

## The use of neuromarketing in the automotive retail

**O. Pilipets**

*It is analyzed the application of modern theoretical and applied research in the field of marketing, in particular, neuromarketing in the field of automotive retail. The analysis identified the most effective package of ways to influence the audience (sensory marketing) and examples of product promotion, based on the principles of neuromarketing and resources that affect the emotional component (empirical marketing). In the general research field, the author identified and considered a specific problem — the conditions and effectiveness of the use of neuromarketing tools in the field of car sales. In the course of the study, the analysis of advertising strategies of specific automotive brands was carried out, the features of promoting this type of product were determined, and a working model for the use of neuromarketing in the framework of automotive retail was proposed.*

**Keywords:** *Information and communication technologies, marketing, neuromarketing, purchase motivation, sensory marketing, empirical marketing, promotion, Russian automotive market, auto retail*

### References

1. Арндт Т. Мастерство ритейл-брендинга: научно-популярное издание. М.: Альпина Паблишер, 2016. 155 с.
2. Березка С.М., Шерешева М.Ю. Нейрофизиологические методы исследования потребительского восприятия телевизионного рекламного контента // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. 2019. № 2. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/neyrofiziologicheskie-metody-issledovaniya-potrebitelskogo-voSPIriatiya-televizionnogo-reklamnogo-kontenta> (дата обращения 22.04.2021).
3. Бренникмейер Й., Шнейдер Т., Вулгар С. Доказательство и умолчание в нейромаркетинге: управление разрывом между наукой и ее использованием в прикладных целях. Brenninkmeijer J., Schneider T., Woolgar S. Witness and silence in neuromarketing: managing the gap between science and its application // Science, technology & human values. 2019. OlineFirst. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/2019-03-018-brenninkmeyer-y-shneyder-t-vulgar-s-dokazatelstvo-i-umolchanie-v-neyromarketinge-upravlenie-razryvom-mezhdu-naukoy-i-ee>
4. Давыдов В. Автомобильный маркетинг: Как вывести автомобильных диллеров на новый уровень? / Блог «#Тыжмаркетолог». - URL: <https://blog.completo.ru/internet-marketing-avtodilerov/>
5. Дершень В. Инструменты нейромаркетинга: проблемы и перспективы. Наука и инновации. 2018. № 6 (184).
6. Жук А.А., Мрочко Л.В., Мрочко О.Г., Волкова С.В. Психофизиологические инструменты маркетинга и брендинга в России // ЭСГИ. 2019. № 4 (24). - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/psihofiziologicheskie-instrumenty-marketinga-i-breninga-v-rossii> (дата обращения 22.04.2021).
7. Землянная А.С., Савостин Д.А. Исследование инновационной концепции эмоционального маркетинга // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2020. № 7-2. -

URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-innovatsionnoy-kontseptsii-emotsionalnogo-marketinga> (дата обращения 22.04.2021).

8. Казнина О.В. «Как эмоции и чувства помогают продавать» // Маркетинговые коммуникации. Ноябрь 2019. № 4 (108). С. 296-310
9. Льюис Д. Нейромаркетинг в действии. Как проникнуть в мозг покупателя / Пер. с англ. Марии Мацковской. М., 2015.
10. Мамонова Д.Г. Маркетинговые аспекты инновационной деятельности предприятия // Проблемы экономики и менеджмента. 2015. № 6 (46). - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketingovye-aspekty-innovatsionnoy-deyatelnosti-predpriyatiya> (дата обращения 17.03.2021).
11. Фастова А.В. Исследование особенностей покупательского поведения потребителей на рынке товаров и услуг // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. № 2. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-osobennostey-pokupatelskogo-povedeniya-potrebitelov-na-rynke-tovarov-i-uslug> (дата обращения 17.03.2021).
12. Филатова А.А. «Мозговой штурм»: нейронаука за пределами нейронауки // Философия науки. 2017. № 3 (74). С. 106-120
13. Хан Р.С., Сурков В.В. Опыт использования нейромаркетинга в ритейле // ИВД. 2018. № 4 (27). - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/opyt-ispolzovaniya-neyromarketinga-v-riteyle> (дата обращения 22.05.2021).

***Донской государственный технический университет,  
г. Ростов-на-Дону***

***June, 16 2021***

---