

التسويق العصبي

1. تعريفه:

- استخدام علوم الأعصاب لفهم سلوك المستهلك.

2. أدوات التسويق العصبي:

- تتبع حركة العين، تخطيط أمواج الدماغ (EEG)

3. الاستراتيجيات:

- تحسين تجربة المستخدم.
- تصميم إعلانات تثير استجابات عاطفية.

4. الأخلاقيات:

- الحفاظ على خصوصية المستهلك.
- التوازن بين التأثير والإقناع.

5. أمثلة:

- تأثير الألوان والموسيقى في الإعلانات.