

Mein Gehirn und Ich Neuromarketing

Was ist Neuromarketing?



Abb.© Olaf Hajek

Im Neuromarketing werden apparative Verfahren der Hirnforschung (z.B. sogenannte Hirnscanner) zu Marktforschungszwecken eingesetzt)

Neuromarketing integriert die Erkenntnisse aus der Hirnforschung in die Marketingtheorien und Marketingpraxis

Grundmotive des Menschen

Drei zentrale Motiv-Systeme bestimmen das Kaufverhalten des Menschen:

1. Sicherheit

Streben nach Sicherheit, Geborgenheit, Familie und Freunde - Fürsorgemotiv

2. Erregung

Streben nach Neuem und Abwechslung – Spieltrieb

3. Autonomie

Streben nach Geltung, Kontrolle, Macht, Unabhängigkeit – Selbstwert

Wirksame Markenkommunikation schließt an diese Grundmotive an

Motive sollen nicht direkt angesprochen werden

Botschaft: „Trink Coca Cola – damit du dazugehörst“



Abb. © www.horizont.net

Methoden mit denen emotionale Aktivitäten einzelner Nervenzellen und des ganzen Gehirns dargestellt werden können

Technische Methoden der Gehirnforschung (2/2)



fMRI (Foto: Max Planck Institut)



MEG (Foto: Wikipedia.de)



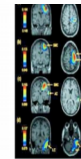
EEG (Foto: Apotheken Umschau)

Eyetracking

- Augen, bzw. Blickbewegungen der Testperson werden aufgezeichnet
- Welche Bereiche einer Anzeige / eines Mailings / Website etc. werden wie lange wahrgenommen?
- In welcher Reihenfolge werden die Bereiche wahrgenommen?
- Kann mit elektrodermaler Aktivität kombiniert werden



Eyetracking-Kamera (Foto: elearning-psychologie.de)



EEG Aktivierung (Foto: medshare.net.de)

Wie werden Kaufentscheidungen getroffen?

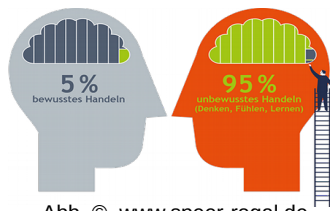


Abb. © www.speer-rogal.de

Zunächst einmal ist festzuhalten, dass nur 5 % bewusstes Handeln zu Tage tritt. Eine wichtige Rolle bei der Kaufentscheidung in unserem Gehirn spielen das Belohnungssystem und die Insula.

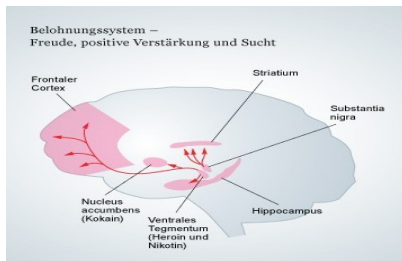


Abb. © www.dasgehirn.info

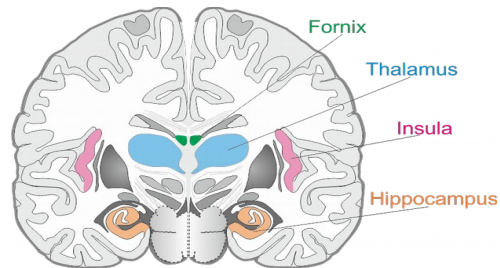


Abb. © www.ratgeber-neuropsychologie.de

Die Codes im Neuromarketing

Neben den Spiegelneuronen nehmen in der Kommunikation und somit im Kaufverhalten folgende CODES eine wichtige Rolle ein:



Abb. © www.webconsulting-stuhec.com