

*Rozwijamy innowacyjne technologie  
gromadzenia i analizy danych*

*Z wielu źródeł informacji wybieramy te,  
które pozwolą zrozumieć zależności  
gwarantujące sukces naszych klientów*

**ASM Centrum Badań i Analiz Rynku**



**REALIZACJA BADAŃ NEUROMARKETINGOWYCH  
Z UDZIAŁEM NAJMŁODSZYCH KONSUMENTÓW - DZIECI**

[www.asm-poland.com.pl](http://www.asm-poland.com.pl)

Więcej niż agencja badawcza

## Na czym polegają badania neuromarketingowe wśród dzieci i dlaczego warto je realizować?

Badania neuromarketingowe stanowiące przełom w podejściu do badań rynkowych dają możliwość poznania **rzeczywistych odczuć dzieci**. Są uzupełnieniem dla badań realizowanych tradycyjnymi technikami – **wykraczają poza poziom deklaracji** i pozwalają na poznanie mechanizmów działania, nawet tych nieświadomych. Badania dają odpowiedzi na kwestie związane z wyborem produktów, oceną stosowanych rozwiązań czy zainteresowaniem poszczególnymi elementami odbioru. Są miarodajnym i efektywnym narzędziem do realizacji badań wśród najmłodszych konsumentów – dzieci.

## Obszary badań neuromarketingowych wśród dzieci



**BADANIE FUNKCJONALNOŚCI INTERFACE`U UŻYTKOWNIKA / STRONY WWW, APLIKACJE MOBILNE, GRY**



**BADANIE ODBIORU MATERIAŁÓW AUDIOWIZUALNYCH / REKLAMY, FILMY, VIDEOCASTY, VLOGI**



**BADANIE WPŁYWU MUZYKI I DŹWIĘKÓW NA OKREŚLONE ZACHOWANIA OSÓB / REAKCJE, EMOCJE, DECYZJE, WYBORY**



**BADANIA DECYZJI ZAKUPOWYCH, REAKCJI I AKTYWNOŚCI KLIENTÓW, JAKOŚCI OBSŁUGI, MERCHANDISINGU, BRANDINGU**



**BADANIE KONSUMENCKICH TESTÓW ŻYWNOSCI/TESTÓW KULINARNYCH**

## Możliwości badawcze ASM NEUROLAB

Dostęp do własnego laboratorium badawczego

Najnowocześniejszy sprzęt

Oprogramowanie do analizy materiałów

Analitycy posiadający szeroką wiedzę w zakresie realizacji i opracowania wyników badań



## Najczęstsze techniki badawcze stosowane w badaniach z udziałem dzieci

### EEG



Pomiar aktywności reakcji mózgu przy pomocy specjalnych elektrod umieszczonych na czepku.

### Eyetracking



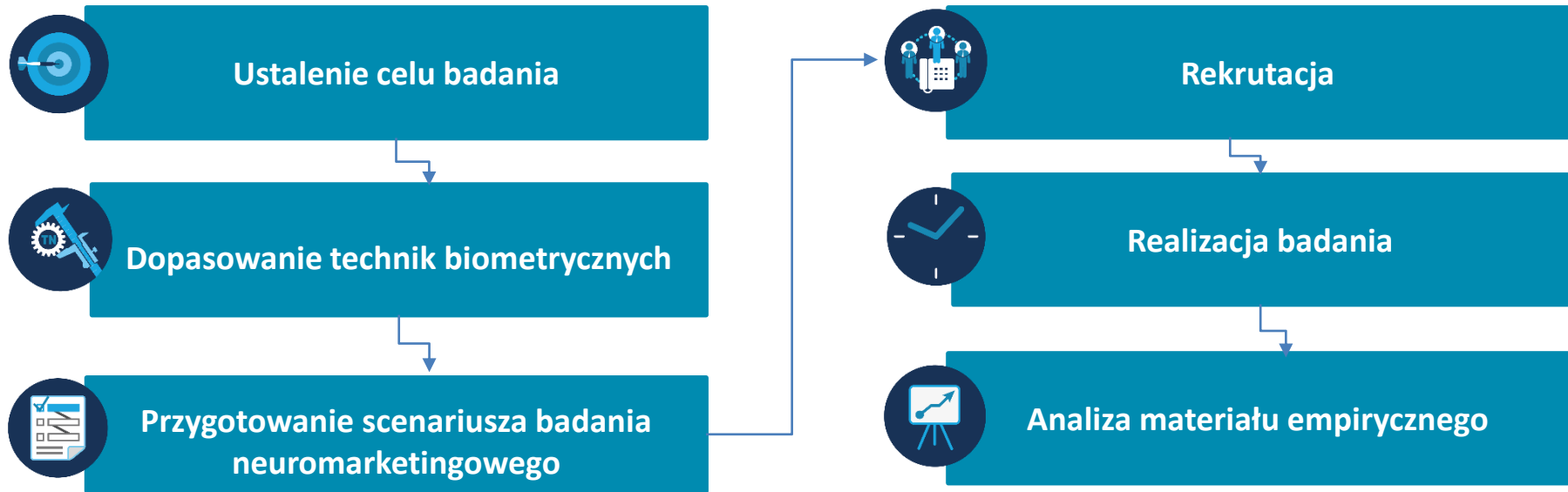
Badanie ruchu gałek ocznych – częstotliwości oraz intensywności spoglądania na elementy przekazu.

### Facereading



Detekcja i analiza emocji ze statycznych i dynamicznych obrazów mimiki ludzkiej twarzy.

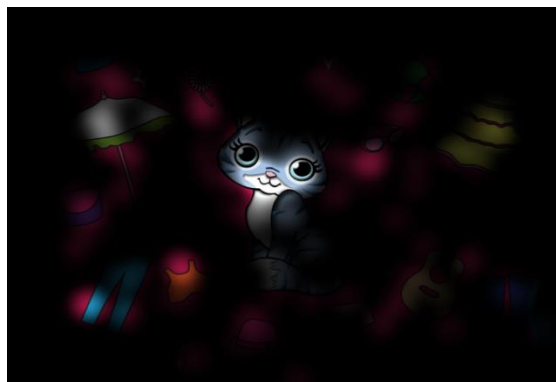
## Schemat procesu badawczego



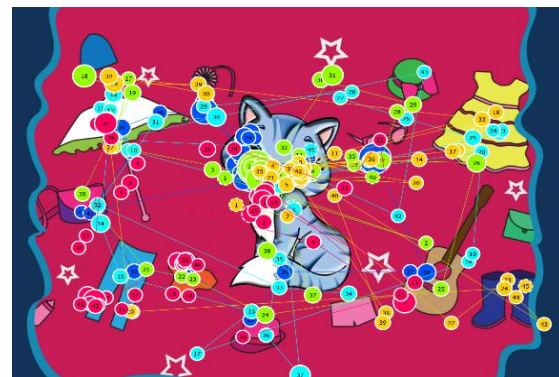
## Przykładowa forma opracowania wyników badania neuromarketingowego - eyetracking



**Mapa cieplna** (*heat maps*) prezentuje za pomocą barw elementy przekazu, na które spoglądano najczęściej, oraz takie, które skupiły mniejszą uwagę badanych.



**Odwrócona mapa cieplna** obrazuje obszary, które **tak naprawdę widzi badany**.



**Ścieżka fiksacji** pozwala określić kolejność z jaką wzrok badanego pada na konkretne elementy przekazu.



## Co można badać za pomocą technik neuromarketingowych?

Przekazy reklamowe

Gry

Książki, ulotki

Opakowania produktów

Umieszczenie produktów na półkach

Plakaty, billboardy, storytelling

I wiele innych...





## Efekty badań neuromarketingowych z udziałem dzieci

Wiedza o elementach przekazu, które są najbardziej widoczne

Eliminacja nieefektywnych elementów reklamowych w punktach handlowych

Dostosowanie materiałów reklamowych do potrzeb najmłodszych klientów

Informacja o odczuciach, jakie wywołał przekaz

Wskazanie materiałów wywołujących konkretne emocje – np. radość, złość

Zwiększenie efektywności reklam

Ograniczenie nakładów finansowych na nieefektywne działania marketingowe



Już dziś zgłoś się do naszych ekspertów i zapytaj o możliwość realizacji badań neuromarketingowych. Nasz Zespół chętnie odpowie na wszystkie Twoje pytania. Skorzystaj z możliwości jakie niosą za sobą nowoczesne techniki badawcze!



**Joanna Florczak-Czujwid**  
Z-ca Dyrektora  
Działu Analiz Sektorowych i Foresightu

☎ +48 (24) 355 77 80

📠 697 134 770

✉ [j.florczak@asm-poland.com.pl](mailto:j.florczak@asm-poland.com.pl)



**Marta Topolska**  
Project Manager

☎ +48 (24) 355 77 80

📠 697 145 730

✉ [m.topolska@asm-poland.com.pl](mailto:m.topolska@asm-poland.com.pl)

