

# Nöroplazma İpuçları ile Danışan İletişimi

# NÖROPAZARLAMA

## Nöropazarlama;

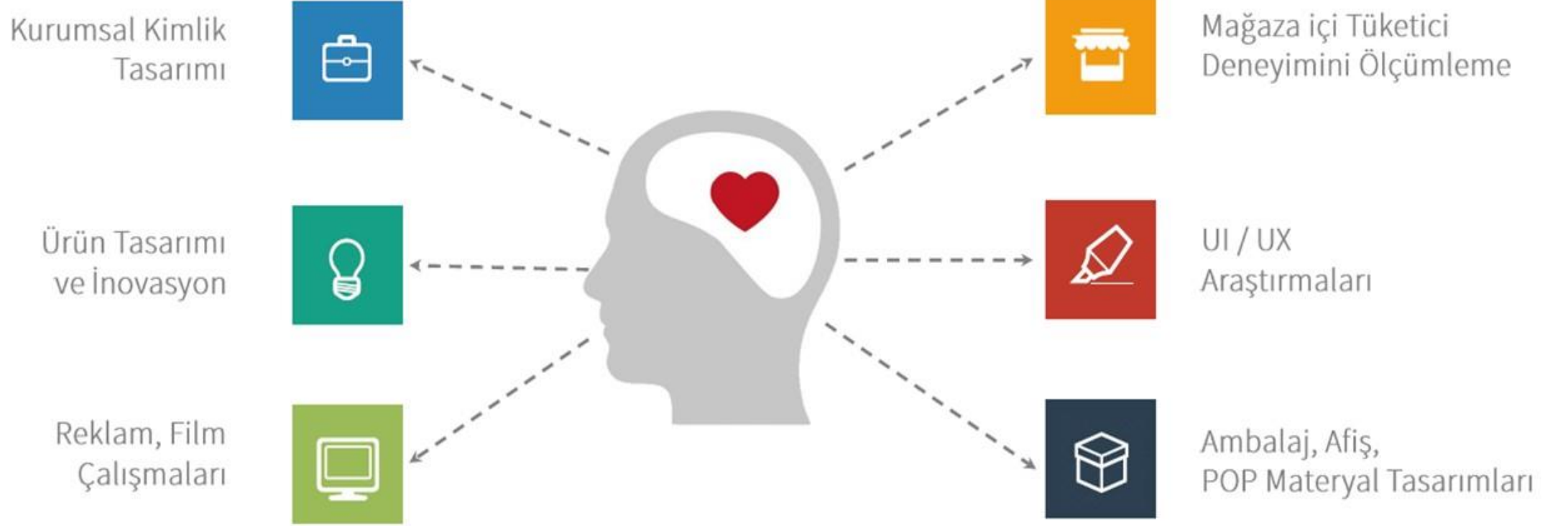
Pazarlama iletişimi ve tüketici davranışı alanlarını temsil ediyor.

**Tüketici davranışlarını** gerçekte neyin şekillendirdiğini fizyolojik cihazlarla analiz ederek, **somut veriler** ile sunuyor.



Kararların **duygular**la nasıl uyarıldığı, bu uyarılmanın olumluluk düzeyi ile **belleğin** gösterdiği **dikkat**in kararlara olan etkisi anlamlandırılmak isteniyor.

# NÖROMARKETİNG ALANLARI



# KARAR SÜRECİ

## OTOPİLOT (Bilinçdışı)

85%

Hızlı, Aceleci  
Otomatik  
Fayda Odaklı  
Düşük efor

## PİLOT (Bilinç)

15%

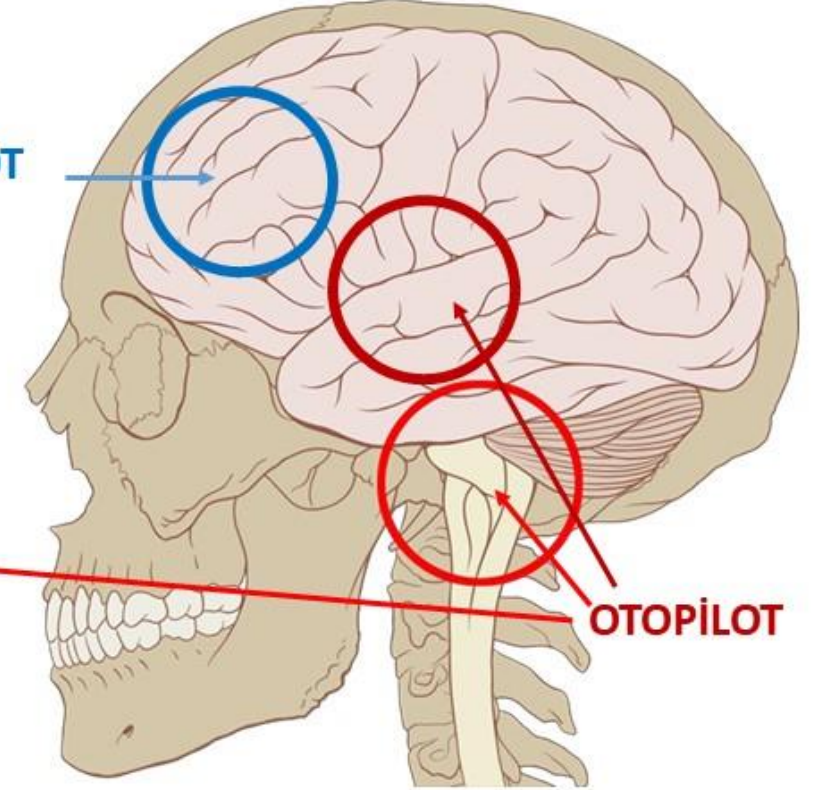
Yavaş  
Kontrollü  
Mantık Odaklı  
Yüksek efor

Source: Daniel Kahneman

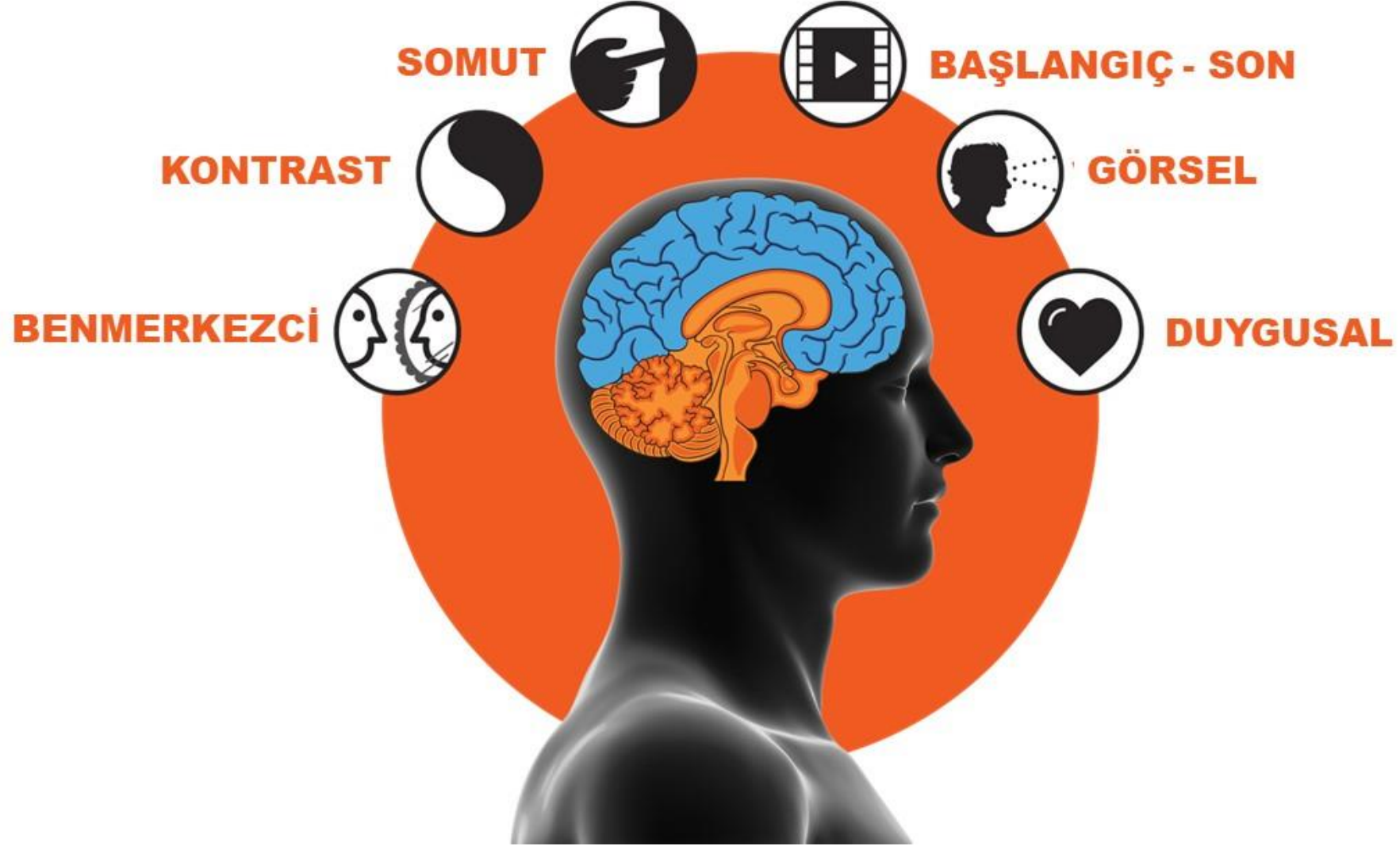
# KARAR SÜRECİ



PİLOT



# ESKİ BEYNİN 6 UYARANI



**Görsel uyarılar karar sürecini direkt etkilerler.**



**Bilgi levhaları, Posterler, Kategori başlıkları, Raf etiketleri**