

HERSENSCANS ONTHULLEN WAT TV-RECLAME EFFECTIEF MAAKT

De meest effectieve reclamespots op televisie belichten de functionele voordelen van een product en prikkelen daarnaast de verbeelding. Reclamespots met deze combinatie werken zo goed omdat ze twee hersengebieden tegelijk activeren. Dit ontdekte onderzoekster Linda Couwenberg (RSM) aan de hand van hersenscans van consumenten. Couwenberg en haar team lieten ruim twaalfhonderd consumenten kijken naar verschillende versies van een reclamespot voor hetzelfde merk en product (een pijn verlichtende gel voor spieren en gewrichten), waarna de testpersonen ervoor konden kiezen om door te klikken naar de website van het product. Door dit doorklikken te meten, stelde het team vast dat de effectiefste commercials een specifieke combinatie van elementen bevat. Vervolgens werd bij 24 deelnemers door middel van fMRI-scans van de hersenen onderzocht welke delen van het brein werden geactiveerd door het bekijken van de commercials. Volgens Couwenberg laat dit onderzoek zien dat de effectiviteit van een marketingboodschap niet kan worden verklaard aan de hand van een enkel hersenproces. Goede tv-commercials zetten een complexe combinatie van processen in werking. Over het onderzoek wordt gepubliceerd in het *International Journal of Research in Marketing* (L.E. Couwenberg e.a., 'Neural Responses to Functional and Experiential Ad Appeals: Explaining Ad Effectiveness', 2017.)

