



# NEUROMARKETING

KONFERENCIJA UNIVERZITETA METROPOLITAN

31. MART 2017, NIŠ

*Dobro došli*



[www.metropolitan.ac.rs/neuromarketing](http://www.metropolitan.ac.rs/neuromarketing)



#neuromarketing @univerzitetmetropolitan

# Kognitivni modeli u dizajnu ubedljivog interfejsa na primeru veb prodavnica



## UBEDLJIVA TEHNOLOGIJA I DIZAJN



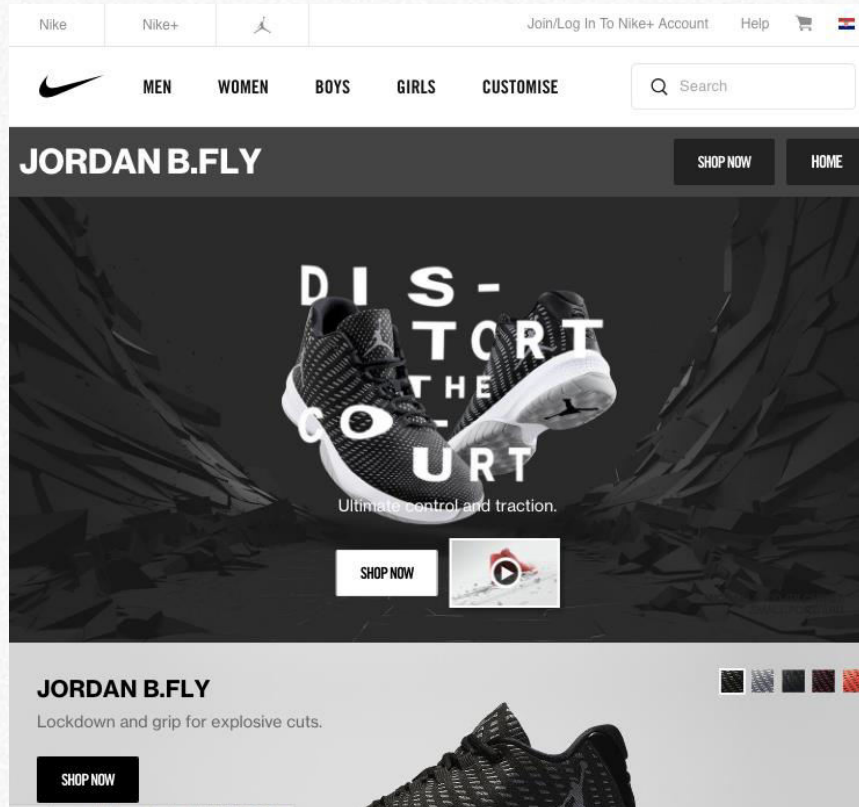
Img Source <https://www.weareimpression.co.uk/create-well-designed-yet-persuasive-ecommerce-website/>

Ubedljiva (Persuasive ) tehnologija se u širem smislu definiše kao tehnologija koja je dizajnirana da bi **izmenila stavove i ponašanje** korisnika kroz **ubeđivanje** i društveni uticaj, a ne kroz prinudu.

**Kao alati** tehnologije mogu povećati ljudsku sposobnost da izvedu ciljano ponašanja tako što će ga olakšati ili restrukturisati.

**Kao medij,** interaktivne tehnologije mogu koristiti podjednako i interakciju i narativ u cilju stvaranja ubedljivog iskustva koje podržava vežbanje ponašanja, identifikovanje ili istraživanje uobičajenih odnosa.

# KOGNITIVNI MODELI



[http://www.nike.com/hr/en\\_gb/c/jordan/b-fly](http://www.nike.com/hr/en_gb/c/jordan/b-fly)

Tehnologija se menja ali naš mozak nije evoluirao već 50.000god

Način na koji percipiramo informacije i **donosimo odluke**

**U elektronskoj prodavnici posetioce želimo da preobratimo u kupce – odluka i izvršenje kupovine**



# IZBOR

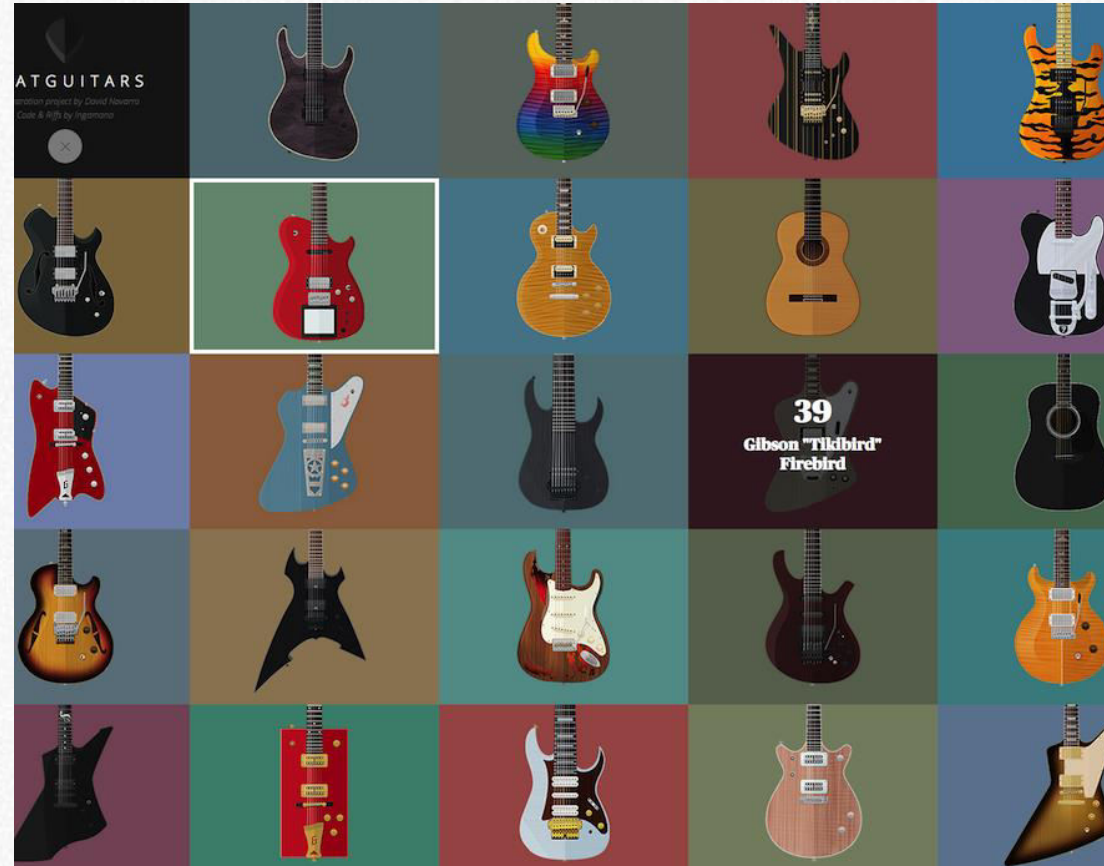
HIKOV zakon – HICK'S LAW

ŠTA RADITI?

- Vizuelna hijerarhija
- Narativ
- Vizardi

ŠTA NE TREBA RADITI?

Beskonačna lista proizvoda











<http://www.flatguitars.com/>

# PRVI UTISAK LANDING PAGE

Važnost konteksta – kako brendovi prezentuju informacije, šta im prethodi, a šta sledi-....

CENE – ako vide prvo majicu od 10e, a zatim od 50e neće hteti da idu na skuplju,

Ali ako prvo vide 1000e, a onda od 50e...

 <p>HEAVEN IN A BOX: OUR SAMPLER \$60.00</p>	 <p>CREAM SCONES \$24.00</p>	 <p>BRIOCHE DOUGHNUT \$20.00</p>	 <p>CHOUXS \$18.00</p>
 <p>BANANA BREAD \$18.00</p>	 <p>MAH-ZE-DAHR BARS \$18.00</p>	 <p>TOASTED COCONUT BREAD \$18.00</p>	 <p>DARK CHOCOLATE BROWNIES \$18.00</p>



## LJUDI I ZAJEDNICE

Plemenski način razmišljanja, grupisanje u zajednice, usvajanje mišljenja generacijski, po nacionalnosti, muzici ...

### ŠTA RADITI

- Targetiranje publike
- Fokus na ciljnu grupu
- Obraćanje specifičnim tonom

### ŠTA NE RADITI

- Prodavati svima



<https://grovemade.com/>



# VIZUELNA HIJERARHIJA

Pola mozga je angažovano procesuiranjem vizuelnih informacija

1. Pokret
2. Slika
3. Tekst

Nemojte koristiti STOCK fotografije i izbegavajte pokrete ako nisu povezani sa POZIVOM na akciju





# ZAKLJUČAK

Kako pravimo izbore

Koga slušamo

Na šta obraćamo pažnju

- Dajemo im jednostavne izbore
- Obraćamo im se direktno
- Kontrolišemo pažnju na veb stranici koristeći grafiku sa namerom



NEUROMARKETING

KONFERENCIJA UNIVERZITETA METROPOLITAN

LIMITED TIME ONLY - FREE US SHIPPING ON ALL ORDERS



GREATS

(0)

★★★★★ 269 Reviews

Premium Collection - Men's

## THE ROYALE

\$159



colorway: Nero

SIZE INFO

Royales will run a bit large. If you normally wear a 10 get a 9.5. If you have wide feet go with your normal size.

Questions? [Live chat us](#), [request a complimentary size guide](#), or [check our size info page](#).

SIZE ▾


ADD TO CART

We named our best-selling sneaker the Royale because quite simply—it rules.


[? Help](#)



GET  
**THE ROYALE**



FOR ~~\$159~~ **\$135.15**  
just enter your email below

 Email address

**GET 15% CREDIT**

**DECLINE 15% CREDIT**



**NEUROMARKETING**

KONFERENCIJA UNIVERZITETA METROPOLITAN

NE ZABORAVITE

POZIV NA AKCIJU



