

PSYCHEA[©]

HUMAN UNDERSTANDING TECHNOLOGIES

Нейромаркетинг без оборудования.

Поведенческий анализ и монетизация опыта клиента

$$\text{ЦС} = (\text{Д} - \text{Р}) \times \text{ЛПП}$$

- ЦС – ценность сделки
- Д – доходы
- Р – расходы
- ЛПП – легкость протекания процесса сделки

ЛПП = КИ + КК

- КИ – качество идентификации релевантное этике определенного человека
- КК – качество коммуникации релевантное эстетике определенного человека

ЭТИКА

- индивидуальные специфики отношения к распространенным в социуме нормам и кодам, определяемое спецификой его психотипа (границами его функционального диапазона)

ЭСТЕТИКА

- индивидуальные особенности восприятия композиции сигнала человеком, определяемое спецификой его психотипа (границами его функционального диапазона)

ПСИХОТИП = ПОТРЕБНОСТИ + ЦЕННОСТИ

- ПСИХОТИП - система Индивидуальных установок и поведенческих стереотипов
- ПОТРЕБНОСТИ – формируются в зависимости от ресурсного состояния человека и территории, на которой он действует
- ЦЕННОСТИ – стратегии совладания со стрессом

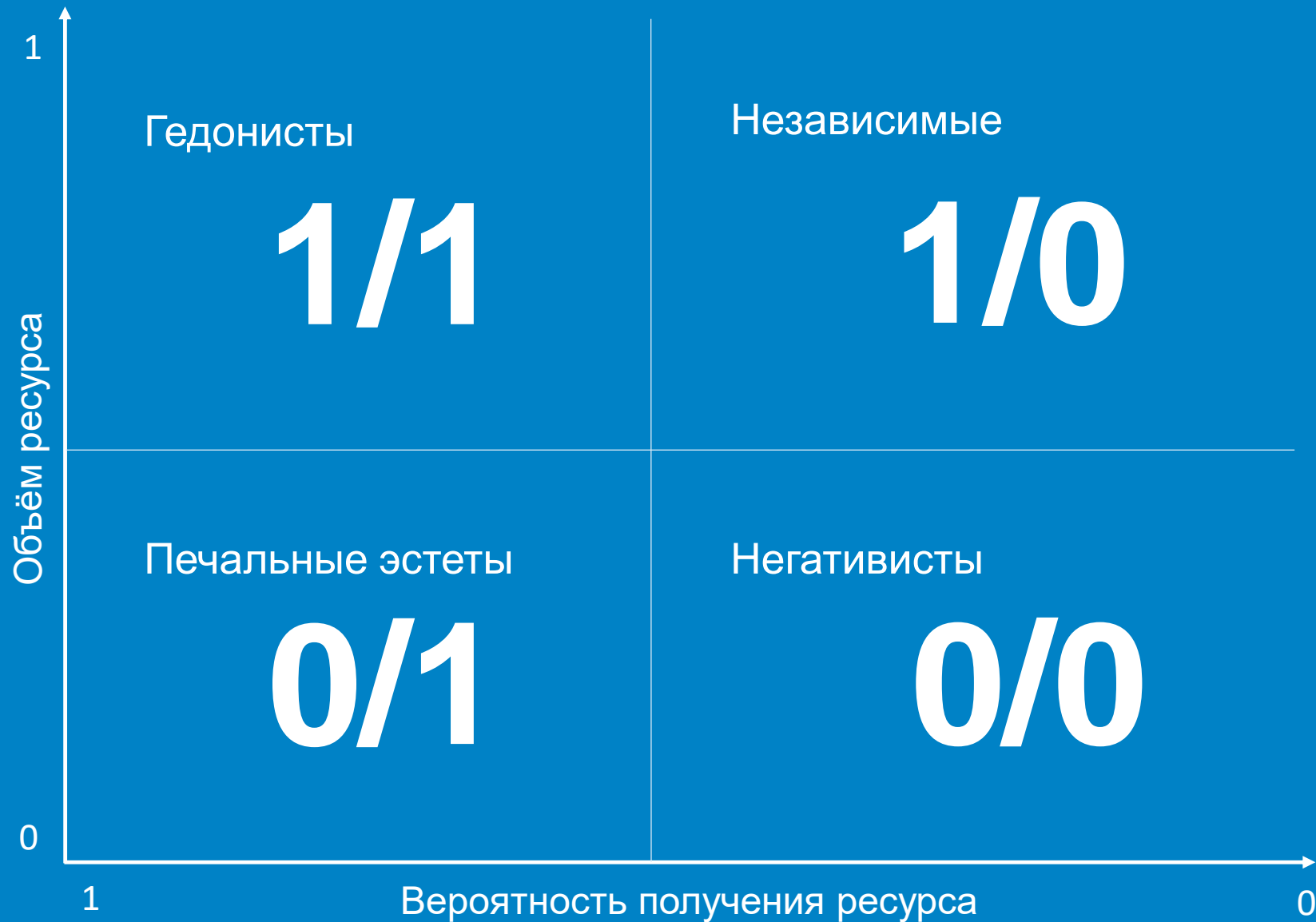
ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ ПОТРЕБНОСТИ И ЦЕННОСТИ

- ТЕМПЕРАМЕНТ - получен генетически, определяется типом нервной системы

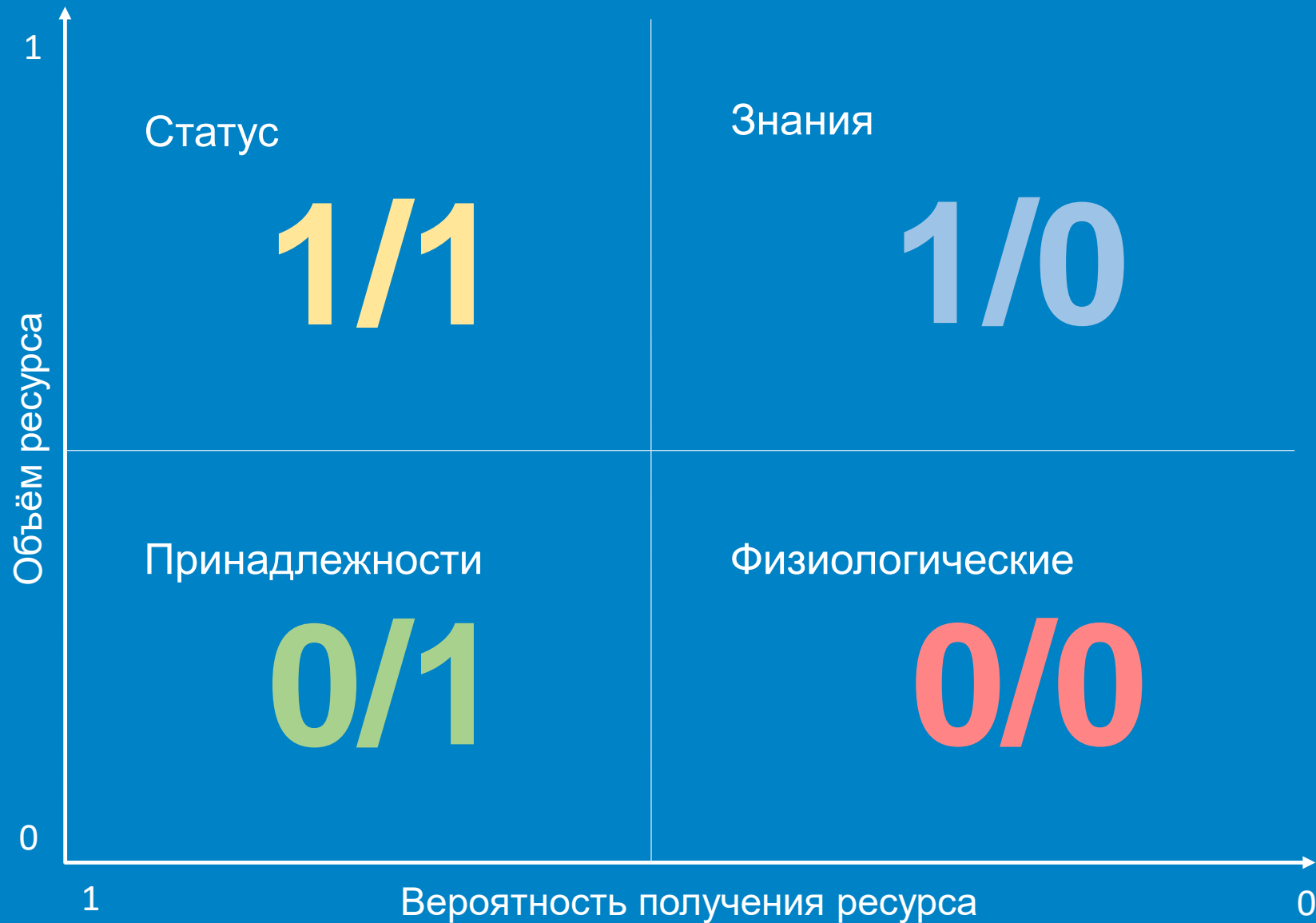
ТЕРМИНАЛЬНЫЕ ПОТРЕБНОСТИ И ЦЕННОСТИ

- ХАРАКТЕР – результат адаптации человека к собственному ресурсному состоянию и ресурсному состоянию территории на которой он действует

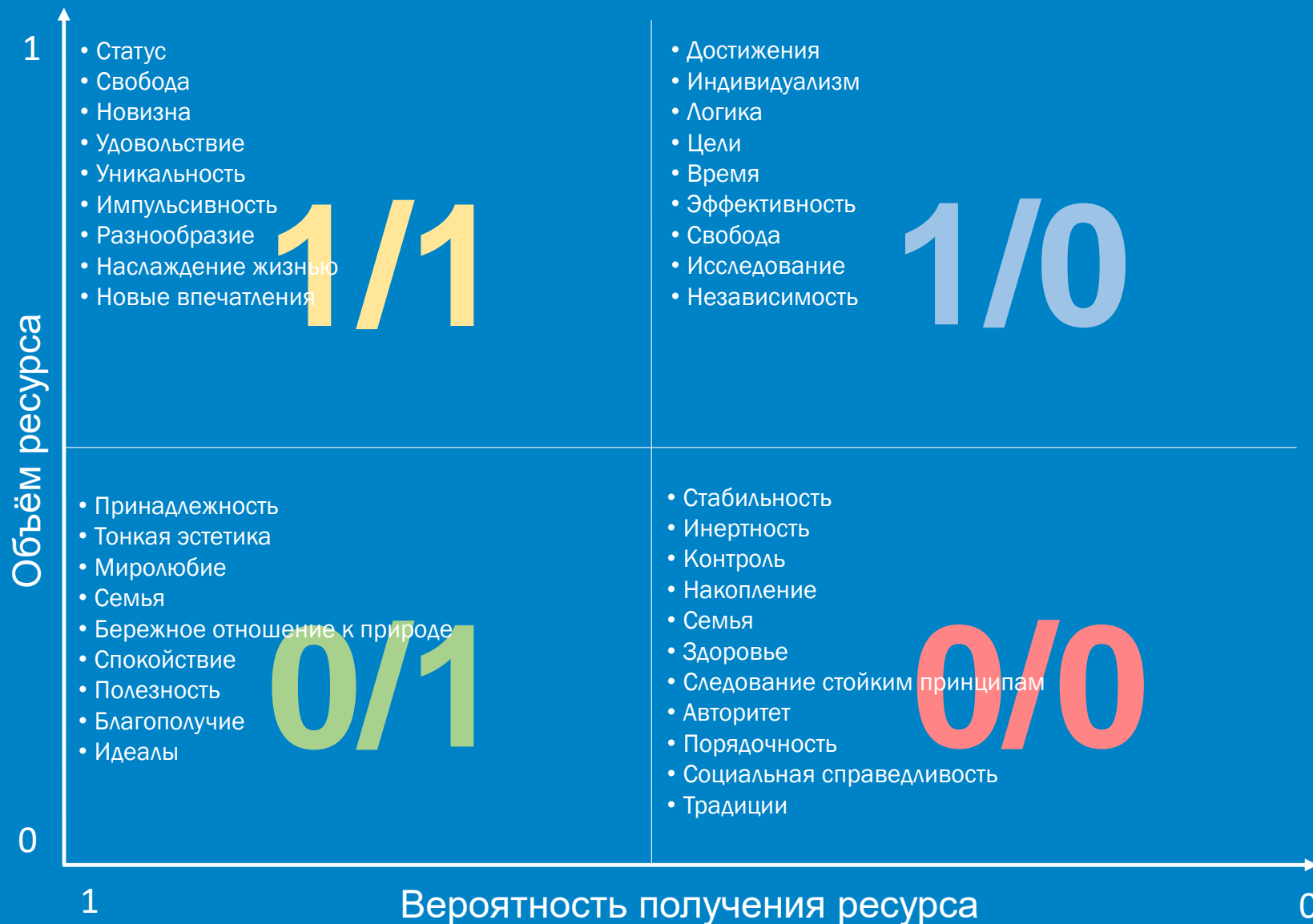
ТЕОРИЯ ОПТИМАЛЬНОГО ФУРАЖИРОВАНИЯ



БАЗОВЫЕ ПОТРЕБНОСТИ И РЕСУРСЫ



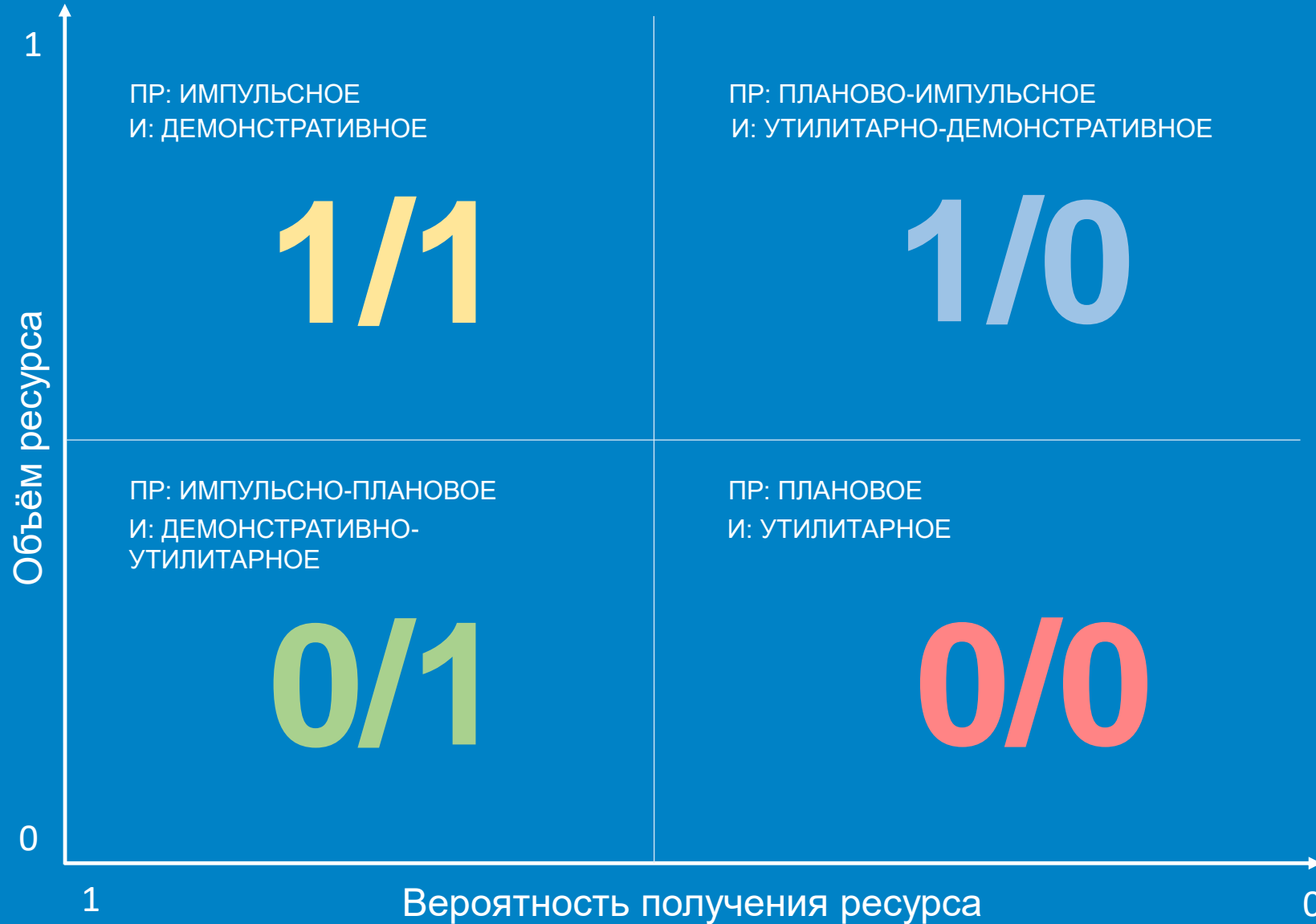
БАЗОВЫЕ ЦЕННОСТИ И РЕСУРСЫ



ТЕРРИТОРИЯ, ПОВЕДЕНИЕ И РЕСУРСЫ



ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЯ / ИСПОЛЬЗОВАНИЕ И РЕСУРСЫ



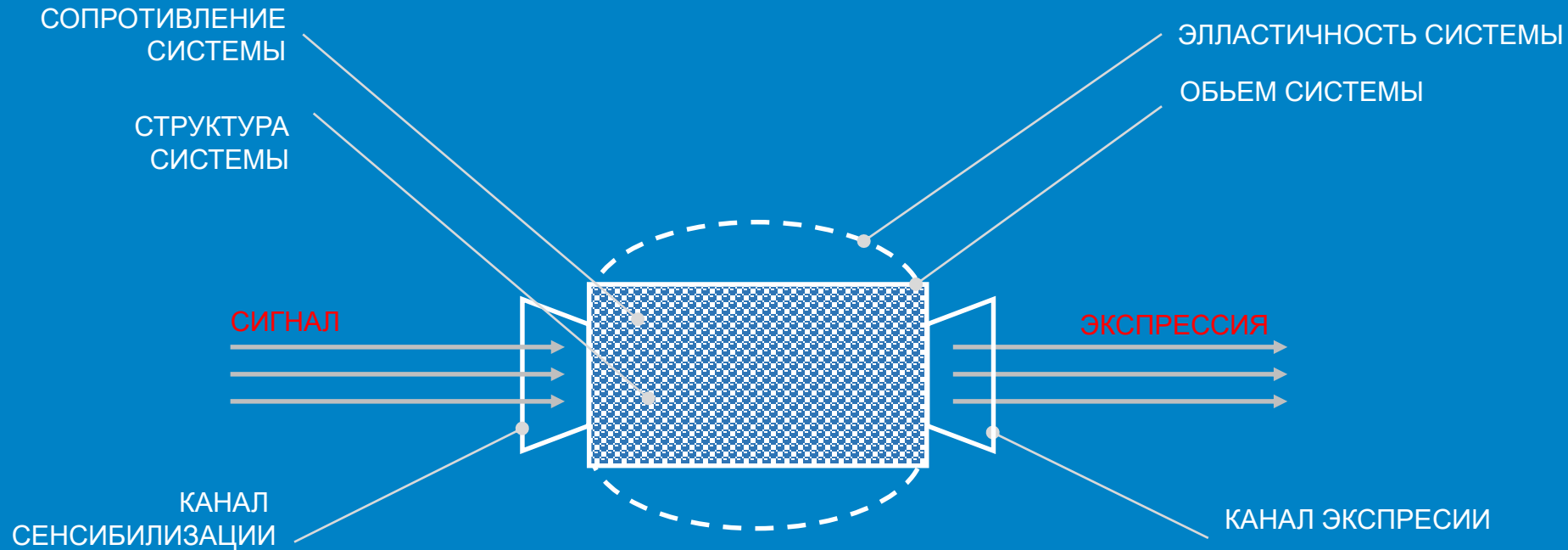
РИСКОВЫЙ ПРОФИЛЬ И РЕСУРСЫ



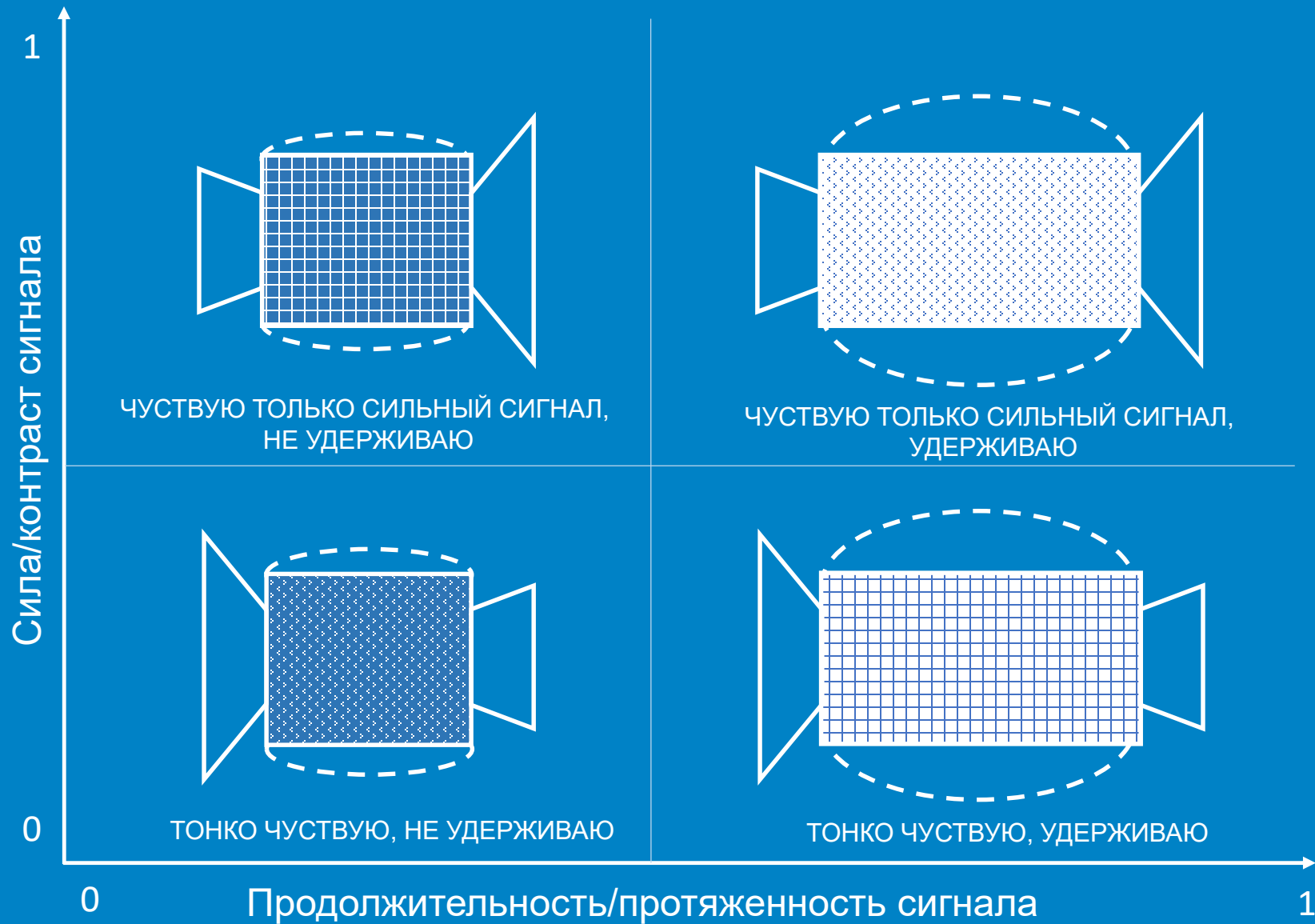
ФИНАНСОВЫЕ СТРАТЕГИИ



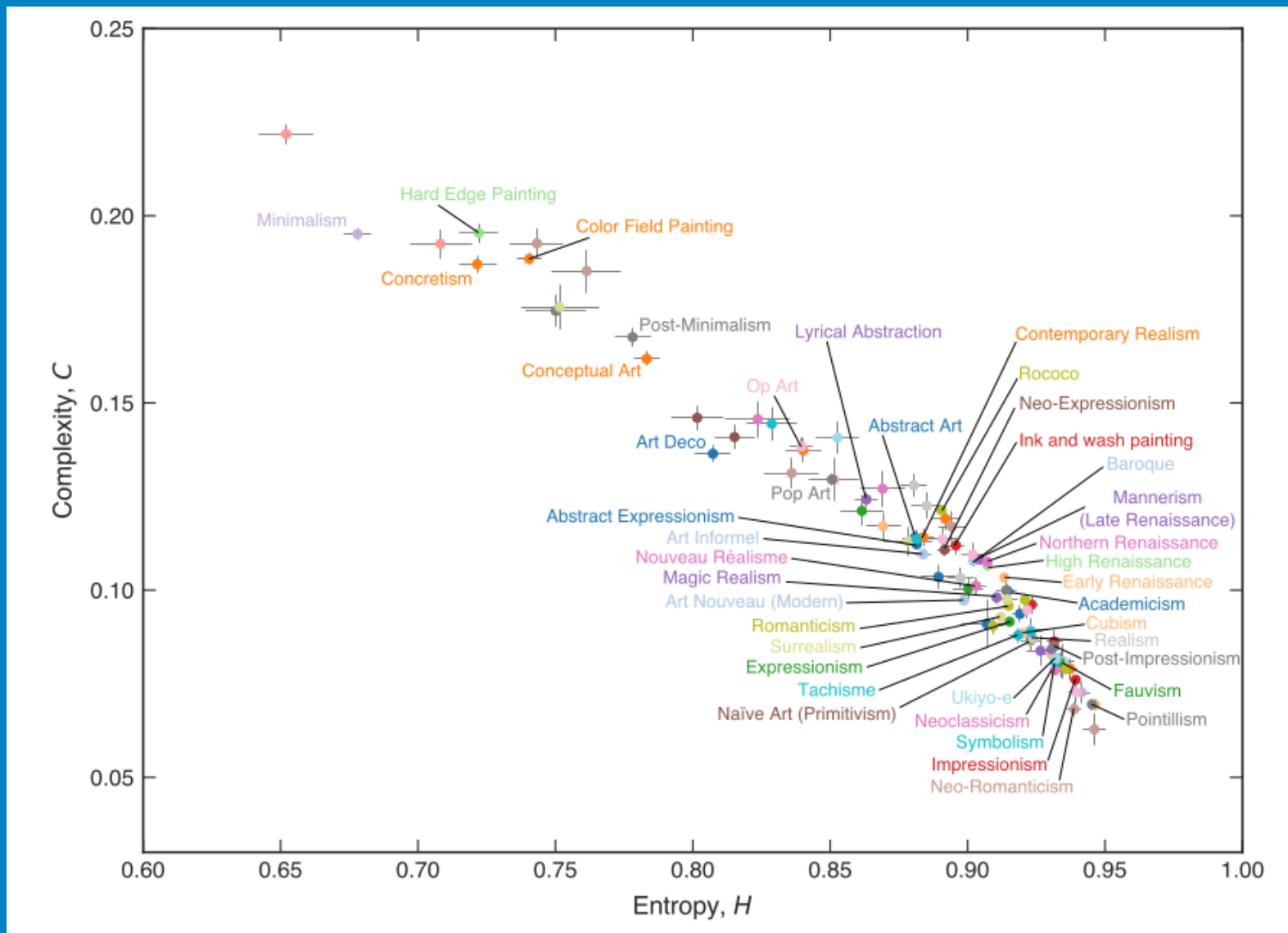
ЧЕЛОВЕК КАК СИСТЕМА



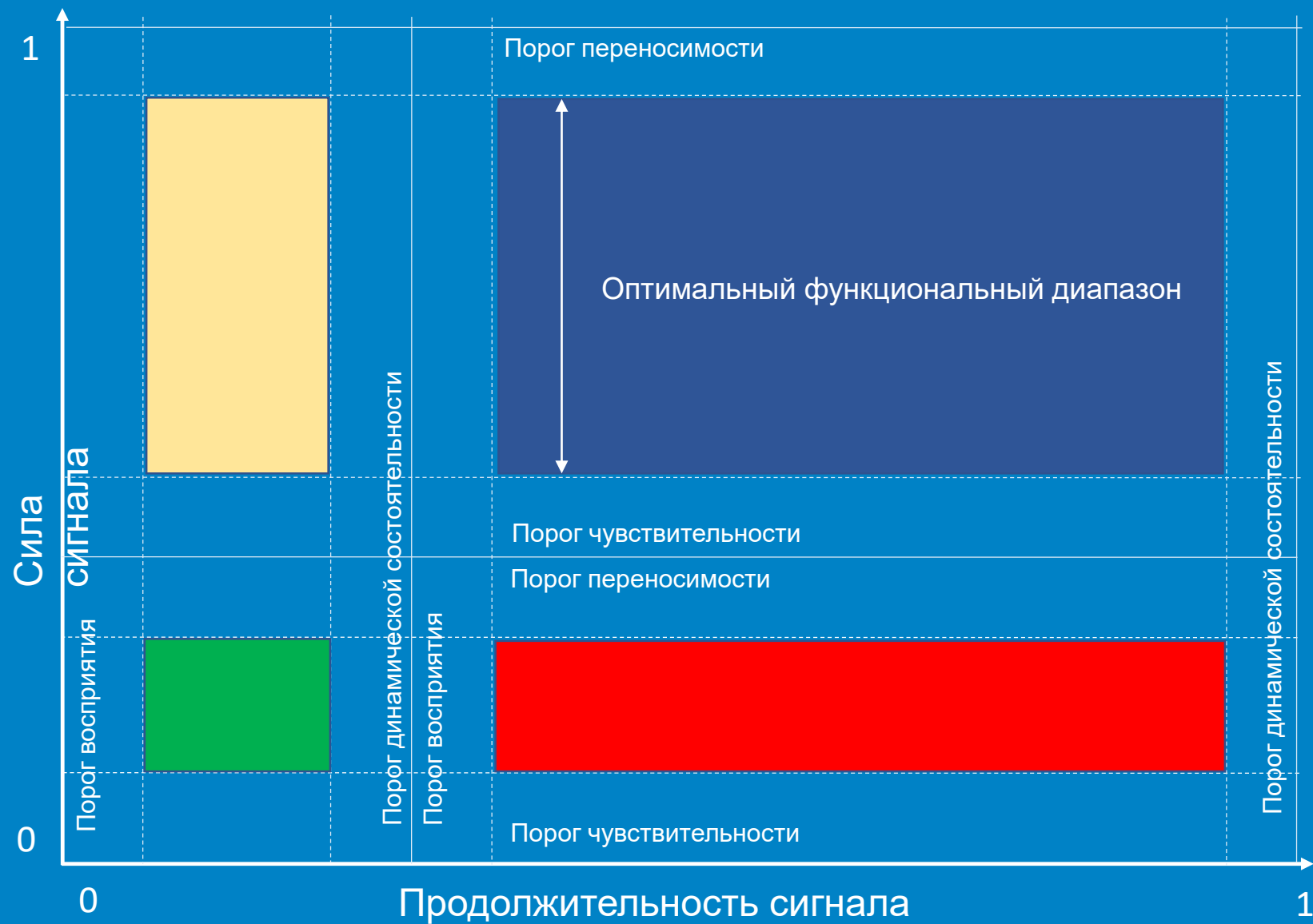
ЧЕЛОВЕК И ТЕОРИЯ БОЛИ



РАЗЛИЧНЫЕ СТИЛИ ЖИВОПИСИ НА ДИАГРАММЕ СЛОЖНОСТЬ-ЭНТРОПИЯ



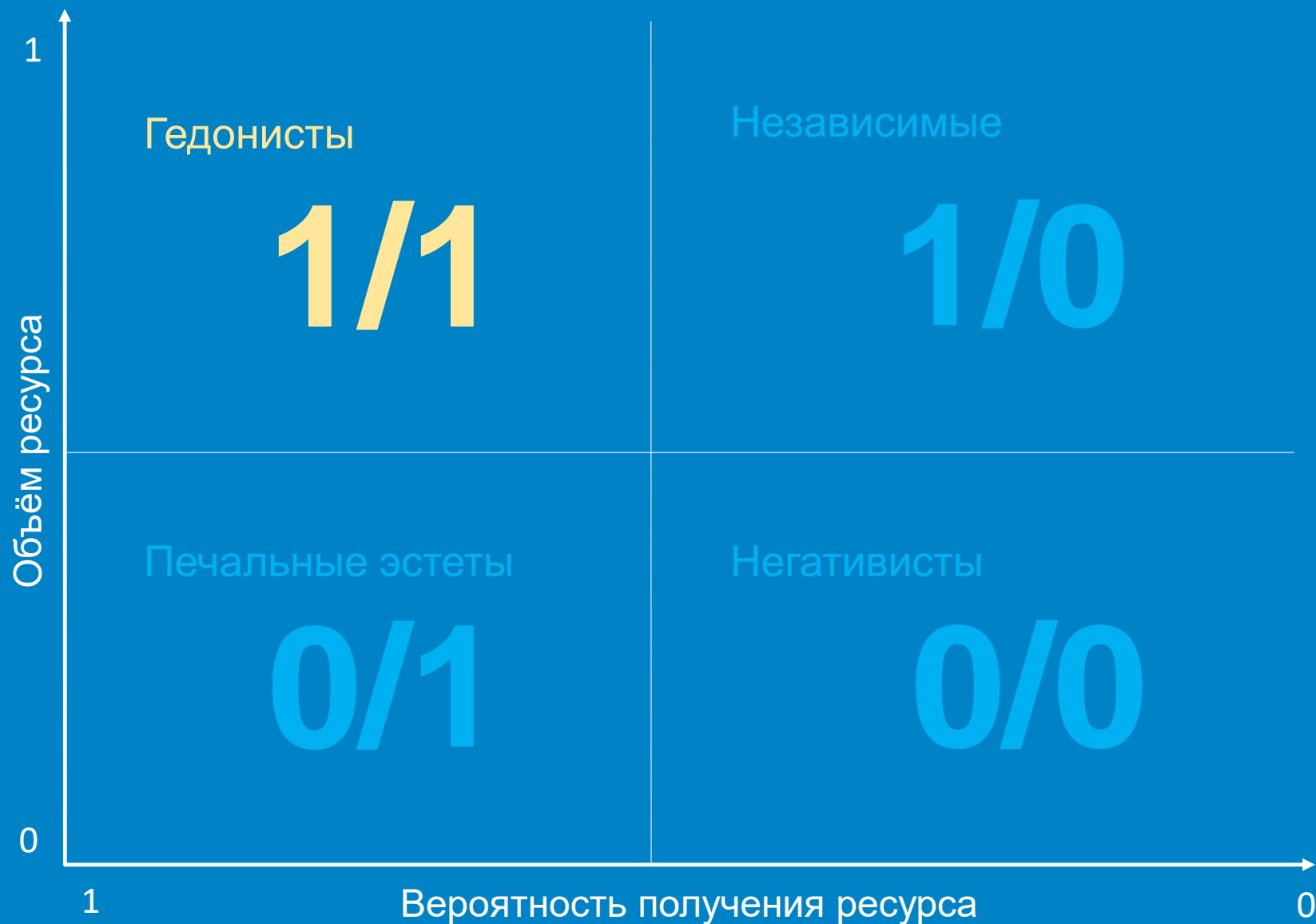
ЧЕЛОВЕК И ОПТИМАЛЬНЫЙ ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ДИАПАЗОН



ПСИХОТИП – КОДИРОВАНИЕ ИЗОБРАЖЕНИЙ



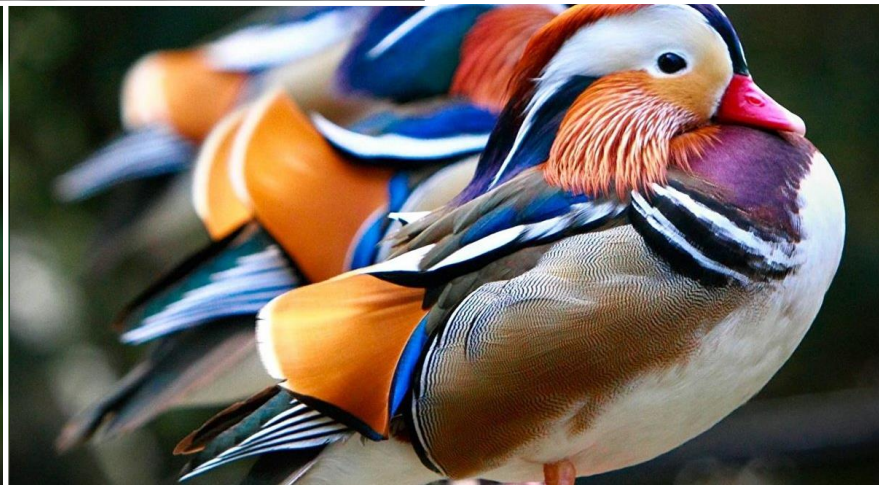
ТЕОРИЯ ОПТИМАЛЬНОГО ФУРАЖИРОВАНИЯ



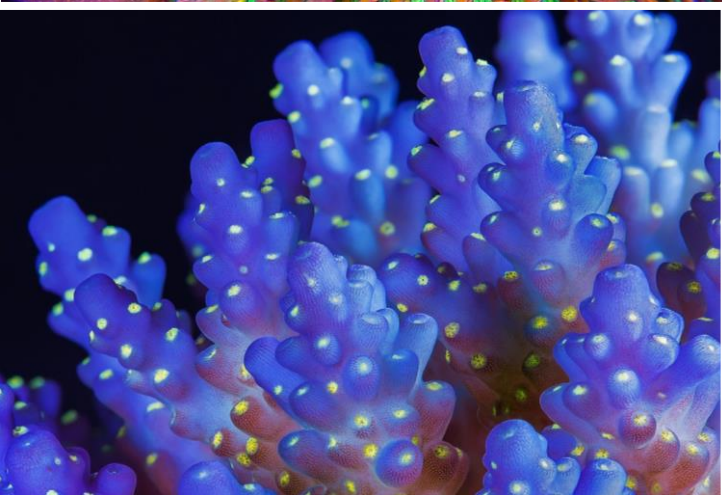
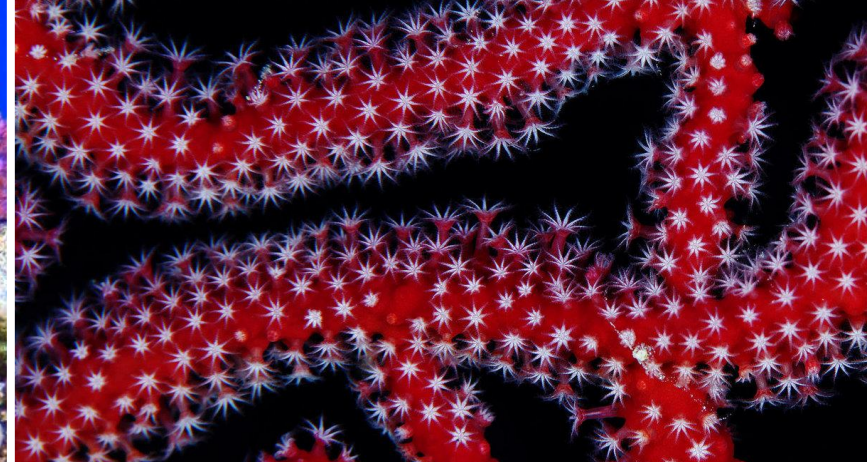








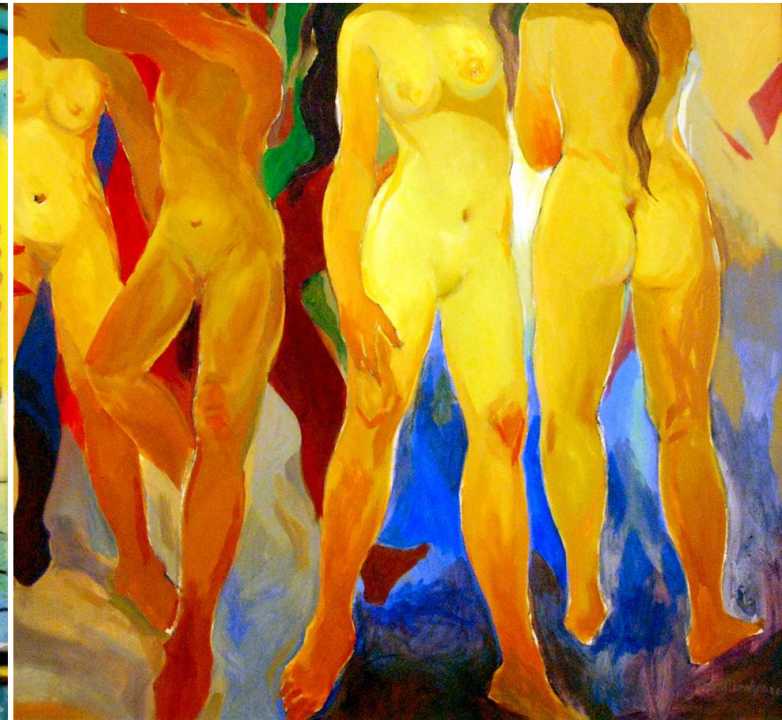




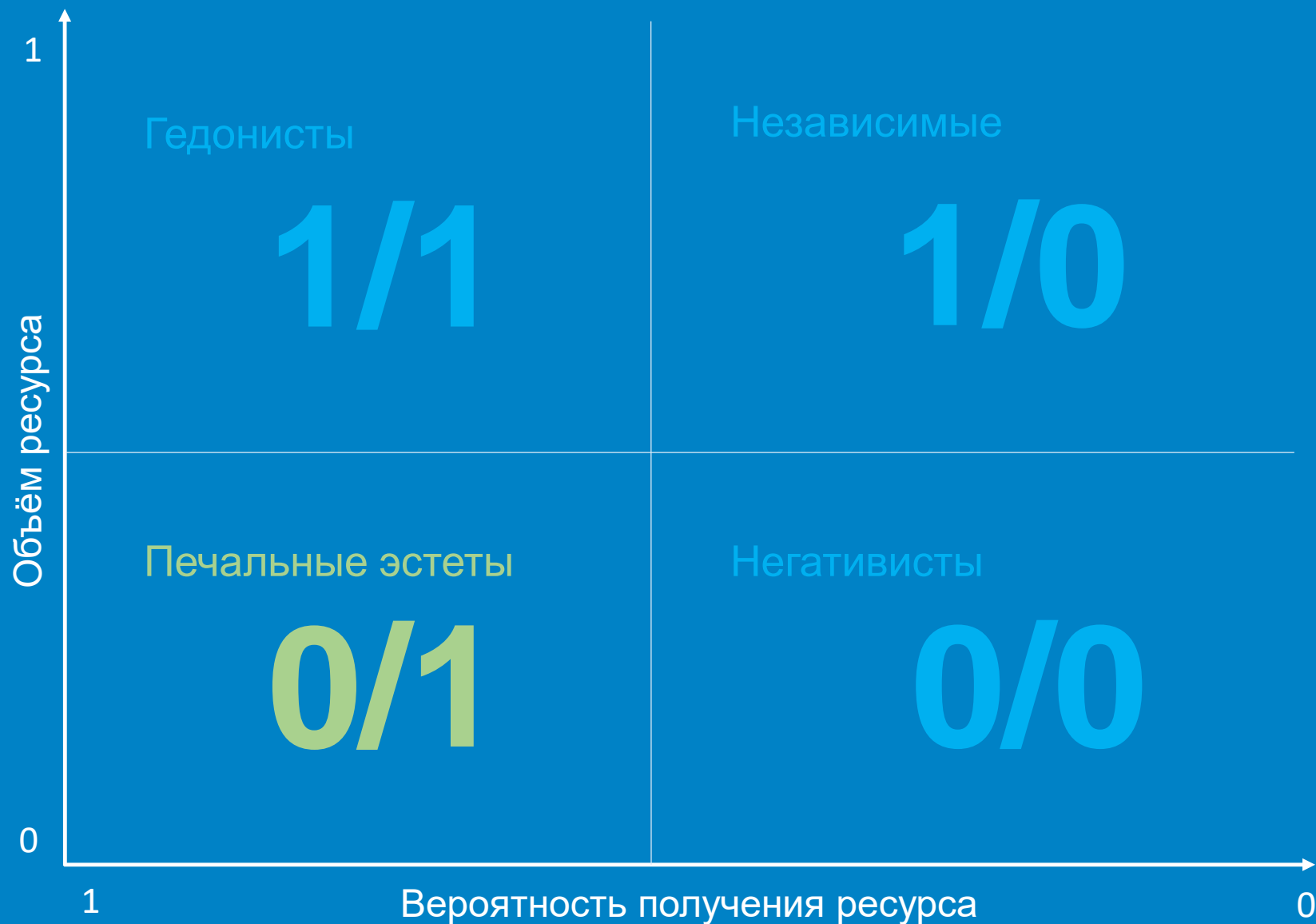


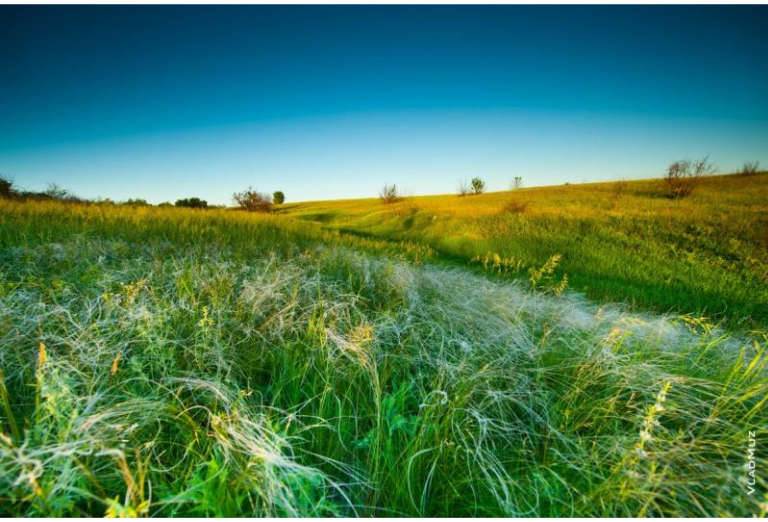


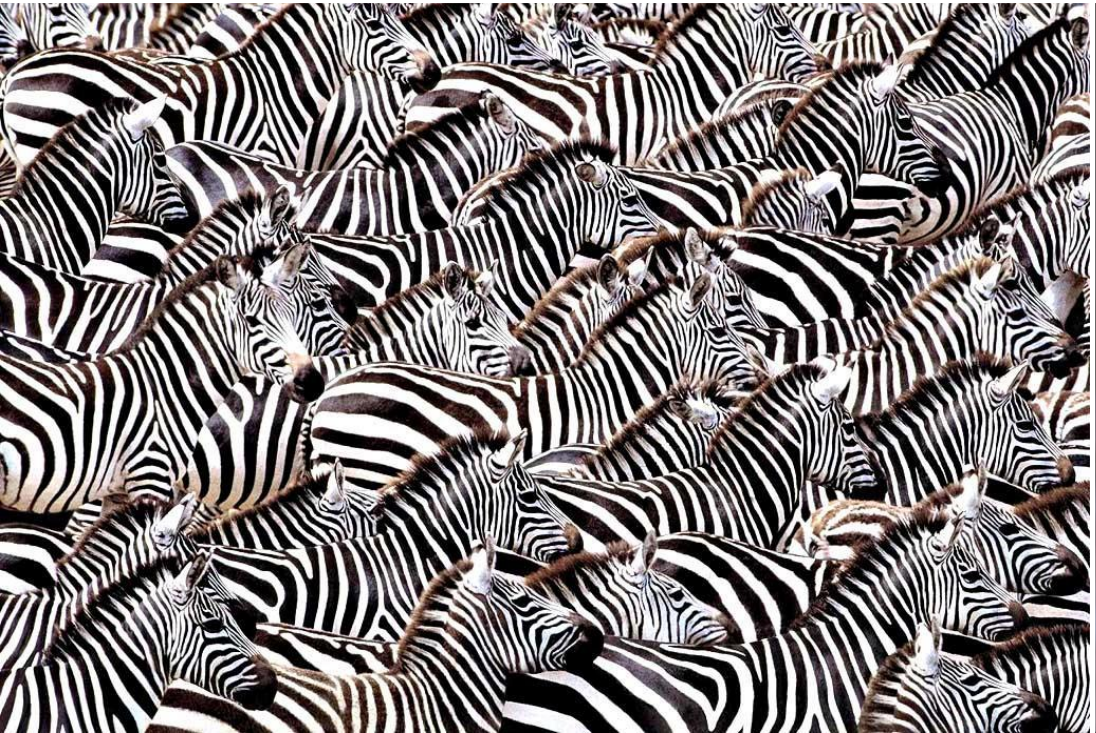




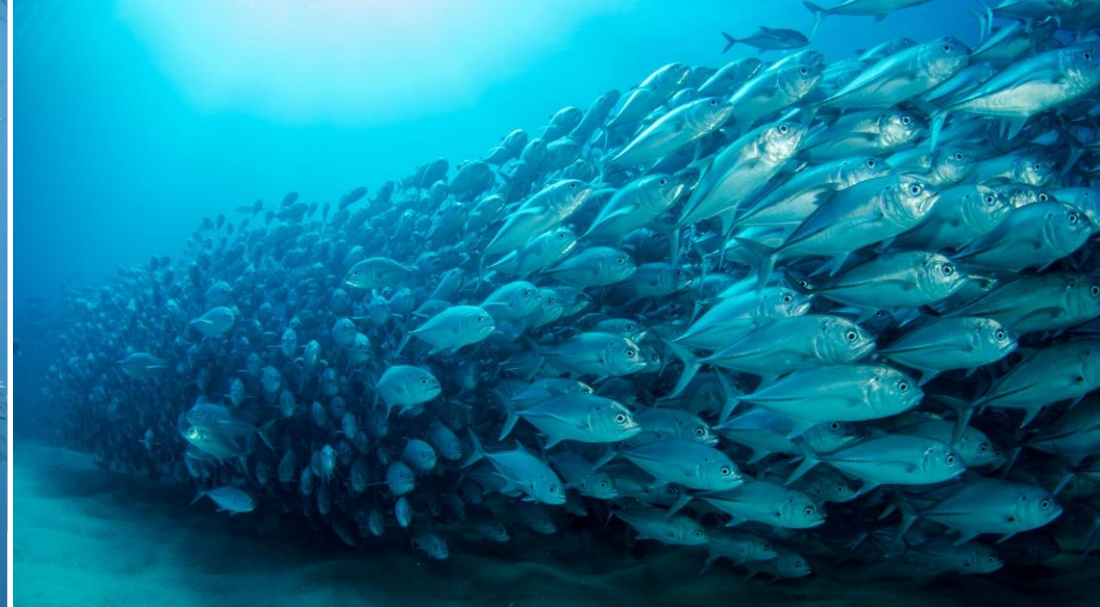
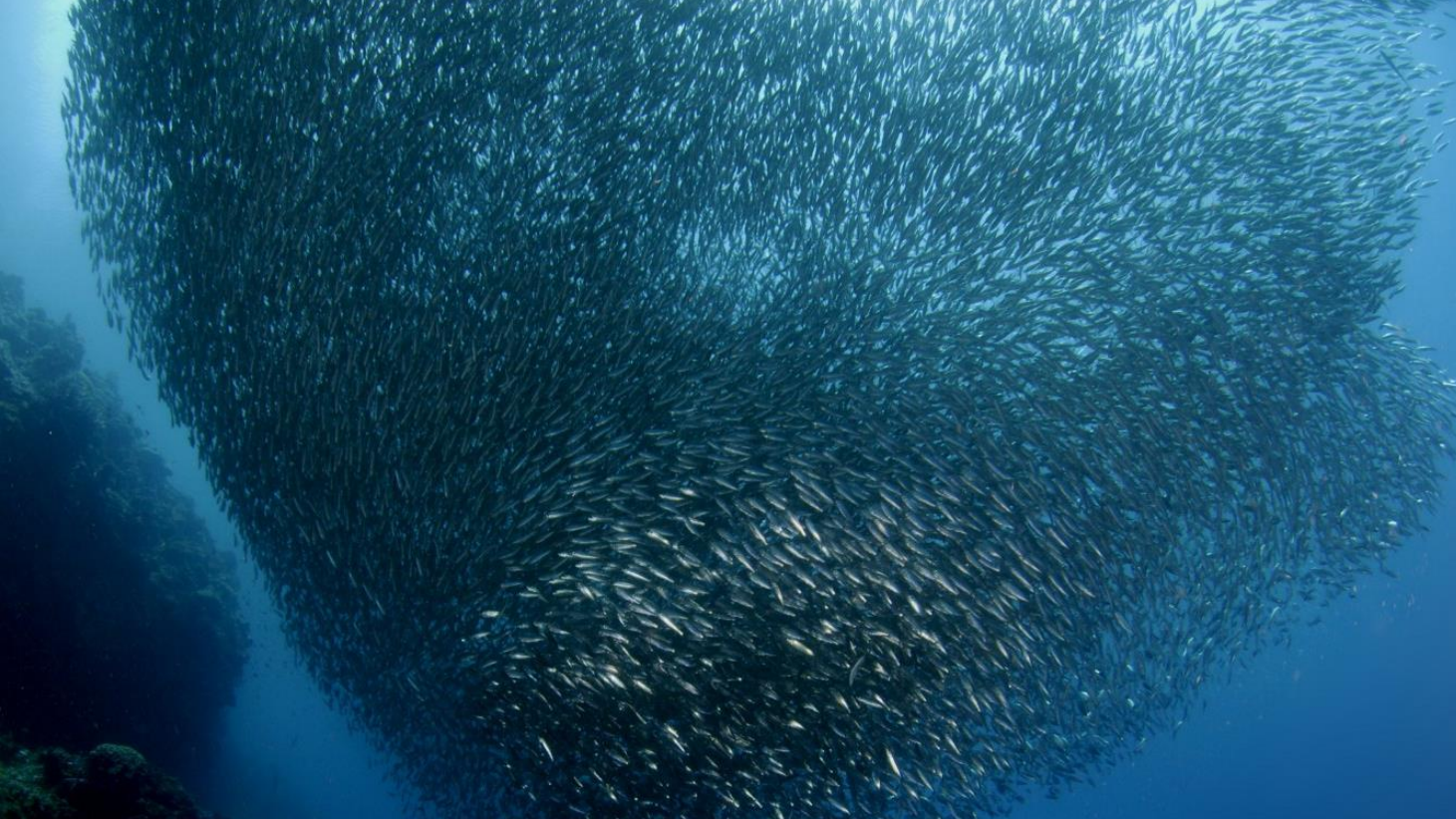
ТЕОРИЯ ОПТИМАЛЬНОГО ФУРАЖИРОВАНИЯ





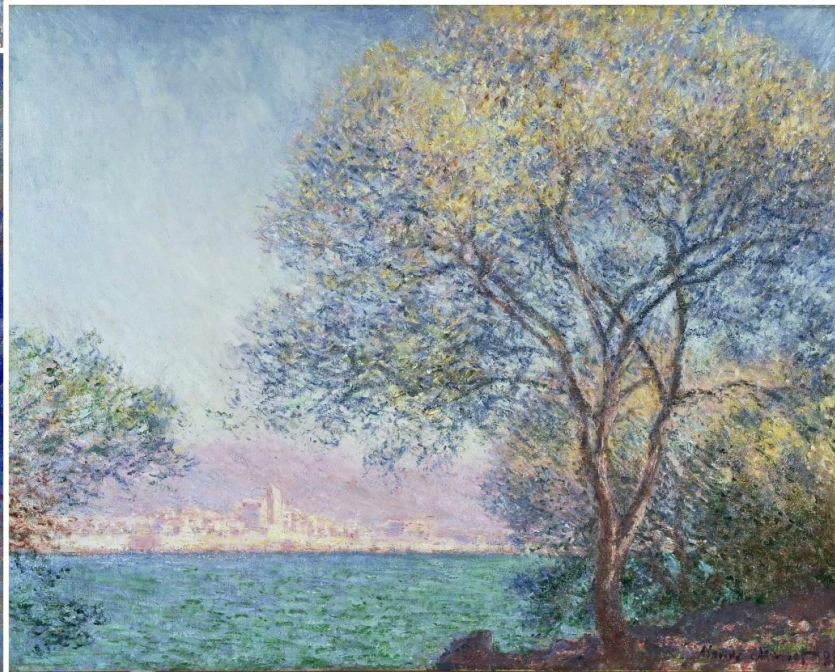
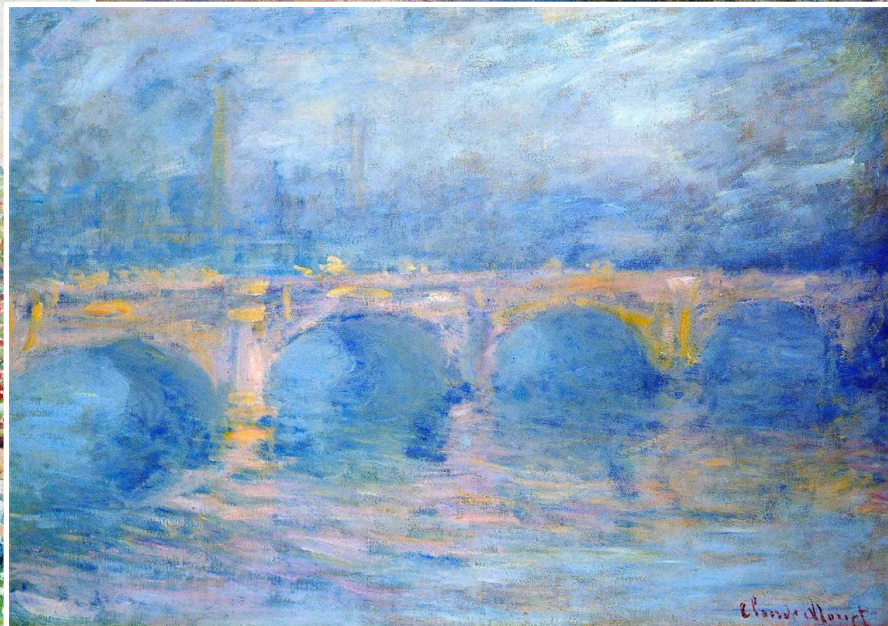
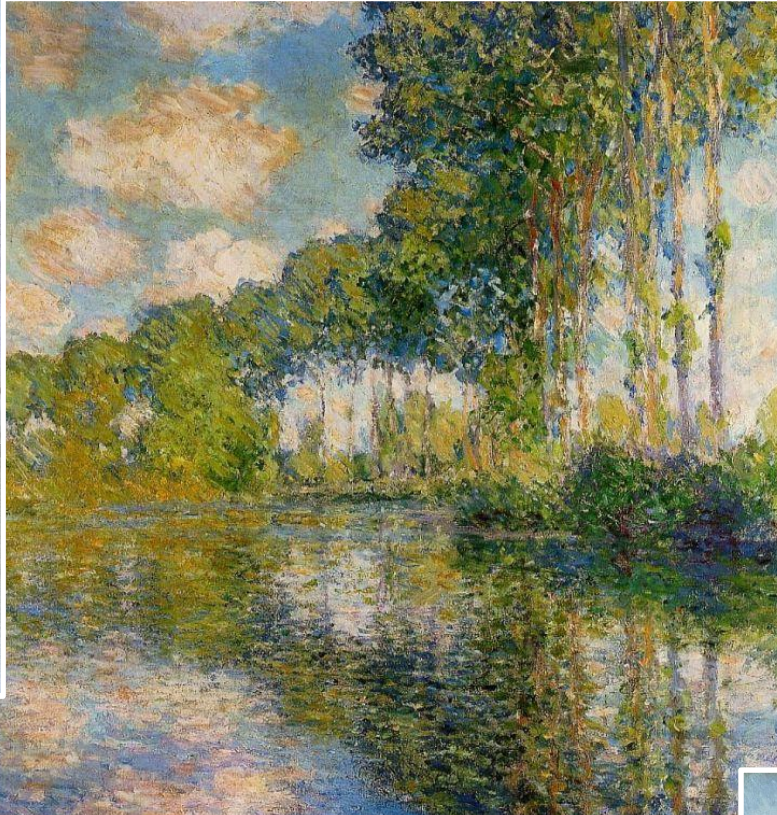




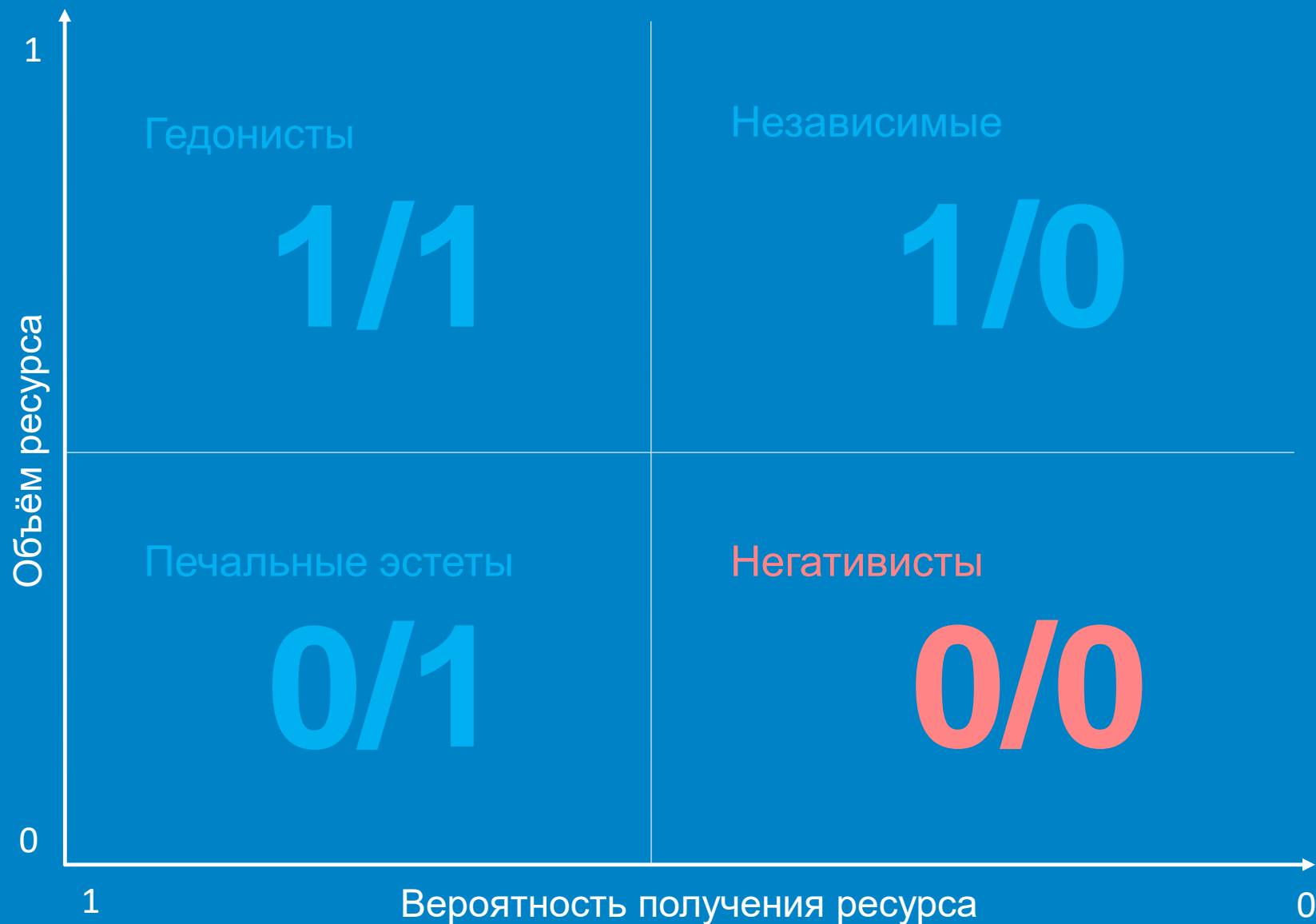








ТЕОРИЯ ОПТИМАЛЬНОГО ФУРАЖИРОВАНИЯ









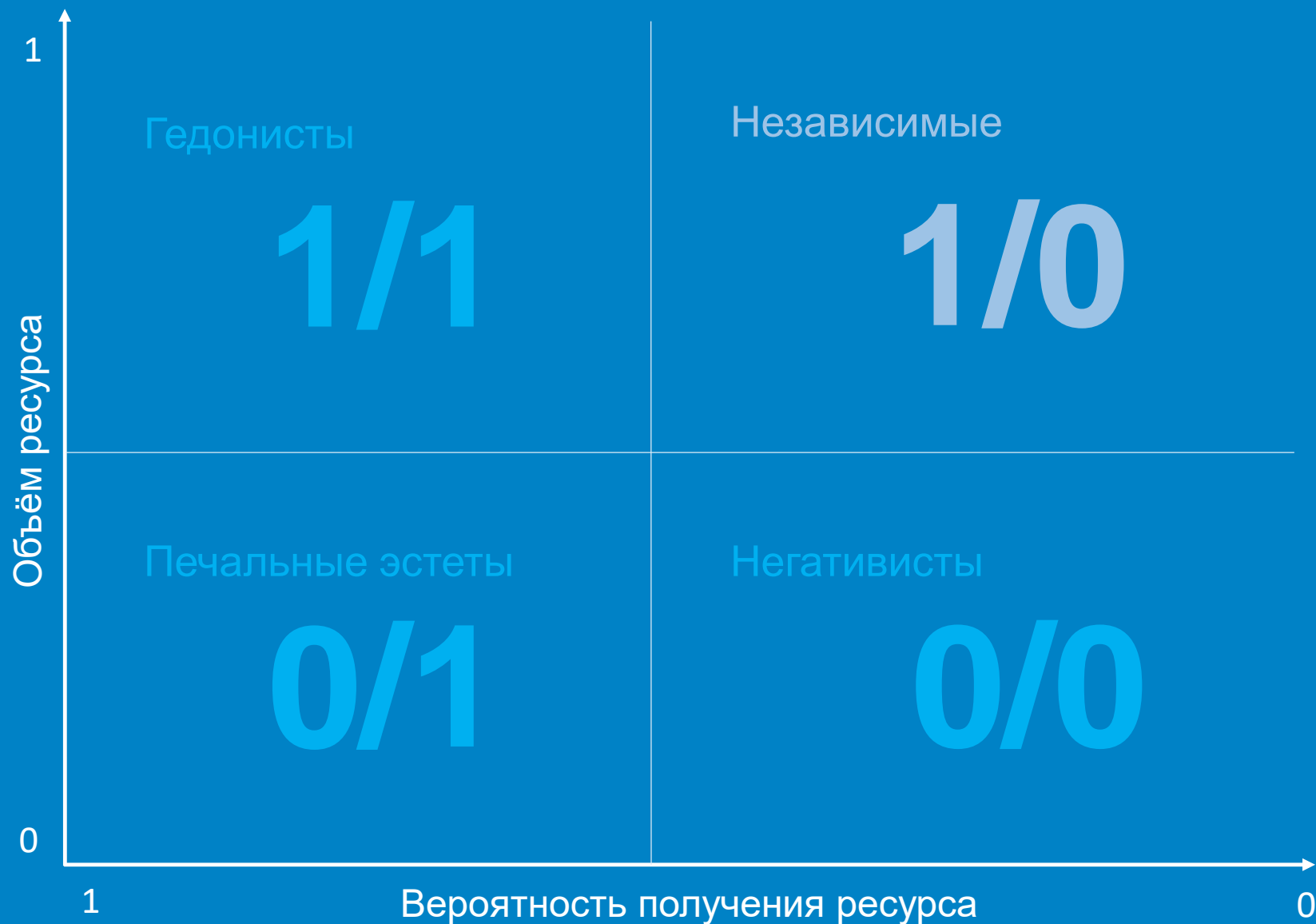






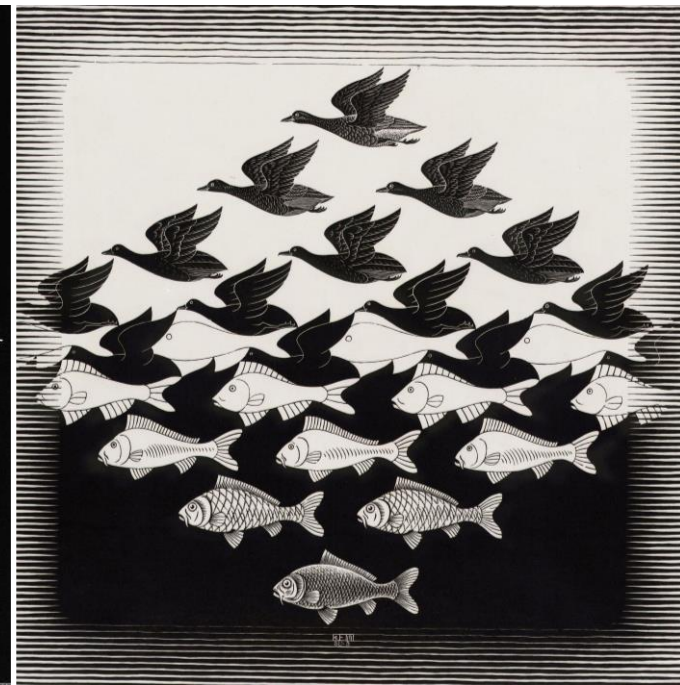
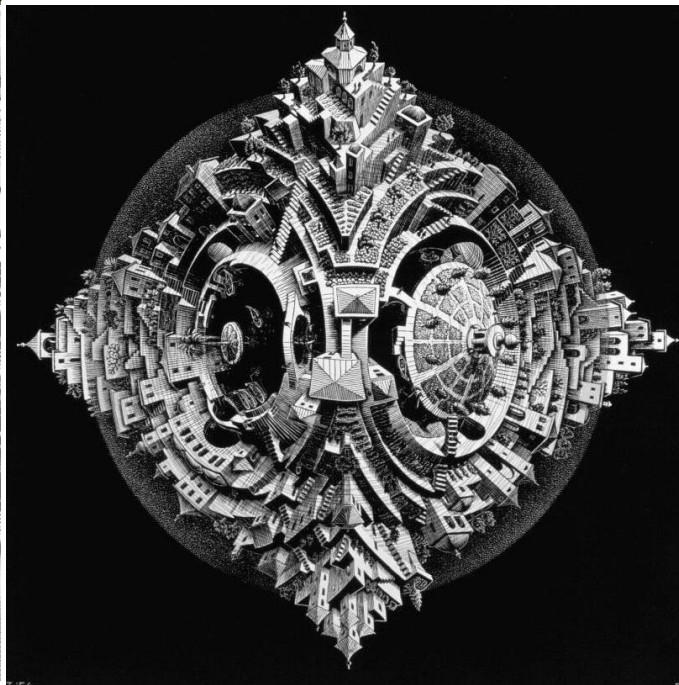
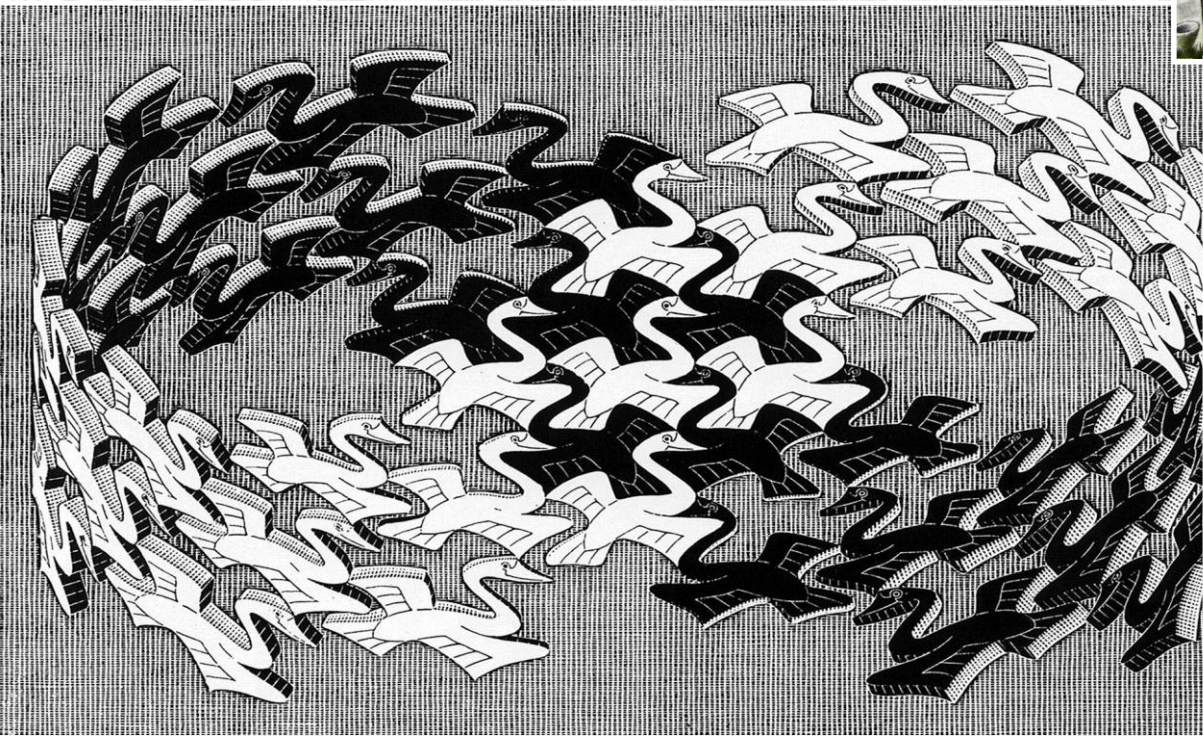
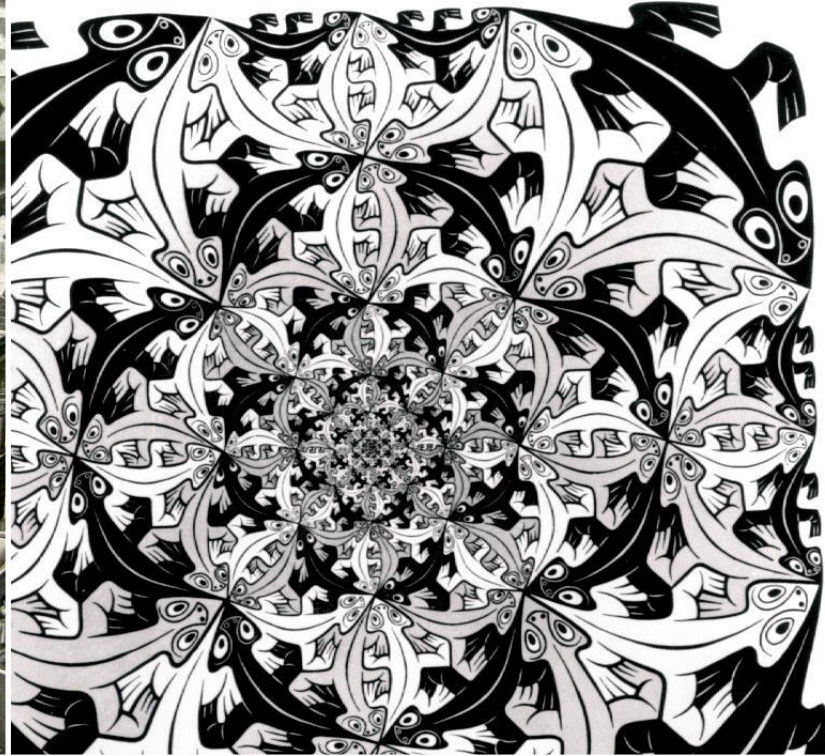


ТЕОРИЯ ОПТИМАЛЬНОГО ФУРАЖИРОВАНИЯ

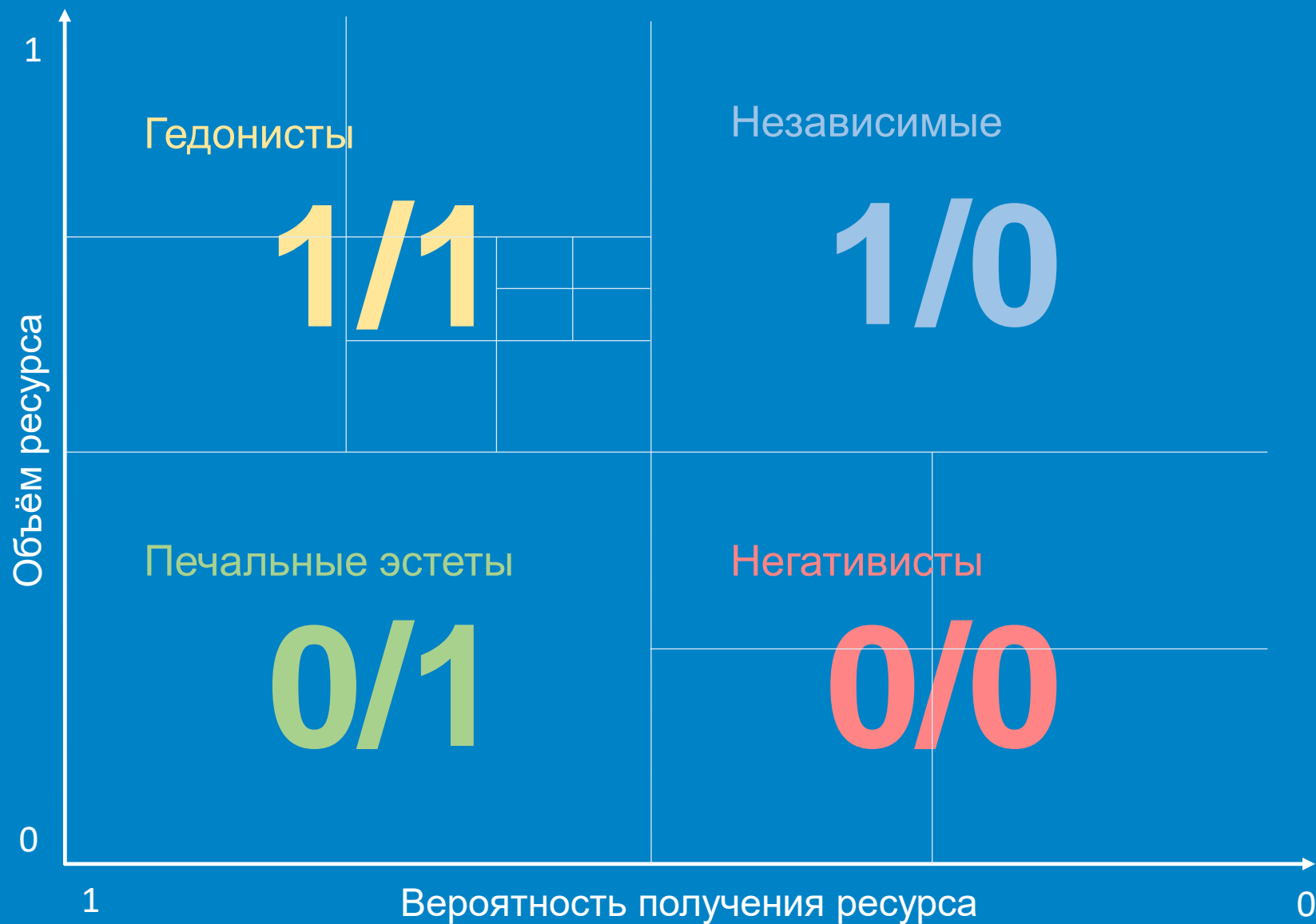


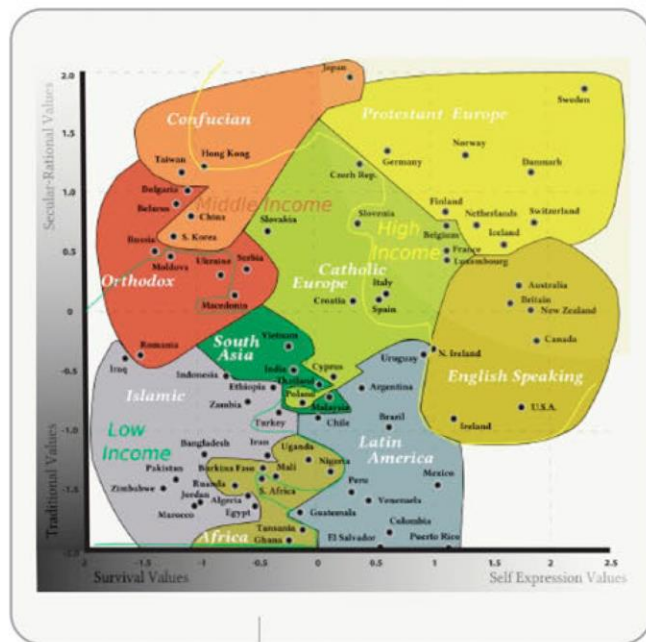






СЕГМЕНТАЦИЯ И РЕСУРСЫ

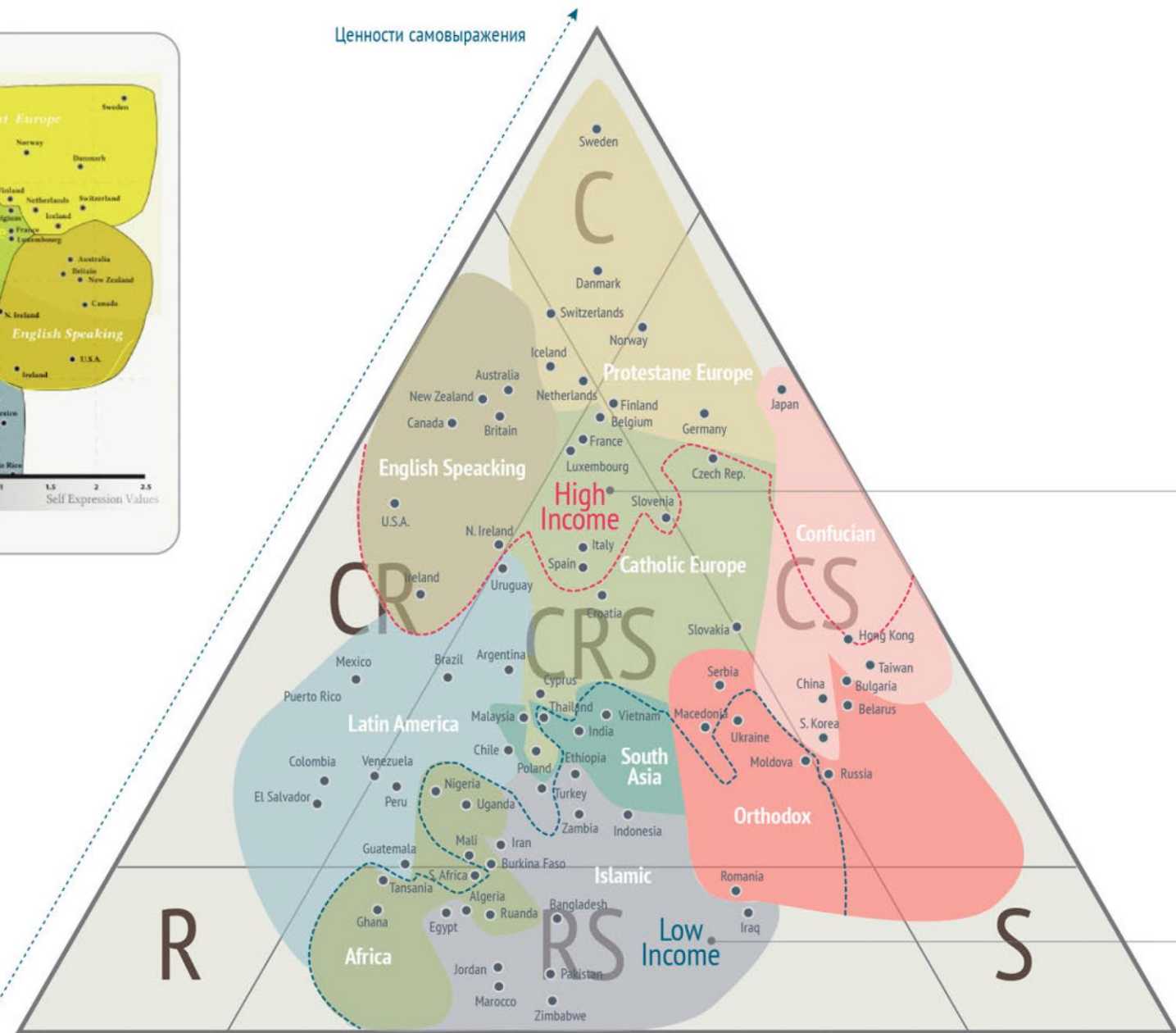




http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/7/79/Inglehart_Values_Map2.svg/2000px-Inglehart_Values_Map2.svg.png

Inglehart, R., & Welzel, C. (2010). Changing mass priorities: The link between modernization and democracy. *Perspectives on Politics*, 8(02), 551-567.

Ценности самовыражения



Высокий доход –
свыше \$15000 ВВП
на душу населения

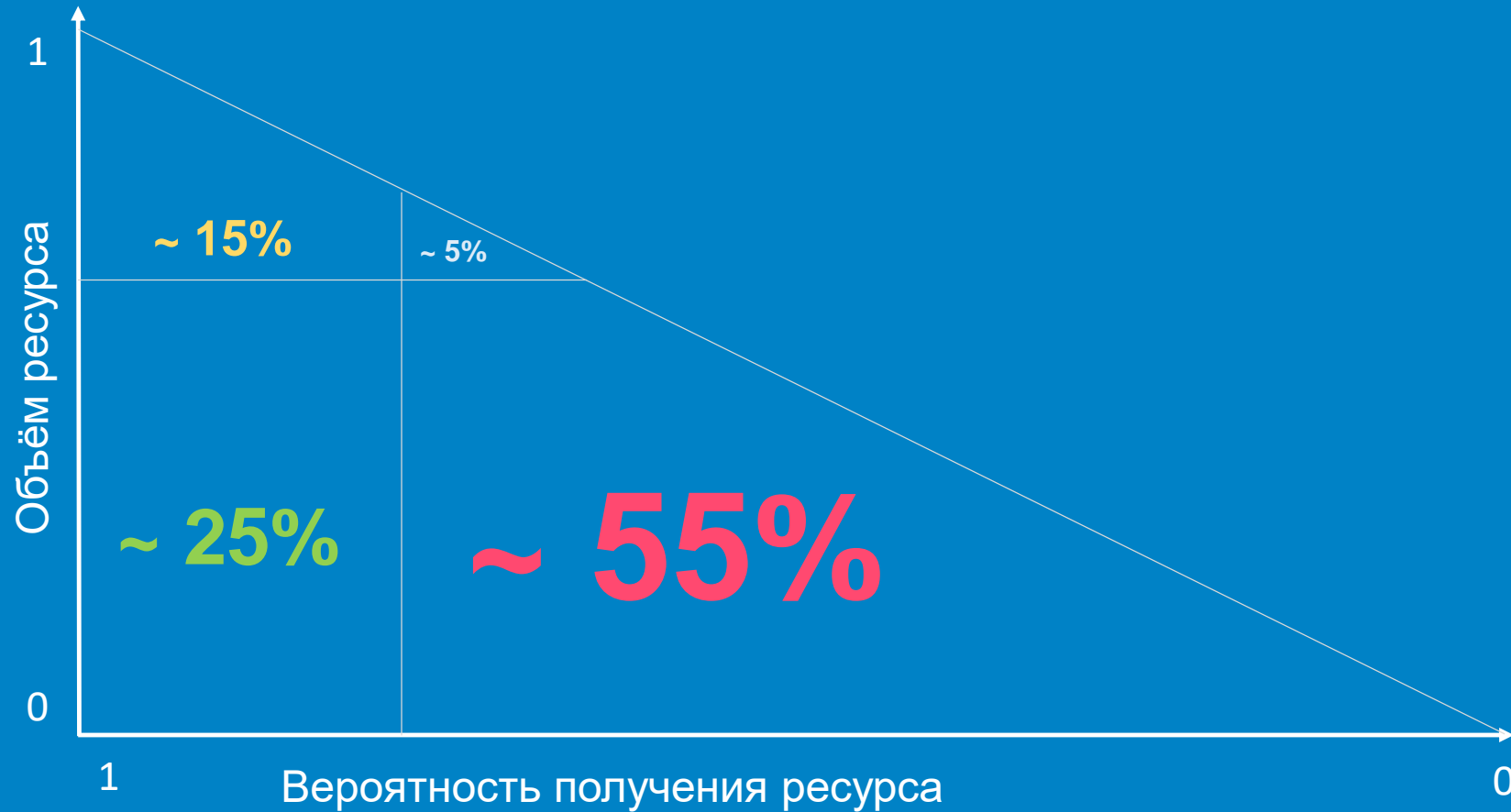
Малый доход –
ниже \$2000 ВВП
на душу населения

Ценности выживания

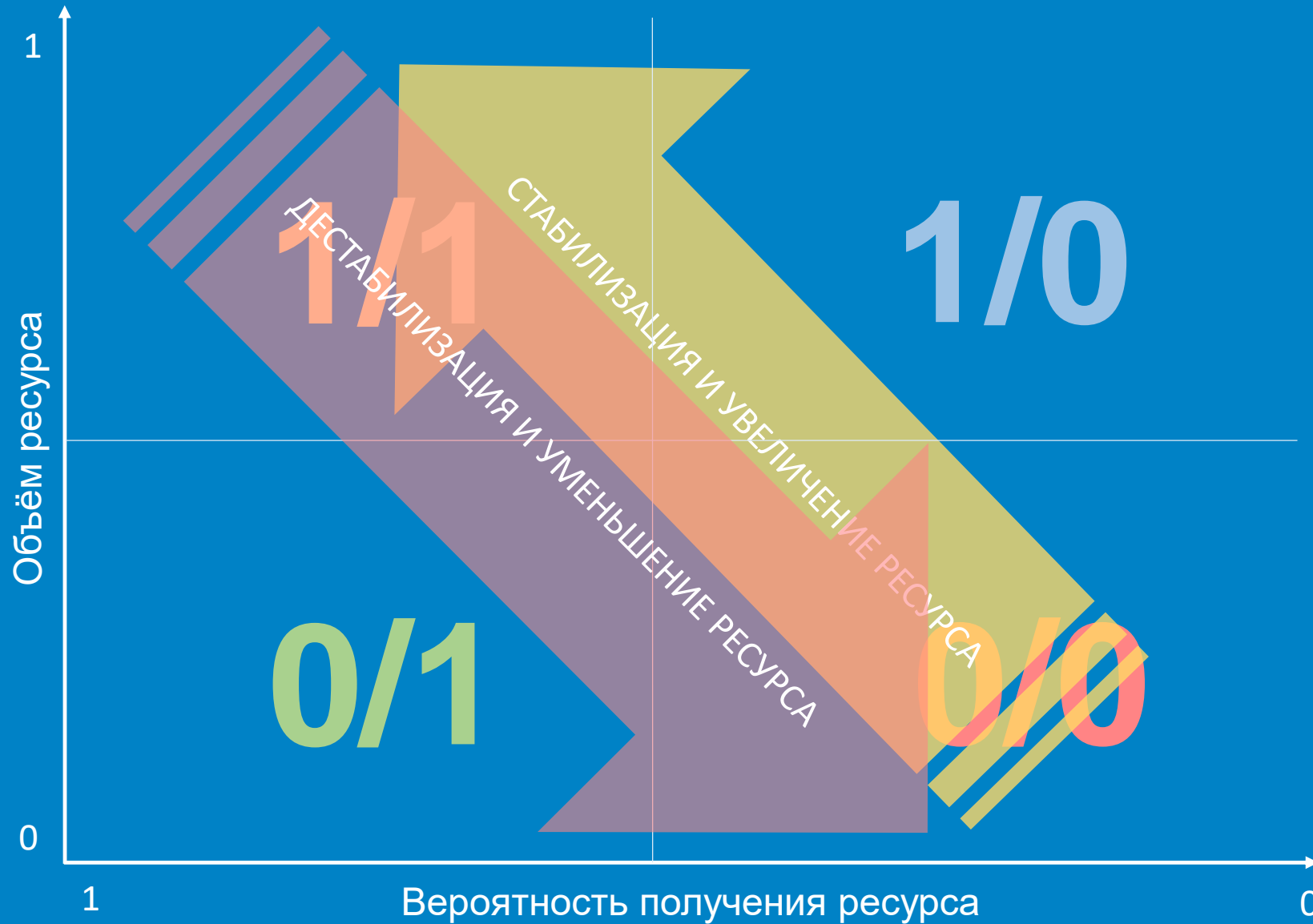
Традиционные ценности

Светские и рациональные ценности

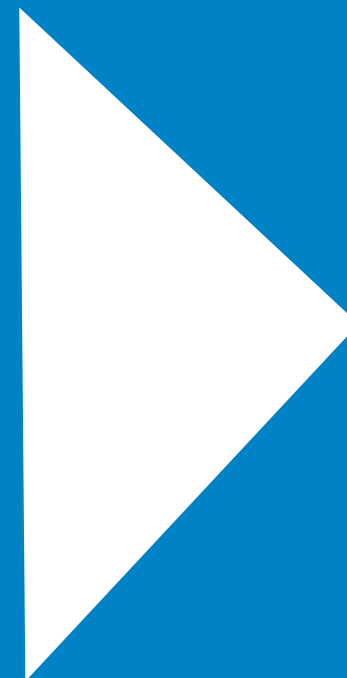
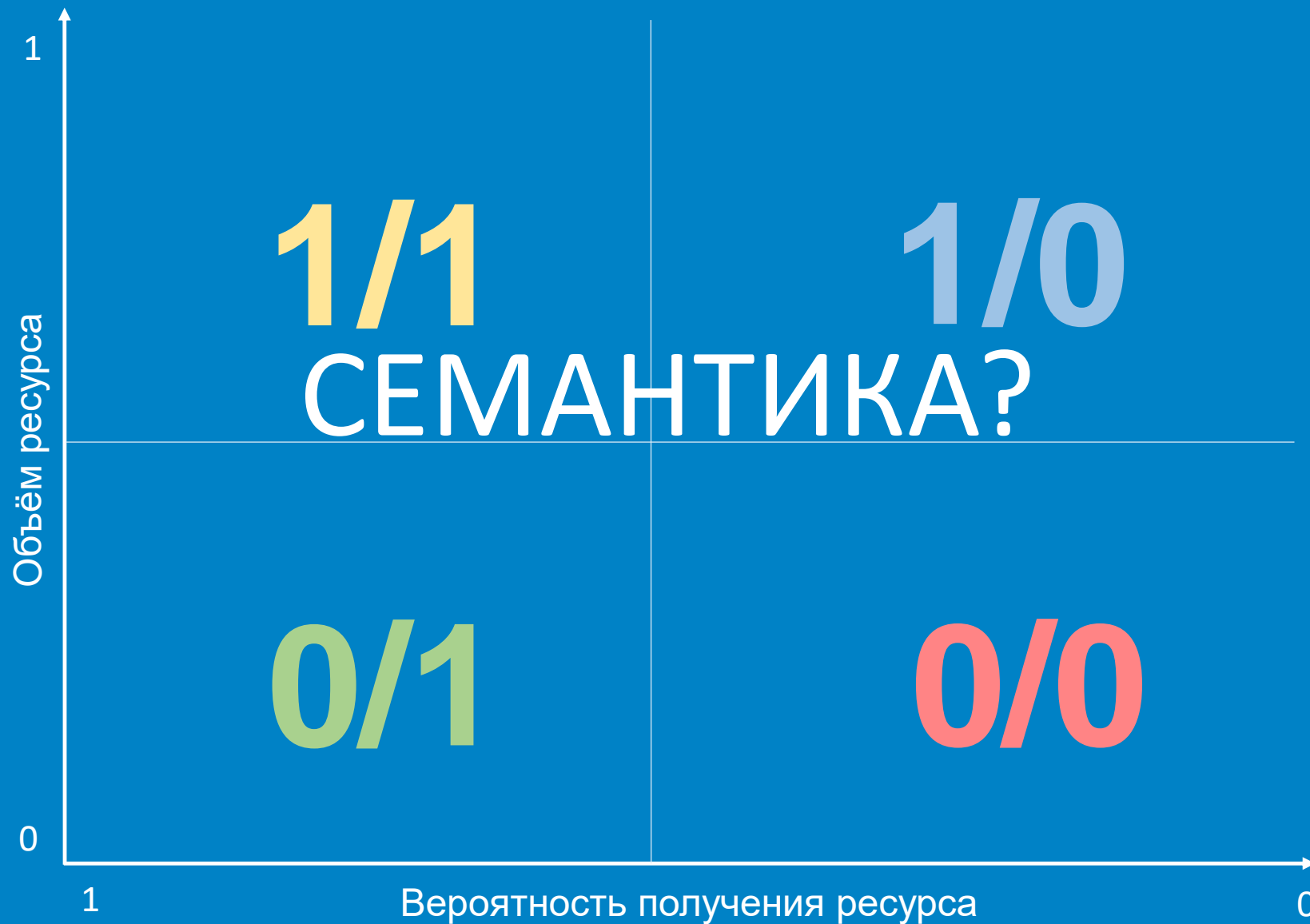
ПРИБЛИЗИТЕЛЬНОЕ РАСПЕРЕДЕЛЕНИЕ ПОПУЛЯЦИИ ПО СЕГМЕНТАМ



ТЕРМИНАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ И РЕСУРСЫ



ТЕРМИНАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ И РЕСУРСЫ



SEMINER



Alexey Murazanov
Managing Partner
+7 (903) 798 8087
alexey@psychea.ru

Oleg Klepikov
Managing Partner
+7 (926) 999 2266
oleg@psychea.ru

Russia 121357 Moscow, Vereiskaya str. 29, bld.134, office D202.3
tel.: +7 (495) 269 0628, e-mail: company@psychea.ru