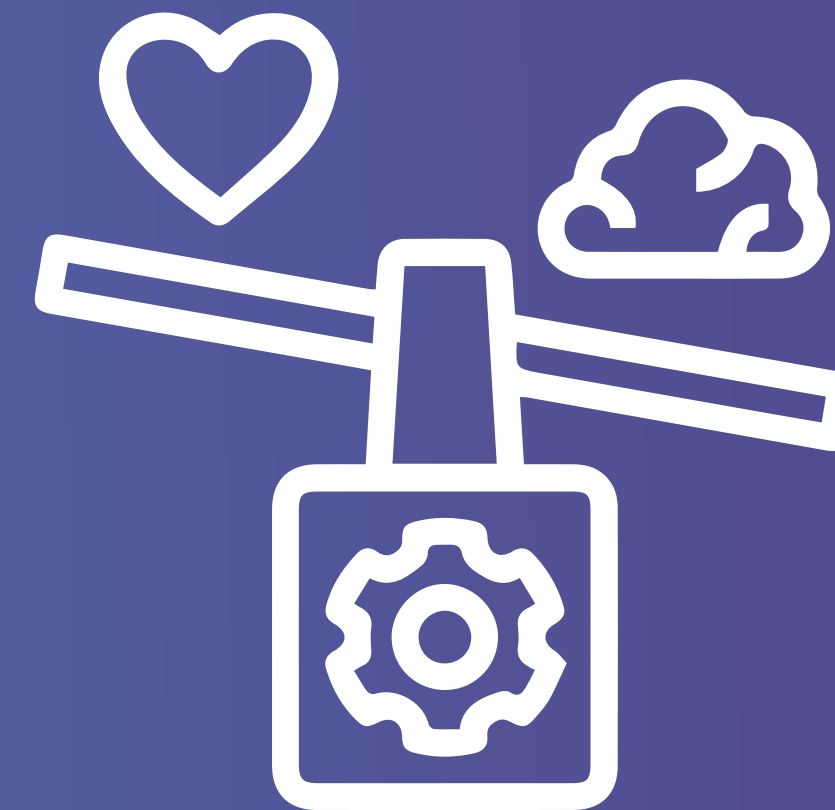
- > Exploratieve mindset
- > Geef voldoende informatie
- > Verhoog positieve emotie

Desktop

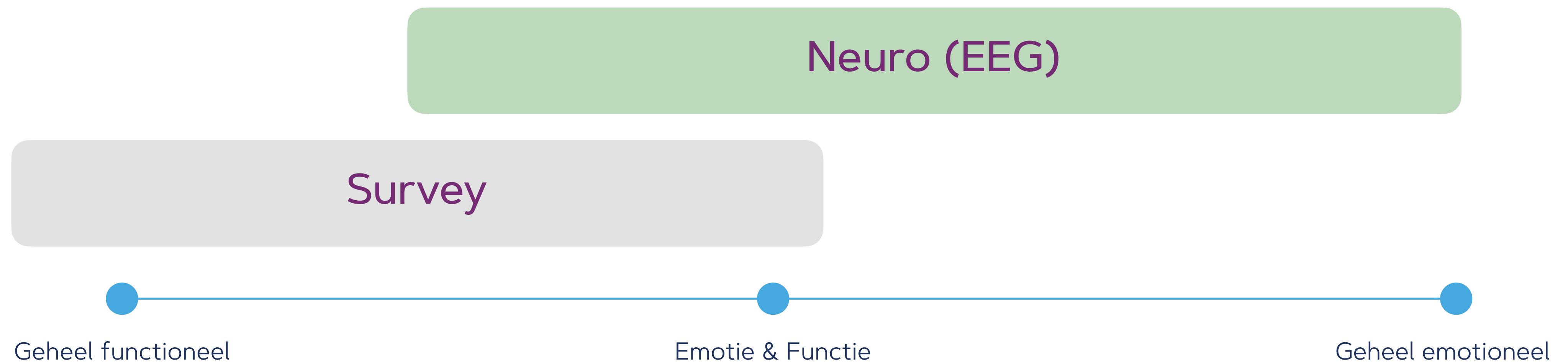
2. Reclame-onderzoek



Heeft een neurotest
toegevoegde waarde op
'rationele' producten?



Effectiviteit Voorspellen

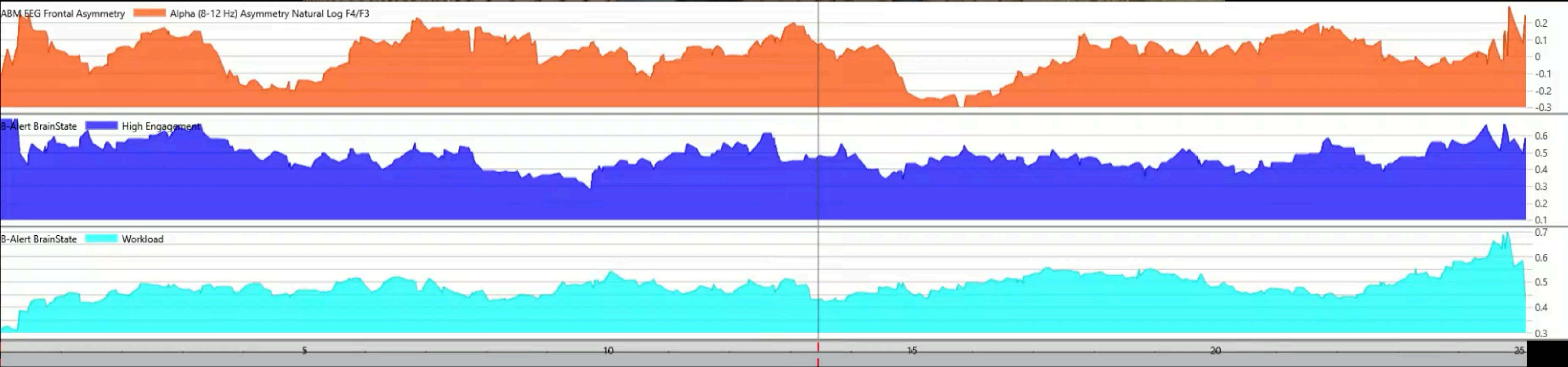


Effectiviteit verhogen

De aankoopbeslissing kan rationeel zijn. Maar de reclameverwerking is dat niet.







Test je uiting in het brein



Elke week

Unravel Multiclient onderzoek (vanaf 4950)

- ✓ Wekelijkse neuromarketing multiclient studie voor TVC, OLV en Radio
- ✓ Maandag aanlevering / Maandag erna resultaat
- ✓ Vanaf 4950,- voor 15 sec
- ✓ Benieuwd? Stuur een mailtje; tim@unravelresearch.com

www.unravelresearch.com

Take-Aways: Neuromarketing & Functionele producten

- ✓ **Functionele consumptie is anders.** Functionele en emotionele producten worden anders verwerkt, gekocht en geconsumeerd.
- ✓ **Stem marketing af op mindset.** Je kunt winkel, schap, product, prijs en website slim optimaliseren op een functionele of juist emotionele mindset.
- ✓ **Ook functionele producten profiteren van neuro onderzoek.** Neuromarketing-onderzoek met Eye Tracking en EEG maakt helpt je reclame, website en winkel te optimaliseren.