



# Machine Learning en AI Tools in Neuromarketing

Lunch-webinar

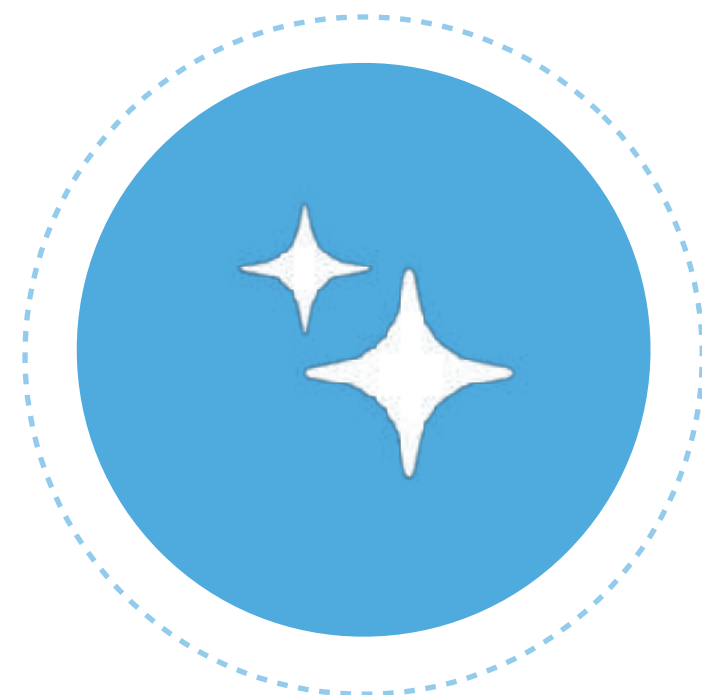


UNRAVEL



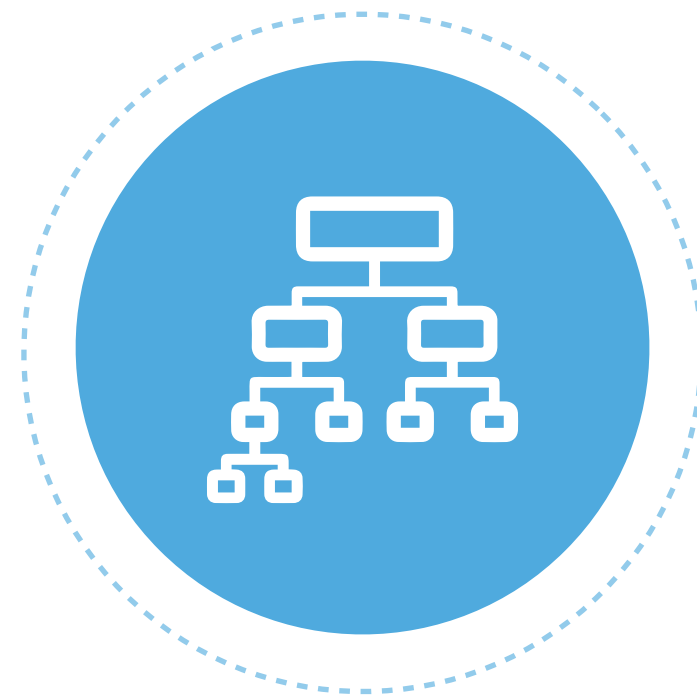
Webinar Machine Learning en AI Tools in Neuromarketing

# Topics van vandaag



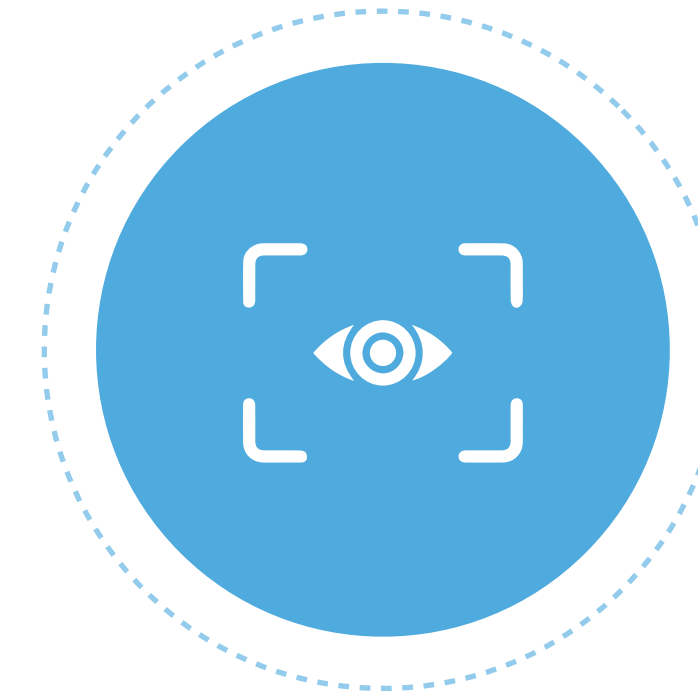
## **Generatief**

Kan AI de (juiste) content creëren?



## **Exploratief**

AI om verbanden te vinden die je met het blote oog niet kan zien.



## **Predictief**

AI om te aandacht te voorspellen

Services like ChatGPT are autocomplete on steroids, ultimately functioning more like **mansplaining as a service**.

**They don't really know what they're talking about, but they'll confidently lecture you based on the most generic view of the topic.**

[blindfiveyearold.com](https://www.blindfiveyearold.com)

<https://www.blindfiveyearold.com/its-goog-enough>



U N R A V E L

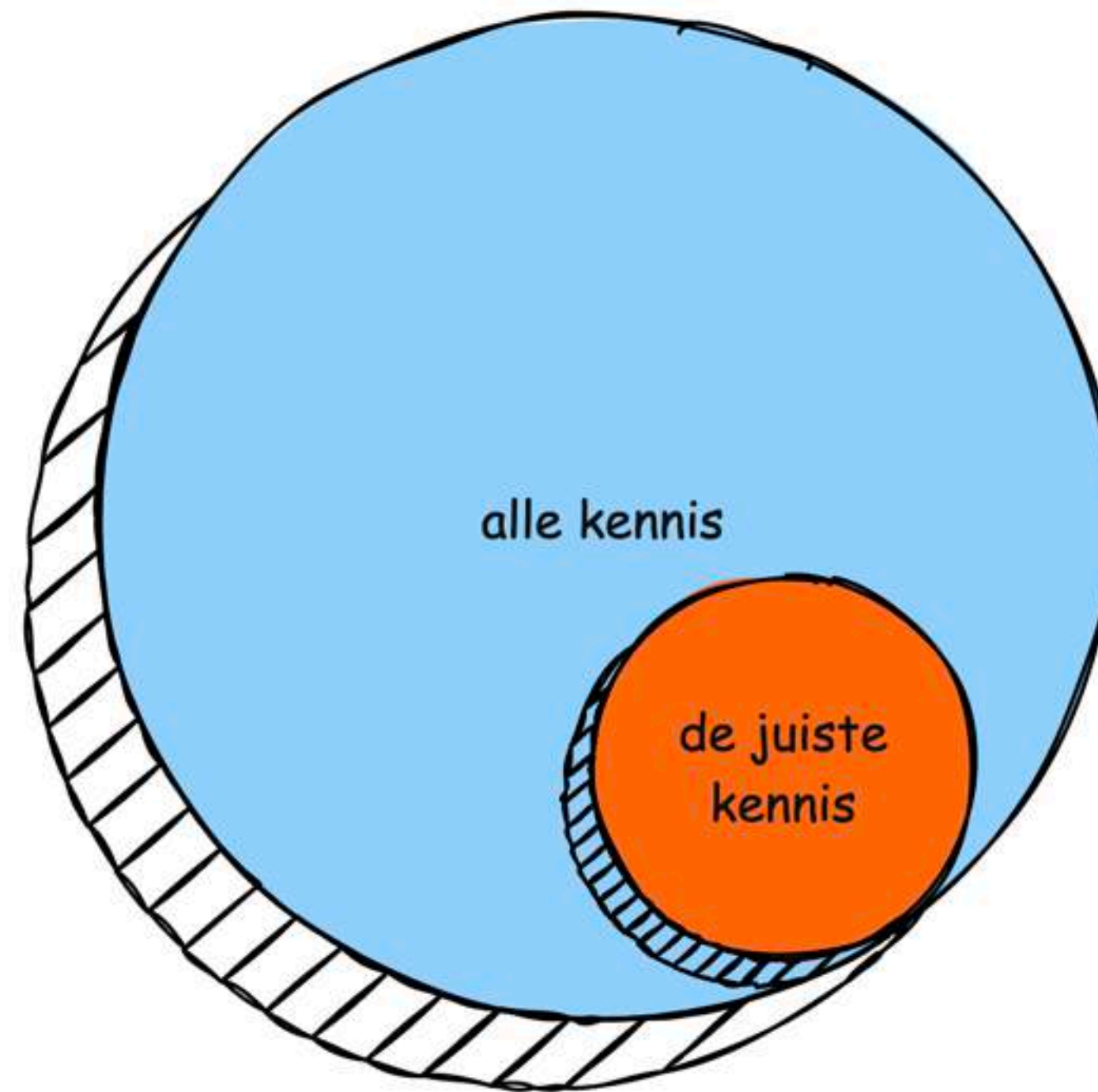
## Hoe gebruiken jullie het nu?

---

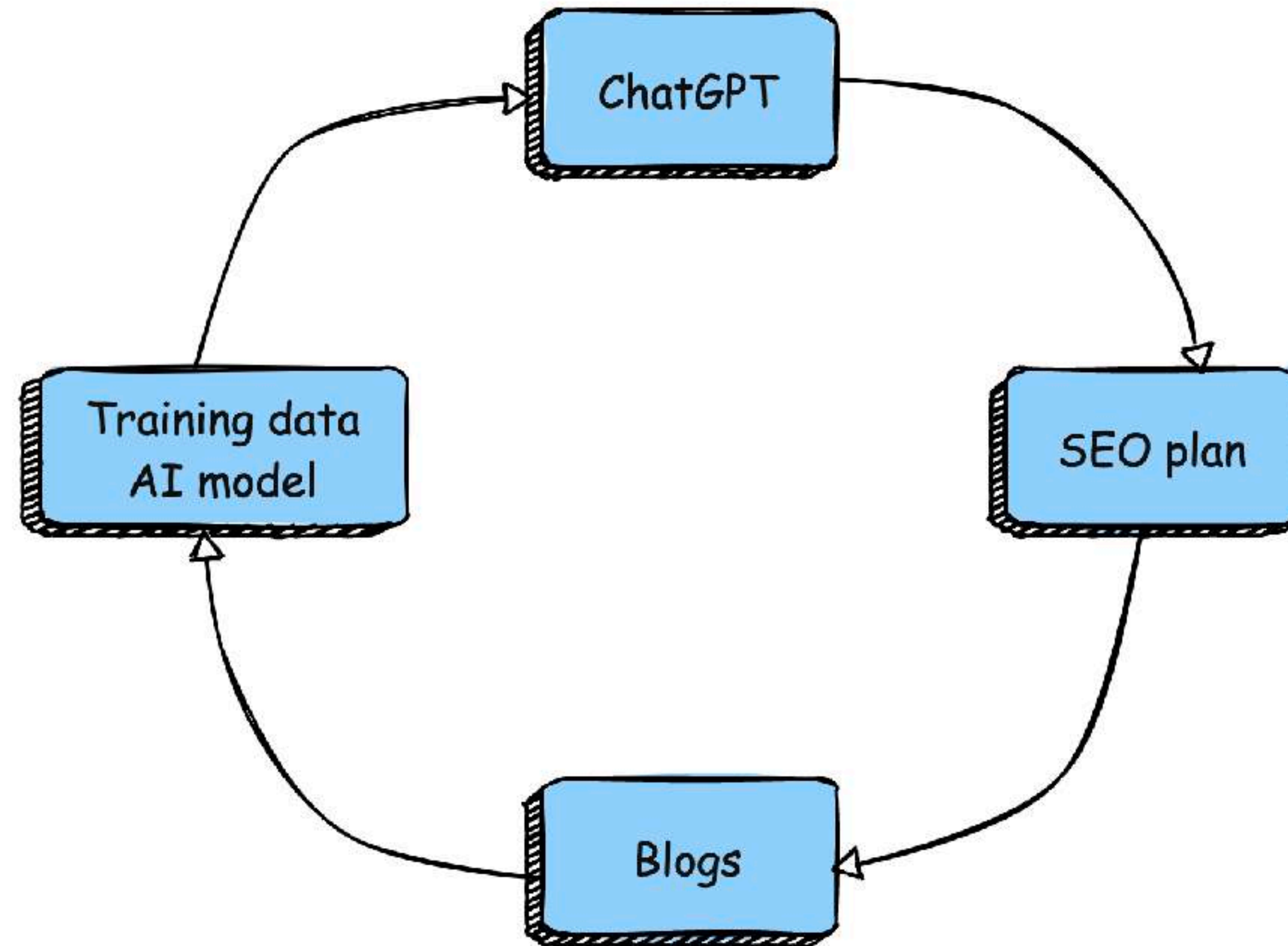
- A) Contentproductie
- B) Marketingplannen schrijven
- C) Plaatjes maken
- D) Overig

# Alle kennis. Niet alleen de juiste...

---

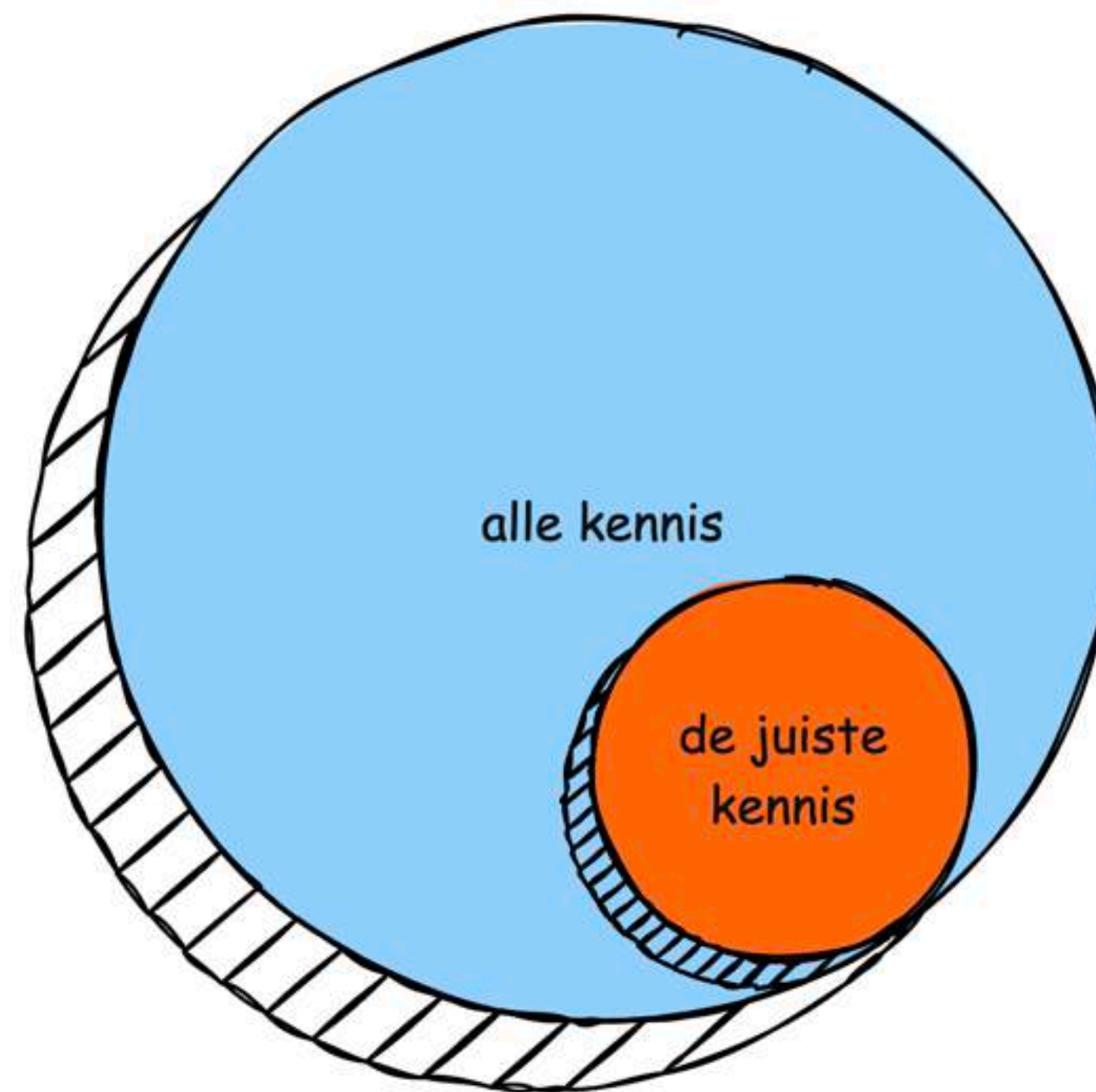


# Garbage in, garbage out?



# Genoeg bashing ChatGPT. Wat kan er wel?

Eigen input is **key**



# Eigen CRO database

## Patronen

Aantal tests = Het aantal tests uitgevoerd

Aantal tests met een significant positief uplift = Aantal tests met uplift groter dan 0 en chance of being best groter dan 75%

Percentage tests met significant positief uplift = Percentage van alle tests met uplift groter dan 0% en chance of being best groter dan 75%

Percentage significant positieve tests tov alle significante tests = Moet groter zijn dan zijn dan 75%.

Percentage tests met een positief uplift = Het percentage van alle tests met een uplift groter dan 0% (van alle tests)

Gemiddelde uplift in procenten = effect van iedere test/aantal tests

Patronen Table +

Filter Sort ⚡ 🔍 ... New ▾

Aa Tactiek	📄 Onderwerp	📁 Categorie	# Aantal tests	# Aantal tests met een significant positieve uplift	📈 Percentage tests met signifi
Cijfer geven	Social Proof	Motivatie	11	1	
Reviews	Social Proof	Motivatie	4	1	
Populair / Bestseller label	Social Proof	Motivatie	10	1	
Aantal sterren	Social Proof	Motivatie	1	1	
Aantal keer verkocht / geboekt	Social Proof	Motivatie	1	1	
(!) Social Proof	Social Proof	Motivatie	1	1	
Foto's mensen toevoegen	Liking	Motivatie	1	0	
Zachte landing	Liking	Motivatie	0	1	
(!) Liking	Liking	Motivatie	0	0	
Gerust stellen	Onzekerheid wegnemen/positieve emotie toevoegen	Motivatie	1	1	
Voordelen/USP's	Onzekerheid wegnemen/positieve emotie toevoegen	Motivatie	10	1	
Groene vinkjes	Onzekerheid wegnemen/positieve emotie toevoegen	Motivatie	11	1	
(!) Onzekerheid wegnemen/positieve emotie toevoegen	Onzekerheid wegnemen/positieve emotie toevoegen	Motivatie	11	1	
Beperkte tijd	Urgentie/schaarste	Motivatie	1	1	



# Eigen TVC wetmatigheden database

Wetmatigheden

File Edit View Insert Format Data Tools Extensions Help

100% | € % .0 .00 123 | Defaul... | - 10 + | B I A

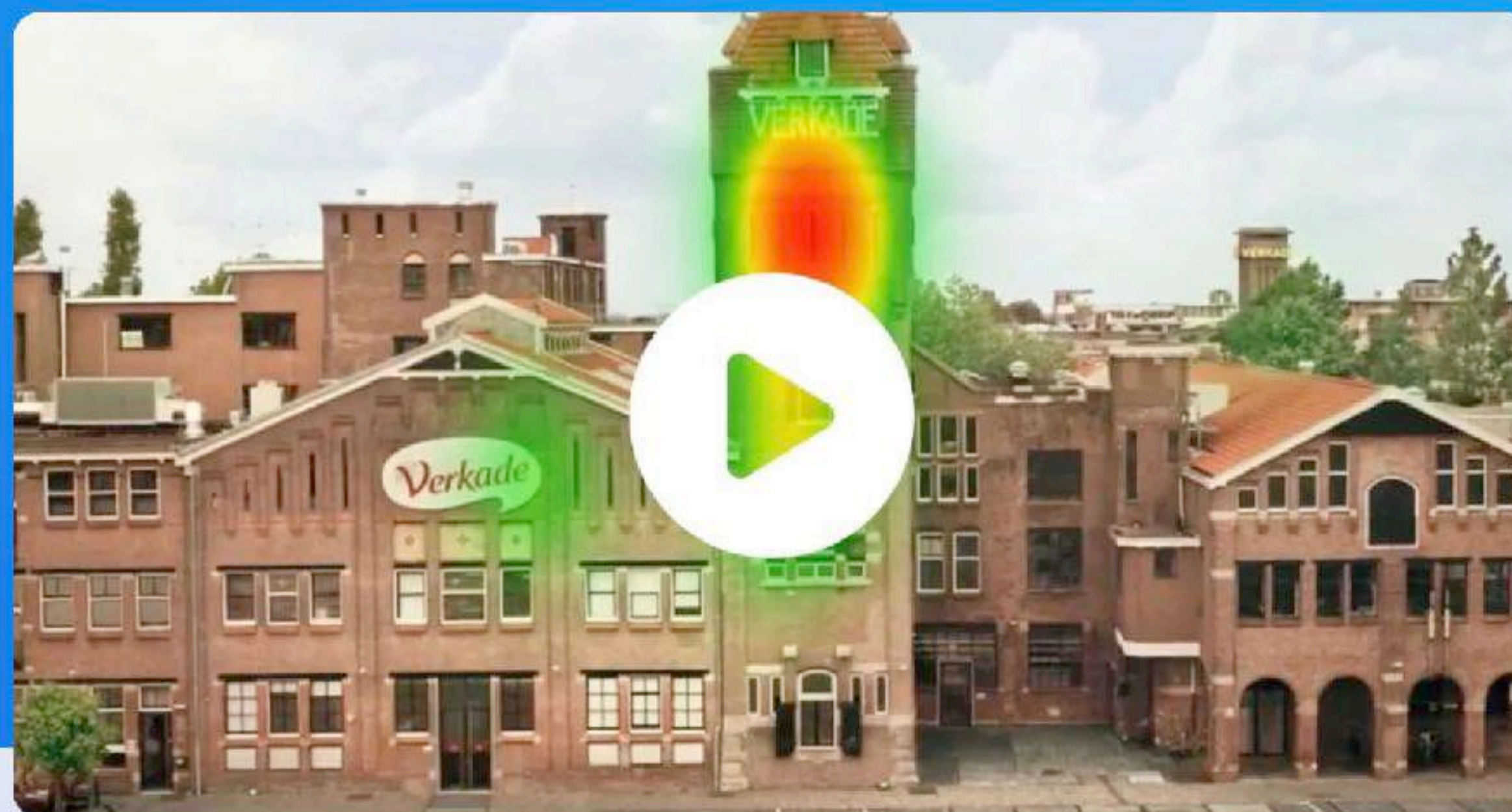
A1 | fx | Categorie

	A	B	C	D	E
1	Categorie	Titel	Key woorden	Dropdown	Categorie W
2	Brand identifiers	Brand identifiers	Brand identifiers	Aanwezigheid en hoeveelheid brand identifiers	Waarschuwing: Er zijn minder dan drie brand identifiers in de reclame aanwezig
3	Boodschap & Structuur	Boodschap & Structuur	Productinteractie	Toon merk/product/dienst in gebruik	Probleem: Het product/de dienst wordt getoond, maar niet gebruikt.
4	Boodschap & Structuur	Probleem en oplossing	Probleem oplossing structuur	Waarschuwing: Het merk wordt geassocieerd met het probleem	Het merk wordt geassocieerd met het probleem
5			Humor low involvement product of	Waarschuwing: De reclame bevat	

Reclame AdVisor Expert Review

# Verkade 30s

2023-11



De **toegevoegde waarde** van mensen blijft  
(tot nu toe) nog steeds **context & kennis**

C'est moi - Tim Zuidgeest

Unravel Research | van Onderbuik naar Onderbouwd

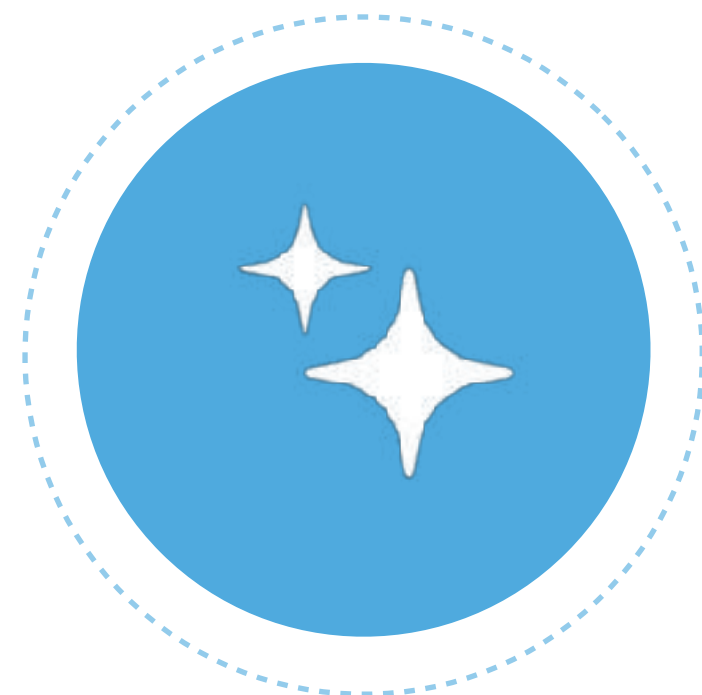


U N R A V E L



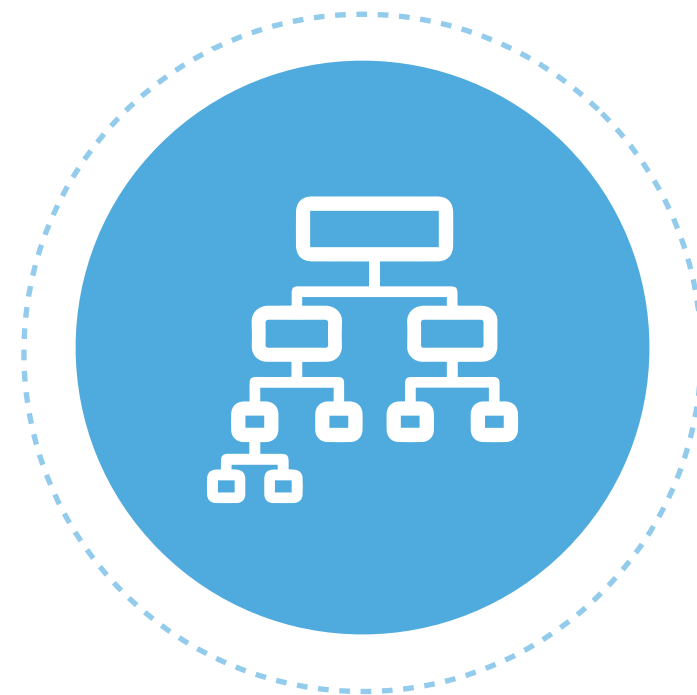
Webinar Machine Learning en AI Tools in Neuromarketing

# Topics van vandaag



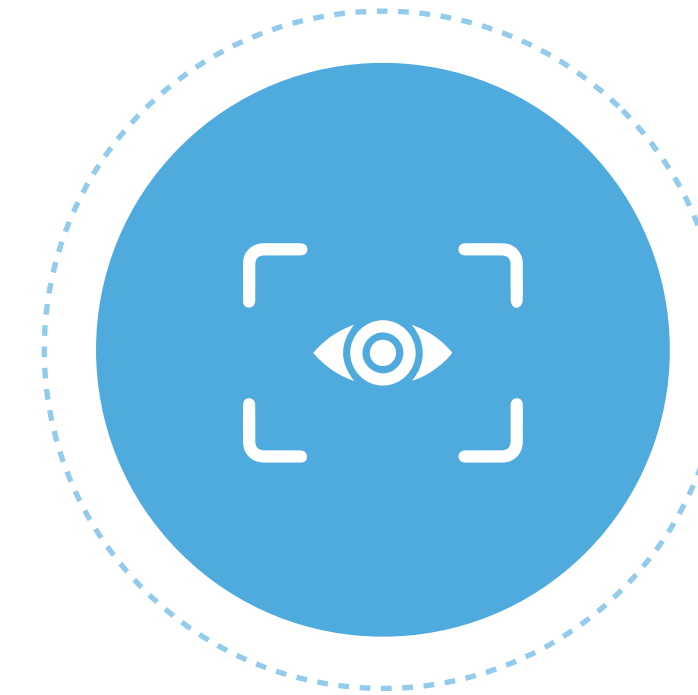
## Generatief

Kan AI de (juiste) content creëren?



## Exploratief

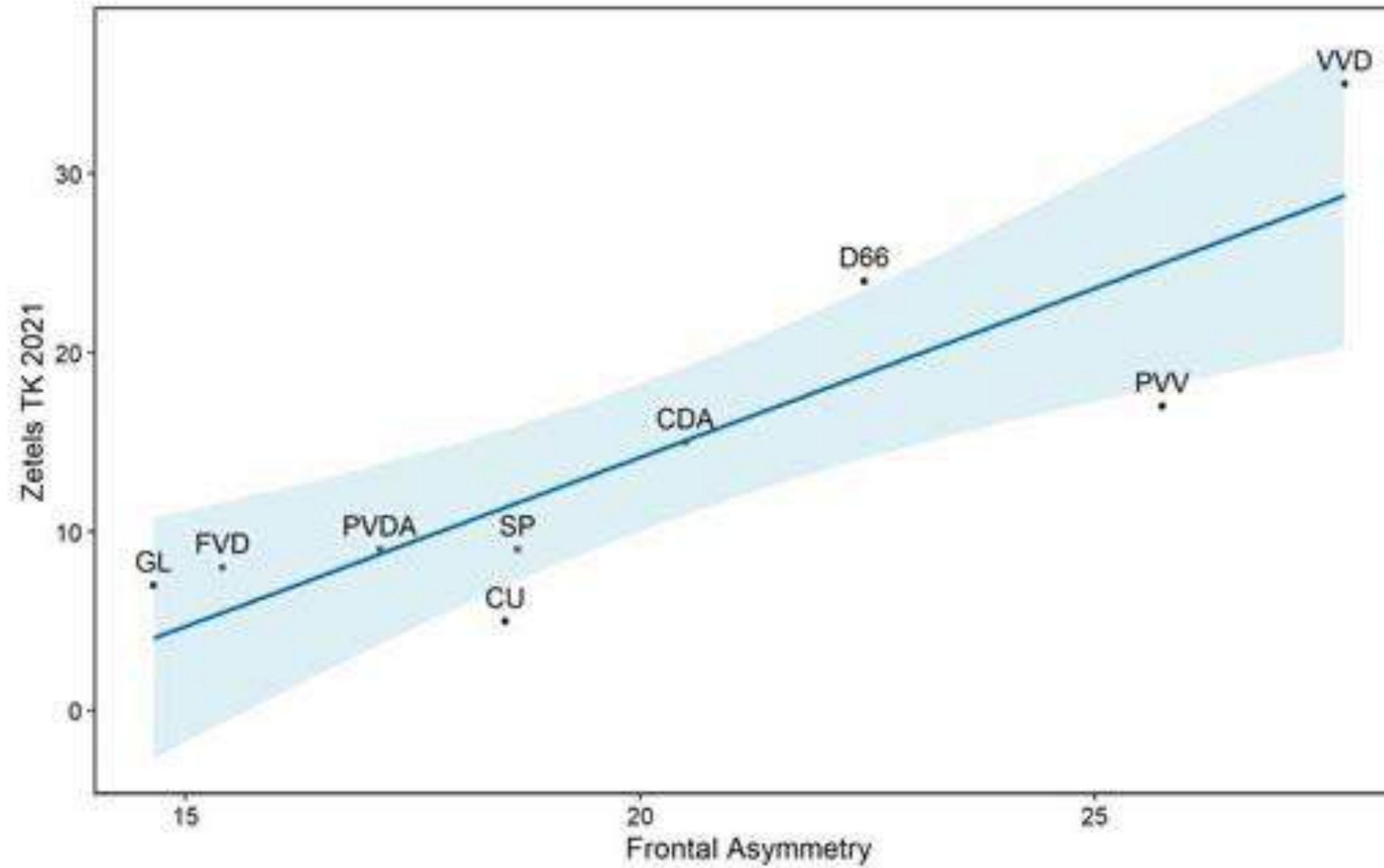
AI om verbanden te vinden die je met het blote oog niet kan zien.



## Predictief

AI om te aandacht te voorspellen

# Hersenactiviteit voorspelt Tweede Kamer zetels



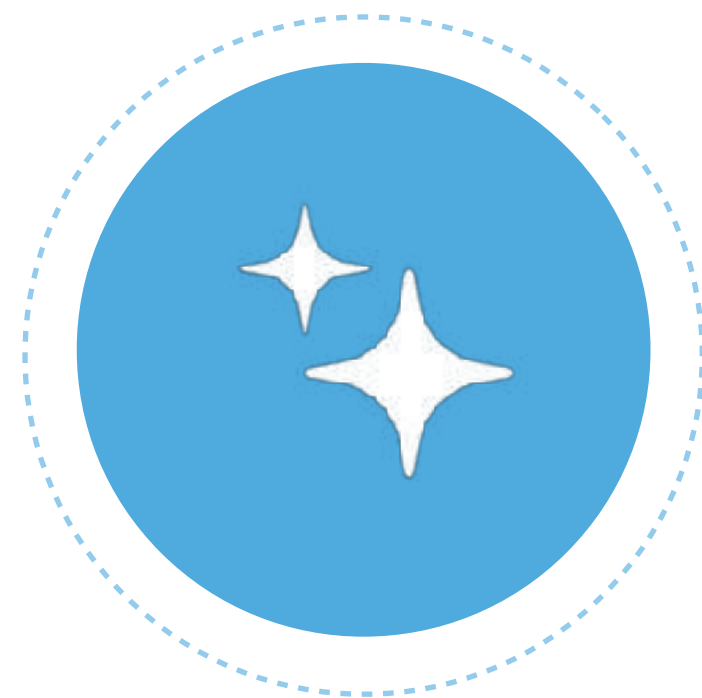
# Explorative Machine Learning





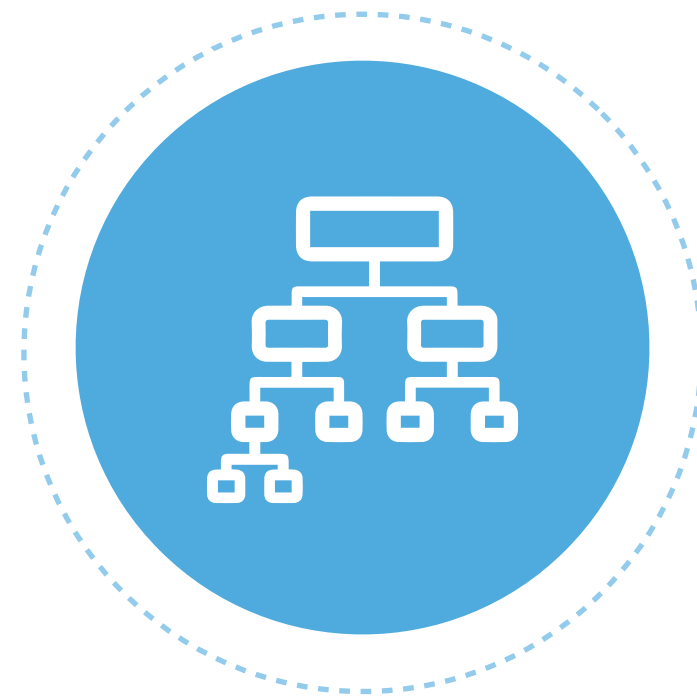
Webinar Machine Learning en AI Tools in Neuromarketing

# Topics van vandaag



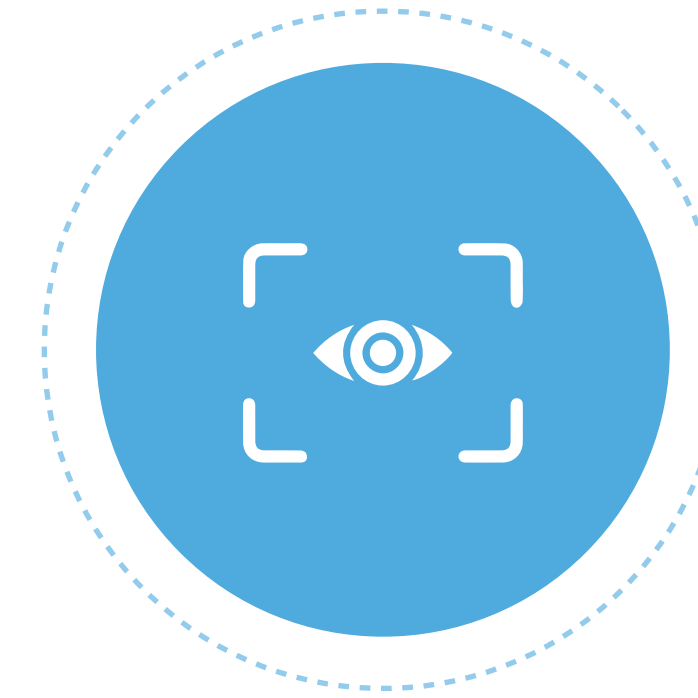
## **Generatief**

Kan AI de (juiste) content creëren?



## **Exploratief**

AI om verbanden te vinden die je met het blote oog niet kan zien.



## **Predictief**

AI om te aandacht te voorspellen

# Predictive Eye Tracking

---

## Predictive Eye Tracking | Tools

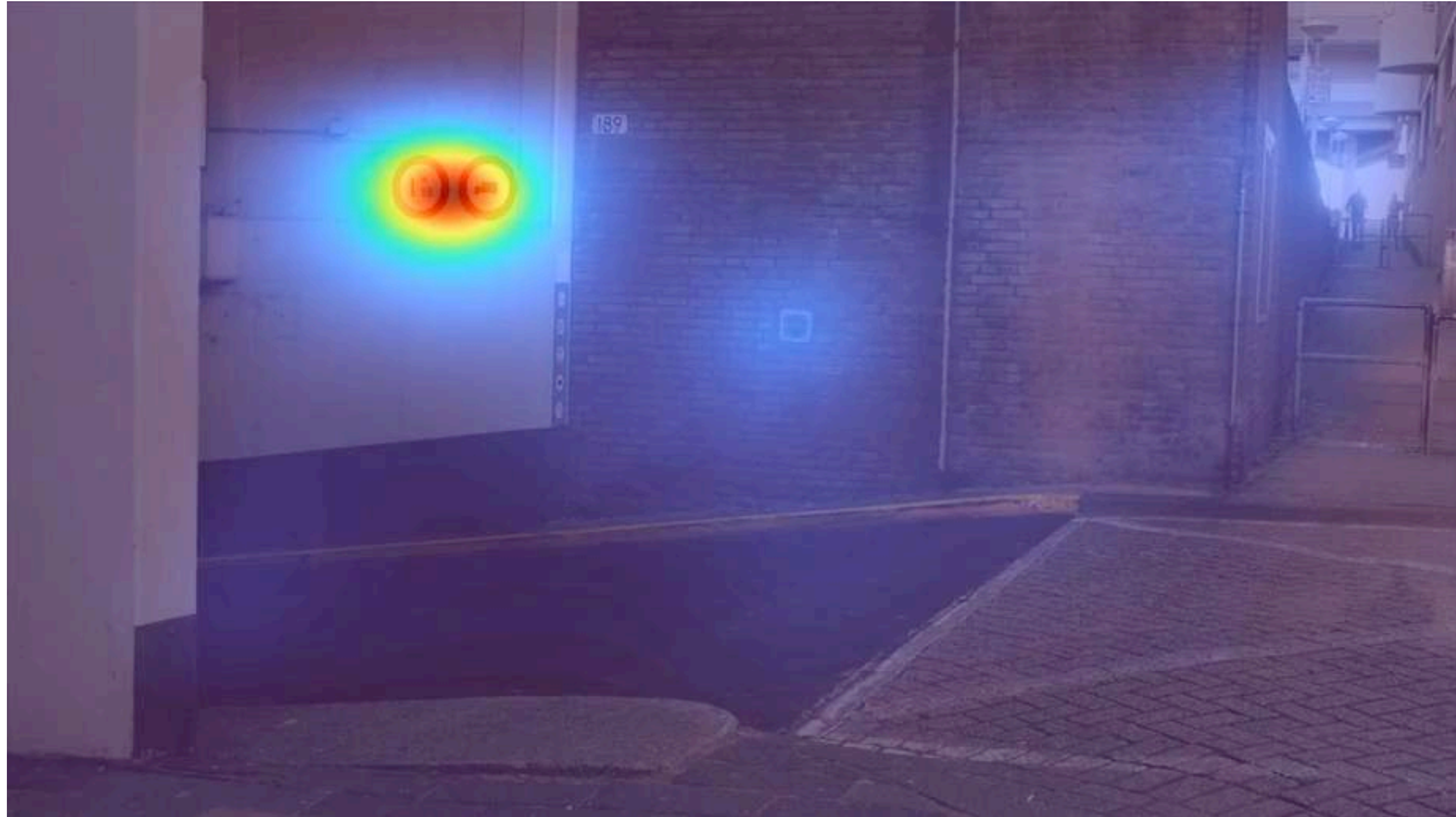




Predictive AI

# Predictive Eye Tracking

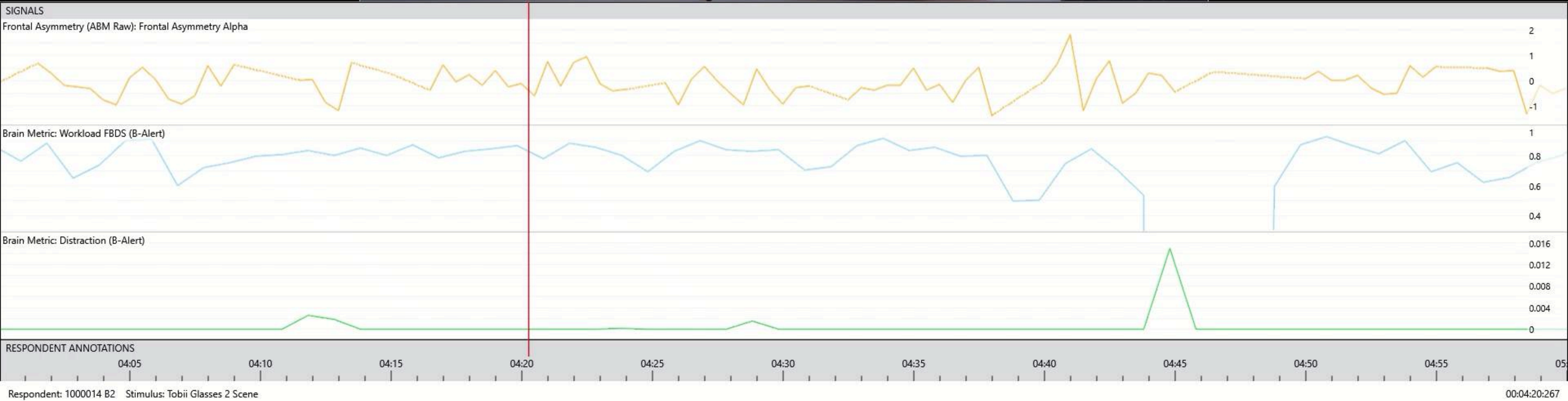
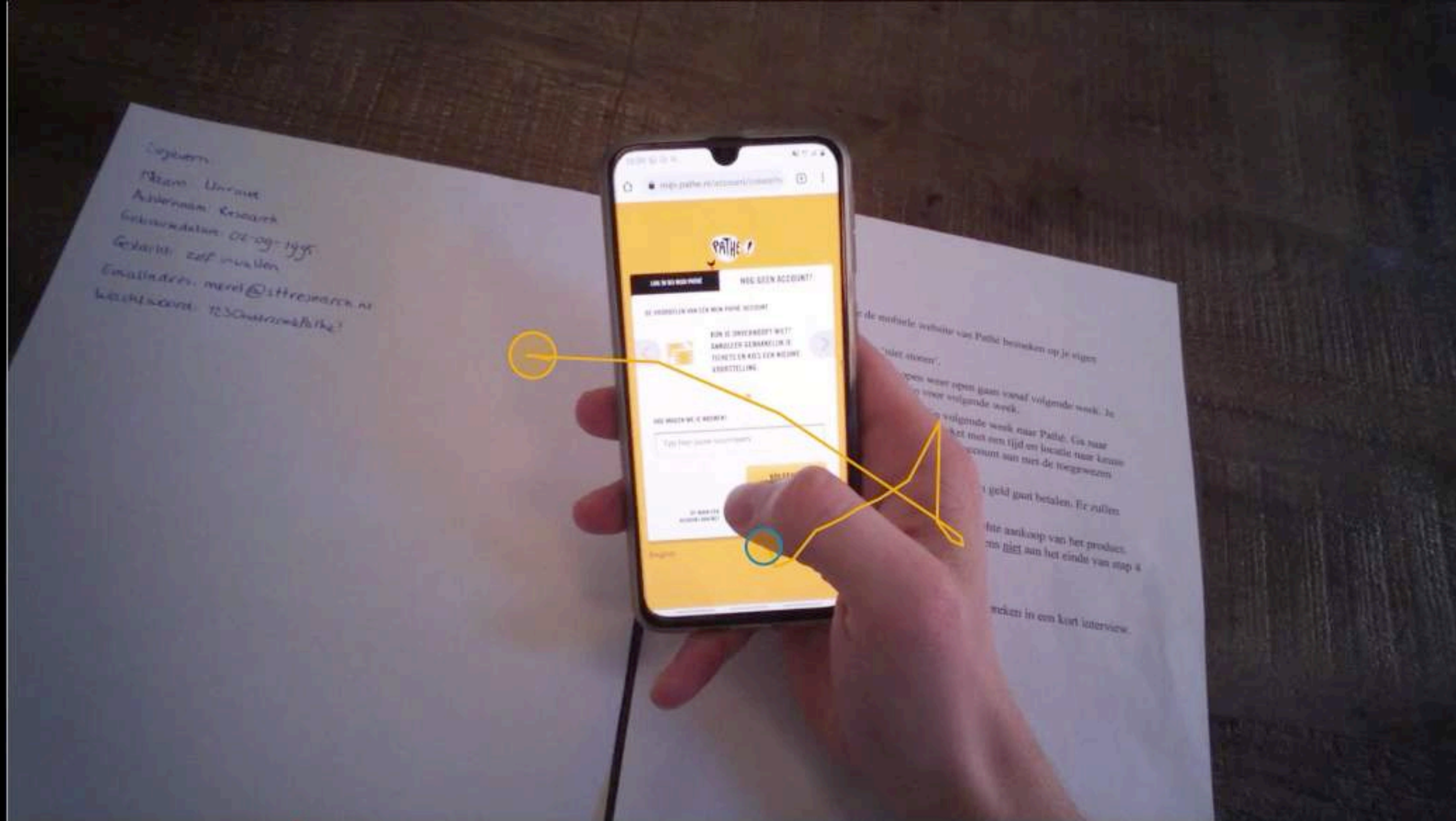
---



## **Twee vormen van aandacht 🙄 | Keuzes voor design**

---

- Top down (doelgericht)
- Bottom up (laat zich leiden)



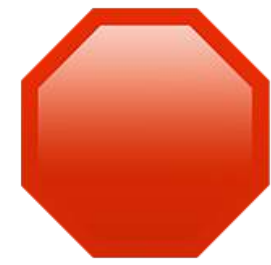
Meer focus op USP's

+7,32%

Predictive AI

# Predictive Eye Tracking

---



UX/UI

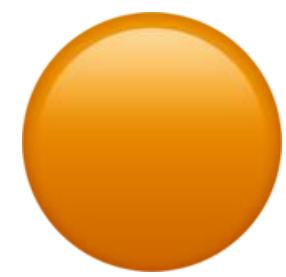
Predictive AI

# Predictive Eye Tracking

---

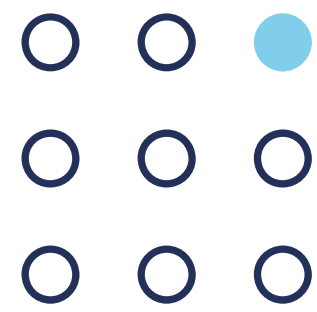


/



Verpakkingssucces

## Unravel's **Three Steps to Purchase™** Model



### **1.** Shelf standout

Eye Tracking

Grijpt de verpakking automatisch  
aandacht in het schap?



### **2.** Brand recognition

Eye Tracking & Implicit Association Test

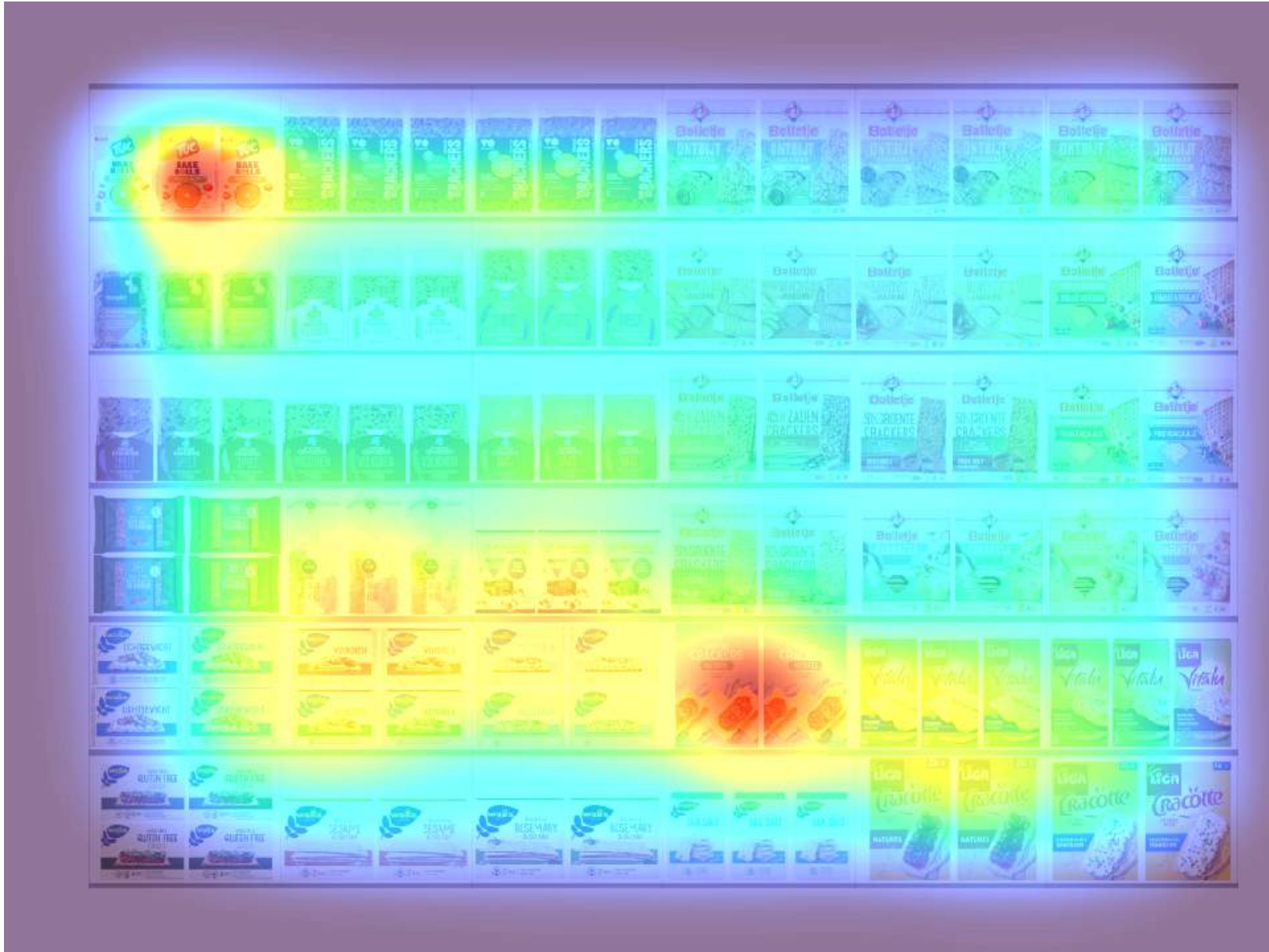
Is de verpakking vindbaar als merk?



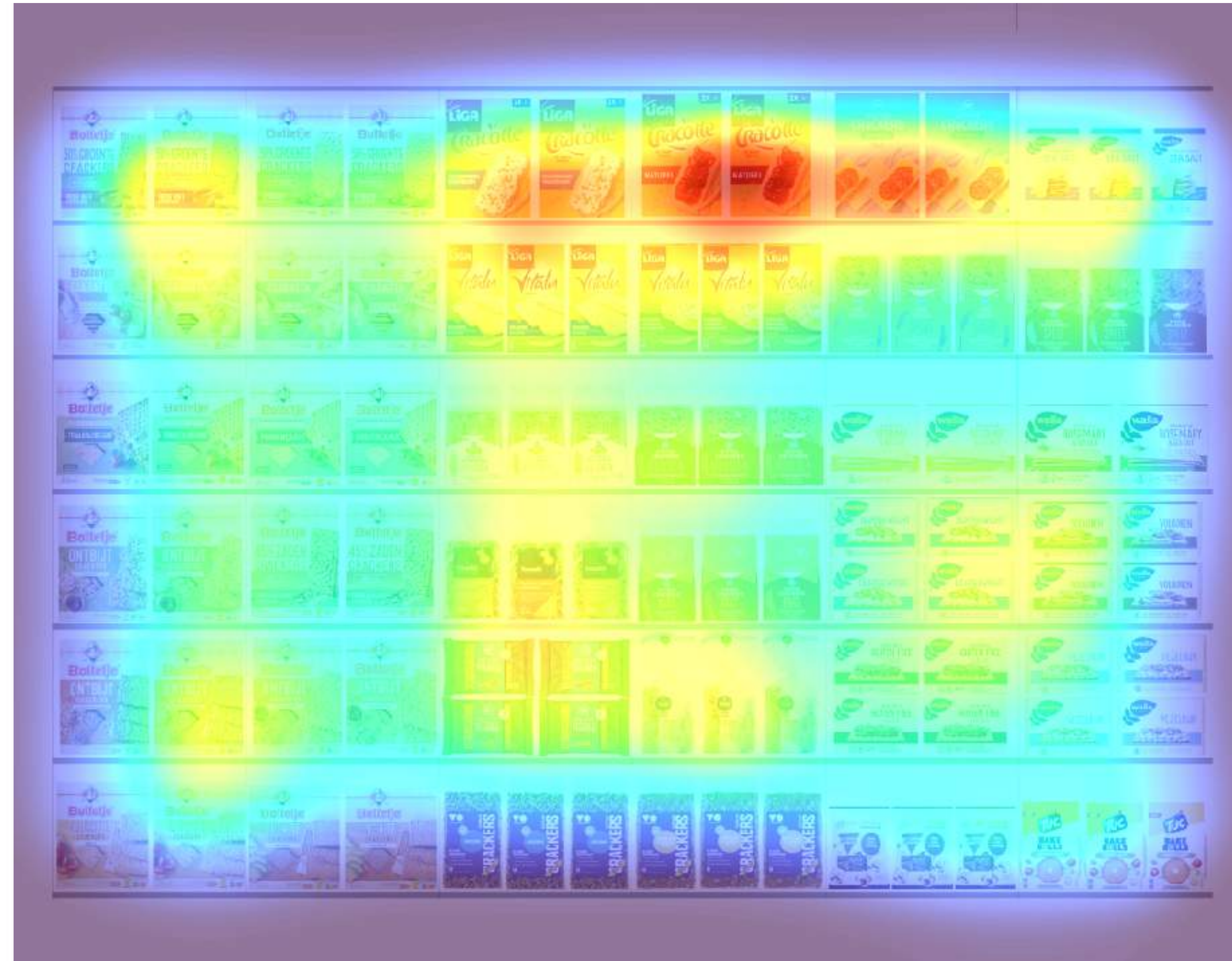
### **3.** Purchase activation

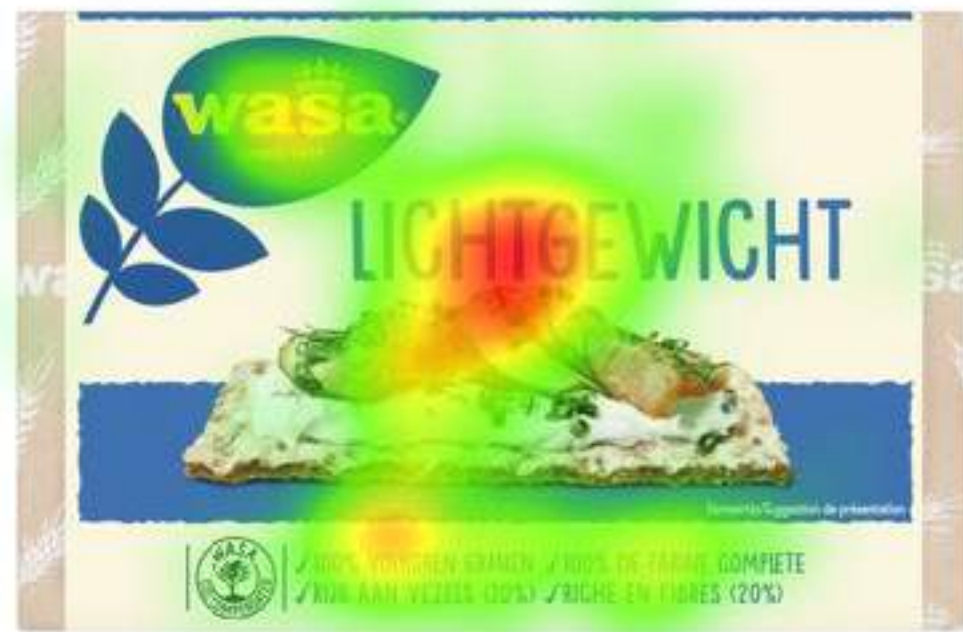
EEG brain scan

Wekt de verpakking verlangen om te kopen?





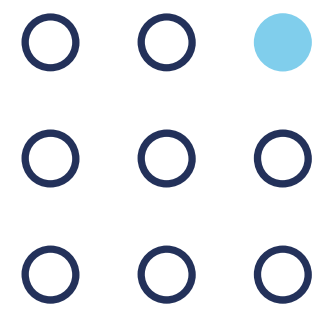








## Unravel's **Three Steps to Purchase™** Model



### **1.** Shelf standout

Eye Tracking

Grijpt de verpakking automatisch  
aandacht in het schap?



### **2.** Brand recognition

Eye Tracking & Implicit Association Test

Is de verpakking vindbaar als merk?



### **3.** Purchase activation

EEG brain scan

Wekt de verpakking verlangen om te kopen?

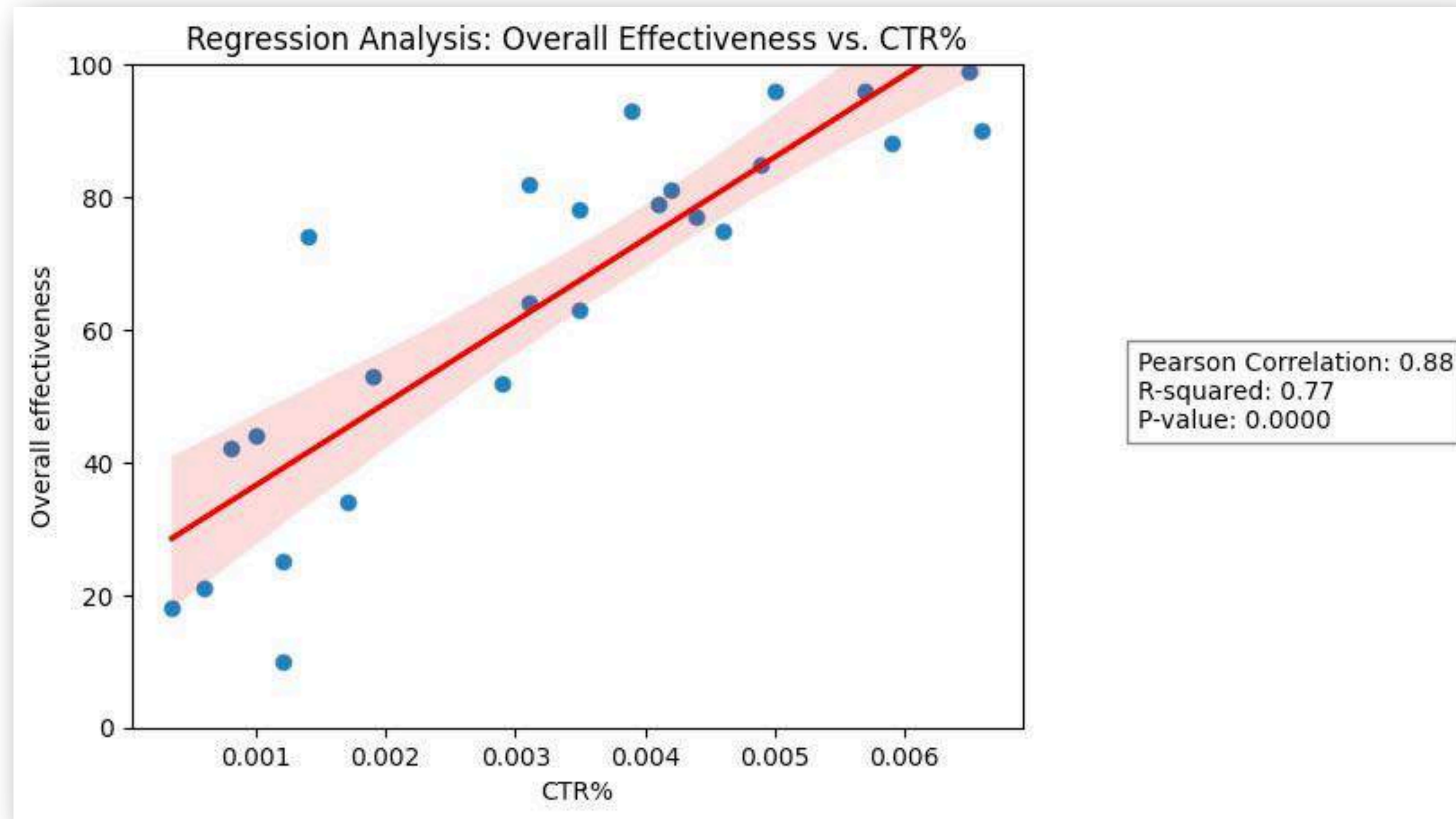
Predictive AI

# Predictive Eye Tracking

---

✅ / 🟡 Commercials

# Predictive Eye Tracking | In context



 Mline

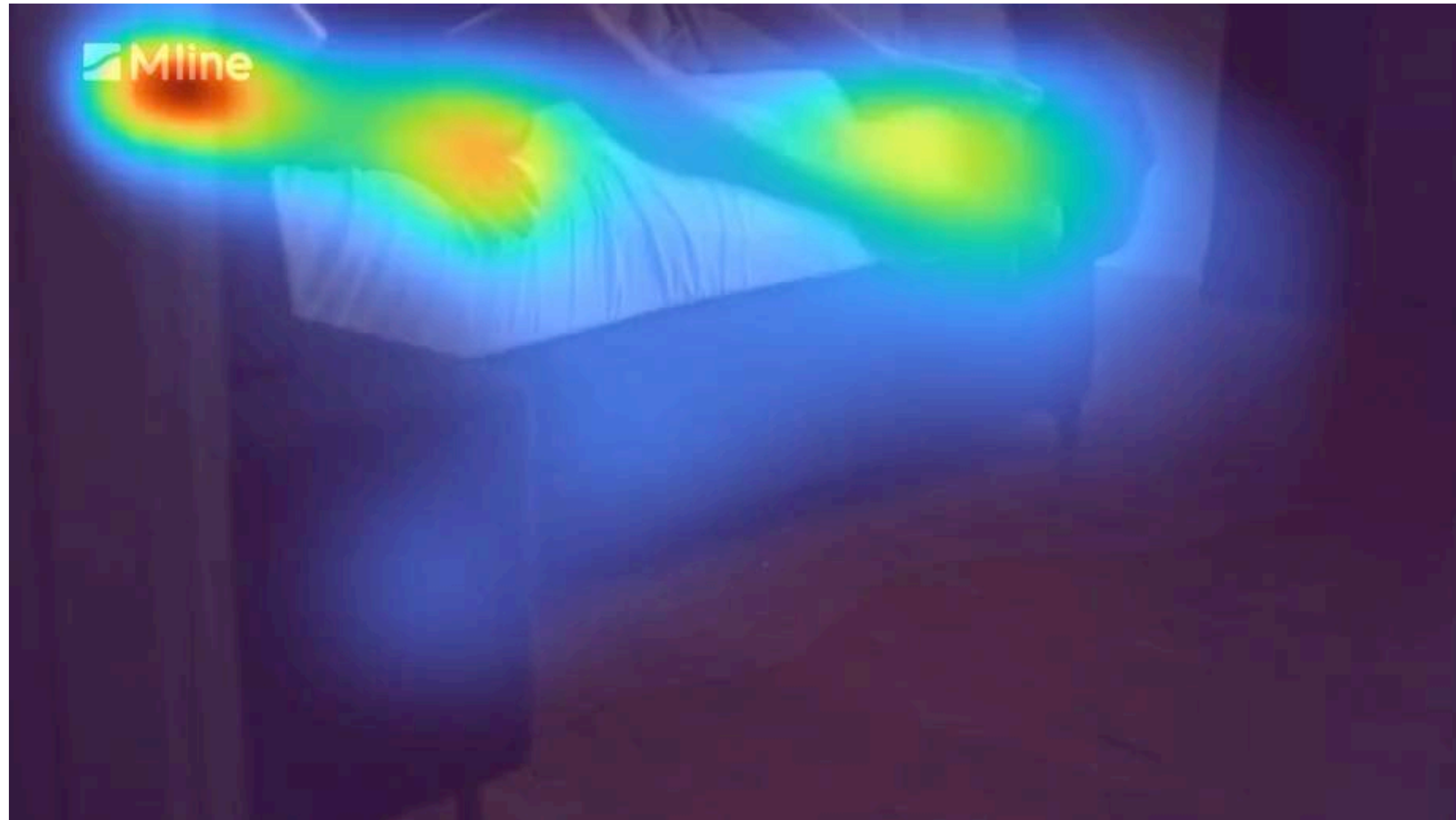




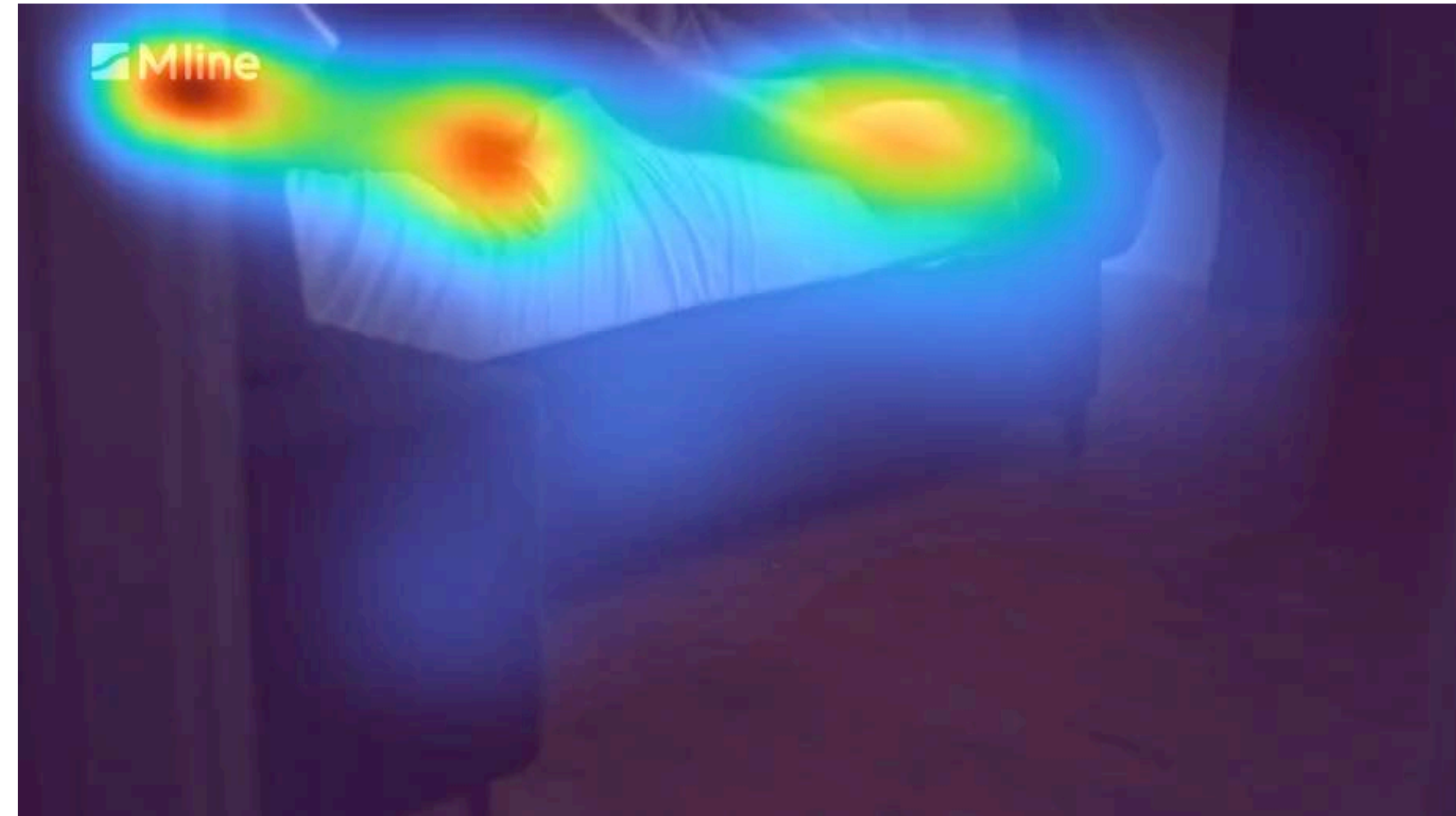
after



before



after









## Echte eye tracking



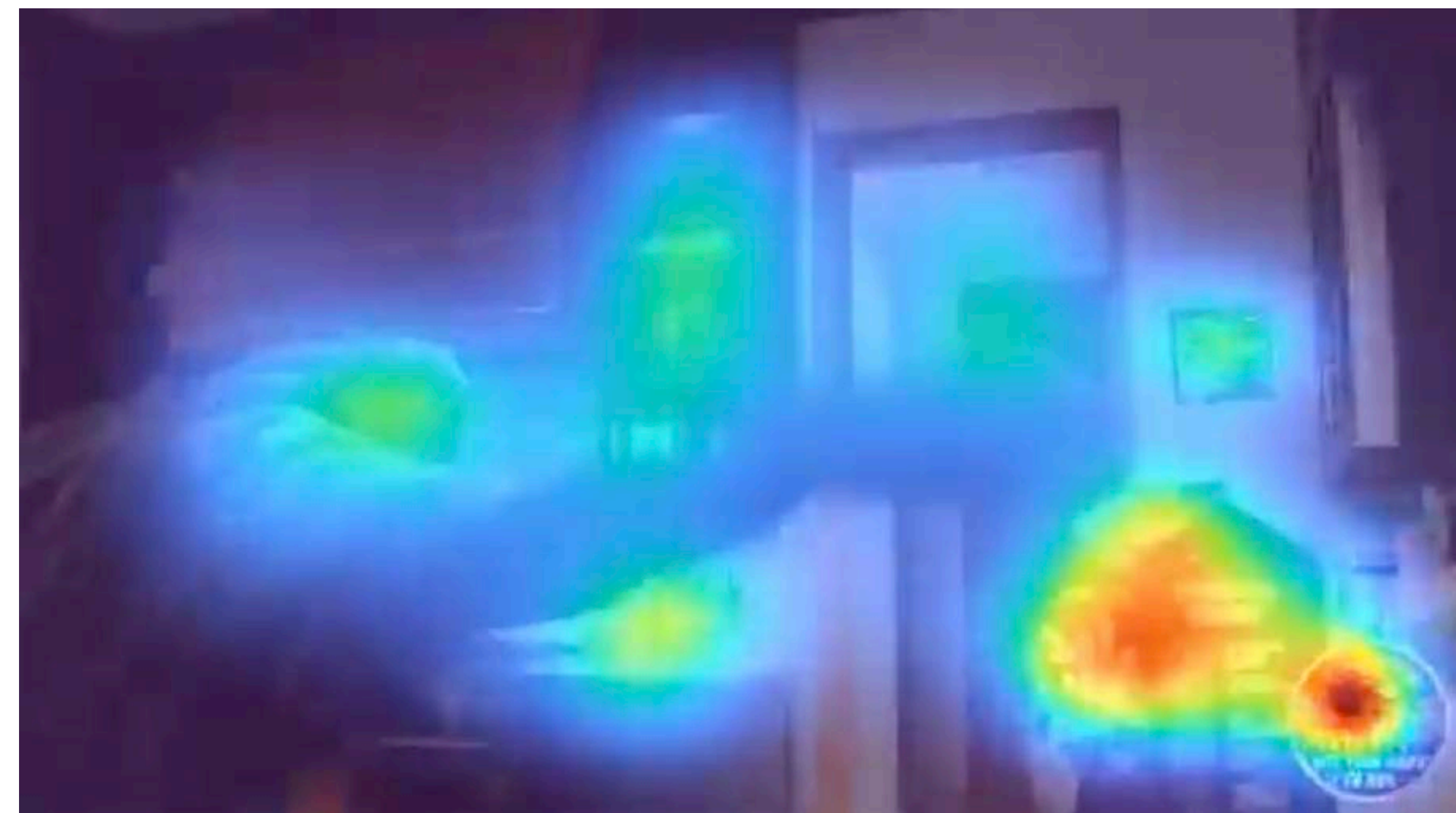
## Machine learning



## Echte eye tracking



## Machine learning



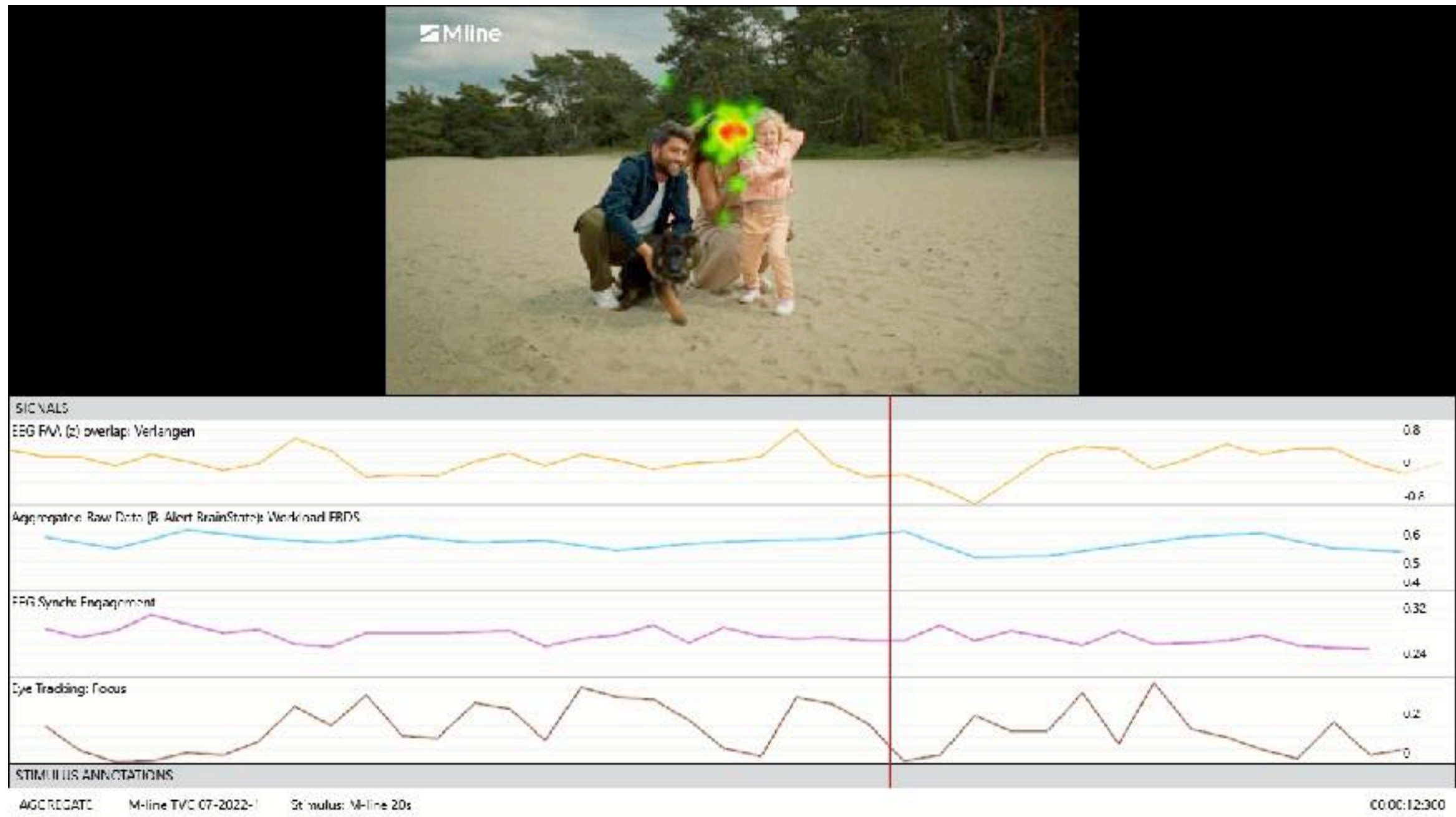
## Voorspellen eye tracking in video's d.m.v. machine learning

---

- 60 ~ 70% correct
- Oververtegenwoordiging van aandacht voor logo's
- Mist natuurlijk kijkgedrag (context)
- Brand Assets niet



before

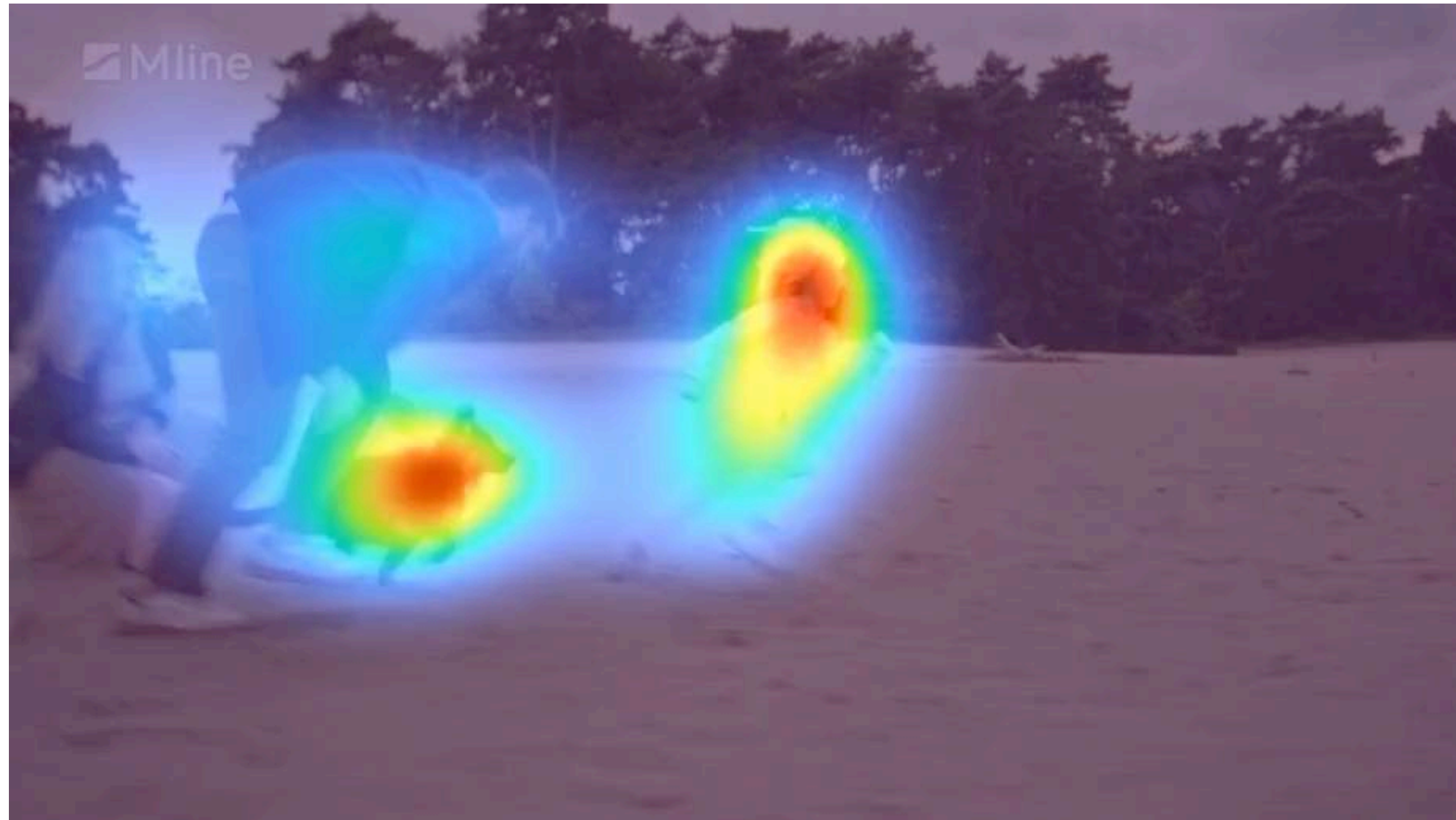


after



+577 ms

before



after



+577 ms



# Verlangenen

## Geteste uitingen



**Toelichting:** De aanpassingen aan de TVC en tag-on hebben sterk effect gehad op het verlangen: beide zijn van een licht positieve score naar een zeer positieve score gegaan die ver boven de benchmark scores. Dit betekent dat op basis van deze resultaten zeker een uplift in sales verwacht mag worden.

# Eigen TVC wetmatigheden database

Wetmatigheden

File Edit View Insert Format Data Tools Extensions Help

100% | € % .0 .00 123 | Defaul... | - 10 + | B I A

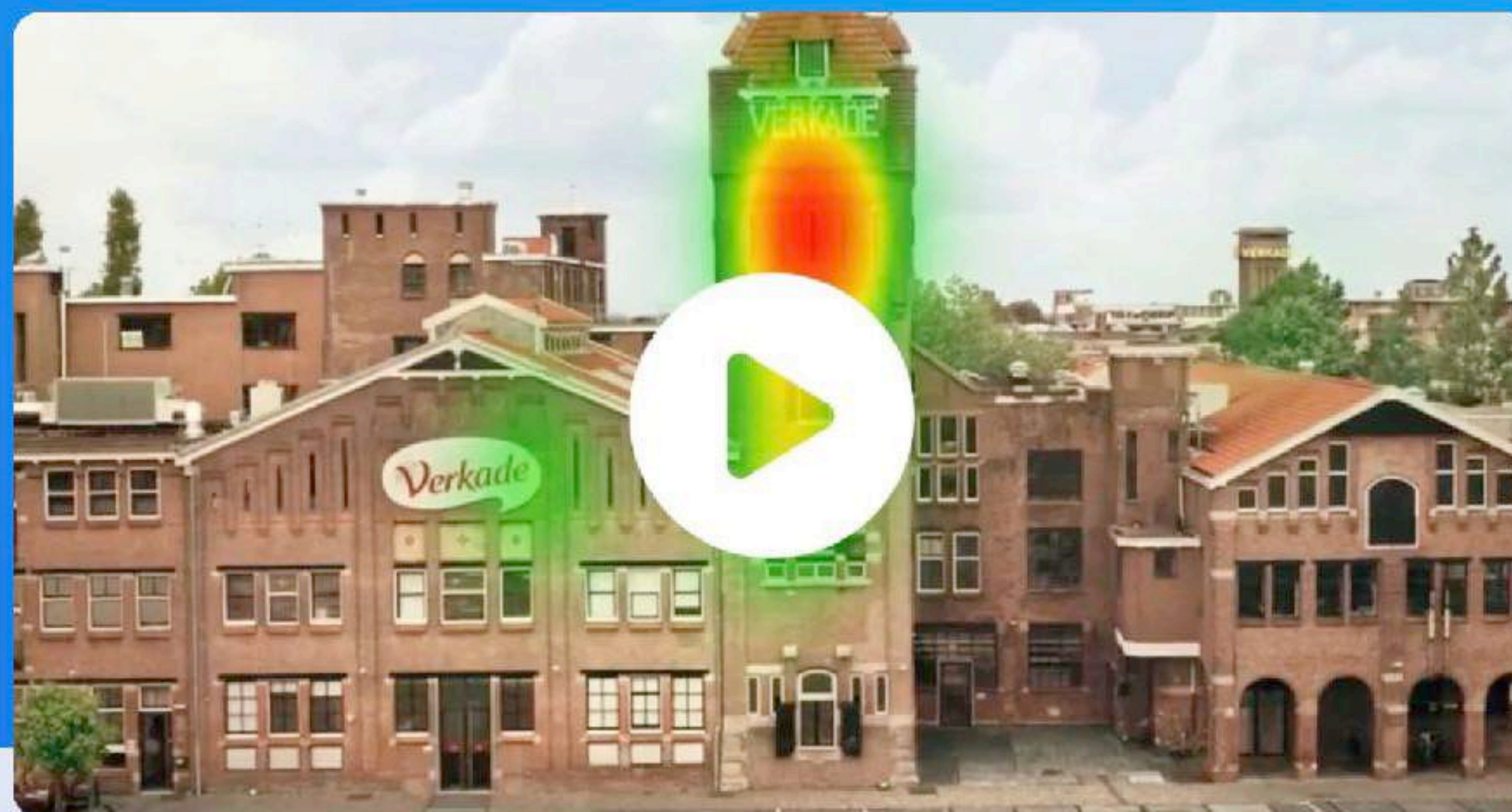
A1 | fx | Categorie

	A	B	C	D	E
1	Categorie	Titel	Key woorden	Dropdown	Categorie W
2	Brand identifiers	Brand identifiers	Brand identifiers	Aanwezigheid en hoeveelheid brand identifiers	Waarschuwing: Er zijn minder dan drie brand identifiers in de reclame aanwezig
3	Boodschap & Structuur	Boodschap & Structuur	Productinteractie	Toon merk/product/dienst in gebruik	Probleem: Het product/de dienst wordt getoond, maar niet gebruikt.
4	Boodschap & Structuur	Probleem en oplossing	Probleem oplossing structuur	Waarschuwing: Het merk wordt geassocieerd met het probleem	Het merk wordt geassocieerd met het probleem
5			Humor low involvement product of	Waarschuwing: De reclame bevat	

Reclame AdVisor Expert Review

# Verkade 30s

2023-11



Predictive AI

# AdVisor | Expert Review & AI

---



## AdVisor | 35 Best Practices > Advies

---

### *Inzicht | Visuele obstructie*

Het brein vindt het fijn om een duidelijke focus te hebben. Zodra iets dit zicht blokkeert, dan zien we keer op keer in het brein een negatieve reactie. Het is daarom slim om visuele obstructie zoveel mogelijk te vermijden.

### *Advies:*

Hoewel we snappen dat de heftruck binnen de context goed past, denken we niet dat het slim is om deze zo vroeg in de video te tonen. Dit kan namelijk zorgen dat men vroegtijdig afhaakt. Het slimste is om het shot daarom in te korten zodat de heftruck niet meer door het beeld rijdt.

Predictive AI

# AdVisor | Brand Assets

## Tijdslijn



0s



9s



18s



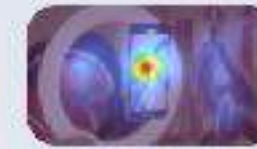
27s



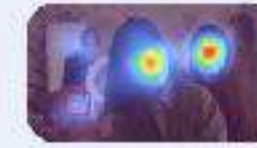
36s

### Soort

Logo (deels) (1s)

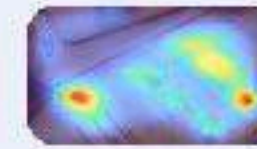


Logo (3s)

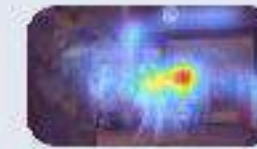


Merk benoemd\* (16s) ✓

Folder (18s)



Voorkant winkel (24s)



Binnenkant winkel (25s)



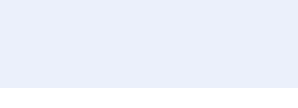
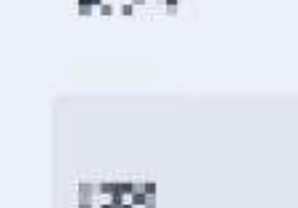
Logo (35s)



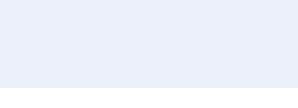
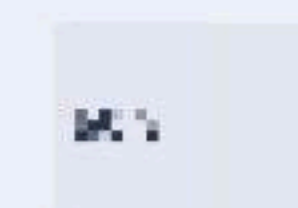
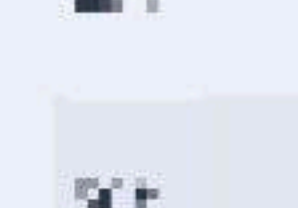
Merk benoemd\* (38s) ✓

Merk benoemd\* (41s) ✓

### View



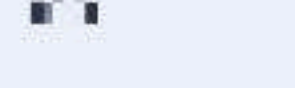
### Fame



### Uniqueness



### Score



Totaal:





# AdVisor | Boodschap & Structuur

## Boodschap & Structuur

85/100

Jouw commercial is geanalyseerd op de 7 succesprincipes rondom Boodschap & Structuur.

### Problemen (1)

#### Vermijd negatieve emotie direct na merk of product



De reclame toont meerdere negatieve reacties na een product, in de vorm van een onenthousiast gezicht (0:10) en slecht weer (0:17). Dit vergroot de kans dat negatieve emotie aan het merk blijft kleven.

PUNTEN: -10



Test beschikbaar

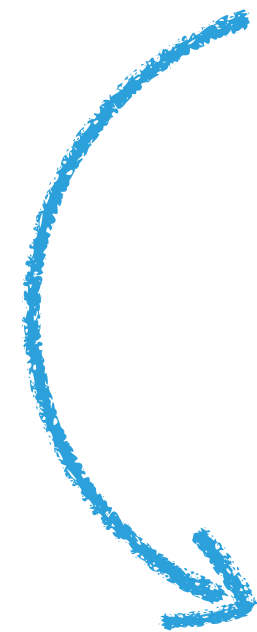


AdVisor

Sneak Peak

## Sneak Peak rapport + AI video heat map?

Scan de QR-code 



Of, mail naar  
[tim@unravelresearch.com](mailto:tim@unravelresearch.com)  
Onderwerp: Advisor

- ✓ 5 lucky winnaars
- ✓ Min 15s video (max 50s)
- ✓ Branding video = pré

# Take-Aways: Machine Learning en AI in Neuromarketing

---

- ✓ **Generatieve AI.** Generatieve AI is zo goed als waarmee het 'gevoed' is. Zorg dus altijd voor je eigen Expert input.
- ✓ **Exploratieve AI.** Machine learning kan patronen ontdekken die onzichtbaar zijn voor het blote oog. Welke data/inzichten kan jij ontsluiten?
- ✓ **Predictieve AI.** Gebruik je al tools zoals AdVisor.app om je creatives nóg effectiever te maken?