

## Zajímá vás...

... co konkrétního už Neuro výzkumy poradily českým zadavatelům?

... jaké jsou přínosy Neuro výzkumu v porovnání s tradičními metodami testování reklam?

... jak vám může výzkum podvědomí pomoci s positioningem značky?

## Zveme vás na seminář:

# Využití NEUROMARKETINGU pro budování značky

**KEY NOTE SPEAKER: Prof. Rafal Ohme, CEO společnosti LABoratory & Co**



*Profesor psychologie a expert na podvědomé procesy, jeden ze zakladatelů neuromarketingu. Po studiu psychologie na Stanford University stál u zrodu vědecké společnosti HUMAN Mind & Brain Applied Research Center, která využívá vědecké poznatky k tvorbě inovativních nástrojů pro výzkum trhu. V roce 2003 založil společnost LABoratory & Co, která patří ke globálním leaderům v oblasti neuro výzkumu. V České republice spolupracuje se společností CONFESS Research.*

*Prof. Ohme přednáší a publikuje v renomovaných vědeckých časopisech a je členem významných světových asociací výzkumu reklamy jako např. Advertising Research Foundation, American Advertising Association nebo American Psychological Society.*

**Termín:** 4. května 2011, 14,00 - 18,30 hodin

**Místo:** konferenční sál hotelu Alwyn, Vítkova 26, Praha 8 - Karlín

## Program:

14,00 – 14,15 registrace

14,15 – 14,35 **Živá ukázka Neuro výzkumu reklamy**  
*Hana Kloučková, Managing Director CONFESS Research*

14,35 – 15,00 **„Etter destillere“ – dopady nové reklamy Amundsen na vnímání (nejen) vlastní značky**  
*Se svolením STOCK Plzeň – Božkov, Petra Víšková, Research Director CONFESS Research*

15,00 – 15,20 **Postřehy z Neuro testu reklamy Seznam.cz metodou Bionavigator**  
*Ing. Michal Vodák, Ph.D., Marketingový ředitel Seznam.cz*

15,20 – 15,40 **Jak efektivně doručit hlavní sdělení reklamy**  
*Lucie Matoušková, Director of Marketing Research GE Money*

15,40 – 16,00 **Není packshot jako packshot - Neuro-rozbor s ukázkami spotů o tom, jak může packshot pomoci nebo ublížit reklamě**  
*Hana Pavlíková, Neuromarketing Manager CONFESS Research*

16,00 – 16,15 **Otázky & odpovědi**

16,15 – 16,45 Přestávka & občerstvení

*V průběhu přestávky budou mít 2 vylosovaní zájemci možnost vyzkoušet si Neuro výzkum reklamy „na vlastní kůži“*

16,45 – 17,45 **KEY NOTE: How brands are perceived by our brain**

*Prof. Rafal Ohme PhD, CEO of LABoratory & Co*

*Does the brand play by its category rules and is it fitter than its rivals? Matrix™ and Visage™ methods allow to test the subconsciousness and help reveal the real brand image to improve the brand positioning and brand strategy.*

17,45 – 18,30 **Neformální diskuse, občerstvení**

Příspěvky budou předneseny v českém a anglickém jazyce bez tlumočení.

#### **PRO ZÁSTUPCE MÉDIÍ:**

Semináři bude předcházet tisková konference s Prof. Rafalem Ohme doplněná možností vyzkoušet si **NEURO** techniku na vlastní kůži. Bude probíhat na téže místě v **13:00 – 13:45**. Zájemci z řad novinářů se mohou registrovat na [tiskovka@confess.cz](mailto:tiskovka@confess.cz).

#### **REGISTRACE NA SEMINÁŘ:**

Přihlášky zasílejte e-mailem na [neuroseminar@confess.cz](mailto:neuroseminar@confess.cz) .

Počet účastníků je omezen s ohledem na kapacitu sálu, proto prosíme o zaslání registrace co nejdříve. Pro zájemce z řad klientů je seminář zdarma, pro ostatní veřejnost cena 3000,- Kč bez DPH.

Účastnický poplatek zasílejte do 2. 5. 2011 na číslo účtu 199 655 732/0300, jako variabilní symbol uveďte IČO vaší společnosti (příp. své rodné číslo). Do poznámky prosím uveďte vždy slovo „NEURO“. Daňový doklad obdržíte při registraci na semináři. V případě zrušení účasti po 29. 4. 2011 bude účtován storno poplatek ve výši 100 % účastnického poplatku

#### **KONTAKT PRO DALŠÍ INFORMACE:**

CONFESS Research, Hana Pavlíková, Neuromarketing Manager, e-mail: [pavlikova@confess.cz](mailto:pavlikova@confess.cz)  
Nebo na webových stránkách [www.confess.cz](http://www.confess.cz)