

НЕЙРОМАРКЕТИНГ ПОНИМАНИЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ НА ГЛУБОКОМ УРОВНЕ

Юлдашев Жамшид Абрарович

*Ташкентский государственный экономический
университет, и.о. доцент кафедры «Маркетинг»*

Анотация: В данной статье раскрывается сущность и состояние Нейромаркетинга как интересное направление маркетинговых исследований, которое объединяет в себе понимание мозговых процессов и их влияния на потребительское поведение. В данной статье исследованы основные аспекты нейромаркетинга и его значимость для бизнеса:

Ключевые слова: нейромаркетинг, понимания реакции потребителей на рекламу, продукты и услуги, методы исследования, магнитно-резонансную томографию (fMRI), электроэнцефалографию (EEG), и измерение психофизиологических показателей, этические и правовые аспекты, эмоциональная активация. Эти термины играют важную роль в понимании ключевых аспектов нейромаркетинга и его применения в мире маркетинга и рекламы.

Введение

1. Введение в нейромаркетинг: Определение нейромаркетинга как науки, изучающей, как мозговые процессы влияют на решения и предпочтения потребителей. Значение нейромаркетинга для понимания реакции потребителей на рекламу, продукты и услуги.

2. Методы исследования: Обзор основных методов, используемых в нейромаркетинге, включая функциональную магнитно-резонансную томографию (fMRI), электроэнцефалографию (EEG), и измерение психофизиологических показателей. Примеры исследований, проводимых с использованием этих методов.

3. Применение нейромаркетинга в практике: Как компании используют данные из нейромаркетинга для разработки эффективных маркетинговых стратегий.

Примеры успешных кампаний, опирающихся на нейромаркетинговые исследования.

4. Этические и правовые аспекты: Обсуждение вопросов конфиденциальности и соблюдения прав потребителей в контексте сбора данных о мозговой активности.

Рекомендации по этическому использованию нейромаркетинга.

5. Перспективы развития: Прогнозы по развитию нейромаркетинга и его потенциальным применениям в будущем.

Исследование возможных новых методов и технологий для изучения мозговой активности потребителей.

В итоге, статья предоставляет обзор нейромаркетинга, его методов, практических применений и этических аспектов, а также подчеркивает его значение для современных компаний, стремящихся лучше понять и удовлетворить потребительские потребности.

Нейромаркетинг - это область маркетинга, которая использует знания о мозговой активности и психологии потребителей для оптимизации маркетинговых стратегий и улучшения эффективности рекламных кампаний. В этой статье мы рассмотрим, что такое нейромаркетинг, какие методы используются в этой области и какие преимущества он предоставляет брендам.

Что такое нейромаркетинг?

Нейромаркетинг основан на идее, что наши решения о покупках и предпочтения формируются не только сознательно, но и под воздействием нашего подсознания. Он исследует, как различные маркетинговые стратегии и рекламные приемы воздействуют на мозговую активность потребителей, и как эта активность связана с их поведением.

Методы нейромаркетинга

Нейромаркетинг использует различные методы и инструменты для анализа мозговой активности и реакции потребителей. Некоторые из основных методов включают:

1. Функциональная магнитно-резонансная томография (fMRI)

fMRI позволяет исследователям видеть, какие части мозга активируются при просмотре рекламы или при принятии решения о покупке. Этот метод помогает понять, какие аспекты продукта или рекламы привлекают внимание и вызывают позитивные эмоции.

2. Электроэнцефалография (EEG)

EEG измеряет электрическую активность мозга и позволяет исследователям определить, какие процессы в мозгу происходят в реальном времени в ответ на стимулы, такие как реклама или товар.

3. Гальваническая кожная реакция (GSR)

GSR измеряет изменения в электропроводности кожи, которые связаны с эмоциональными реакциями. Этот метод помогает определить уровень вовлеченности и эмоциональную реакцию потребителей на маркетинговые стимулы.

Анализ и результаты

1. Исследование Coca-Cola:

- Цель: Исследователи использовали fMRI для изучения реакции мозга на разные варианты упаковки Coca-Cola.

- Результат: Было обнаружено, что определенные дизайны упаковки вызывают более сильную активацию удовольствия в мозге потребителей, что сказалось на уровне их предпочтений и покупок.

2. Исследование Pepsi vs. Coke:

- Цель: В рамках этого исследования было проведено сравнение реакции мозга на Pepsi и Coca-Cola с использованием fMRI.

- Результат: Исследование выявило, что при слепом тестировании многие участники предпочли Pepsi, но когда им сообщили о том, какая из напитков они потребляют, активация мозга изменялась. Это демонстрирует, как наше восприятие может быть подвержено маркетинговым воздействиям.

3. Исследование Super Bowl рекламы:

- Цель: В разные годы исследователи использовали EEG и GSR для анализа реакции аудитории на рекламу во время Super Bowl.

- Результат: Исследования показали, что некоторые рекламные ролики вызывали сильные эмоциональные реакции и повышали уровень вовлеченности зрителей, что дополнило успешность этих рекламных кампаний.

4. Исследование эффекта цен на мозг:

- Цель: В этом исследовании использовалась фМРТ для анализа того, как разные ценовые предложения влияют на активацию мозга при принятии решения о покупке.

- Результат: Было обнаружено, что изменения цены вызывают активацию разных областей мозга, что помогает оптимизировать стратегии ценообразования.

Эти исследования подчеркивают важность нейромаркетинга в понимании того, как потребители реагируют на продукты, рекламу и ценообразование. Использование методов нейромаркетинга позволяет более глубоко проникнуть в мозговую активность потребителей и оптимизировать маркетинговые стратегии для достижения желаемых результатов.

Преимущества нейромаркетинга

Нейромаркетинг предоставляет ряд преимуществ для брендов и маркетологов:

Более глубокое понимание потребителей: Исследования мозговой активности позволяют лучше понять, какие аспекты продукта или рекламы привлекают внимание потребителей.

Улучшение конверсии: Зная, какие моменты вызывают положительные реакции, маркетологи могут оптимизировать рекламные кампании для увеличения конверсии.

Улучшение дизайна продукта: Нейромаркетинг может помочь разработчикам продуктов создавать продукты, которые максимально соответствуют ожиданиям и предпочтениям потребителей.

Более эффективное брендинг: Понимание, какие эмоции и ассоциации вызывает бренд, позволяет лучше выстраивать брендинг и коммуникацию с аудиторией.

Закключение

Нейромаркетинг - это мощный инструмент для понимания поведения и предпочтений потребителей. Используя методы анализа мозговой активности, маркетологи могут улучшить эффективность своих стратегий и создать продукты и рекламу, которые более эффективно воздействуют на целевую аудиторию. Эта область маркетинга продолжает развиваться, и ее вклад в сферу рекламы и продаж остается значительным.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Yuldashev, J. A. (2023). Marketing Principles of Formation of Reserve Funds in the Practice of Commercial Banks. *EUROPEAN JOURNAL OF BUSINESS STARTUPS AND OPEN SOCIETY*, 3(5), 1–6. Retrieved from <https://inovatus.es/index.php/ejbsos/article/view/1650>

2. Юлдашев, Ж. А. (2023). Изучение современного состояния банковских поступлений, формы развития внутрибанковских и межбанковских расчетов. *World scientific research journal*, 12(2), 186-196.

3. Юлдашев, Ж. А. ТИЖОРАТ БАНКЛАРИДА МИЖОЗЛАР БИЛАН МУНОСАБАТЛАР ҲОЛАТИНИ БАҲОЛАШ УСУЛИНИ ТАКОМИЛАШТИРИШ.

4. Yuldashev, J. A. (2022). Mechanisms of Customer Attraction Based on Marketing Strategies in Commercial Banks. *EUROPEAN JOURNAL OF BUSINESS STARTUPS AND OPEN SOCIETY*, 2(10), 25–32. Retrieved from <https://inovatus.es/index.php/ejbsos/article/view/1313>

5. Самадова, Н. Р. (2024). КОРХОНА ИҚТИСОДИЙ САЛОҲИЯТИНИНГ КОМПЛЕКС ТАҲЛИЛИ COMPLEX ANALYSIS OF THE ECONOMIC COMPETENCE OF THE ENTERPRISE. *World scientific research journal*, 23(2), 174-181.

6. Samadova Nargiza Rasulovna. (2023). Ways to Analyze Financial Potential Based on the Balance Sheet. *Central Asian Journal of Innovations on Tourism Management and Finance*, 4(12), 65-67. Retrieved from <https://cajtmf.centralasianstudies.org/index.php/CAJTMF/article/view/661>

7. Мамат кулов, А. Х. (2023). Пахтани қайта ишлаш корхоналарида ишлаб чиқариш

- харажатлари бўйича таннархни ҳисоблаш усулларини такомиллаштириш. *Gospodarka i Innowacje.*, 41, 142-145.
8. Маматкулов, А. (2017). Совершенствование учета затрат в производственном учете на хлопкоперерабатывающем предприятии. Экономика и инновационные технологии, (3), 111–117. извлечено от https://inlibrary.uz/index.php/economics_and_innovative/article/view/9264
9. Rozmatovna, Y. U. (2022). Improvement of Intangible Assets Accounting and Auditing. *Texas Journal of Multidisciplinary Studies*, 9, 102-104.
10. Rozmatova Umida Yuldashevna. (2023). IQTISODIYOTNI TARTIBLASHDA BOZOR MEXANIZMI . *Journal of New Century Innovations*, 30(3), 12–13. Retrieved from <https://newjournal.org/index.php/new/article/view/7342>
11. Nurmanov, U. A. (2022). Budgeting in the management of current assets. *Berlin Studies Transnational Journal of Science and Humanities*, 2(1.1 Economical sciences).
12. У.А. Нурманов. (2024). Жорий активларни бошқаришда тизимли ёндашишни такомиллаштиришнинг муҳимлиги. *World Scientific Research Journal*, 23(2), 277–286. Retrieved from <http://www.wsrjournal.com/index.php/wsrj/article/view/3041>
13. Yuldasheva, U. A. (2022). THE IMPACT OF THE TAX BURDEN ON THE FINANCIAL ACTIVITIES OF BUSINESS ENTITIES. *ILMIY TADQIQOT VA INNOVATSIYA*, 1(1), 55-63.
14. Yuldasheva Umida Asanaliyevna. (2024). WAYS TO OPTIMIZE THE TAX BURDEN ON ORGANIZATIONS IN THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN. *American Journal of Business Management, Economics and Banking*, 20, 248–253. Retrieved from <https://www.americanjournal.org/index.php/ajbmeb/article/view/1782>
15. Yuldasheva, U. (2022). IQTISODIYOTNING XALQARO INTEGRATSIYASIDA INVESTITSIYALARNING O'RNINI VA AXAMIYATI. INTERNATIONAL CONFERENCE ON LEARNING AND TEACHING, 1(4), 336–345. Retrieved from <https://researchedu.org/index.php/iclt/article/view/2742>
16. Юлдашева, Д. А. (2024). ИНФОРМАЦИОННАЯ ОСНОВА ОЦЕНКИ СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ. *World scientific research journal*, 23(2), 57-66.
17. Yuldasheva D.A. (2023). INFORMATION AND ANALYTICAL BUSINESS ENVIRONMENT AND ITS INTERACTION WITH ACCOUNTING IN THE DIGITAL ECONOMY. *European Journal of Research Development and Sustainability*, 4(1), 9-12. Retrieved from <https://scholarzest.com/index.php/ejrds/article/view/3106>

18. Сагдиллаева, З. А. (2024). ФИНАНСОВЫЙ АНАЛИЗ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА. *World scientific research journal*, 23(2), 191-198.

19. Сагдиллаева, З. А. (2024). СОДЕРЖАНИЕ И ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОЙ ОТЧЁТНОСТИ, СФОРМИРОВАННЫЙ НА ОСНОВЕ МСФО. *World scientific research journal*, 23(2), 437-442.

20. Sardor Umarovich Kholdorov (2022). Investitsion loyihalarini moliyalashtirishda xavflarni baholash va boshqaruv masalalari. "The processes of digital transformation in the economy, finance and management in the context of a pandemic", 6, 916-927 pp.

21. Сардор Умарович Холдоров (2022). Рақамли иқтисодиёт шароитида инвестицион фаолиятини молиялаштириш истиқболлари. "Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси: мақсад, тамойиллар ва ривожланиш истиқболлари", 3, 326-329 б.

22. Якубов Улугбек Касимович. (2024). Хўжалик юритувчи субъектларнинг молиявий- иқтисодий ҳолатини таҳлилида ташқи иқтисодий фаолият кўрсаткичларидан фойдаланиш масалалари. *World Scientific Research Journal*, 23(2), 428–436. Retrieved from <http://www.wsrjournal.com/index.php/wsrj/article/view/3055>

23. U.Yakubov, Q.Altiyev, Sh.Maxmudova. (2022). Biznes tahlilda raqamli texnologiyalar. (Darslik). –Т.: "Nihol print", 236 б.

24. Klichev, B. (2024, февраль 23). Inson kapitalini rivojlantirishda ishchilar harakati tahlili. Ilm-fan taraqqiyotida mintaqaviy iqtisodiyotni rivojlantirish va kambag'allikni qisqartirish, Farg'ona, O'zbekiston. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10901976>

25. Қличев, Б. (2021, май 21). Маҳсулот (иш, хизматлар) га баҳо шакллантириш масалалари. Бухгалтерия ҳисоби ва аудиторлик фаолиятини халқаро стандартлар асосида ташкил этишнинг долзарб масалалари. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10647005>

26. Қличев, Б. (2021, май 21). Ўзбекистонда ишбилармонлик фаоллиги таҳлилин ташкил этиш. Бухгалтерия ҳисоби ва аудиторлик фаолиятини халқаро стандартлар асосида ташкил этишнинг долзарб масалалари. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10646960>

27. Қличев, Б. (2021, май 5). Ишбилармонлик фаоллиги индекси таҳлили. Biznes-tahlilni rivojlantirishning zamonaviy tendensiyalari va istiqbollari. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10647021>

28. Қличев, Б. (2022, сентябрь 16). Операцион фаолият таҳлилида харидор танлови асосида маҳсулотга баҳо шакллантириш масалалари.

Инновацион ёндашув асосида молиявий ҳисоботнинг халқаро стандартларини жорий этиш. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10647059>

29. Қличев Бахтиёр Пардаевич. (2024). Ишчилар қўнимсизлиги таҳлили. *World Scientific Research Journal*, 23(2), 287–294. Retrieved from <http://wsrjournal.com/index.php/wsrj/article/view/3042>

30. Adurahimov, A. Z., & Ergashov, I. O. (2023). Ta'limda texnologiyalarni qo'llash hamda xorijiy tillarni o'rgatish orqali mutaxassislarni malakali kadr sifatida chiqarish islohatlari. *Scientific approach to the modern education system*, 2(18), 62-64.

31. Adurahimov, A. Z., & Ergashov, I. O. (2023). Kichik biznesga qanday yengilliklar beriladi, kimlar 20 mln yoki 30 mln to'lasa soliq hisobotini yuritishi shart emas, 2023 yilgi soliq o'zgarishlari. *ijodkor o'qituvchi*, 3(32), 30-32.

32. Қиличев Ботир Пардаевич. (2024). COVID-19 пандемиясидан кейин туризмни ривожлантириш йўналишлари. *Образование наука и инновационные идеи в мире*, 39(2), 130–134. Retrieved from <https://newjournal.org/index.php/01/article/view/11578/11219>

33. Abdullaevich, K. M. (2020). Issues to enhance financial literacy on extrabudgetary targeted funds. *International Journal of Research in Social Sciences*, 10(8), 129-135.

34. Қурбонов Муҳиддин Абдуллаевич. (2024). Яширин иқтисодийга қарши курашишда фискаль сиёсат, хорижий тажриба, муаммо ва ечимлар. *World Scientific Research Journal*, 23(2), 257–265. Retrieved from <http://www.wsrjournal.com/index.php/wsrj/article/view/3039>

35. Қурбонов Муҳиддин Абдуллаевич. (2024). Солиқ маъмурчилигида молиявий технологиялар – хуфиёна иқтисодийни қисқартириш омили сифатида. *World Scientific Research Journal*, 23(2), 266–276. Retrieved from <http://www.wsrjournal.com/index.php/wsrj/article/view/3040>

36. Қурбонов Муҳиддин Абдуллаевич. (2024). Қўшилган қиймат солиғини қўллашнинг халқаро амалиётдаги моделлари. *World Scientific Research Journal*, 23(2), 295–302. Retrieved from <http://www.wsrjournal.com/index.php/wsrj/article/view/3043>

37. Қурбонов Муҳиддин Абдуллаевич. (2024). Хуфиёна иқтисодий шароитида фискаль сиёсати ва унинг назарий асослари. *World Scientific Research Journal*, 23(2), 303–313. Retrieved from <http://www.wsrjournal.com/index.php/wsrj/article/view/3044>

38. Қурбонов Муҳиддин Абдуллаевич. (2024). Божхона тўловларини ундиришда молиявий технологияларини қўллаш амалиётини такомиллаштириш. *World Scientific Research Journal*, 23(2), 314–324. Retrieved from <http://www.wsrjournal.com/index.php/wsrj/article/view/3045>

39. Қурбонов Муҳиддин Абдуллаевич. (2024). Erkin iqtisodiy zonalar faoliyatini takomillashtirish va normativ-huquqiy asoslari. World Scientific research Journal, 23(2), 344–351. Retrieved from <http://www.wsrjournal.com/index.php/wsrj/article/view/3048>

40. Қурбонов Муҳиддин Абдуллаевич. (2024). Fiskal siyosat bo'yicha xorijiy mamlakatlar tajribasi va uni qo'llash muammolari. World Scientific Research Journal, 23(2), 352–361. Retrieved from <http://www.wsrjournal.com/index.php/wsrj/article/view/3049>

41. Dusiyarov, S. K. (2021). Issues Of Supporting Activities Of Business Entities Through Improving Tax Administration In Uzbekistan. *Academicia Globe*, 2(11), 51-59.

42. Dusiyarov, S. X. (2023). Stages of entrepreneurship development in uzbekistan and its role in the national economy. *Modern Science and Research*, 2(6), 16-25.

43. Дусияров Ш. (2021). Кичик тадбиркорлик субъектлари молиявий фаолиятига солиқларнинг таъсири таҳлили, *Iqtisodiyot va ta'lim*, 2021, 6, 105-109. <https://cedr.tsue.uz/index.php/journal/article/view/289> .

44. Дусияров, Ш., Чоршанбаев, У., & Муратжанова, Л. (2024). Саноатни модернизациялашда самарали солиқ механизмларидан фойдаланиш йўллари. *Iqtisodiy taraqqiyot va tahlil*, 2(2), 367-376.

45. Fayziev, F. (2021). Маҳаллий бюджет даромадларини оширишда мулкӣ солиқларнинг аҳамияти. *Архив научных исследований*, 2(1). извлечено от <https://journal.tsue.uz/index.php/archive/article/view/305>

46. Файзиев Фаррух Абдуллахожаевич. (2024). Ўзбекистонда ўзини ўзи банд қилиш: ривожланиш истиқболлари ва солиқ тизимидаги ўрни. World Scientific Research Journal, 23(2), 387–402. Retrieved from <http://www.wsrjournal.com/index.php/wsrj/article/view/3052>

47. Abdullakhojaevich, F. F. (2020). Peculiarities of assessing real estate by market value for the taxation purpose. *International Journal of Research in Social Sciences*, 10(7), 92-100.

48. Файзиев, Ф. (2020). Солиқ солиш мақсадида кўчмас мулкни бозор қийматида баҳолашнинг ўзига хос хусусиятлари. *Экономика и инновационные технологии*, (1 (2)), 218-227.

49. Хамидова Сулув Янгибоевна. (2023). Халқаро амалиётда ички аудиторлик текширувларини ўтказиш услубиётини ва ички аудитнинг халқаро стандартларини такомиллаштириш асослари. "XXI ASRDA INNOVATION TECHNOLOGIYALAR, FAN VA TA'LIM TARAQQIYOTIDAGI DOLZARB MUAMMOLAR" nomli respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi, 1(8), 8–22.

50. Хамидова С.Я. (2023). Молиявий ҳисоботларни трансформация қилиш ва параллел усулларда тузишнинг ташкилий жиҳатлари. *"Conference on Universal Science Research 2023"*, 1(8), 18–23.

51. Абдуллаев Аббор Бозарбоевич. (2023). Корхона солиқ мажбуриятларини самарали бошқаришни таъминлашда солиқ аудитининг роли. *World Scientific Research Journal*, 21(1), 134–142. Retrieved from <http://www.wsrjournal.com/index.php/wsrj/article/view/2871>

52. Абдуллаев, А. Б. (2019). Совершенствование учета и анализа налогов improvement of accounting and analysis of taxes. ББК 65.052 Б 94, 10.

53. Абдуллаев Аббор Бозарбоевич. (2023). Солиқ таваккалчилигини бошқаришда солиқ аудитининг роли ва вазифалари. *World Scientific Research Journal*, 21(1), 166–175. Retrieved from <http://www.wsrjournal.com/index.php/wsrj/article/view/2874>

54. Abdullayev, A. B., & Ochilov, O. I. (2021). A new approach to the methodology of tax analysis. *Asian Journal of Research in Business Economics and Management*, 11(9), 19-25.