Negatieve Emotie in Marketing- Verrassend effectief?

Lunch-webinar

UNRAVEL

UNRAVEL

10 jaar neuromarketing

Van Onderbuik
Naar Onderbouwd

Unravel Research

Onderzoek

Meet wat je klant echt vindt met neuromarketing-methoden als Eye Tracking en EEG.

UNRAVEL RESEARCH

Unravel Academy

Training

Ontdek de laatste neuromarketing-inzichten over jouw vakgebied.

UNRAVEL academy

Unravel Behavior

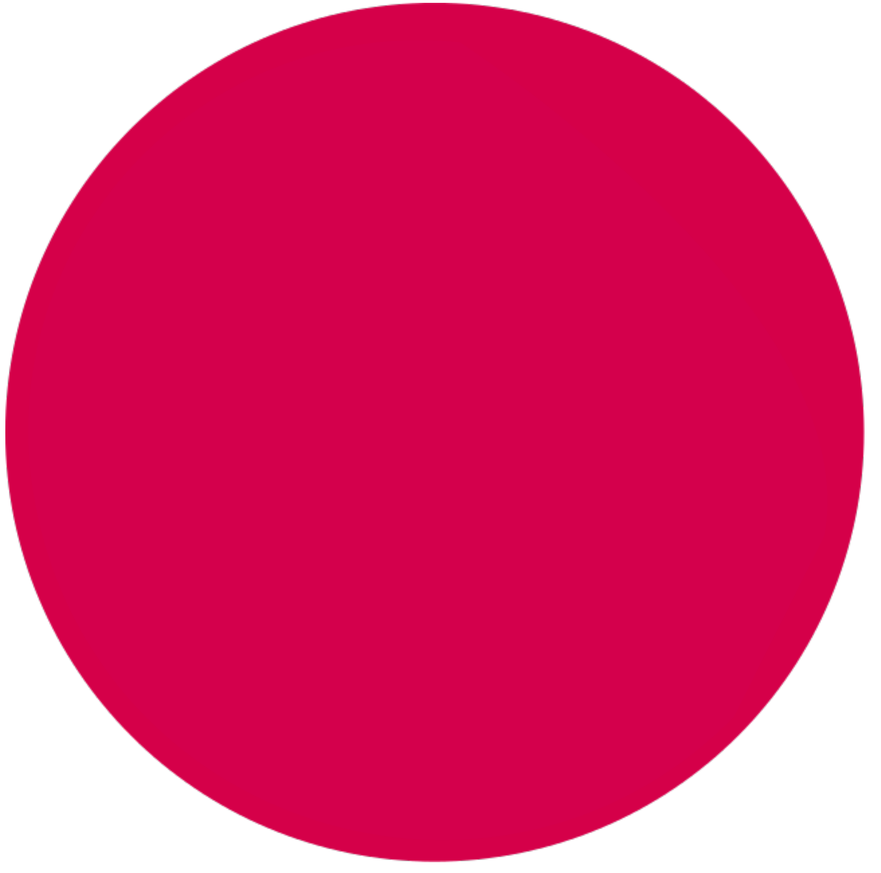
Advies

Advies over gedragsbeïnvloeding in marketing en maatschappij.

UNRAVEL behavior

Dit is marketing in één pennenstreek...

amazon

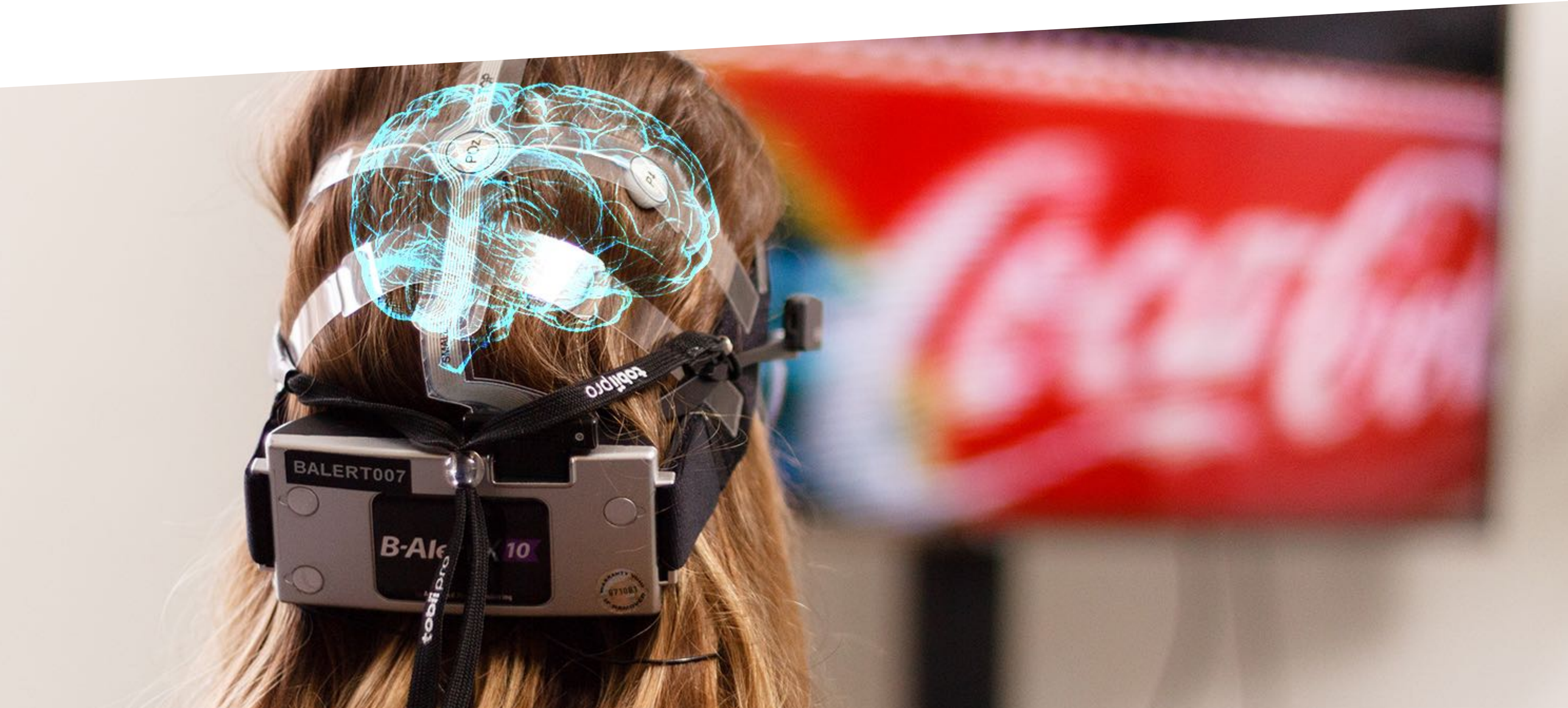


Heineken®

cool
blue

Dit is marketing in één pennenstreek…

Spiegelneuronen



Maar dit is ook marketing…

Maar dit is ook marketing…

Webinar Negatieve Emotie in Marketing

Negatieve Emotie in Marketing

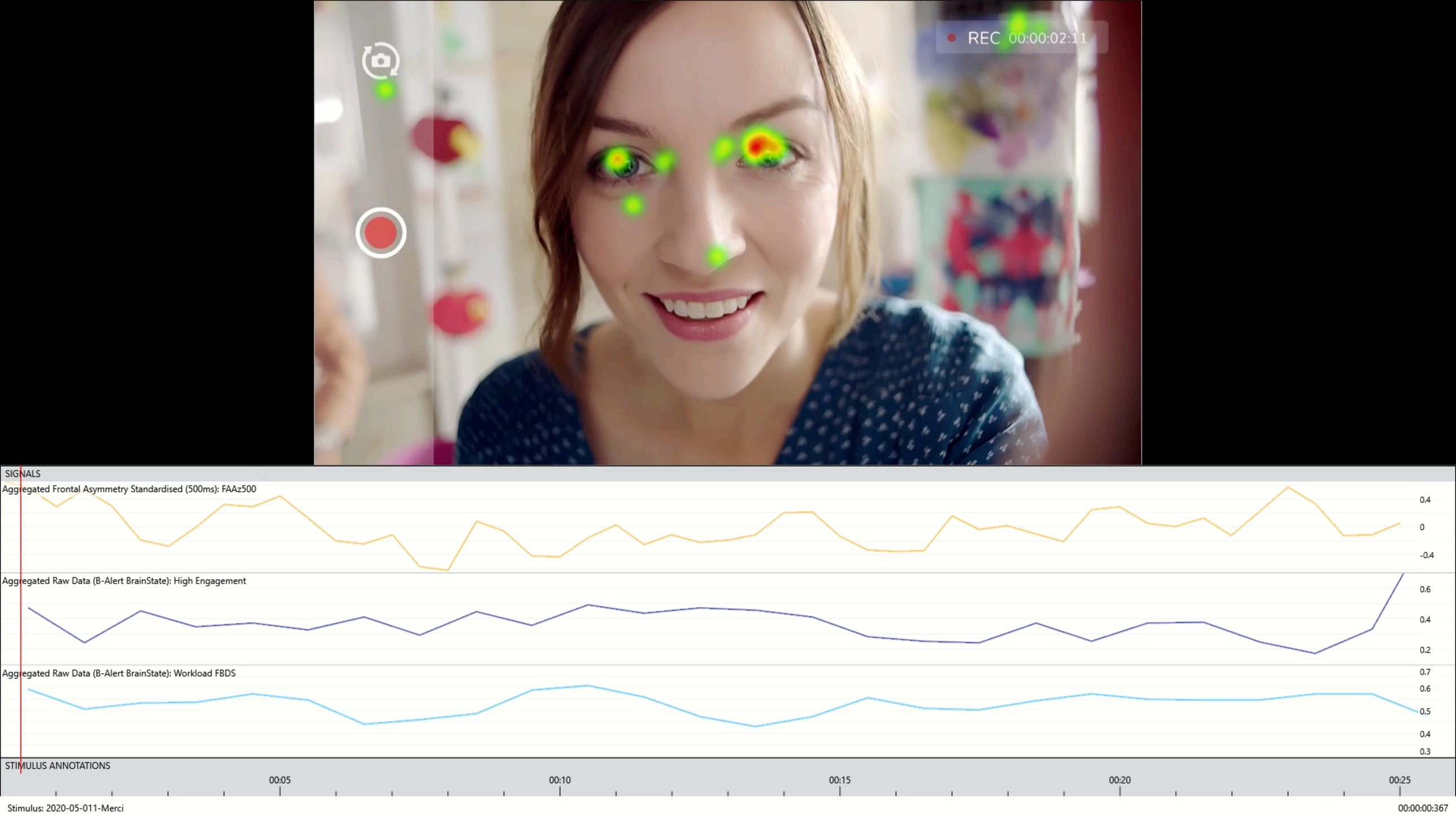
Reclame → **Retail** → **Usability**

UNRAVEL

Reclame

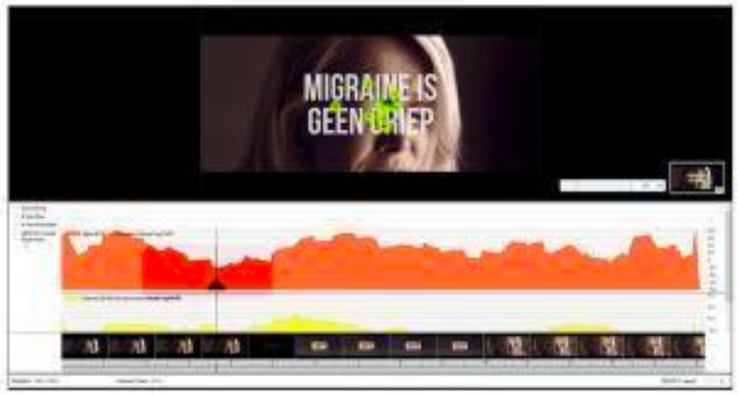
UNRAVEL

EEG
Eye Tracker
Realistische presentatie

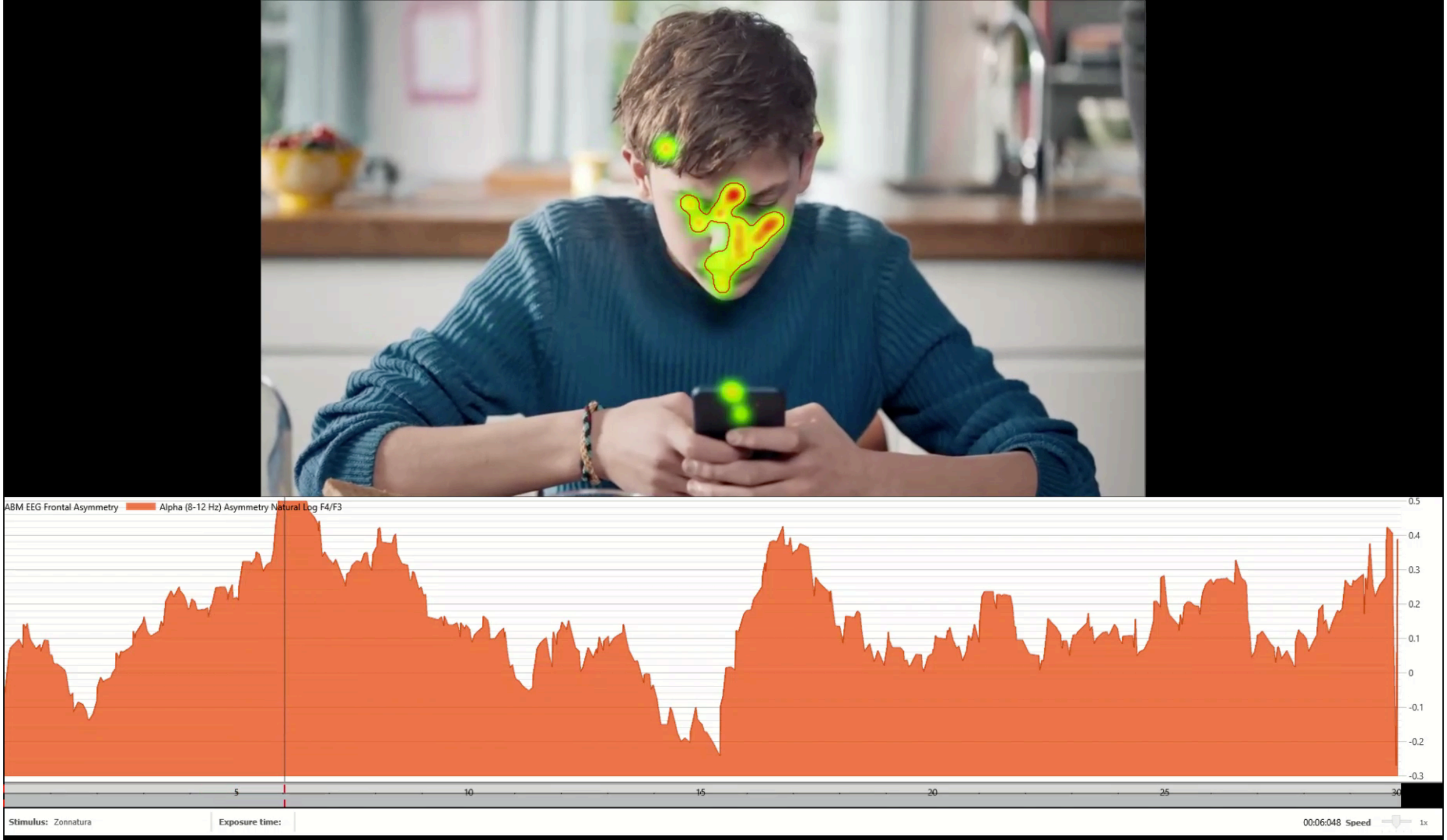

REC 00:00:02:11
SIGNALS
Aggregated Frontal Asymmetry Standardised (500ms): FAAz500
0.4
0
-0.4
Aggregated Raw Data (B-Alert BrainState): High Engagement
0.6
0.4
0.2
Aggregated Raw Data (B-Alert BrainState): Workload FBDS
0.7
0.6
0.5
0.4
0.3
STIMULUS ANNOTATIONS
00:05
00:10
00:15
00:20
00:25
Stimulus: 2020-05-011-Merci
00:00:00:367

Probleem > Oplossing structuur

Korte negatieve emotie kan in je voordeel werken



Probleem → Oplossing


ABM EEG Frontal Asymmetry
Alpha (8-12 Hz) Asymmetry Natural Log F4/F3
0.5
0.4
0.3
0.2
0.1
0
-0.1
-0.2
-0.3
5
10
15
20
25
30
Stimulus: Zonnatura
Exposure time:
00:06:048 Speed
1x

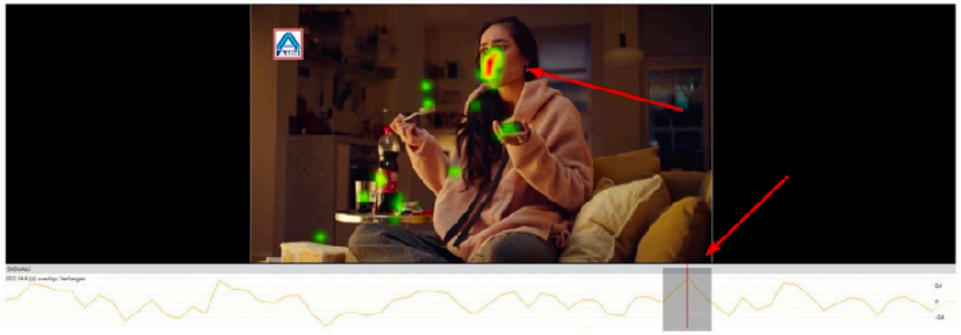
Vermijd negatieve emotie bij brand identifier

ALDI
PRESENTEERT
LIEFDES
VERDRIET

Pieken en dalen

Dalen maken een piek sterker

Negatief: boosheid en verdriet

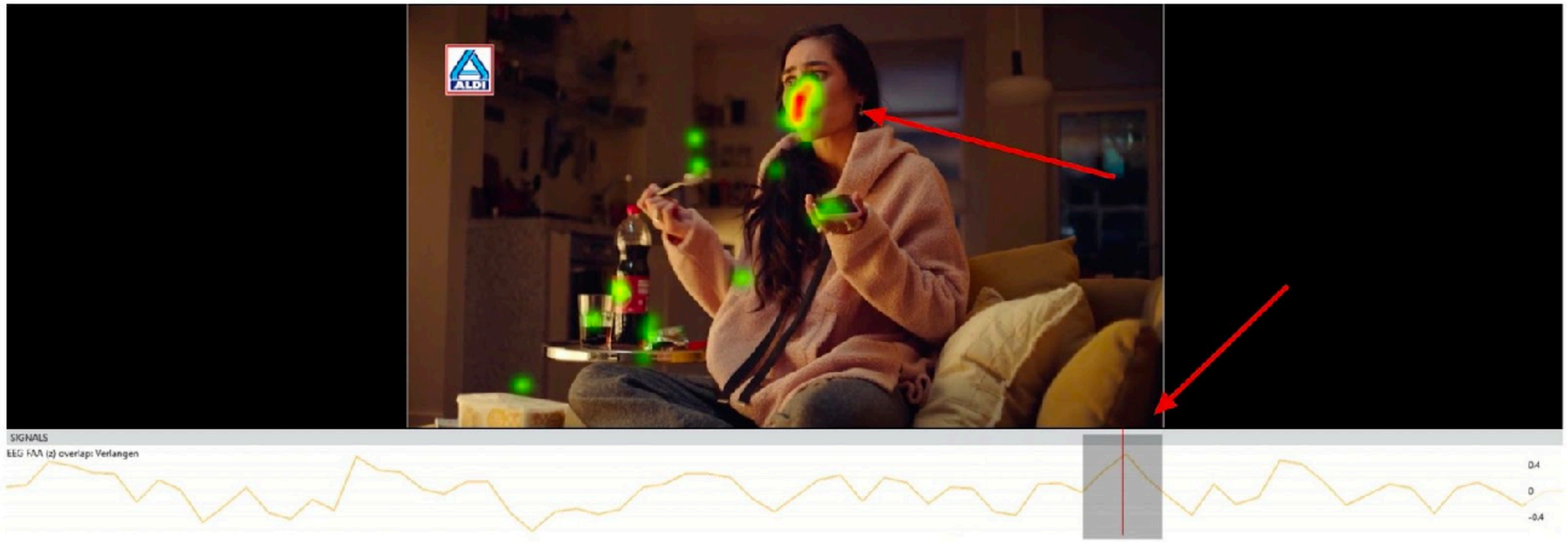


Positief: comfort foods en troost

UNRAVEL

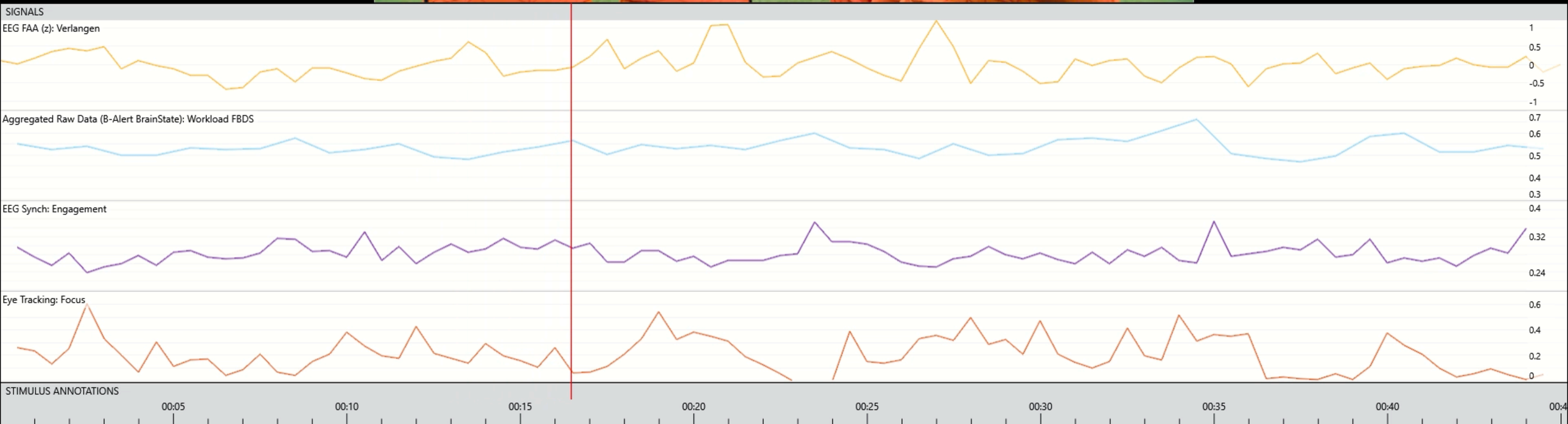
2022

Negatief: boosheid en verdriet



Positief: comfort foods en troost

Het 'Practice makes Perfect' effect


SIGNALS
EEG FAA (z): Verlangen
1
0.5
0
-0.5
-1
Aggregated Raw Data (B-Alert BrainState): Workload FBDS
0.7
0.6
0.5
0.4
0.3
EEG Synch: Engagement
0.4
0.32
0.24
Eye Tracking: Focus
0.6
0.4
0.2
0
STIMULUS ANNOTATIONS
00:05
00:10
00:15
00:20
00:25
00:30
00:35
00:40

Retail

UNRAVEL

Werkt arrogantie in de winkel?

Wang et al., (2013)

Het 'Abercrombie & Fitch' Effect

(Otterbring et al., 2018)

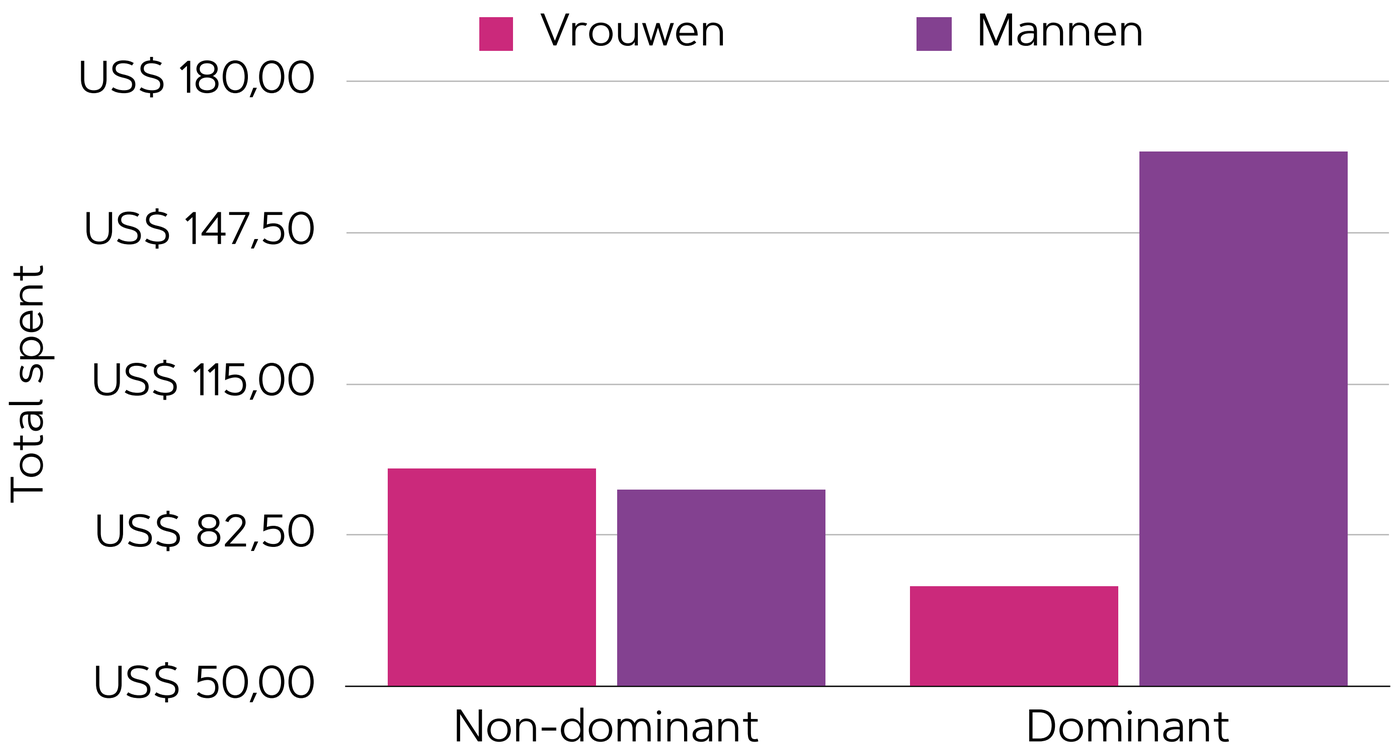
Het 'Abercrombie & Fitch' Effect

Non-dominant

Dominant

(Otterbring et al., 2018)

Het 'Abercrombie & Fitch' Effect



(Otterbring et al., 2018)

De oorzaak

- Effect is sterker bij korte mannen
- Effect is sterker bij mannen met lager testosteron
- Consumptie als compensatie

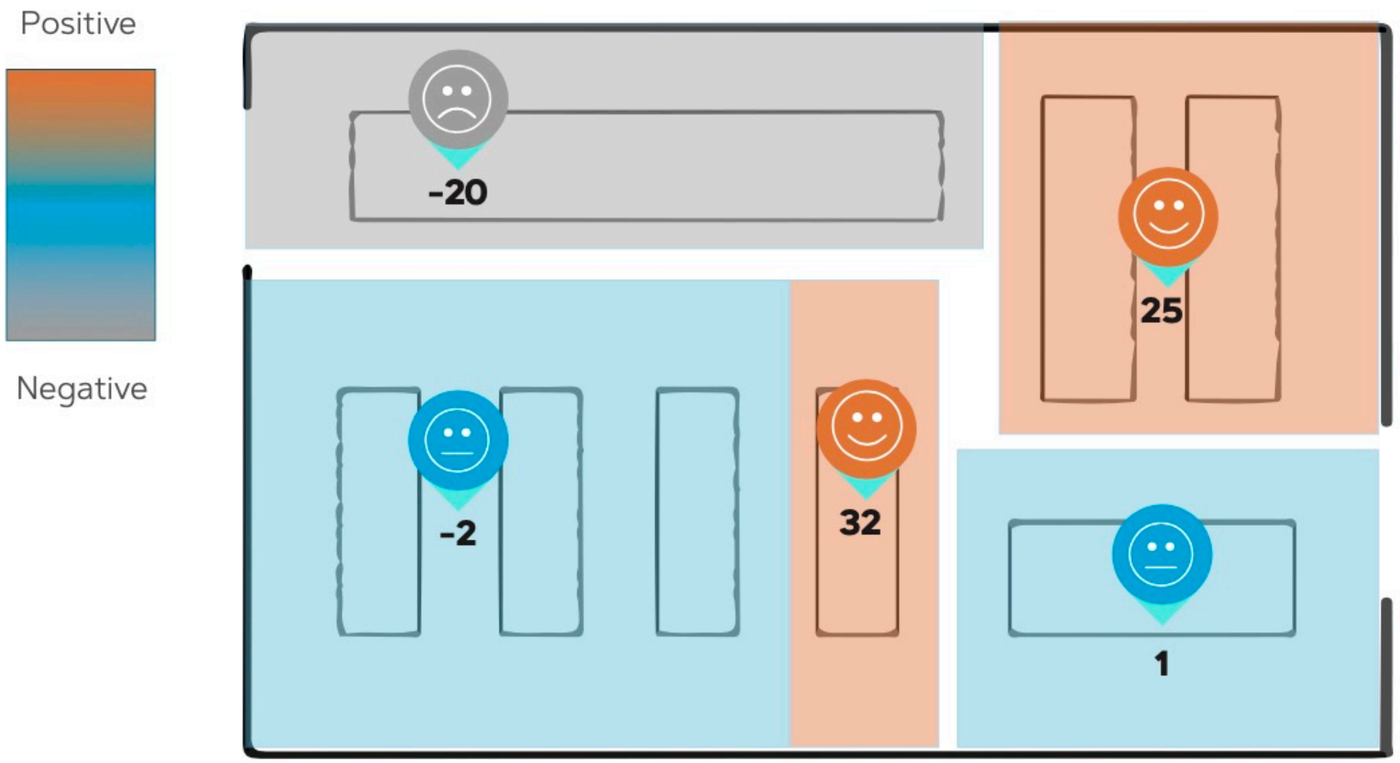
(Otterbring et al., 2018)

Het geheim van klanttevredenheid

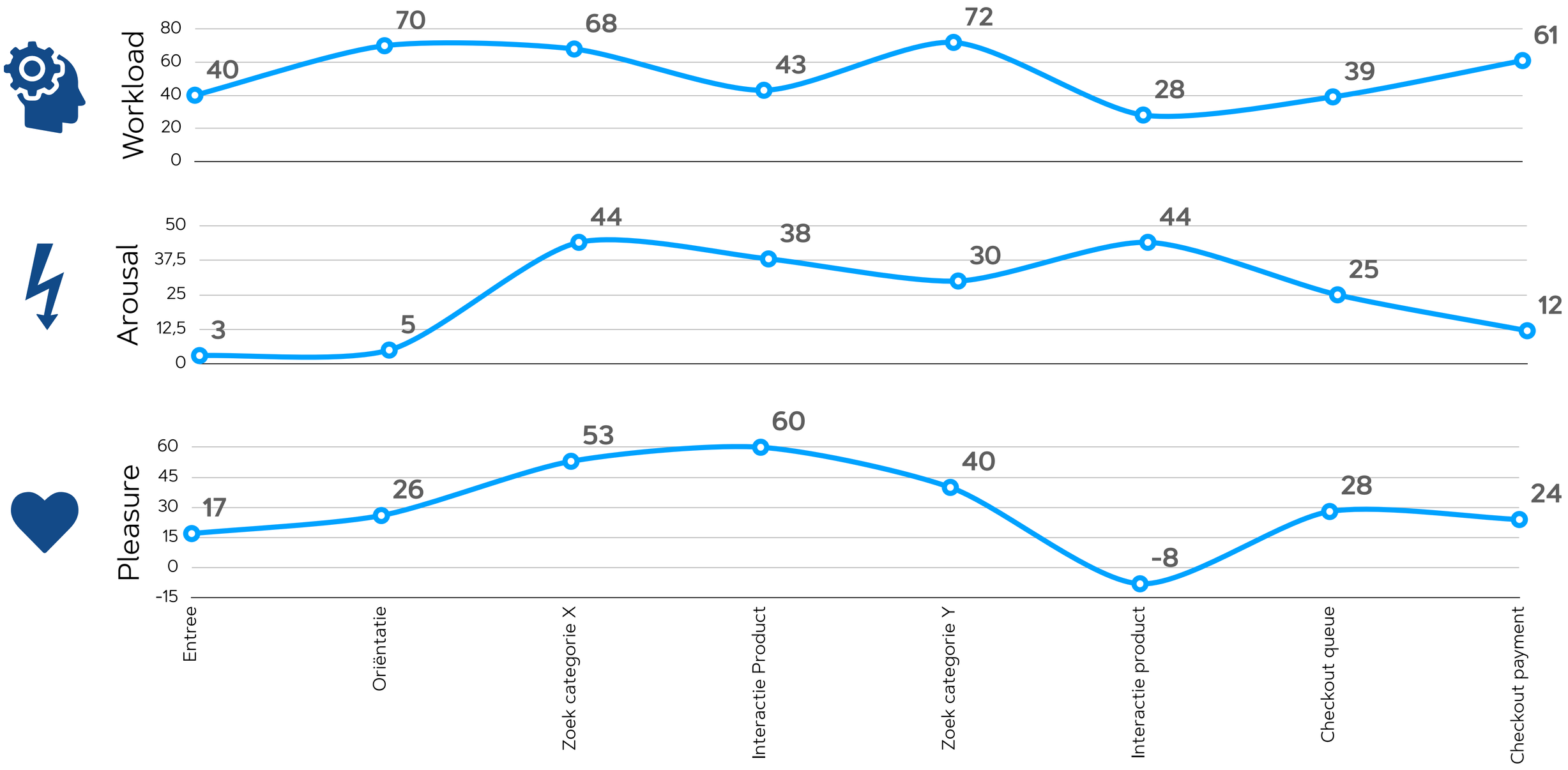
Cialdini (2021)

Maak winkelbeleving meetbaar

Maak winkelbeleving meetbaar



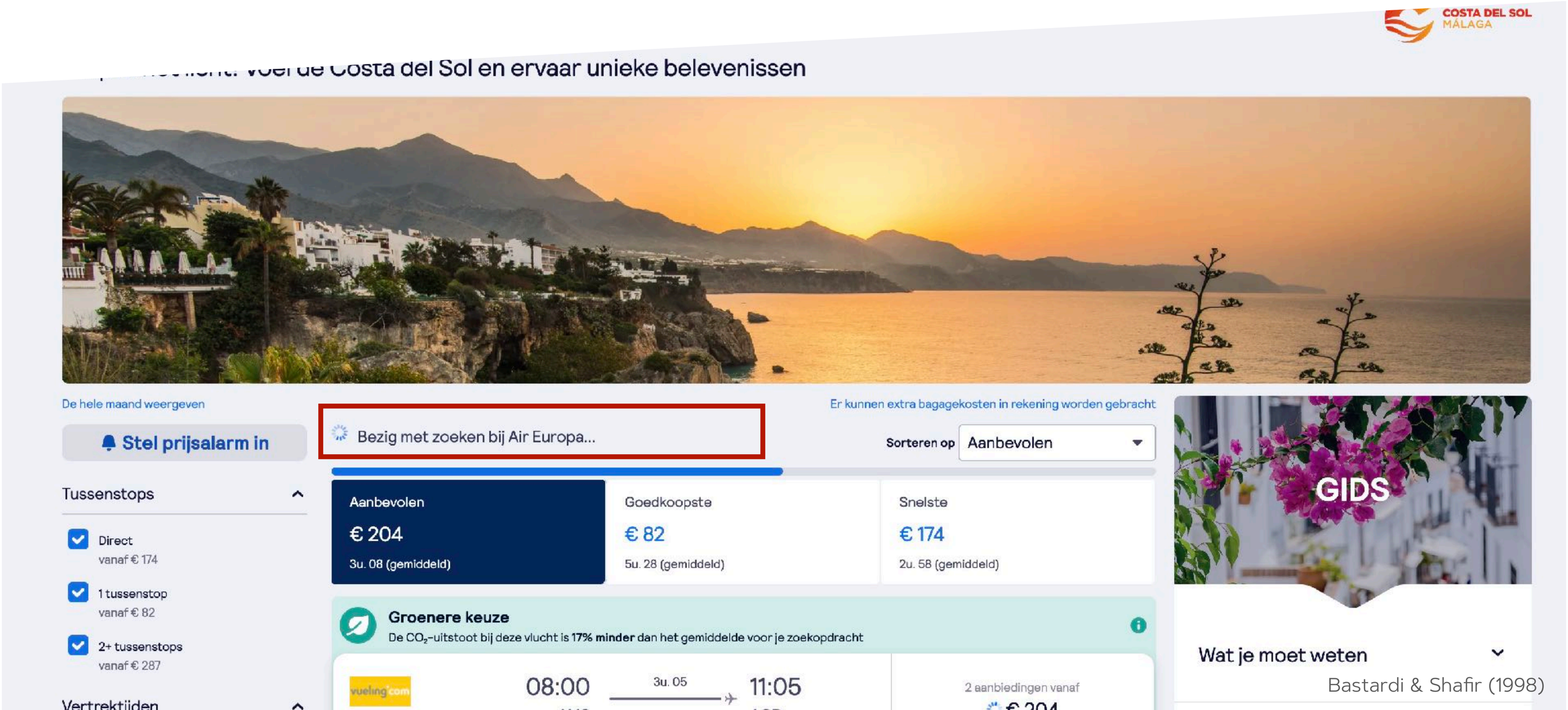
Maak de winkeltrip meetbaar



Usability

UNRAVEL

Waarom Skyscanner je laat wachten



Bastardi & Shafir (1998)

skyscanner

Help € EUR Inloggen

Vliegtickets | Hotels | Autoverhuur

Retour | Enkele reis | Multi-stad

Kaart

Van	Naar	Vertrek	Terug	Vliegklasse en reizigers
Amsterdam Schiphol (AMS)	Kaapstad (CPT)	15-02-19	21-02-19	1 volwassene, Economy

Vliegvelden in de buurt toevoegen

Vliegvelden in de buurt toevoegen

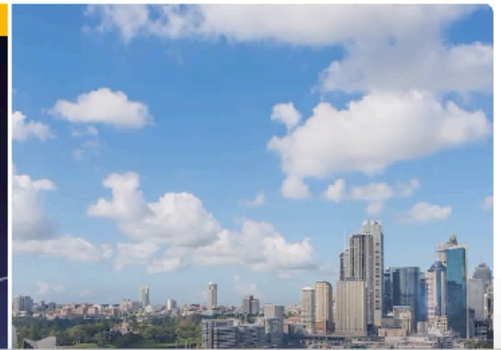
Alleen directe vluchten weergeven

Zoek tickets →

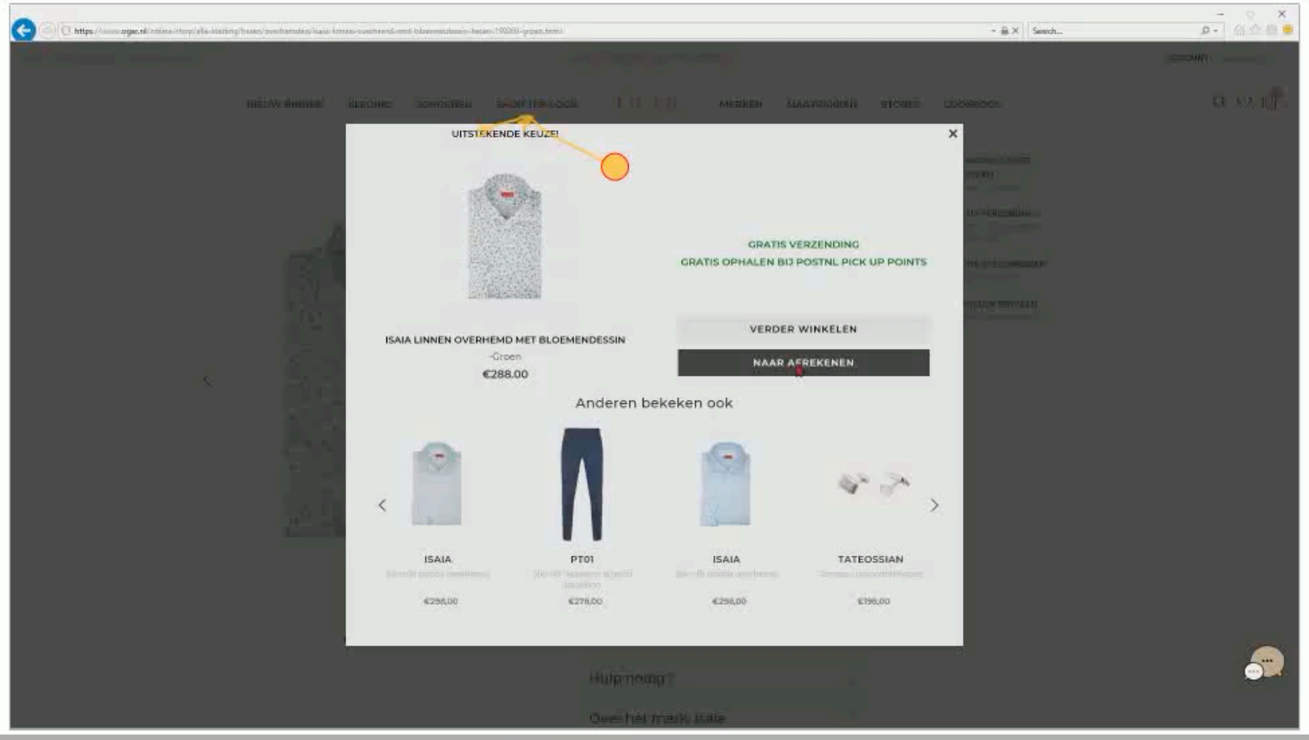
Fly Stay Save Ontgrendel speciale hotelkortingen wanneer je een vlucht boekt via ons!

Aanbevolen voor jou

februari 2019 Vliegend vanaf Amsterdam Schiphol

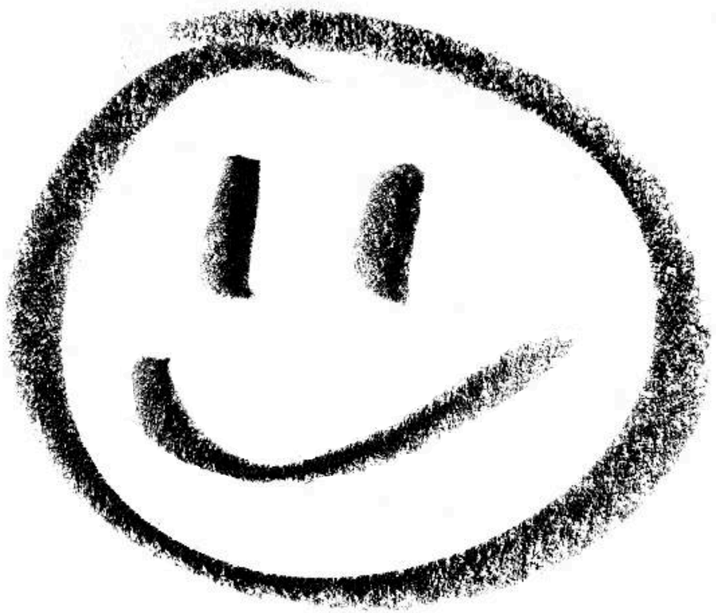


Editor


UITSTEKENDE KEUZE!
GRATIS VERZENDING
GRATIS OPHALEN BIJ POSTNL PICK UP POINTS
ISAIA LINNEN OVERHEMD MET BLOEMENDESSIN
-Groen
€288.00
VERDER WINKELEN
NAAR AFREKENEN
Anderen bekeken ook
ISAIA
PT01
ISAIA
TATEOSSIAN

ABM EEG Frontal Asymmetry
Alpha (8-12 Hz) Asymmetry Natural Log F4/F3
1
0.8
0.6
0.4
0.2
0
-0.2
-0.4
-0.6
-0.8
-1
ANNOTATIONS
03:00
03:10
03:20
03:30
03:40
03:50
04:00
04:10
04:20
04:30
04:40
04:50
05:00
05:10

Conclusie. Maakt negatieve emotie gelukzalig?



Take-Aways: Negatieve emotie in marketing

- ✓ **Weet je wanneer negatieve emotie werkt?** Ken de situaties wanneer negatieve emotie positieve emotie versterkt.
- ✓ **Timing is alles.** Ga niet doelbewust negatieve emotie aanjagen. Maar maak wel slim gebruik van **natuurlijk voorkomende** negatieve emotie, door deze direct op te volgen met iets positiefs.
- ✓ **Test de emotionele beleving van je marketing.** Neuromarketing-onderzoek met Eye Tracking en EEG maakt het nu mogelijk om de emotionele beleving van reclames, winkels en websites te meten.