

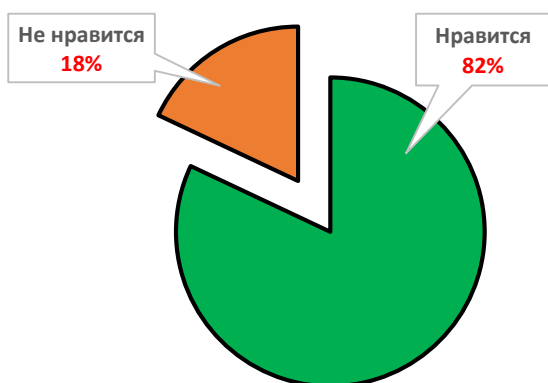
Нейромаркетинг - тестирование привлекательности и удобства сайтов банков РФ

Нейромаркетинг - тестирование с прибором АПК «ИПЭР®-1К» осознаваемых и не осознаваемых реакций на осознаваемые или не осознаваемые стимулы позволяет определить то, что реально происходит в мозге человека, а не просто услышать от респондента субъективную оценку, которая часто бывает лишь способом «побыстрее бы ответить» или просто недостоверной, т.к. респондент противоречит реакции своего мозга не осознавая его доминирующий фактор при выборе продукта или услуги.

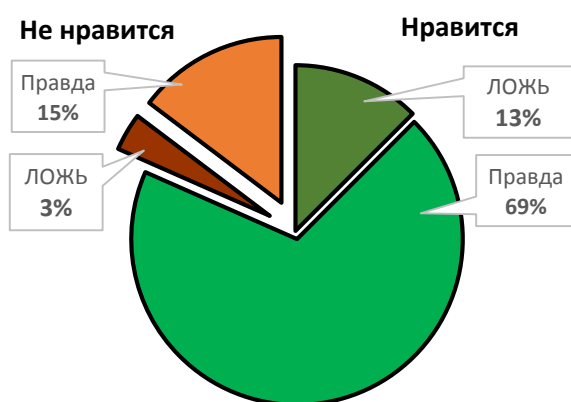
В проведенном исследовании благодаря АПК «ИПЭР®-1К» удалось выявить объективные психоэмоциональные реакции, которые невозможно выявить используя лишь опросники с субъективными ответами респондентов. Чтобы было визуально видно выгоду в использовании при тестировании АПК «ИПЭР®-1К», взгляните на два результата, один из которых отображает субъективные ответы респондентов, а второй – в том числе и не осознаваемые психоэмоциональные реакции, выявленные на АПК «ИПЭР®-1К».

1-й Вопрос респонденту: «Посмотрите на сайт банка №1 и скажите, нравится он вам или нет?». Полученные результаты отображены в диаграмме.

Вариант А – результат только субъективных оценок:



Вариант Б – результат не осознаваемой психоэмоциональной реакции на «ИПЭР®-1К»:



Исходя из данной диаграммы видно, что из сказавших о сайте:

1. «**Не нравится**»
 - 15% сказали правду,
 - 3% солгали.

Достоверно не нравится **28%**

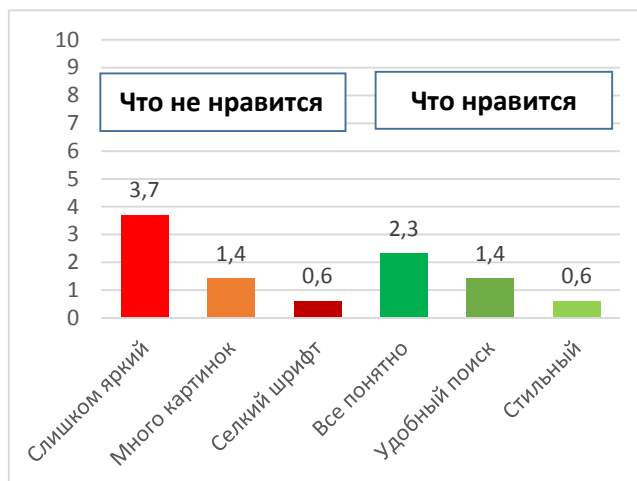
2. «**Нравится**»
 - 69% сказали правду,
 - 13% солгали.

Достоверно нравится **72%**

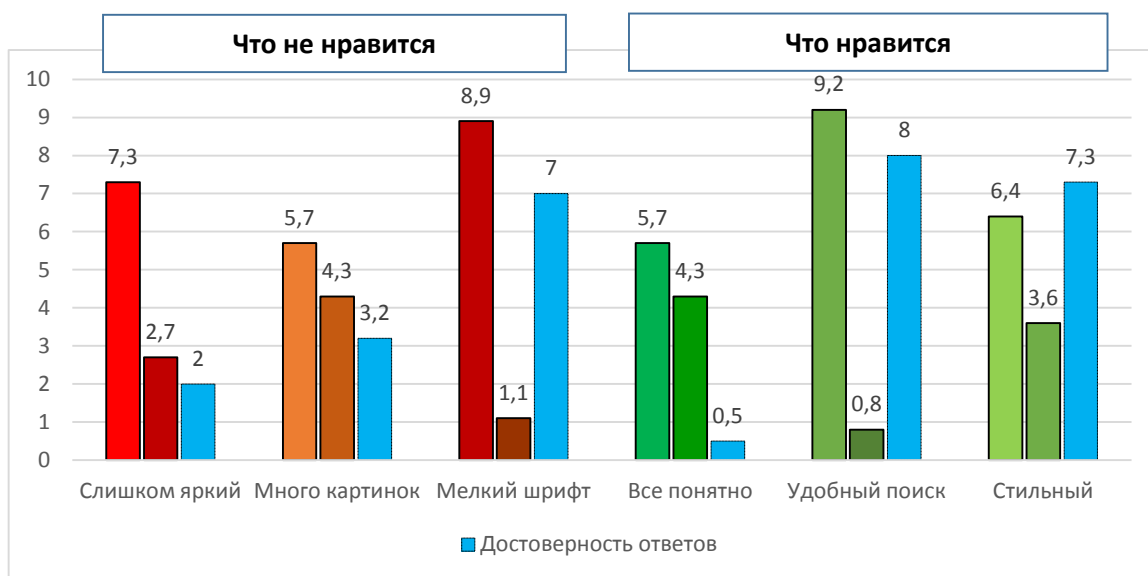
Важно подчеркнуть, что если бы мы не использовали АПК «ИПЭР-1К», то получили бы недостоверные результаты.

2-й Вопрос респонденту: «Посмотрите на сайт банка №1 и скажите, что Вам в нём не нравится и что нравится?». Полученные результаты отображены в таблице.

Вариант А – результат только субъективных оценок:



Вариант Б – результат не осознаваемой психоэмоциональной реакции на «ИПЭР®-1К»:



Если бы мы использовали для принятия решения об изменении сайта лишь субъективные ответы из **Варианта А**, то допустили бы ошибку, изменив:

- яркость сайта;
- уменьшив картинки;
- не менять структуру (т.к. респондентам «все понятно»).

Но если мы будем руководствоваться результатами **Варианта Б**, с использованием АПК «ИПЭР®-1К», то получим более достоверные указания на то, что действительно необходимо изменить:

- увеличить шрифт (достоверность ответов 7);
- уменьшить картинки (достоверность ответов 3.2);
- уменьшить яркость (достоверность ответов 2);
- поработать над структурой сайта (достоверность 0.5).

Применение в маркетинговых исследованиях прибора АПК «ИПЭР®-1К», измеряющего психоэмоциональную реакцию человека, многократно повышает достоверность полученных результатов исследования.

Описание проводимого с АПК «ИПЭР-1К» маркетингового исследования

Цель исследования:

Предъявляя стимулы (сайты основных банков РФ) выявить у респондентов не осознаваемые реакции, препятствующие возникновению быстрой лояльности и отвлекающие от выполнения первоначальных желаний при работе с информацией на сайте.

Целевая аудитория:

Мужчины и женщины в возрасте от 18 лет, готовые принять участие в эксперименте.

Место проведения исследования:

На территории бизнес-центра: _____

Общее время на проведение исследования: 32 часа (4 дня по 8 час.).

Методы исследования:

Прибор АПК «ИПЭР®-1К».

Содержание исследования:

Исследование будет проводиться с использованием прибора АПК «ИПЭР®-1К».

Перед началом исследования на каждого респондента в ПО АПК «ИПЭР®-1К» создается Индивидуальная карта (чтобы в дальнейшем получить результаты в виде «Протокол исследования»). Также в ПО АПК «ИПЭР®-1К» создается Тестовое задание со стимулами, с которых необходимо получить психоэмоциональную реакцию (список стимулов создает «Заказчик» до начала эксперимента).

На одного респондента предусмотрены следующие стимулы:

1. Реакция на сайт банка в момент открытия сайта.
И другие вопросы (полный список является авторской разработкой)

Результаты исследования:

После тестирования на АПК «ИПЭР®-1К» на каждого респондента был получен «Протокол исследования» с отображениями психоэмоциональных реакций (осознаваемых и не осознаваемых), а также субъективные оценки на предъявленные стимулы.

Пример протоколов исследования:

Респондент № 134
ПРОТОКОЛ ИССЛЕДОВАНИЯ

ЗАДАНИЕ № 1 Исследование проводилось при помощи АПК "ИПЭР-1К"

Сайт банка ██████████

	Стимул	Показания ИПЭР	Да/Нет	Интерпретация
1	Первая реакция на сайт		Да ●	Позитивная реакция. Адекватная/позитивная
2	Дизайн		Да ●	Нейтральная реакция. Неадекватная/негативная
3	Текст		Да ●	Нейтральная реакция. Адекватная/позитивная
4	Ближайшее отделение банка		Да ●	Позитивная реакция. Адекватная/позитивная
5	Маркетинговые акции		Нет ●	Небольшая негативная реакция.
6	Дебитовая карта		Да ●	Нейтральная реакция. Адекватная/позитивная
7	Структура сайта		Нет ●	Большая негативная реакция.

Респондент № 134
ПРОТОКОЛ ИССЛЕДОВАНИЯ

ЗАДАНИЕ № 5 Исследование проводилось при помощи АПК "ИПЭР-1К"

Сайт банка ██████████

	Стимул	Показания ИПЭР	Да/Нет	Интерпретация
1	Первая реакция на сайт		Нет ●	Большая негативная реакция.
2	Дизайн		Нет ●	Большая негативная реакция.
3	Текст		Нет ●	Небольшая негативная реакция.
4	Ближайшее отделение банка		Да ●	Нейтральная реакция. Адекватная/позитивная
5	Маркетинговые акции		Нет ●	Большая негативная реакция.
6	Дебитовая карта		Да ●	Нейтральная реакция. Адекватная/позитивная
7	Меню/шрифты/картинки		Нет ●	Небольшая негативная реакция.

Были созданы сводные таблицы с результатами исследования.

Подробнее читать здесь - <https://iper1k.ru/novosti/2017-09-04-neuromarketing.html>

Общие сведения об аппаратно-программном комплексе «Индикатор психоэмоциональных реакций «ИПЭР®»»

Патенты РФ на «ИПЭР®»:

1. Патент на изобретение РФ №2373965 «Способ гармонизации психоэмоционального состояния человека».
2. Патент на полезную модель РФ №107482 «Устройство для оценки психоэмоционального состояния человека – «ИПЭР®»».
3. Свидетельство №2015661224 о государственной регистрации программы ЭВМ «Индикатор психо-эмоциональных реакций «ИПЭР®»».
4. Авторское право – депонент в РНТИЦ Академии наук РФ, № 002/2003 «Технология Направленного Осознания «ГАРМОНИЯ»»
5. Свидетельство №386937 на товарный знак.



Как происходит регистрация психоэмоциональных реакций респондента с использованием АПК «ИПЭР®»»

В основу способа регистрации психоэмоциональных реакций человека положена оценка (диагностика) психоэмоциональной напряженности по электрической проводимости кожи человека, которая является чувствительным индикатором его психофизиологического состояния.

Параметры отклика проводимости на раздражитель (свет, звук, запах, и т.п.), так называемая кожно-гальваническая реакция, а именно её абсолютные величины тонической составляющей и амплитудные колебания кривых фазической составляющей, являются показателем психоэмоционального состояния исследуемого респондента.

Для регистрации психоэмоциональных реакций респондентов в качестве раздражителя используют режим интервьюирования по информационным шаблонам тестирования, интересующих сфер (реакция на логотип, свет, запах, звук, обслуживание, и т.п.). При регистрации на индикаторе АПК «ИПЭР®» резкого максимального падения амплитудных показаний фазической составляющей на фоне регистрируемых абсолютных величин тонических составляющих при воздействии на респондента названным раздражителем диагностируется максимальная отрицательная или положительная психоэмоциональная реакция респондента, влияющая на адаптацию человека в исследуемой сфере.

«Коммерческое предложение «ИПЭР®-1Км» маркетологам» - [Скачать >>>](#)

Для более подробного ознакомления с возможностью АПК «ИПЭР®-1К» предлагаем встретиться для проведения презентации.

С уважением,
Балыкин Александр Иванович

<http://www.iper1k.ru> - приборы АПК «ИПЭР®»
Академия Развития Способностей "Гармония" (ООО)
Россия, 127051, Москва, Сухаревская пл. 6/1, ТАРП ЦАО (для писем)

тел.: +7-916-801-17-32
e-mail: b2000s@yandex.ru
Skype: b2000s1