



NEUROMARKETING

KONFERENCIJA UNIVERZITETA METROPOLITAN

31. MART 2017, NIŠ

Dobro došli

Virtuelna realnost i neuromarketing

MSc Valentina Paunović – Metropolitan Univerzitet

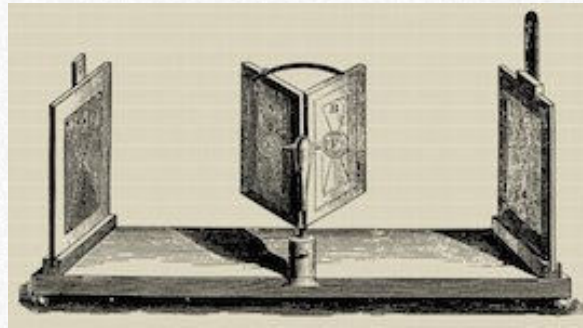
Šta je to VR (Virtual reality)?

Skup tehnologija koji se koriste za sintetizaciju autentičnog sklopa vizuelnih, zvučnih, dodirnih i ponekad i drugih čulnih iskustva.



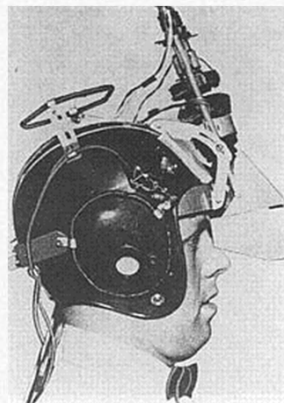
Istorijat VR-a

- Panorama slike (181 godine - Battle of Borodino)
- Stetoskopske slike (1838 : The stereoscope (Charles Wheatstone), 1849 : The lenticular stereoscope (David Brewster), 1939 : The View-Master (William Gruber))
- 1929 – Prvi simulator leta - Link Traine



Istorijat VR-a

- 1950s – Morton Heilig's Sensorama
- 1960 – Prvi VR Head Mounted Display
- 1961 Headsight – Prvi motion tracking HMD
- 1965 – The Ultimate display by Ivan Sutherland



Istorijat VR-a

- 1987 - VR ime je rođeno
- 1991 - Virtuality Group Arcade Machines
- 1992 - The Lawnmower man
- 1993 - SEGA VR Glasses
- 1995 - Nintendo Virtual Boy
- 1999 - Matrix film
- VR u 21 veku :
 - Oculus Rift
 - Galaxy Gear
 - Google Cardboard
 - Uopšteni VR za mobilne raznih proizodača



Tehnike za sprovođenje virtuelnog sveta

- **Stojište** - simulira poziciju korisnikovih očiju – head tracker
- **Navigacija** - tehnika pomeranja korisnikovog stojišta
- **Manipulacija** - tehnika za generisanje pokreta
- **Imerzija (stapanje)** - mera za realnost



Hardver za VR

- **Kaciga** (Head-Mounted Display HMD) - generiše dve slike (za svako oko po jedna)
- **Rukavica** (veliki problem generisanje sile koju treba da se oseća pri dodiru tvrde površine)
- **Slušalice u sklopu HMD-a** (surround system)
- **Podijum** (simulira kretanje u mestu)



Napredak VR-a

- Tehnologija virtuelne realnosti izazvala je veliku medijsku pažnju u poslednjih nekoliko godina
- Trenutno je jedna od najživopisnijih tehnologija na tržištu
- VR u kombinaciji sa tehnologijama EEG, MEG, FMRI u cilju ispitivanja kako informacija utiče na određene moždane strukture



Augmented reality VS Virtual Reality

VR - naši životi potpuno odsečeni od sveta oko nas i bili bi u drugoj realnosti

AR – dodavanje virtuelne stvari na realnost – koristeći kameru, naočare – google glass



Neuromarketing i VR



- Vizuelno iskustvo, 3D okruženje i govorni automat u cilju boljeg razumevanja brendova
- Pozitivne emocije (dopamin)
- Podsticaj klijenata da komuniciraju sa proizvodom u virtuelnom okruženju
- 1 klik miša reklama kao iz SF filma
- U budućnosti VR koji može da reprodukuje miris proizvoda ili stimuliše ostala čula
- Korišćenje niza tehnoloških sredstava u cilju zarobljavanja nevoljne ljudske reakcije na marketinške stimulanse

Marketing i AR



<https://vimeo.com/166807261>

Coca Cola – VR Reklama



https://www.youtube.com/watch?v=VF_Z1zJlIPw

Zaključak

- VR može poboljšati marketing
- VR ima ulogu u boljem razumevanju brendova
- VR ima primenu u istraživanju tržišta

