

RESEARCH
3.0

EVENTO - 6 DE NOVEMBRO - HOTEL FÉNIX LISBOA

IMPLÍCITO E EXPLÍCITO

Para além do que os consumidores dizem



EQUAÇÃO LÓGICA
Market Research & Insights



Modelização Econométrica

Da teoria aos insights



Equação Lógica

State of The Art Techniques +
Analytical skills



Neuromarketing

Uma perspetiva científica do
comportamento do consumidor.

O QUE PRETENDEMOS MEDIR?

IMPLÍCITO?

EXPLÍCITO?



*“Metade do dinheiro que gasto em publicidade é desperdiçado,
o problema é que eu não sei qual metade!”*

John Wanamaker, Diretor da Wanamaker 's & Co., 1920

©2015 - www.icnagency.com

O NOSSO CÉREBRO AFINAL O QUE É...

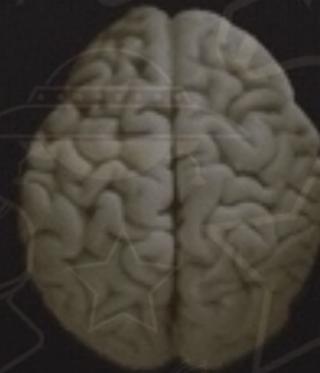
Market Research Partner

EQUAÇÃO LÓGICA
Market Research & Insights



WICN
AGENCY
BRANDS WITH LOVE

- 🧠 Temos entre 85 e 100 biliões de neurónios
- 🧠 Cada neurónio faz entre 1.000 a 10.000 ligações a outros neurónios



Use it

- 🧠 As permutações e combinações em cada cérebro excede o número de partículas no universo
- 🧠 E funciona sobre as leis da física...
3ª lei de Newton



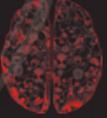
PARTICULARIDADES QUE DIFERENCIAM...

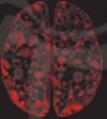
Market Research Partner

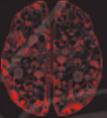
EQUAÇÃO LÓGICA
Market Research & Insights

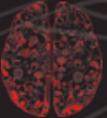


ICN
AGENCY
BRANDS WITH LOVE

 Os neurónios espelho... e as marcas??? (Rizzolatti, et al., 2009)

 Empatia comportamental... o cérebro de LaPlace... A Teoria do Caos!!

 Inteligência/Racionalidade = Acumulação de comportamentos???

 Ou Inteligência/racionalidade = **Predicção!!!**

Darwin VS Lamark..

...Mas afinal o que é um pensamento!

O PROBLEMA DE MACLEAN

Market Research Partner

EQUAÇÃO LÓGICA
Market Research & Insights



ICN
AGENCY
BRANDS WITH LOVE

- Um cérebro triúnico...
- Como explicamos a consciência?
- Como explicamos o limiar insular?
- E a memória, atenção, onde fica?

- O cérebro é apenas 1... e funciona de forma holística!



QUESTÕES DO MARKETING

Market Research Partner

EQUAÇÃO LÓGICA
Market Research & Insights



ICN
AGENCY
BRANDS WITH LOVE

- 🧠 **Como é que os consumidores se apaixonam por uma marca?**
- 🧠 *Como é que os consumidores se tornam fieis à nossa marca?*
- 🧠 **Como sabemos quais as significações (crenças) que o consumidor tem da nossa marca ou produto?**



A RECEÇÃO DE INFORMAÇÃO NO CÉREBRO



ICN
AGENCY
BRANDS WITH LOVE



Como aprendemos e recolhemos
informação das marcas?
**Qual os mecanismos mais eficazes de
aprendizagem humana?**
Para quem se desenvolve o produto? E
por onde recebe a informação o ser
humano?

OS 33 SISTEMAS SENSORIAIS

MODALIDADE SENSORIAL			CONSERVADORES	ACEITES	RADICAIS	MODALIDADE SENSORIAL	CONSERVADORES	ACEITES	RADICAIS	
MODALIDADE SENSORIAL	CONSERVADORES	ACEITES	RADICAIS	TOQUE		INTEROCEÇÃO				
				Toque Suave			Pressão sanguínea			
				Pressão			Pressão arterial			
Visão				DOR		Pressão venosa central				
				Luz			Head blood temperature			
				Cor			Concentração de oxigénio no sangue			
				Vermelho			pH do Líquido Cerebrospinal			
				Verde			Pressão Osmótica (Sede?)			
				Azul			Concentração de Glicose no sangue (Fome?)			
AUDIÇÃO				MECANORRECEÇÃO						
				Aceleração rotacional			Insuflação dos Pulmões			
OLFATO				Aceleração linear			da bexiga			
				Mais de 2000 tipos de receptores			Estômago cheio			
PALADAR				Cinestesia						
				Doce			Orgão tendinoso de Golgi			
				Salgado			Fuso Muscular			
				Azedo			TEMPERATURA			
				Amargo			Calor			
Umami			Frio							
TOTAL							10	21	33	

ICN AGENCY, O QUE SOMOS...

Market Research Partner

EQUAÇÃO LÓGICA
Market Research & Insights



ICN
AGENCY
BRANDS WITH LOVE

INTELLIGENCE

- Neuro Data Mining;
- Market Insights;
- NeuroInsights;
- EmotioMaps;
- Benchmarking;
- Profiling;
- Comportamentograma Organizacional

CONSUMER

- Análise de Comportamento de Massas;
- Testes neuropsicológicos e psicológicos;
- Testes Neurosensoriais;
- Focus group emocionais;
- Trends;
- Registos etnográficos e socioantropológicos;
- Observação;
- Shop Along

NEUROSCIENCE

- EEG;
- ECG;
- SCR;
- fMRI;
- fEMG;
- Eye Traking;
- ERP (N170; P300);
- Temperatura;
- PET;
- MEG;
- Facial Recognition;
- Voice Analysis

A NOSSA PROPOSTA DE VALOR

Market Research Partner

EQUAÇÃO LÓGICA
Market Research & Insights



ICN
AGENCY
BRANDS WITH LOVE



CIENTIFICIDADE

Cada vez menos existe “desculpa” para falhar. Hoje podemos testar e antecipar cenários com maior probabilidade de acontecimento, graças à evolução científica em várias áreas.



FERRAMENTAS DE NEUROCIÊNCIA

Podem ser utilizados equipamentos com maior ou menor acuidade, dependendo do objetivo. Desde eletroencefalografia, imagiologia, testes de reação, testes neurosensoriais e outros, hoje temos ao nosso dispor ferramentas que não existiam à 10 anos!



EMOÇÃO

Analizar e proporcionar a ligação emocional de uma marca ou produto a pessoas é talvez o grande desafio da próxima década. Nós temos um algoritmo que nos permite realizar uma aproximação!

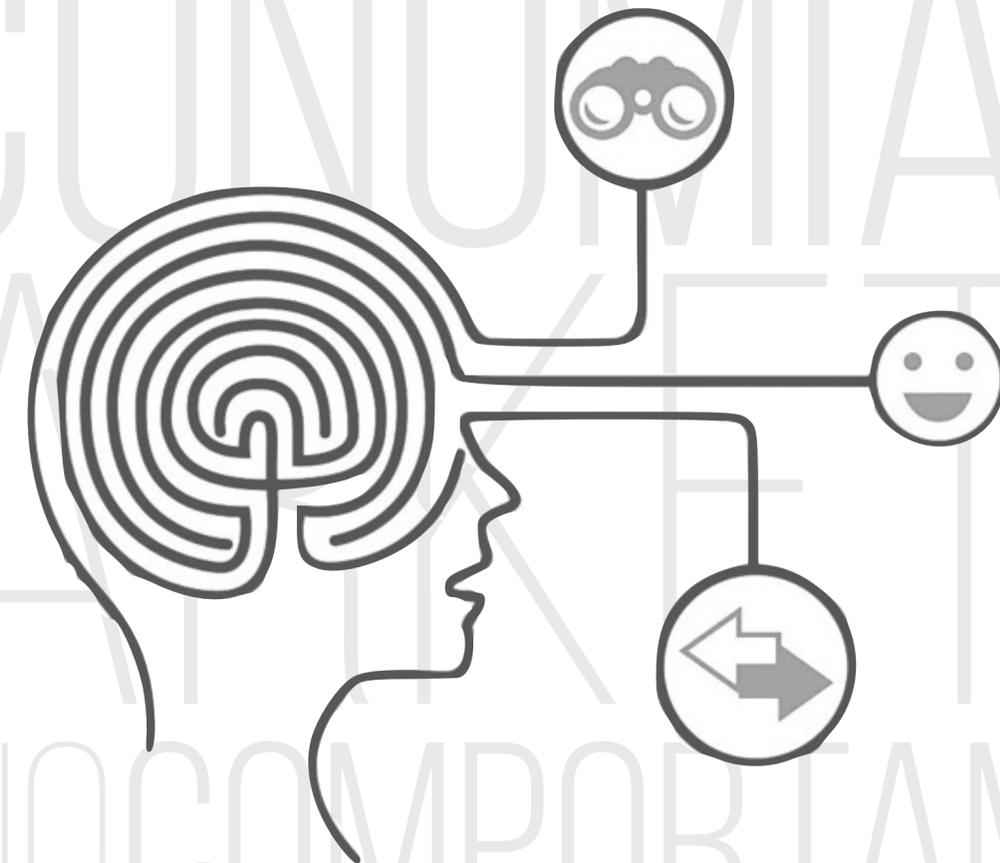
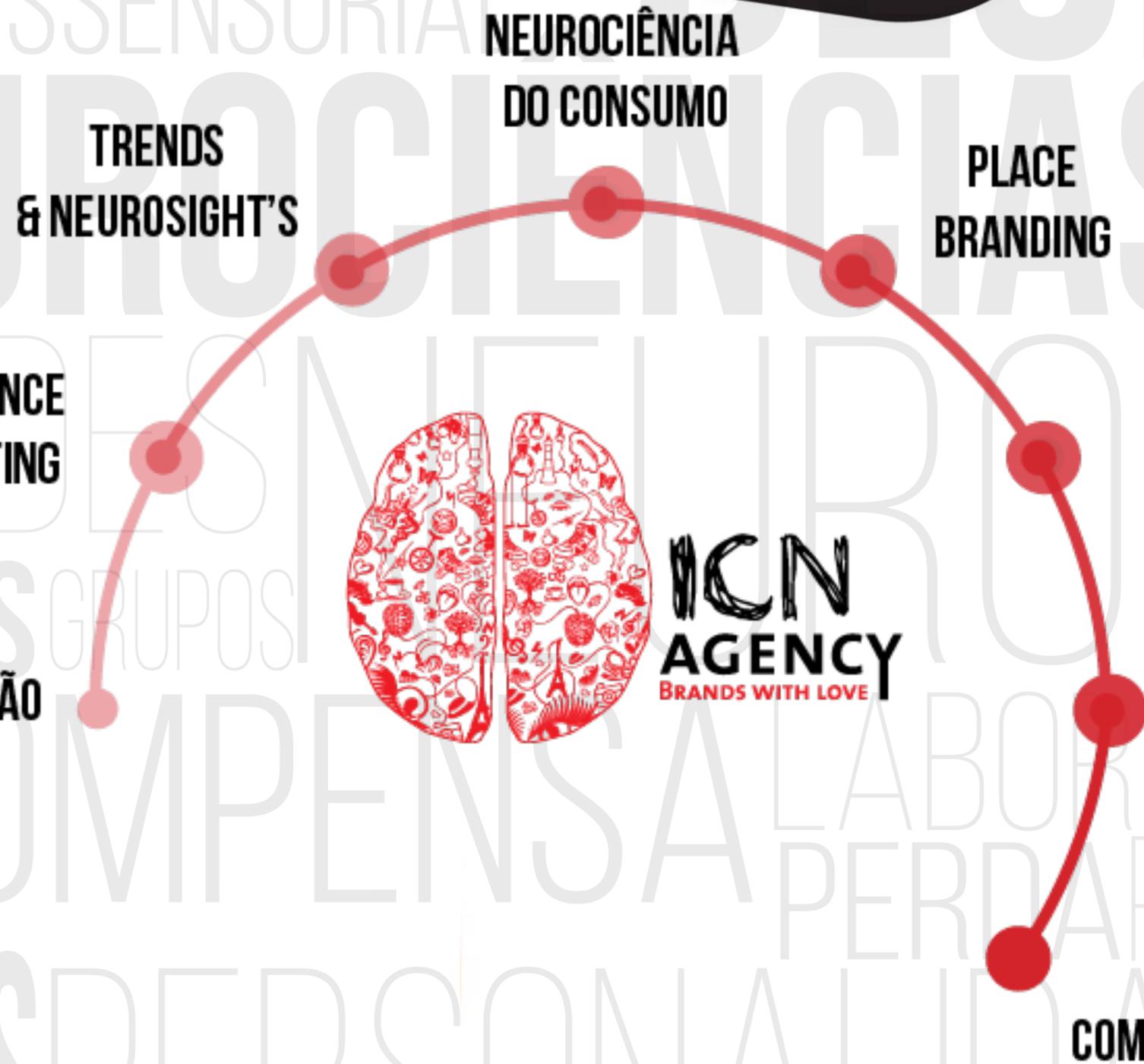
SERVIÇOS ICN AGENCY

Market Research Partner

EQUAÇÃO LÓGICA
Market Research & Insights



ICN
AGENCY
BRANDS WITH LOVE



A NOSSA PROPOSTA

Market Research Partner

EQUAÇÃO LÓGICA
Market Research & Insights

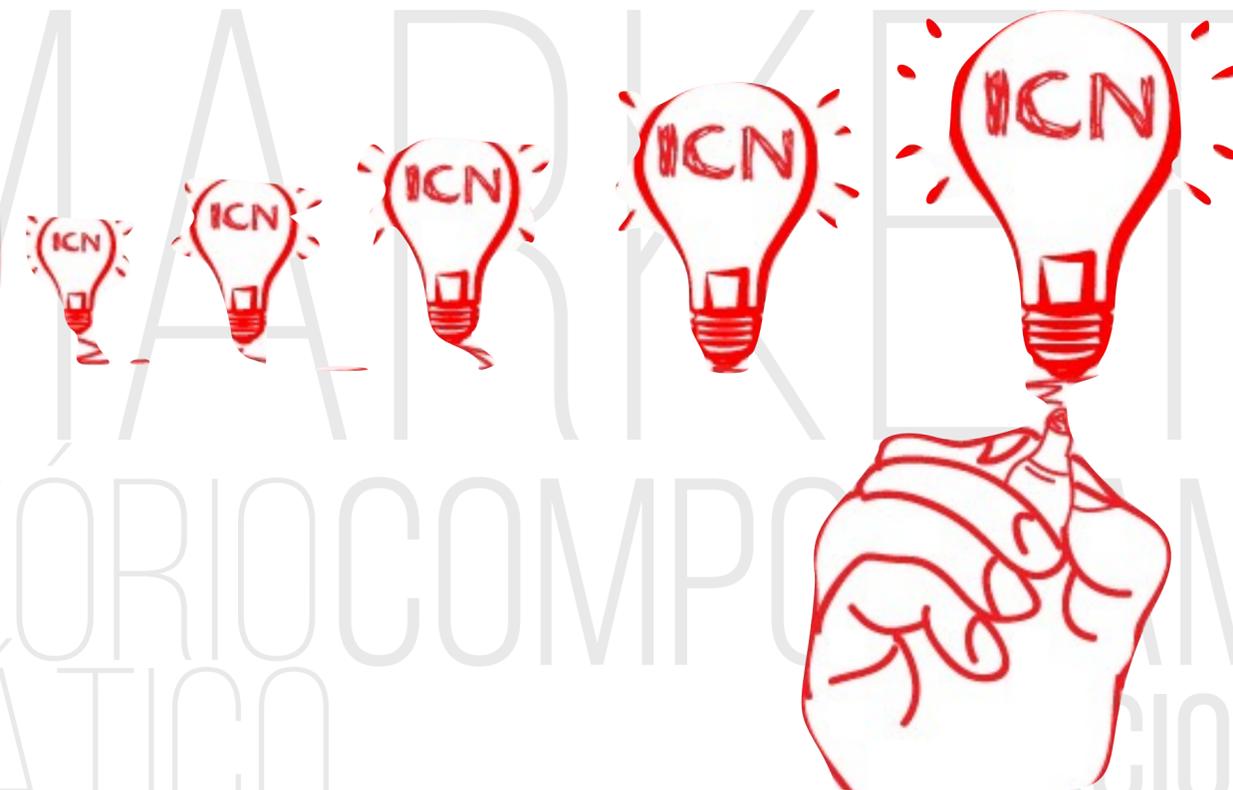


ICN
AGENCY
BRANDS WITH LOVE

Ao Market Research

**ALIAR AS
NEUROCIÊNCIAS
AO CONCEITO**

Neurociências



RESEARCH
3.0

EVENTO - 6 DE NOVEMBRO - HOTEL FÉNIX LISBOA

IMPLÍCITO E EXPLÍCITO

Para além do que os consumidores dizem

Equação Lógica – Market Research & Insights

Av. República da Bulgária, Lote 15 – 10º A/B

1950-375 Lisboa

Telf: 211 938 619 / 936 963 373

geral@equacaologica.com