

SUB-PROIECT 3

Dezvoltarea experimentală a tehnologiilor emergente din domeniul neuromarketing la nivelul rețelelor sociale online și studiul impactului acestora la nivelul utilizatorilor (NeuroMedia)

Neuromarketingul presupune utilizarea unor tehnici specifice domeniului medical pentru a studia reacția creierului respondenților în urma confruntării acestora cu anumiți stimuli. Practic, cercetătorii măsoară modificări în activitatea anumitor zone ale creierului pentru a înțelege de ce respondenții reacționează într-un anumit fel, de ce sunt înclină să meargă către luarea unei anumite decizii. Desigur, anumite tipuri de cercetări de piață precum observările în medii controlate sau libere precum și experimentele de marketing pot completa datele obținute prin intervierea directă a respondentului (intențiile afirmate/prezentate) însă uneori pur și simplu cercetătorul nu are posibilitatea supravegherii respondentului în momentul alegerii/investigării produsului și sau consumului acestuia sau acest proces este deosebit de dificil sau costisitor.

În perioada de raportare a fost finalizată implementarea modului de neuromarketing al aplicației și integrarea acesteia în interfața comună FutureWeb și a fost completată structurarea ofertei de servicii de cercetare și tehnologice și prezentarea în platforma ERRIS cu studiul integrării serviciilor de tip neuromarketing în cadrul unei rețele sociale online.

În cadrul platformei FutureWeb s-a implementat un modul de studiere al utilizatorilor prin intermediul instrumentelor ce oferă un feedback biometric. Pentru stimularea și testarea utilizatorilor au fost create diferite tipuri de afișări populate cu conținut diversificat alcătuit din text cât și imagini atrăgătoare. Definiția acestor zone permite studierea timpului de răspuns, atenției și orientării imediate a utilizatorului în funcție de conținutul afișat. Pentru preluarea feedbackului obținut din interacțiunea cu platforma FutureWeb a fost implementată o aplicație ce permite realizarea unor widget-uri adaptative, ce își schimbă conținutul în funcție de atenția utilizatorului.

În cadrul proiectului PN-III-P1-1.2-PCCDI-2017-0800 - Modelarea empirică și dezvoltarea experimentală a instrumentelor asociate tehnologiilor emergente din domeniul rețelelor sociale online - 86PCCDI/2018, utilizatorii finali ai modelului funcțional al subsistemului de neuromarketing din cadrul platformei FutureWeb sunt manageri, specialiști în marketing și angajați din agenții digitale, freelanceri, bloggeri, vloggeri.

Pentru măsurarea eficienței platformei și validarea conținutului acesteia, a fost realizat un studiu în rândul potențialilor utilizatori finali, pentru a putea determina gradul de accesibilitate al platformei, funcționalitatea acestia și utilitatea informațiilor pentru beneficiari finali.

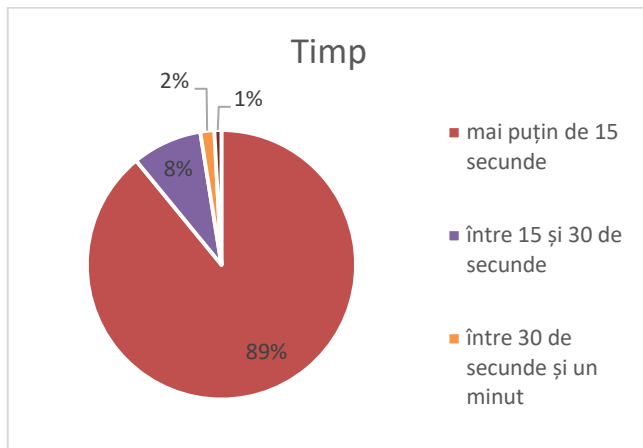
În primul rând, a fost formulat un ghid de interviu prin intermediul căror s-a încercat identificarea nevoilor potențialilor beneficiari finali, evidențiindu-se următoarele aspecte:

- Custom pages – pentru a putea fi introduse pot fi introduse pagini noi, spre exemplu paginile destinate testărilor de eye tracking aflate în meniul principal al platformei.
- Widgetul "Vremea" – afisaj temperatură, umiditate, timp, etc
- O funcționalitate de bază potrivită prin administrare a tipurilor personalizate de postari, cat si a logicii interne de management si expunere de date.
- Posibilitatea de interfatare dintre sisteme
- Căutare semantică
- Eye tracking
- Image recognition
- Eficientizarea modului de colectare și expunere a datelor prin tabele de tip MySQL
- Dezvoltarea unui Widget cu tiparul unei ecran de ceas, care sa preia valorile senzoriale si sa le transmita catre sistemul centralizat, folosind API-ul, etc.

În urma celor obținute și a implementării în cadrul platformei a celor mai eficiente dintre idei, a fost testată platforma pentru validarea conținutului acesteia. În acest sens, o serie de potențiali utilizatori au fost rugați să o utilizeze și în timp ce navighează să răspundă la o

serie de întrebări privind funcționalitatea acesteia. Rezultatele obținute de indică, printre altele, următoarele:

În cât timp ați remarcat logo-ul platformei?



În cât timp ați identificat meniul "Profilul Meu" și secțiunile aferente?

