

НЕЙРОФОРСАЙТ І ПЕРСОНАЛІЗОВАНИЙ МАРКЕТИНГ

Мехович К.С.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Форсайт як основа адаптивного маркетингу використовує форсайт-методи для прогнозування трендів в, що дозволяє бізнесу гнучко адаптувати маркетингові стратегії завдяки інтеграції штучного інтелекту в форсайт-аналіз (наприклад, AI-генеровані сценарії розвитку ринку). Нейрофорсайт і персоналізований маркетинг побудовано на використанні даних про поведінку користувачів для створення кастомізованих прогнозів і гіперперсоналізованого маркетингу. Нейрофорсайт (НФ) – це новий напрям форсайту, який використовує досягнення когнітивних наук, нейротехнологій та AI-аналітики для прогнозування поведінки споживачів і визначення майбутніх трендів. Основна ідея нейрофорсайту полягає у передбаченні майбутніх споживчих тенденцій через аналіз нейрофізіологічних, поведінкових і когнітивних даних. НФ вивчає нейроактивність споживачів під час взаємодії з продуктами, емоційні та когнітивні реакції на маркетингові стимули та психофізіологічні патерни прийняття рішень. У якості методу НФ використовує «eye-tracking»(переводиться як відстеження очей) дослідження поведінки покупців, тестування інтерфейсів (UX), професійну підготовку пілотів, когнітивну психологію і т.і. Цей метод побудовано на аналізі біометричних даних (пульс, мікровирази обличчя) для прогнозування поведінки та AI-моделі для прогнозування змін у споживчих перевагах. Задачі нейрофорсайту : виявлення прихованих мотивацій споживачів, оптимізація маркетингових кампаній та UI/UX-дизайну, формування гіперперсоналізованих продуктів і послуг, ередбачення змін у патернах поведінки споживачів. Персоналізований маркетинг – це маркетингова стратегія, що використовує індивідуалізовані дані про користувачів для створення максимально релевантних пропозицій. Основна ідея полягає у тому, що замість масового маркетингу засосовується гіперперсоналізований підхід на основі поведінкових патернів, уподобань та історії взаємодії клієнта з брендом. У якості інструмента застосовуються великі дані (Big Data) і AI-аналітика для створення персоналізованих пропозицій, передбачувальна аналітика (Predictive Analytics) для прогнозування майбутніх потреб споживача, маркетингові боти та AI-консьержі, які аналізують інтереси клієнта в реальному часі. Нейрофорсайт і персоналізований маркетинг – це інструменти стратегічного маркетингу, які дають змогу краще прогнозувати ринкові зміни. Нейрофорсайт і персоналізований маркетинг – це два ключові компоненти маркетингу майбутнього, які дозволяють створювати більш точні, адаптивні та інноваційні стратегії. Їх синергія дозволяє не просто реагувати на ринок, а формувати нові споживчі тренди. У контексті форсайту вони стають інструментами передбачення та управління майбутнім.