



شناسایی رفتار شناختی مصرف کننده از طریق نوار مغزی یا الکتروانسفالوگرافی (شاخه علوم نروساینس)



معرفی

بررسی امواج مغز مصرف کننده و سنجش واکنش های فیزیولوژی آنان از جدیدترین متد ها علوم رفتار مصرف کننده در شاخه علوم انسانی و علوم اعصاب در حوزه پزشکی است که این دو رشته را به هم پیوند داده است. نقشه های مغزی مصرف کننده در حین خرید یک محصول/خدمت و یا بازدید از یک وب سایت به ما نقشه ای از امواج مغزی مصرف کننده ارائه میکند تا احساسات و رفتار هایی که علت آن در مواجهه با محصول مشخص نیست را توجیه و توضیح دهد.

اهداف و برنامه ها

هدف این پروژه کمک به حوزه بازاریابی عصبی و علوم اعصاب مصرف کننده میباشد. با توجه به افزایش شرکت های استارت آپی در حوزه های مختلف به ویژه خدمات مانند اپلیکیشن ها، بهبود تجربه کاربری مشتری در این فضاها را به دنبال خواهد داشت. و تبعات آن منجر به نتایج مثبت در جهت بهبود کسب و کار شامل توسعه محصول/خدمت، طراحی وب سایت و اپلیکیشن ها، تبلیغات هوشمندانه و دارد.

ساختار سازمانی

مدیر هسته پژوهشی: دکتر یونس وکیل الرعایا
اعضا: سمیرا نظری قزوینی، حسین رحیمی جعفری، دکتر مونا سالاری فر، نسترن قهرمان زاده

مزیت ها و سوابق

-ضبط فرآیندهای مغزی اندکی پس از شروع محرک های دیداری یا صوتی
-زمان بندی دقیق پردازش مغز
-انعکاس وضعیت مغز چون درگیری، انگیزه یا خواب آلودگی
-می توان به بینش و درکی از پردازش های مغز با وضوح زمان بسیار بالا دست یافت

تجهیزات

-آزمایشگاه نوار مغزی یا برین مپینگ
-آزمایشگاه علوم اعصاب
-آزمایشگاه ردیابی چشمی

راهکار و فرآیند حل مساله

این دستگاه ها برای شرکت ها و استارت آپ ها از منظر بازاریابی می تواند تجربه کاربری بهتری را به منظور شناخت رفتار مصرف کننده ایجاد کند تا در نهایت با ارائه محصولات و خدمات مناسب و بجا به فعالیت های بازاریابی هوشمندانه پردازند .

نیازمندی شکل گیری

برای تیم های فنی و CTO شرکت ها شرايطی را ایجاد میکند تا طراحی وب سایت ها و اپلیکیشن های خود را بسنجند. و از این بعد مطالعات EEG وارد حوزه UX و UI می شود.

مدل کسب و کار

بخش های مشتری: شرکت ها و استارت آپ ها در حوزه کالا ها و خدمات
مراکز تحقیقات بازار: موسسات پژوهشی وابسته به ارگان های دولتی و دانشگاهی
ارتباط با مشتری: از طریق ایمیل ثبت درخواست صورت میگیرد
ارزش پیشنهادی: الکتروانسفالوگرافی مصرف کننده حالت ذهنی کاربر را از طریق موج الکتریکی الکتروانسفالوگرافی و نرم افزار این امواج می سنجد. ترکیب های گوناگون امواج مختلف همبسته با عواطف مختلف هستند. نرم افزارهای این دستگاه ها می تواند با دقت حالت عاطفی را نشان دهد که فرد تجربه می کند.
کانال ها: ایمیل مارکتینگ و از طریق فراخوان های عمومی از سمت واحد های دانشگاهی
فعالیت های کلیدی: بررسی رفتار کاربر در حین بازدید، خرید و یا استفاده از خدمات شرکت ها
منابع کلیدی: تجهیزات نوار مغزی مانند QEEG
شرکای کلیدی: مرکز تحقیقات کارآفرینی، ایده پردازی و تجاری سازی
جریان های درآمدی: به ازای ارائه خدمات بررسی رفتار هر کاربر در وب سایت
ساختار هزینه: هزینه های دوره: هزینه تحقیقات - هزینه جمع آوری اطلاعات - هزینه آنالیز-هزینه مطالعات- هزینه آزمایشگاه و تست

حامیان و متقاضیان

حامیان: مرکز تحقیقات کارآفرینی، ایده پردازی و تجاری سازی
متقاضیان: حوزه بازار: در زمینه توسعه بازاریابی و تجربه کاربری شرکتها و استارت آپ ها-دیجیتال مارکتینگ - علوم اعصاب مصرف کننده
حوزه پزشکی: علوم اعصاب

راه های ارتباطی

تلفن مرکز تحقیقات : 02333654008
دکتر یونس وکیل الرعایا: 09356831616

