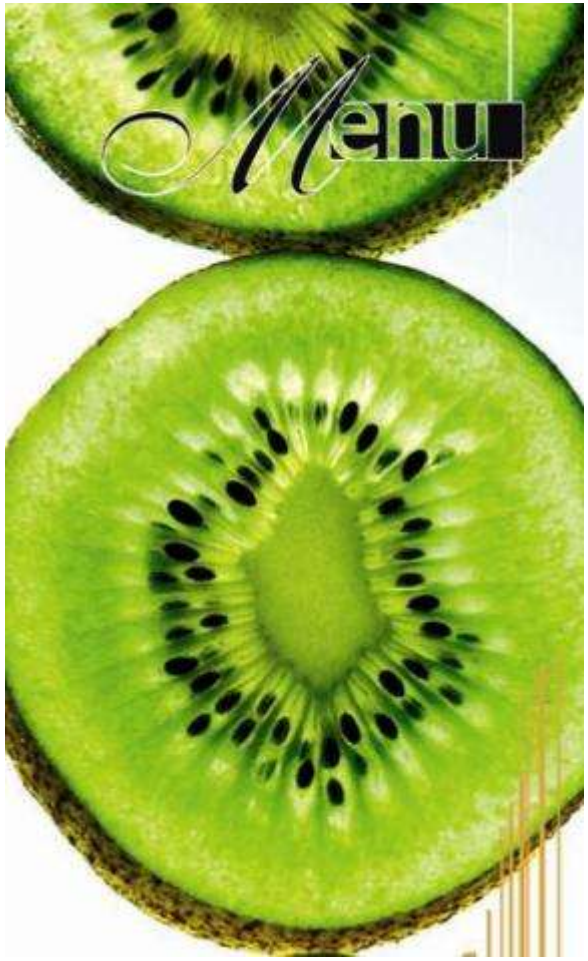
Opiekuńcze instynkty w mózgu

Prof. Rafał Ohme

SWPS

Program

- Złudzenia
  - widzenie
  - myślenie
- Dwoista natura
  - pierwotne impulsy
  - wyższe emocje
- Więź
  - empatia
  - Intuicja
- Neuro-fitness
  - wieczna młodość



Bond’s Secrets

revealed by *biometrics*

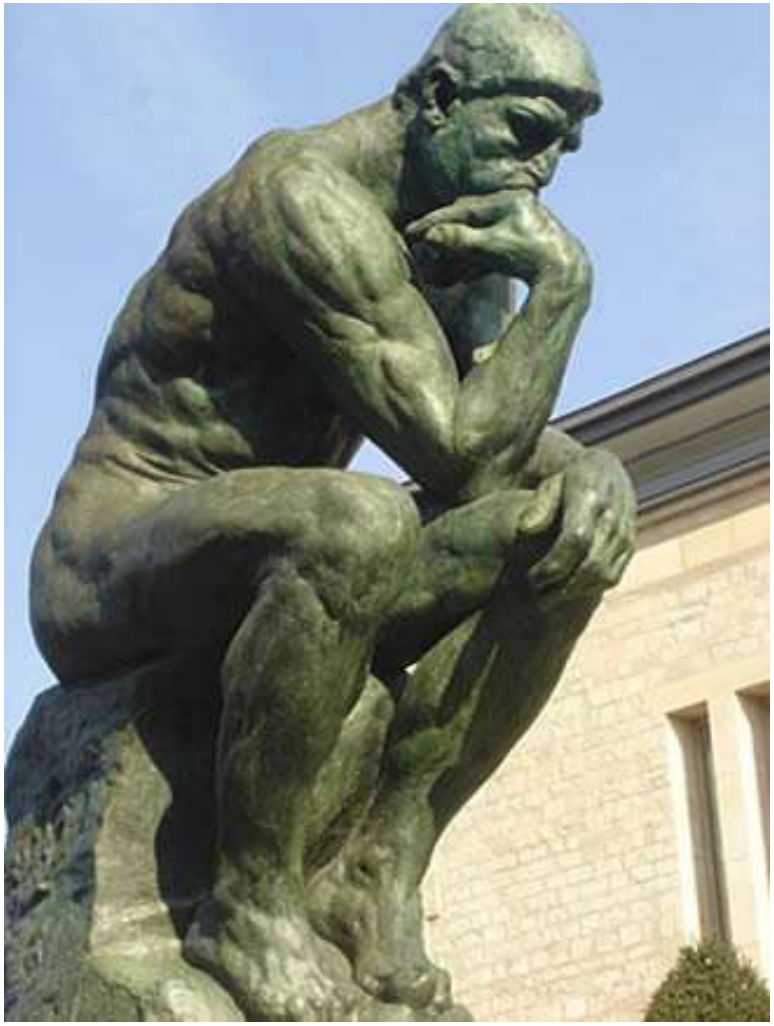
Human Mind&Brain

CZĘŚĆ 1

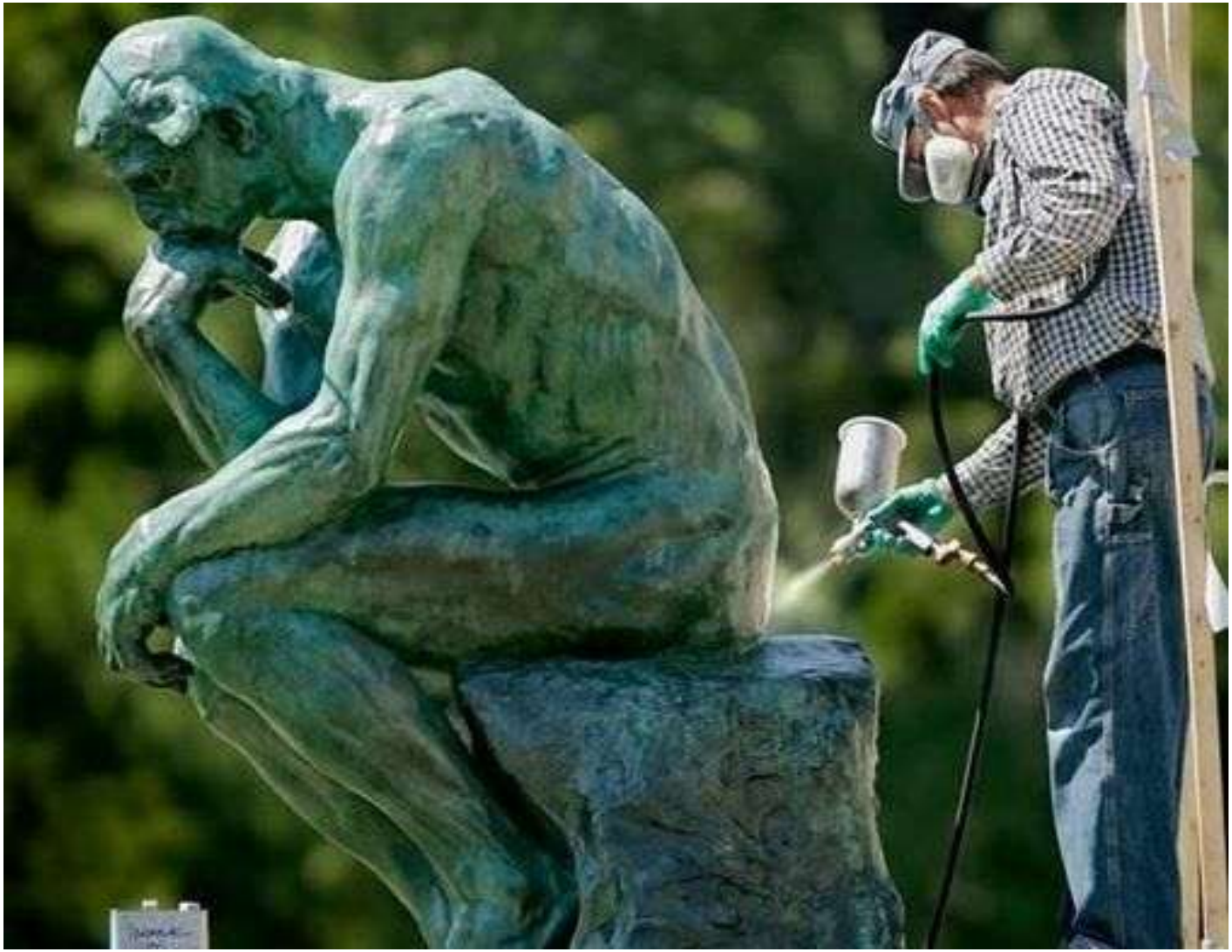
ZŁUDZENIA

KTÓRE POZWALAJĄ ŻYĆ

Człowiek, istota myśląca…



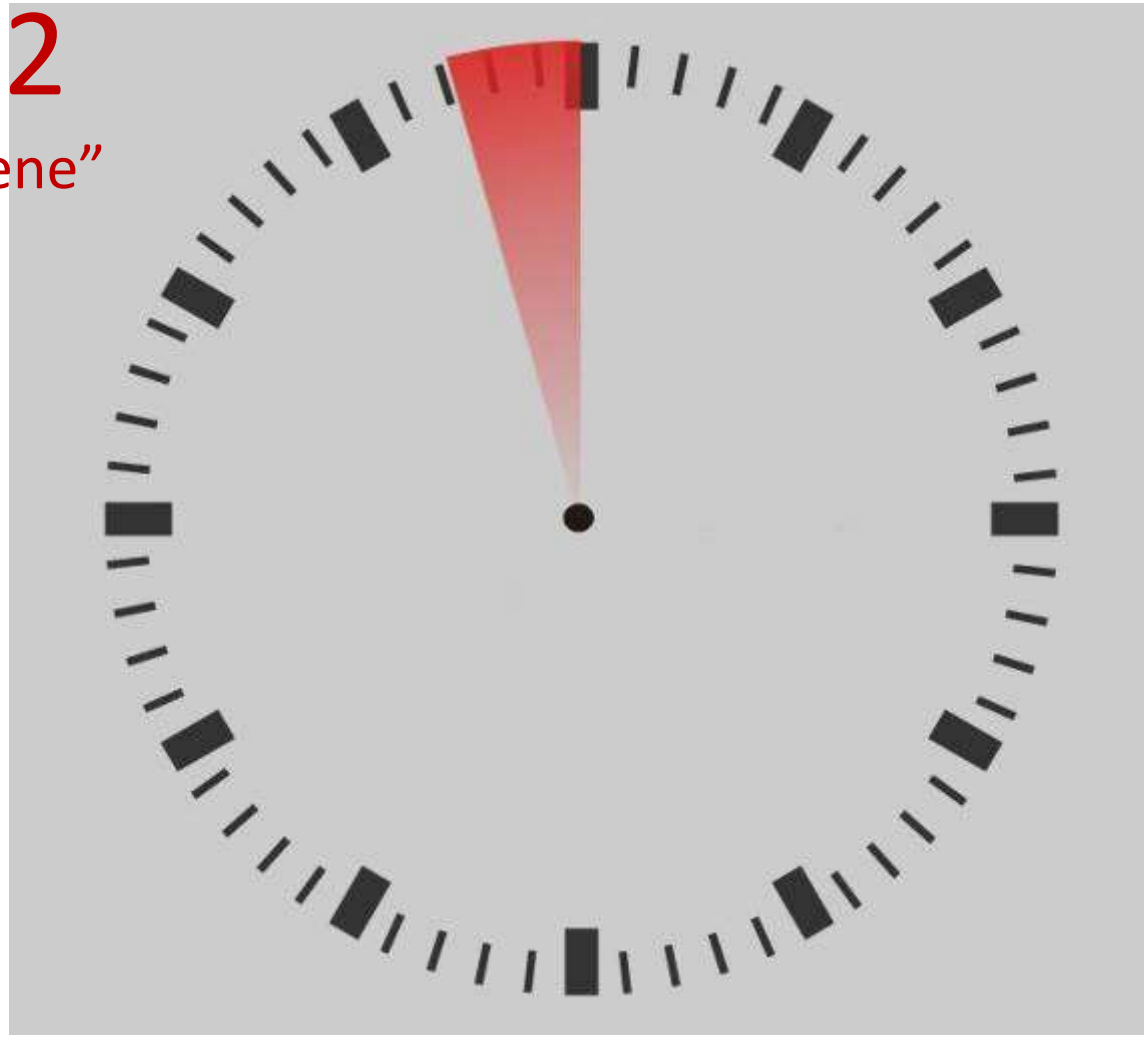
Koniec złudzeń!



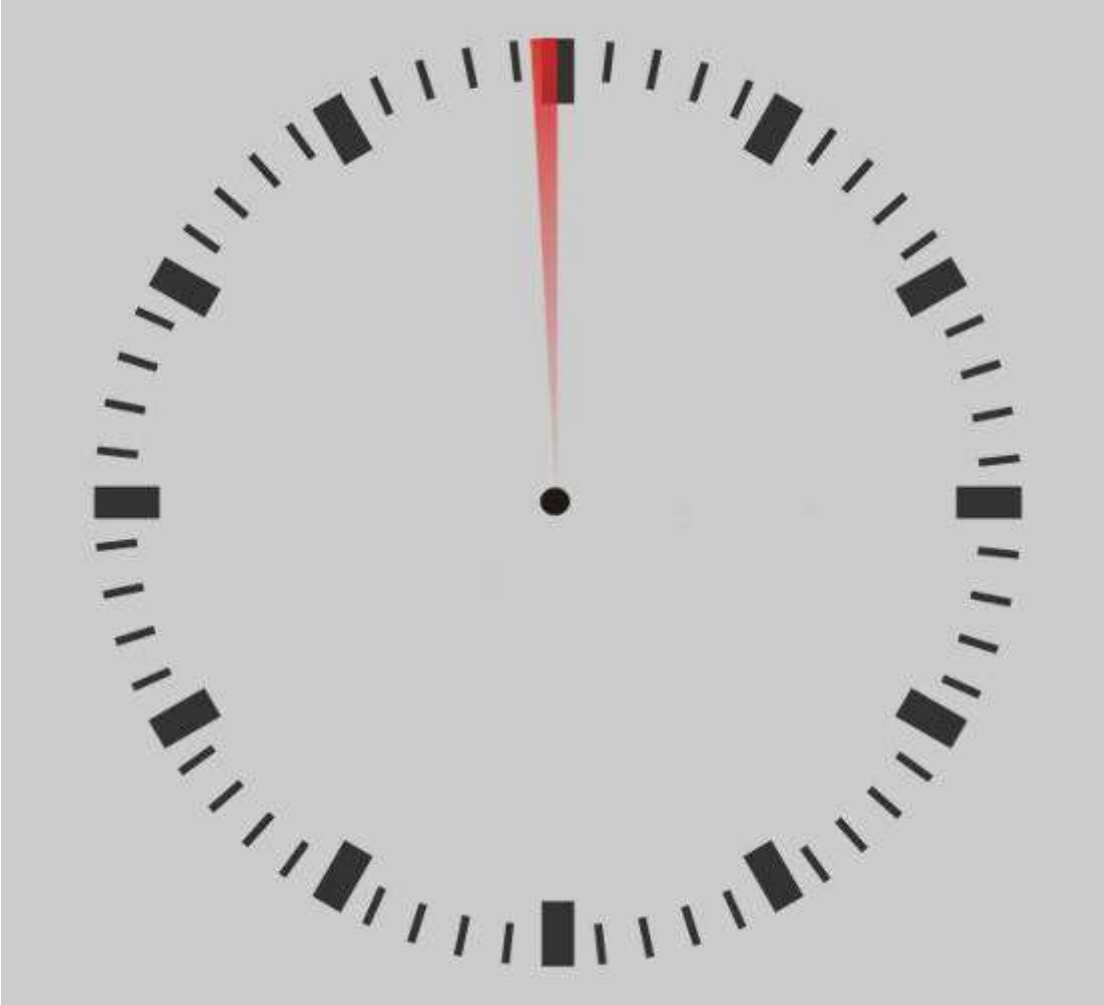
Od kiedy mówimy?

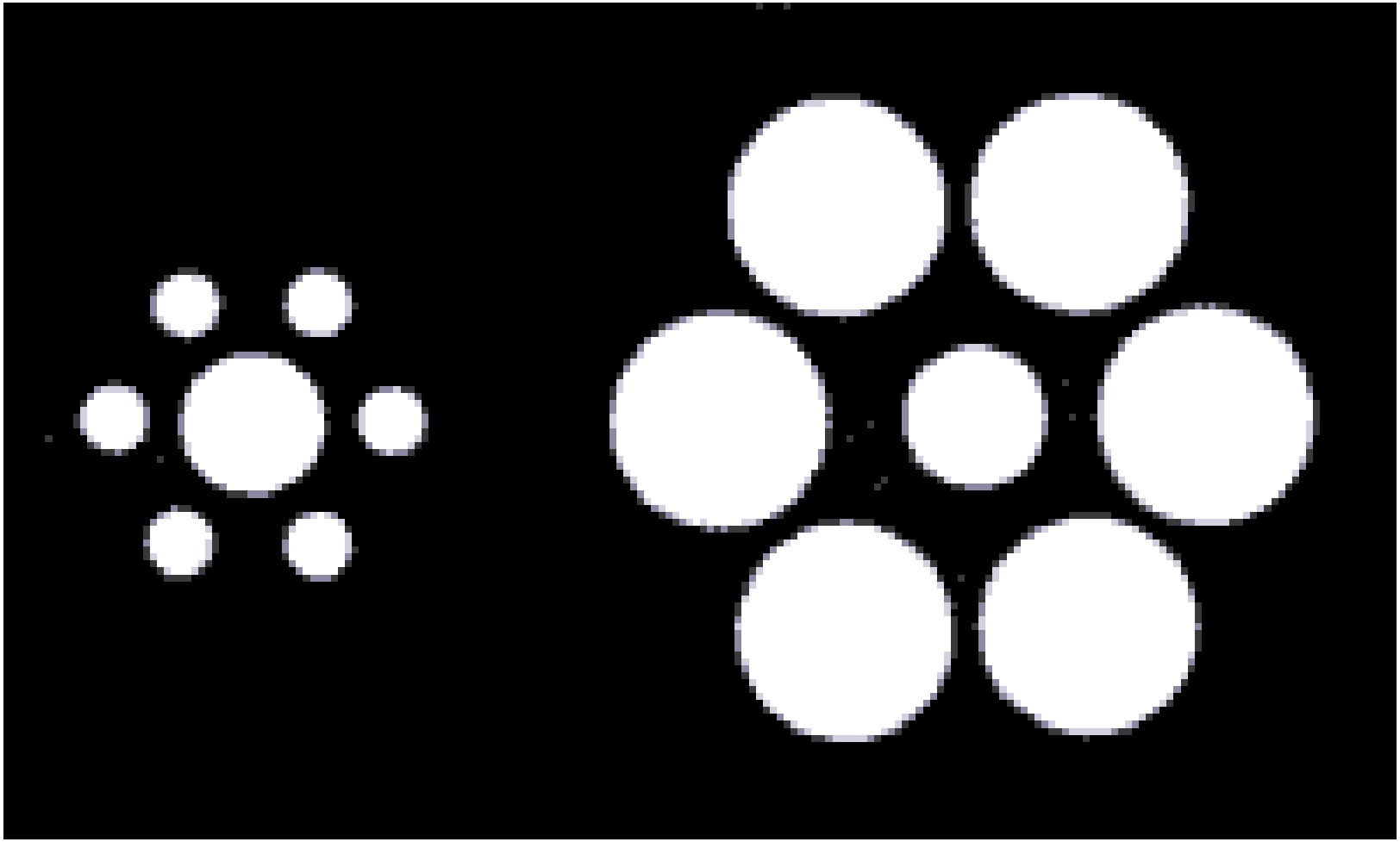
FOXP2

”speech gene”

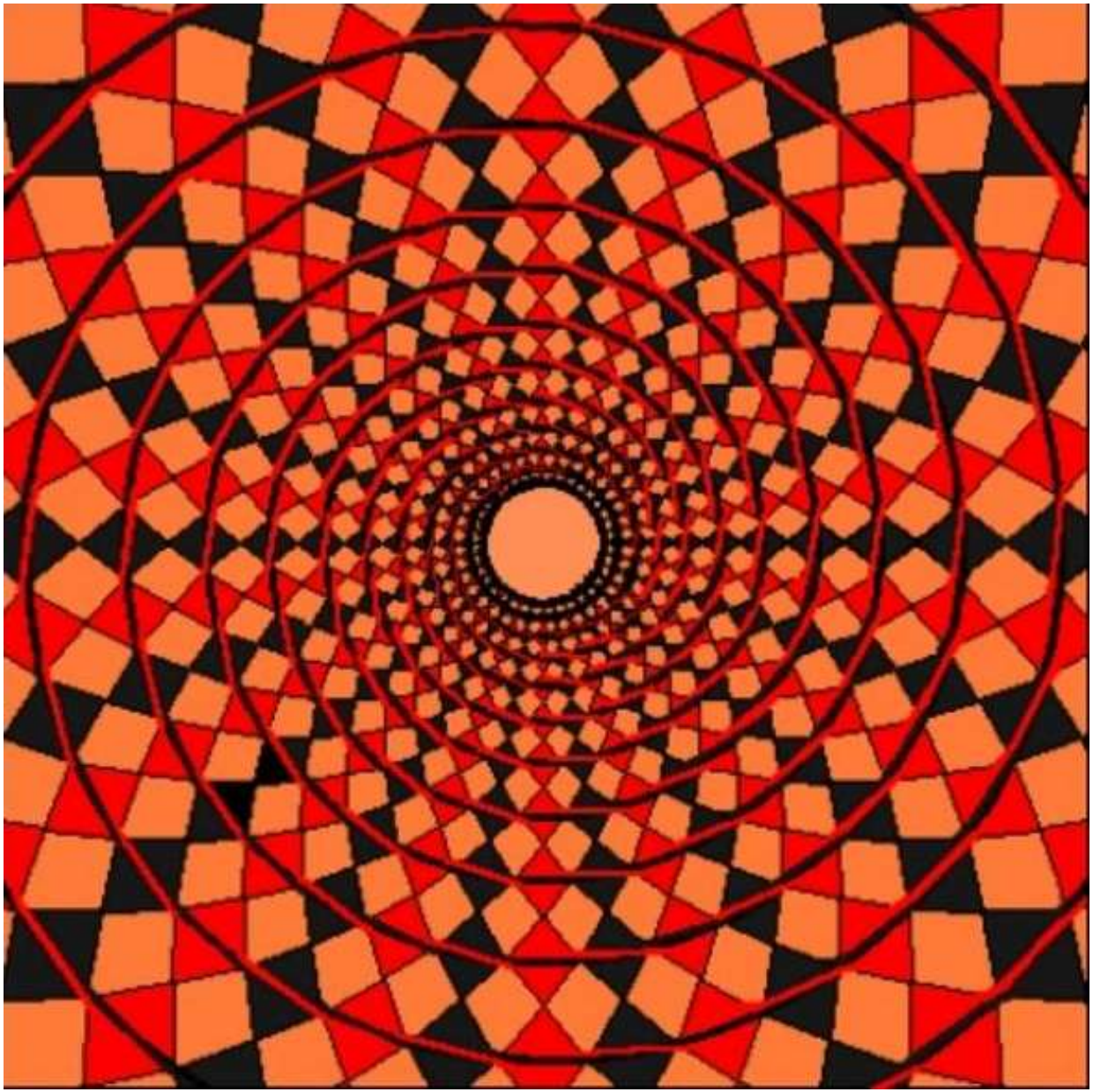


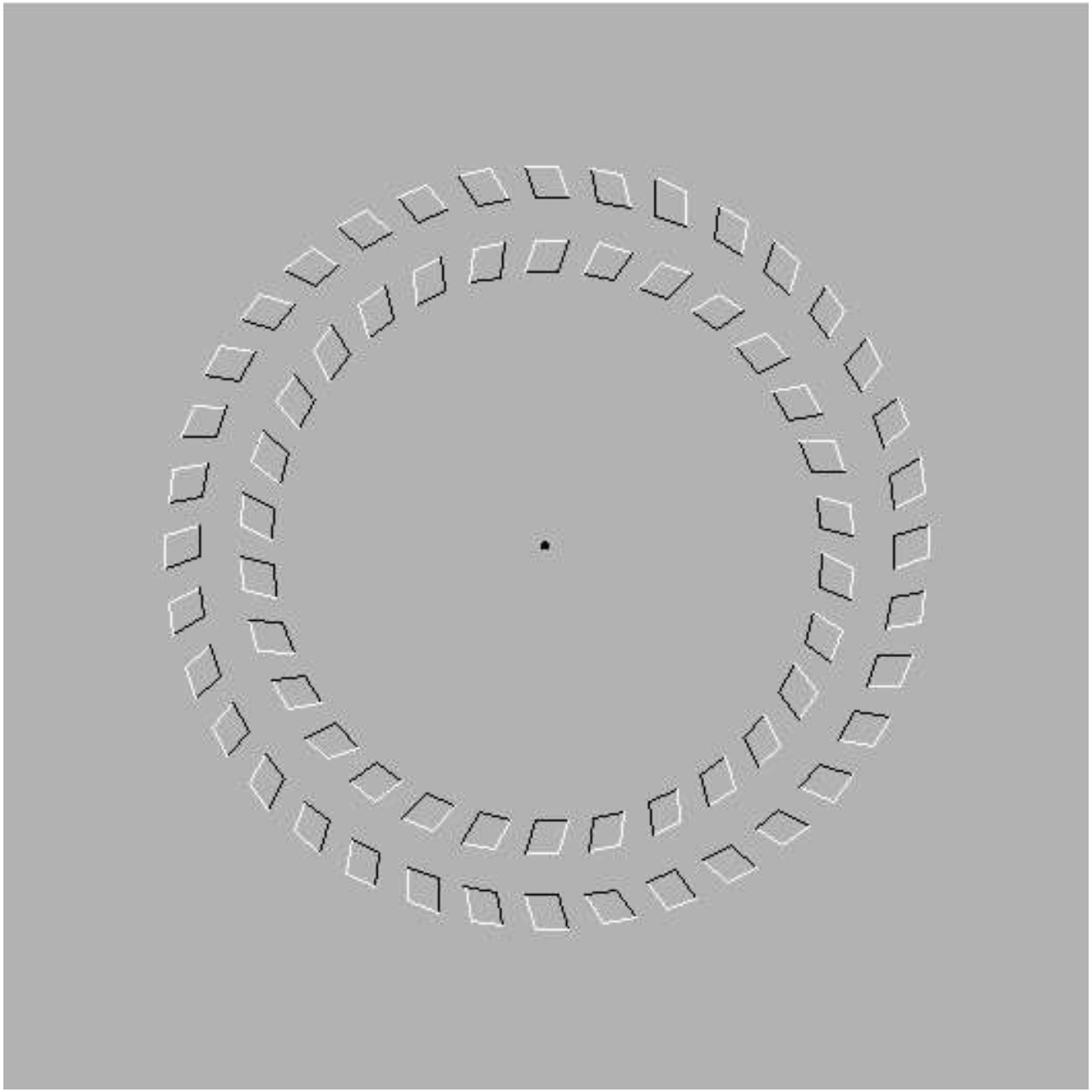
Od kiedy wytwarzamy cywilizację?



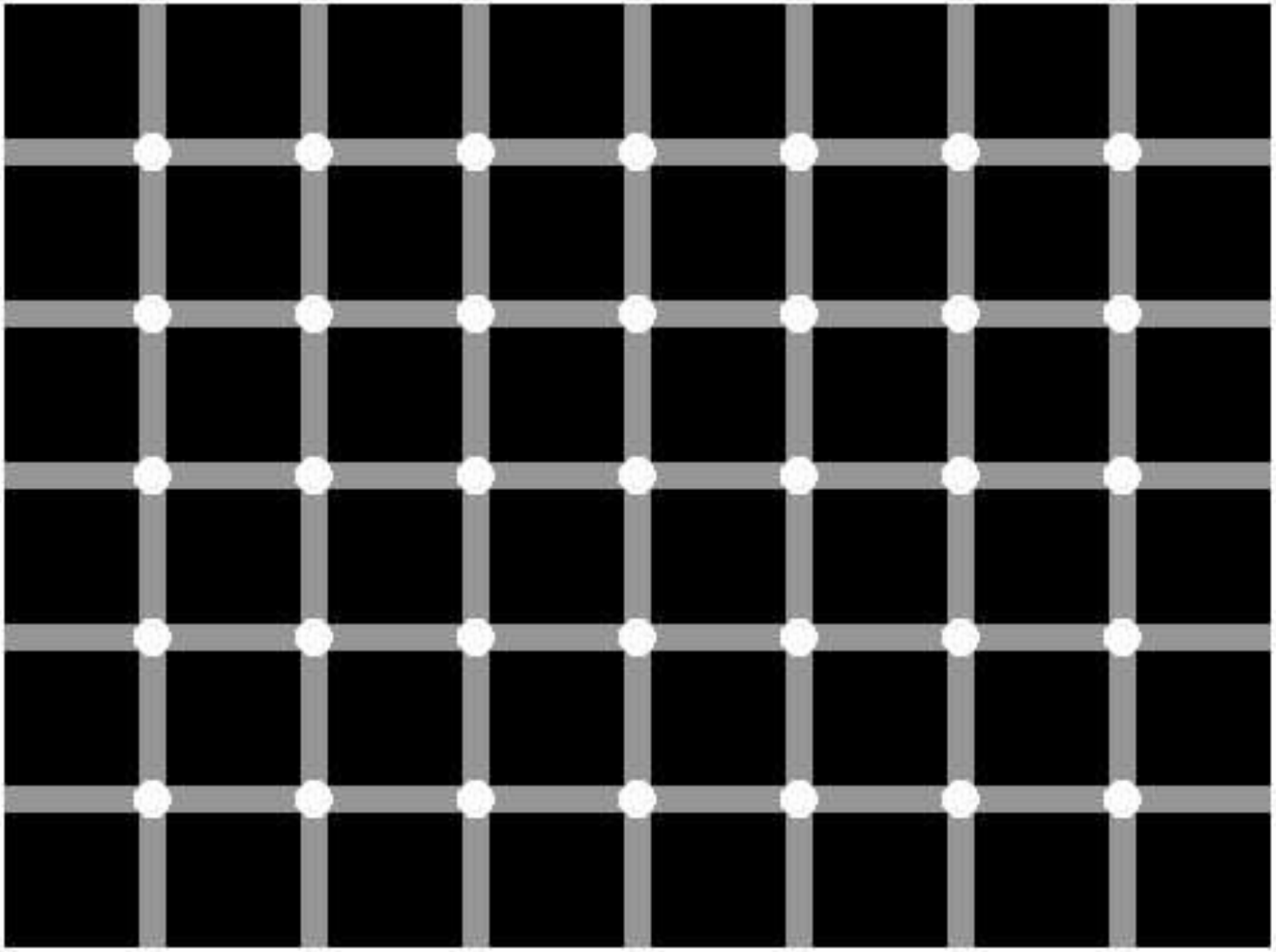


Human Mind&Brain





Human Mind&Brain



Colors become alive. BRAVIA
SONY

Human Mind&Brain

nie wszystko co widzisz…

…jest prawdą

Ten sam mózg…
służy widzeniu i myśleniu

Human Mind&Brain

nie wszystko co myślisz…

…jest prawdą

Human
Mind&Brain

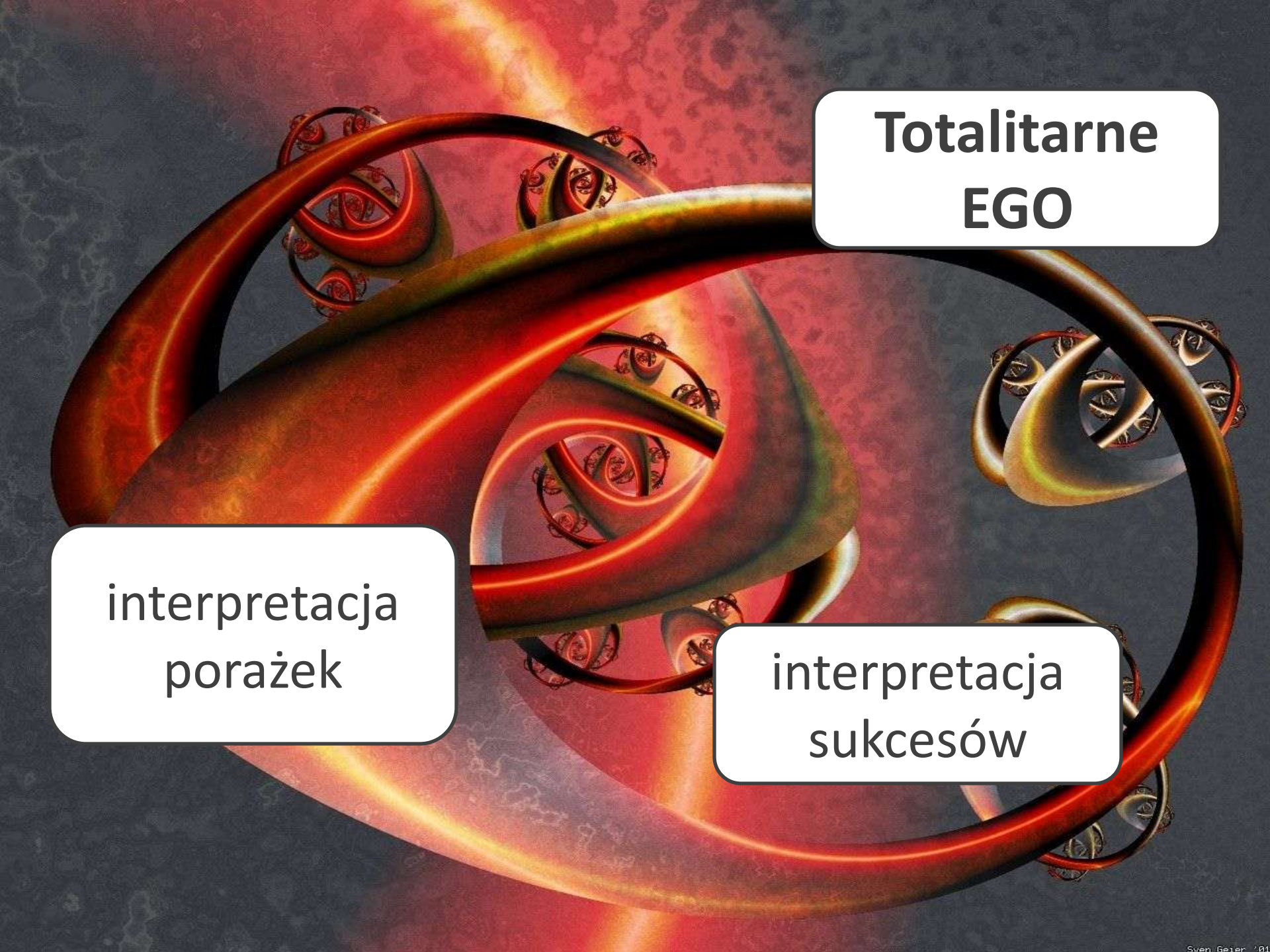
Human
Mind&Brain

Human Mind&Brain

Human Mind&Brain

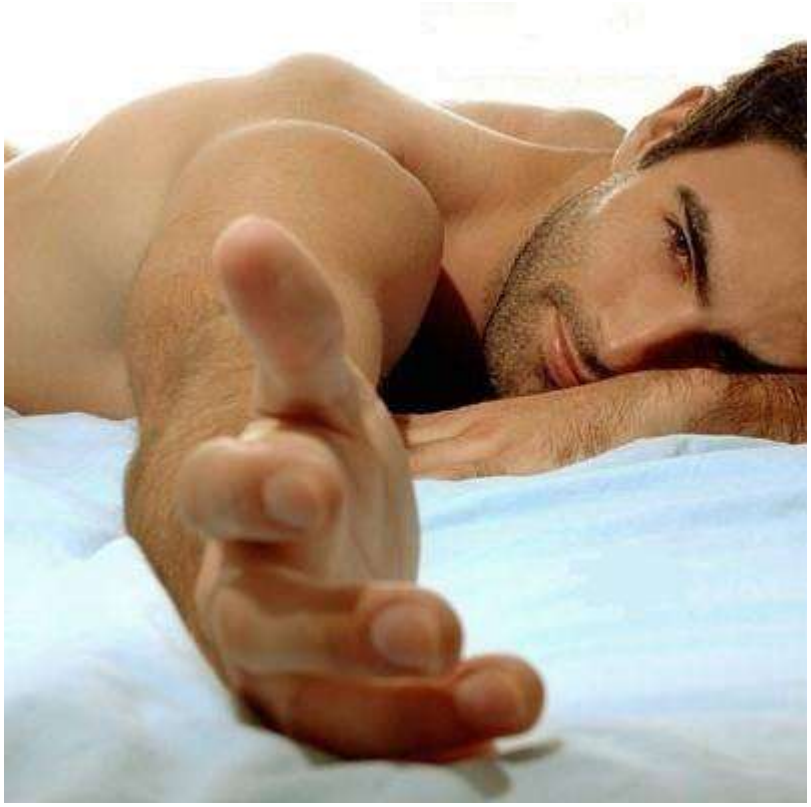
TOTALITARNE EGO

ZNIEKSZTAŁCA NAPŁYWAJĄCE INFORMACJE

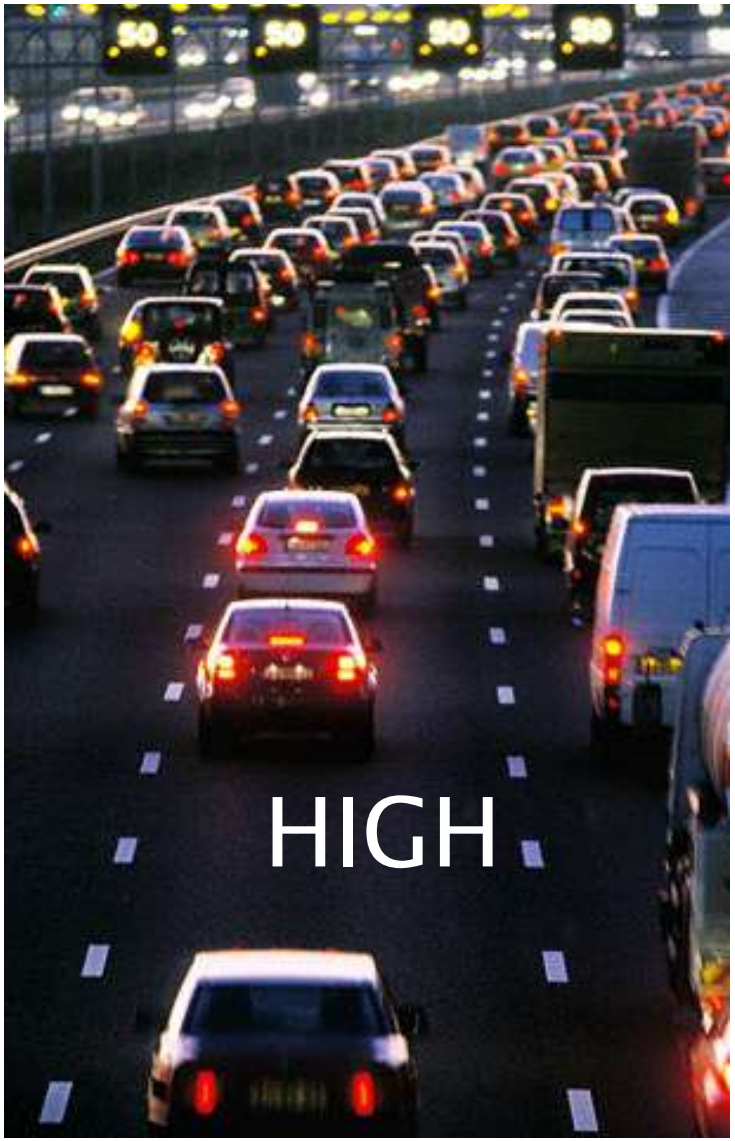

Totalitarne EGO
interpretacja porażek
interpretacja sukcesów

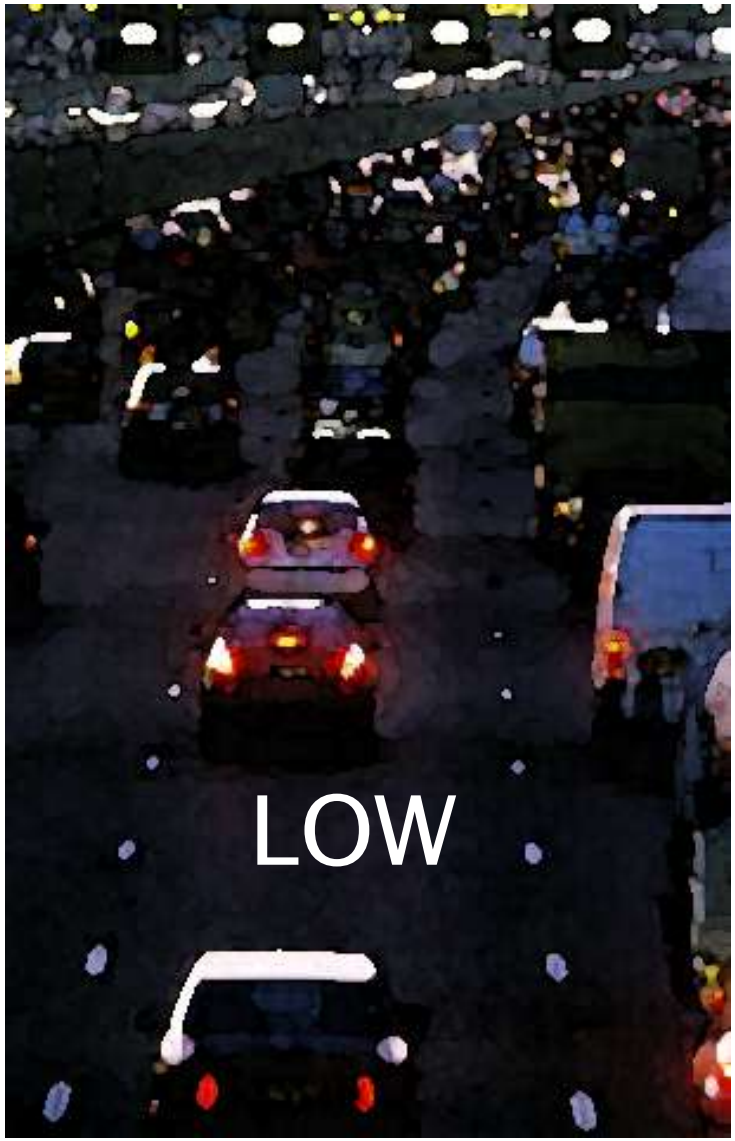
Myślenie to wielki wysiłek energetyczny

- Mózg zużywa 20% energii, którą pochłania organizm
  - a stanowi jedynie 2% masy ciała
- WNIOSEK: Myślimy tylko wtedy, gdy musimy



Płytkie przetwarzanie komunikacji



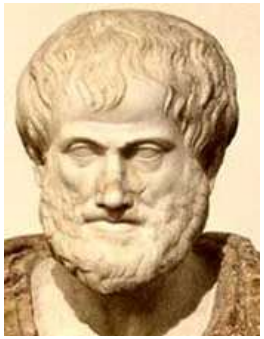


Human Mind&Brain

IRRACJONALNY CZŁOWIEK MYŚLĄCY

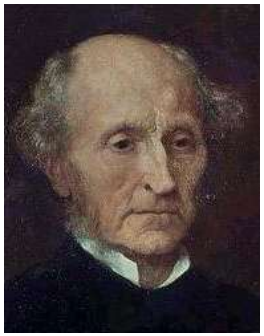
Koniec złudzeń!

- Nazwę gatunkową *Homo sapiens* otrzymaliśmy nieco na wyrost
  - Johann Huizinga
- *Homo aeconomicus* to pobożne życzenie
- Niestety większość teorii humanistycznych i ekonomicznych wciąż bazują na założeniu r*acjonalności*



Aristoteles

A. Smith



J.S. Mill

Przełomowa data w historii *nauk społecznych*

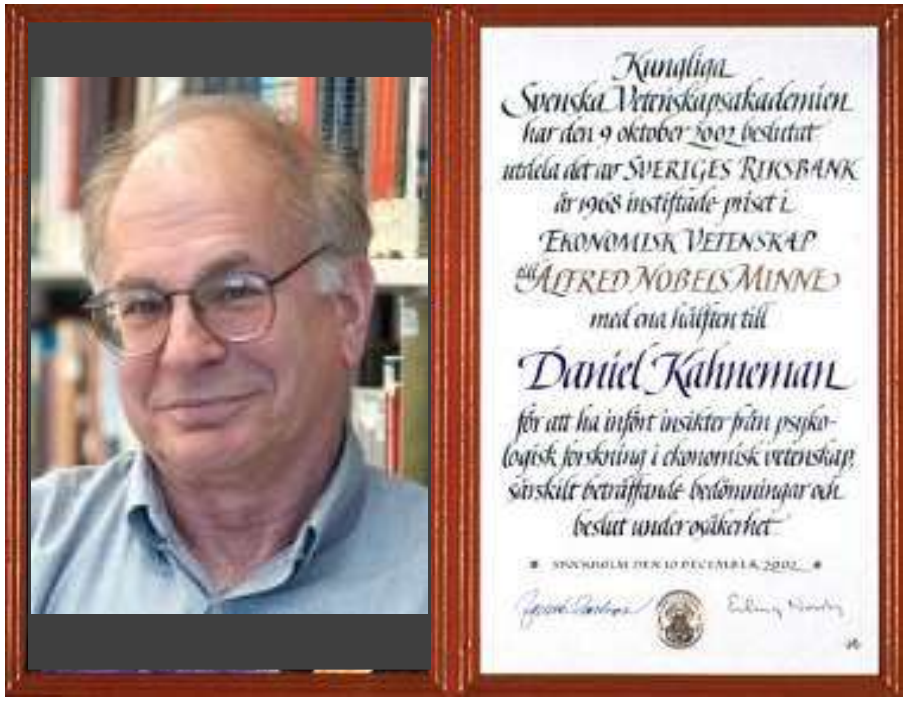
kończy się

KLASYCZNA EKONOMIA

2002

rozpoczyna się

NOWOCZESNA EKONOMIA



Daniel Kahneman

Uniwersytet w Princeton

Laureat *Nagrody Nobla*

z **ekonomii**

Przełomowa data w historii *nauk ścisłych*

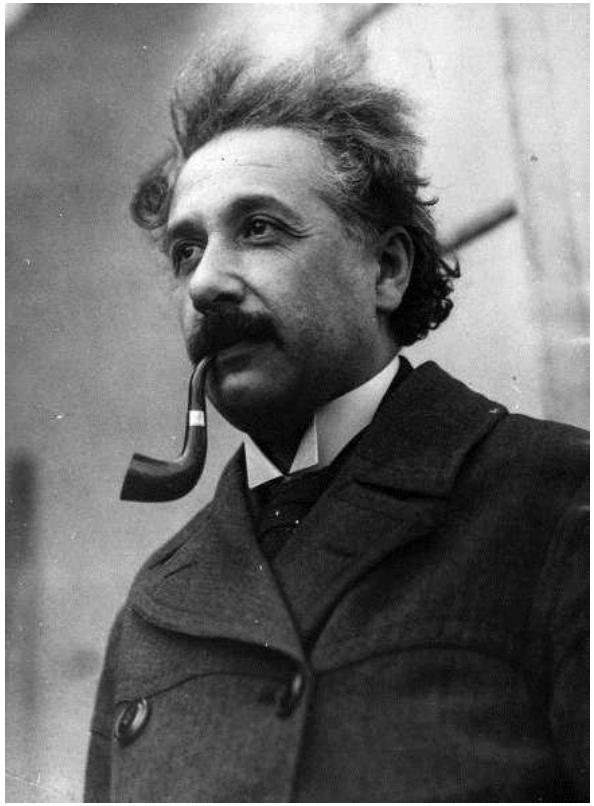
kończy się

KLASYCZNA FIZYKA

1905

rozpoczyna się

NOWOCZESNA FIZYKA

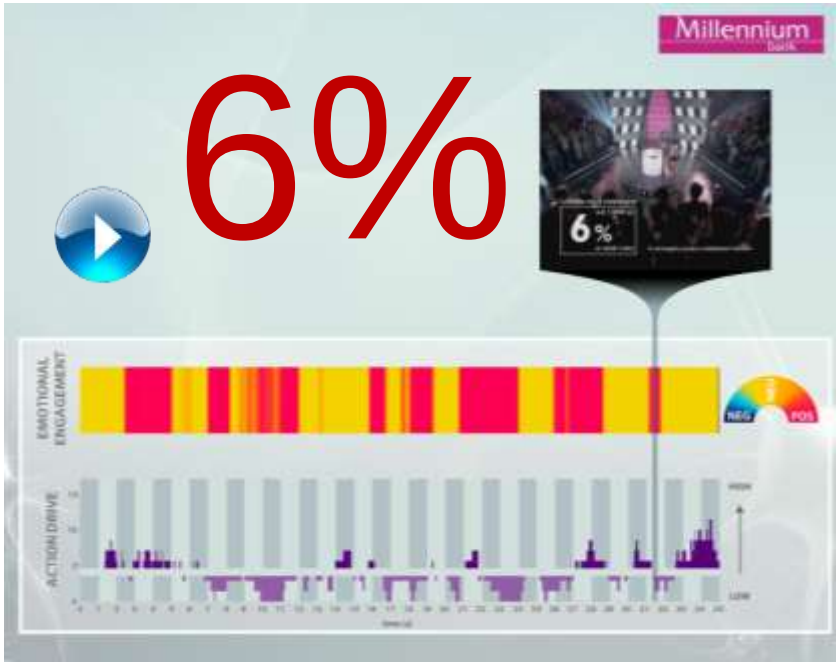


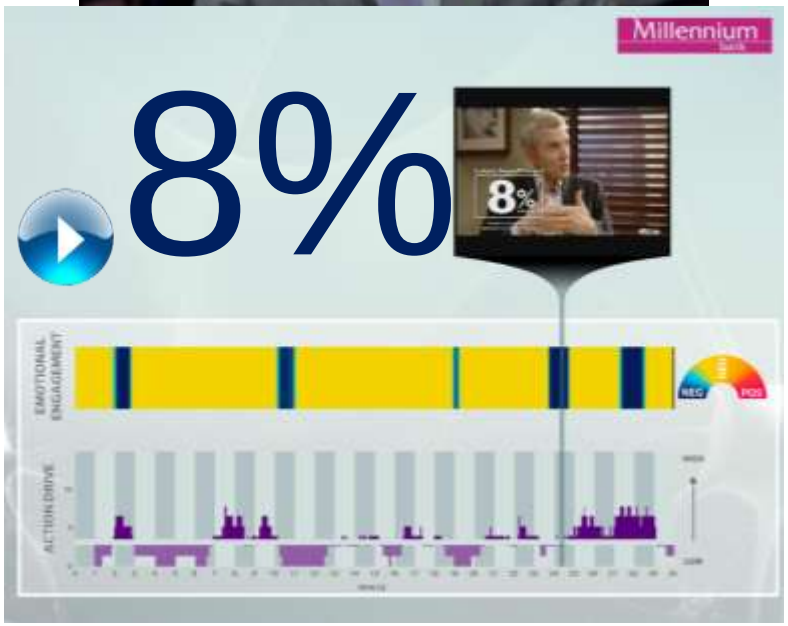
Albert Einstein

Uniwersytet w Princeton
laureat *Nagrody Nobla*
z **fizyki**

Neuro ujawnia irracjonalność

Wcale nie wybieramy lepszej oferty!





neuroCASE

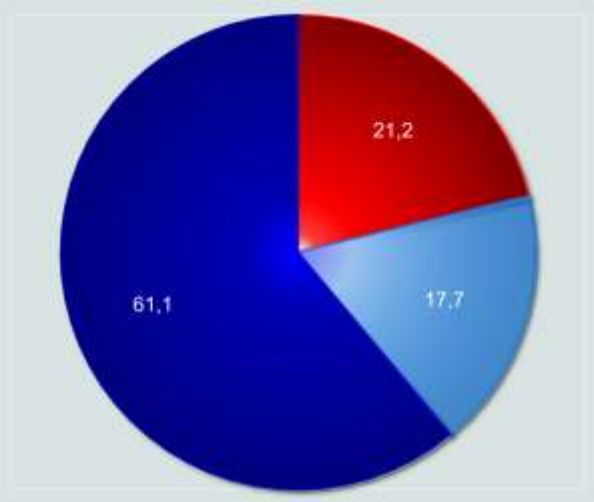
ROCS™

2010

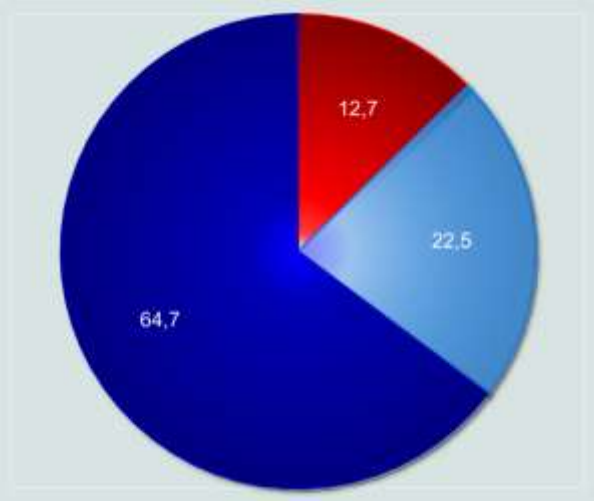
Jak mózg reaguje na logiczne argumenty

konferencja prasowa Bronisława Geremka 2007

INTERESUJĄCA



WIARYGODNA



KORZYŚCI Z IRRACJONALNOŚCI

1.

IRRACJONALNOŚĆ NAS ZABEZPIECZA

Human Mind&Brain

2.

IRRACJONALNOŚĆ TWORZY INNOWACJE

3.

MOTTO: ŻYJ I POZWÓL ŻYĆ

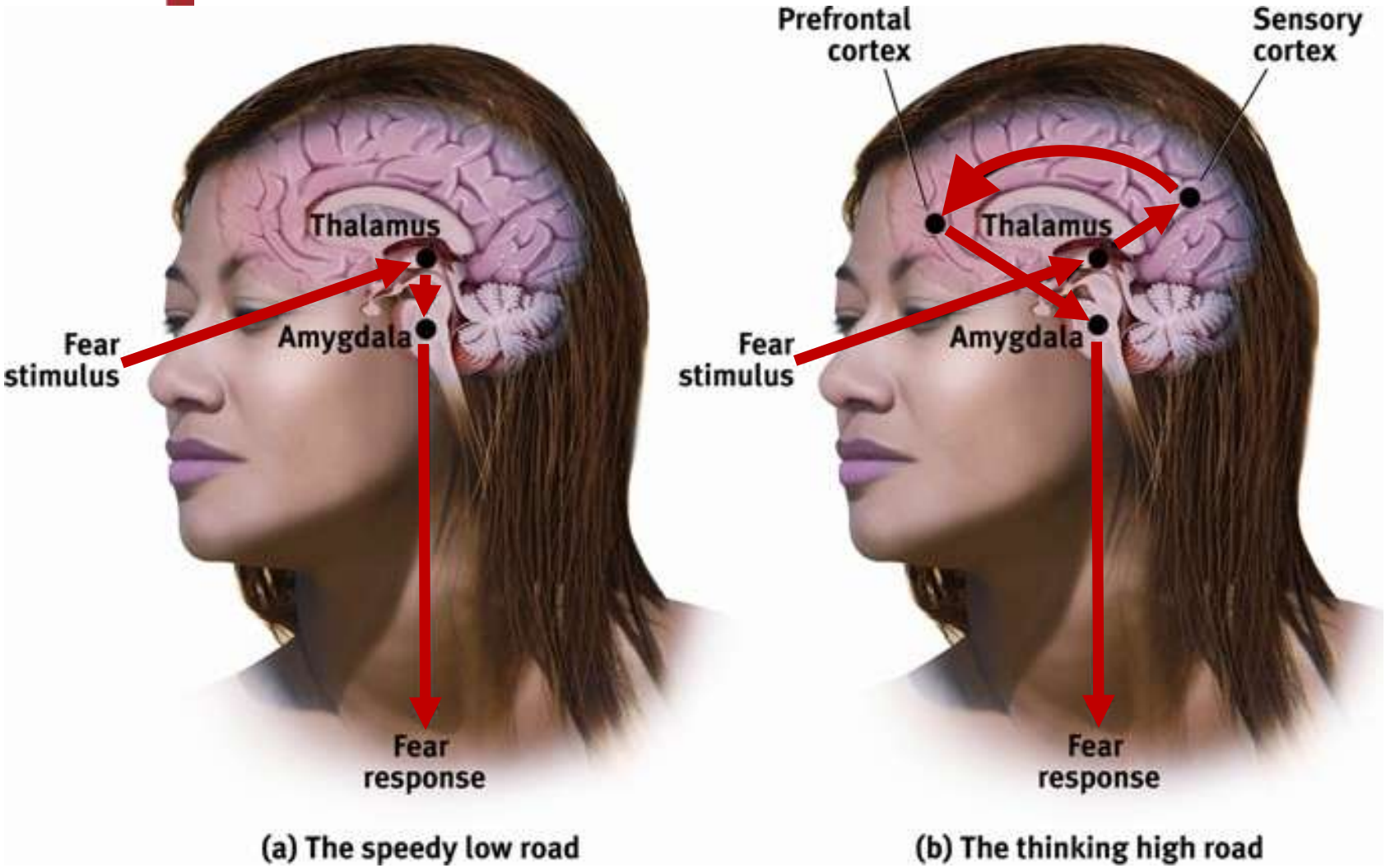
Human Mind&Brain

CZĘŚĆ 2

DUALIZM

BOSKA DUSZA W ZWIERZĘCYM CIELE

Instyktowne *vs* przemyślane reagowanie emocjonalne



NAJWIĘKSZE ODKRYCIE NEURONAUKI

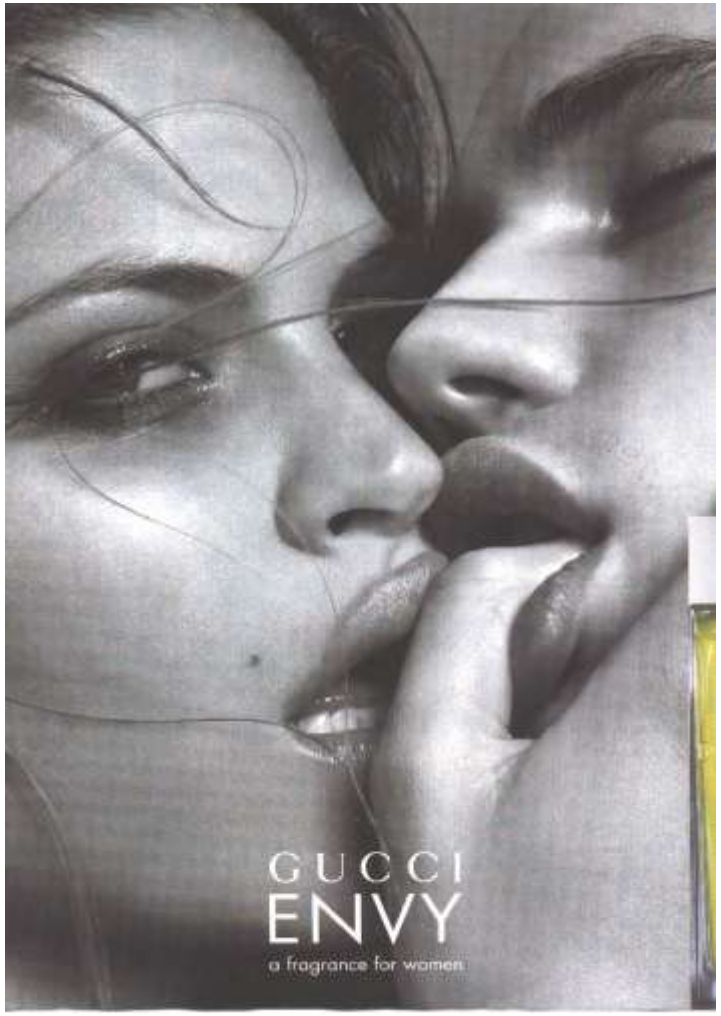
Feel

Do

Think

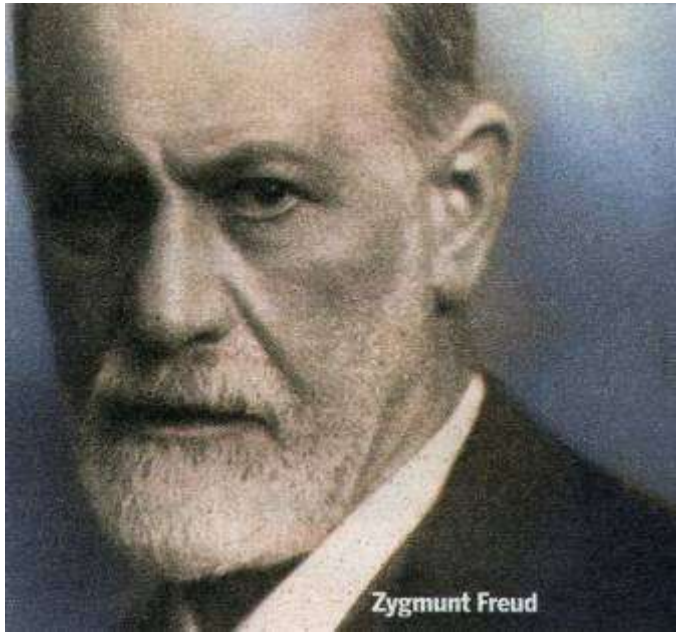
Odkrycie LeDoux pozwala zrozumieć:

- Dlaczego emocje są szybsze niż rozum
- Dlaczego jesteśmy smutni, a nie wiemy dlaczego
- Dlaczego coś nas pociąga, a równocześnie się tego boimy
- Dlaczego pożądamy, a jednocześnie mamy wyrzuty sumienia



PIERWOTNE IMPULSY

Renesans Podświadomości



Zygmunt Freud
i jego słynna
psychoanalityczna sofa

Podświadome instynkty
wpływają na nasze zachowanie

- **95%** całego procesu myślowego dokonuje się w **podświadomości**

Gerald Zaltman
Harvard Business School

Jak myślą klienci (2003)

oto jak działa

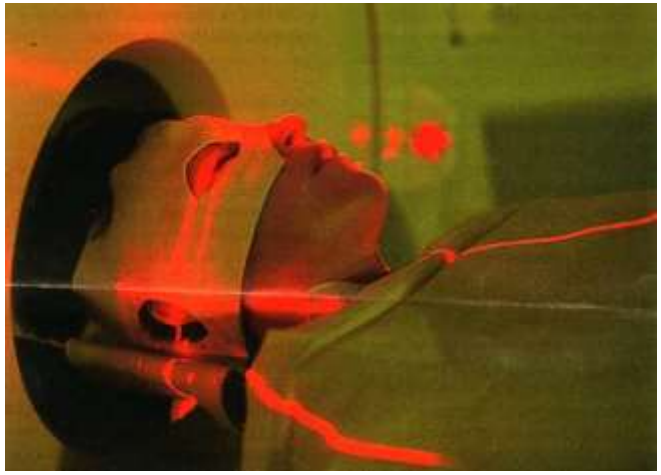
PODŚWIADOMOŚĆ

nowa dyscyplina

Consumer Neuroscience

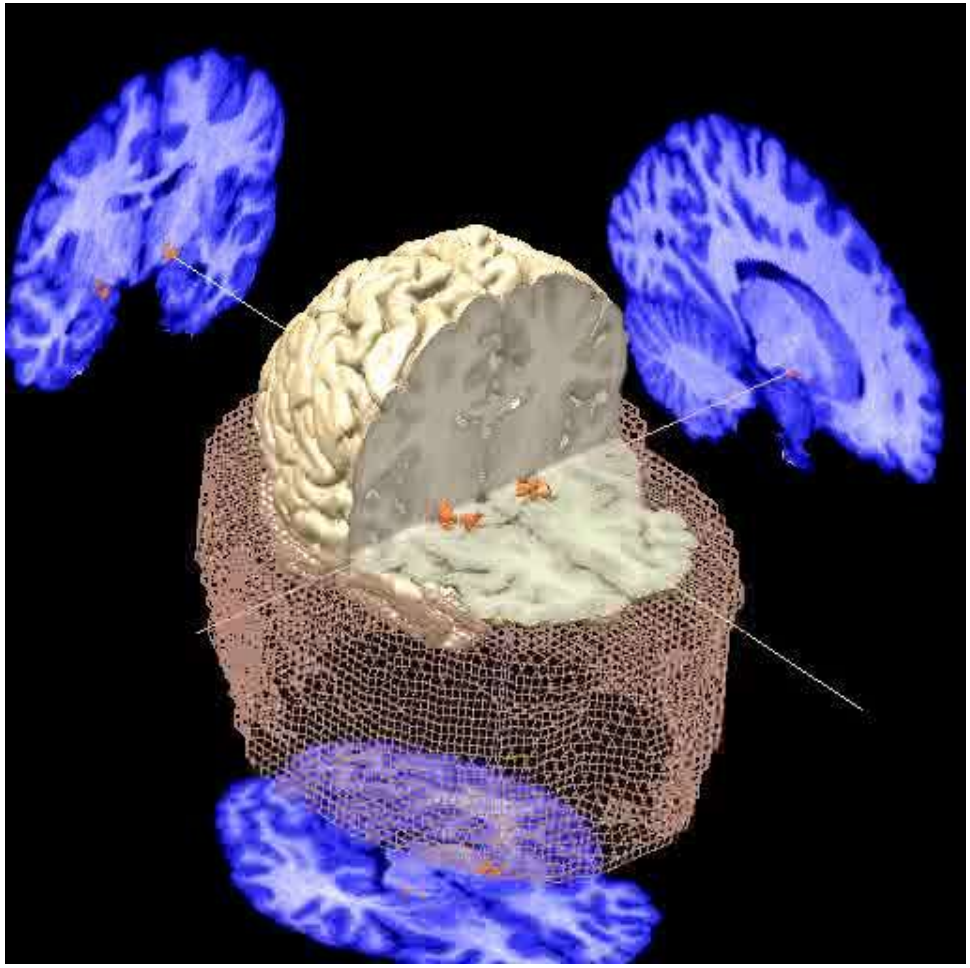
Consumer Neuroscience

- Analiza pracy **mózgu**, pozwala zrozumieć INSTYNKTY i EMOCJE
- a dzięki temu **obniżyć ryzyko** nietrafionych decyzji w komunikacji i sprzedaży



Wysokie technologie

w medycynie (XX w.) i w komunikacji (XXI w.)



Neuro pokazuje **prawdziwe** motywy działań

bioCASE

Świadoma opinia:
„Ta reklama jest skuteczna,
bo jest zabawna”

Podświadome NEURO:
„Ta reklama jest skuteczna
z powodu chrupania”

Sprzedaż
(*via* Shelf-Test)

EUROPEAN ADVERTISING ACADEMY

16,2 pp ⇗

special SOUND FX

Human Mind&Brain

NEURO ujawnia nasze tajemnice….

neuroCASE

People weekly

Time Inc.

EMOCJE PIERWOTNE
EMOCJE WYŻSZE

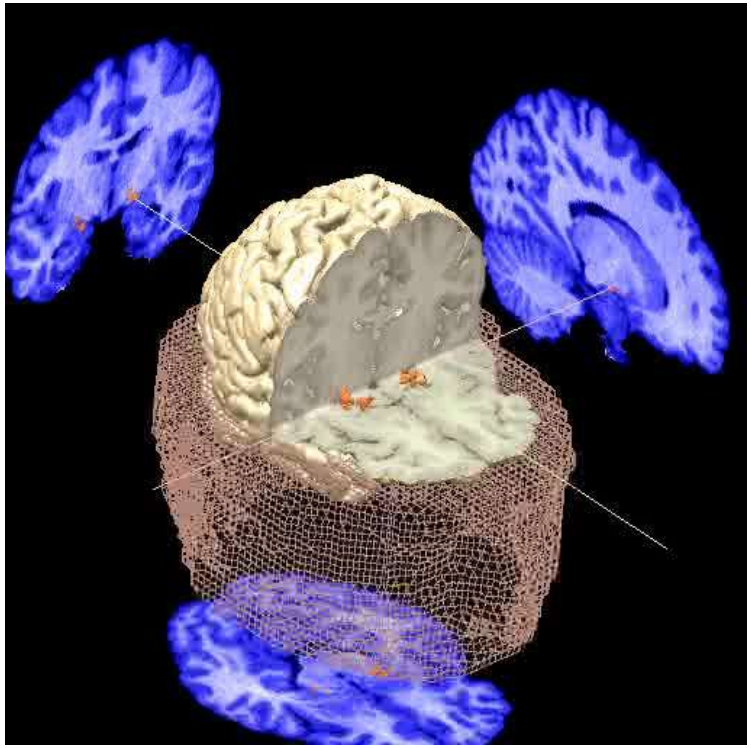
ANTONIO DAMASIO

University of South California

PŁATY CZOŁOWE – emocje wyższe
CIAŁO MIGDAŁOWATE – emocje pierwotne

płaty czołowe

ciało migdałowate



Odkrycie *Damasio*

DWA typy **EMOCJI**

Antonio Damasio - University of South California (1991)

PIERWOTNE emocje	**WYŻSZE** emocje
charakter relacji: **PRZYJEMNOŚĆ**	charakter relacji: **ZWIĄZEK**
KRÓTKOTERMINOWA łączność	**DŁUGOTERMINOWA** łączność

Co myślicie o Lady Gaga?

Która okładka jest najskuteczniejsza?

świadomie

podświadomie

Human Mind&Brain

KONSERWATYWNY MÓZG?

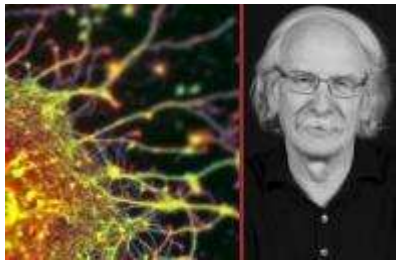
Human Mind&Brain

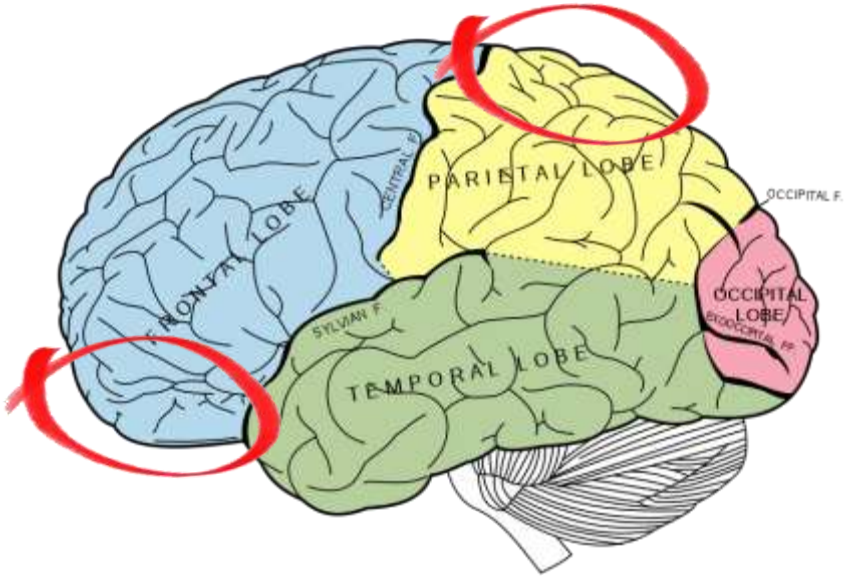
WIĘŹ

CONNECTING PEOPLE

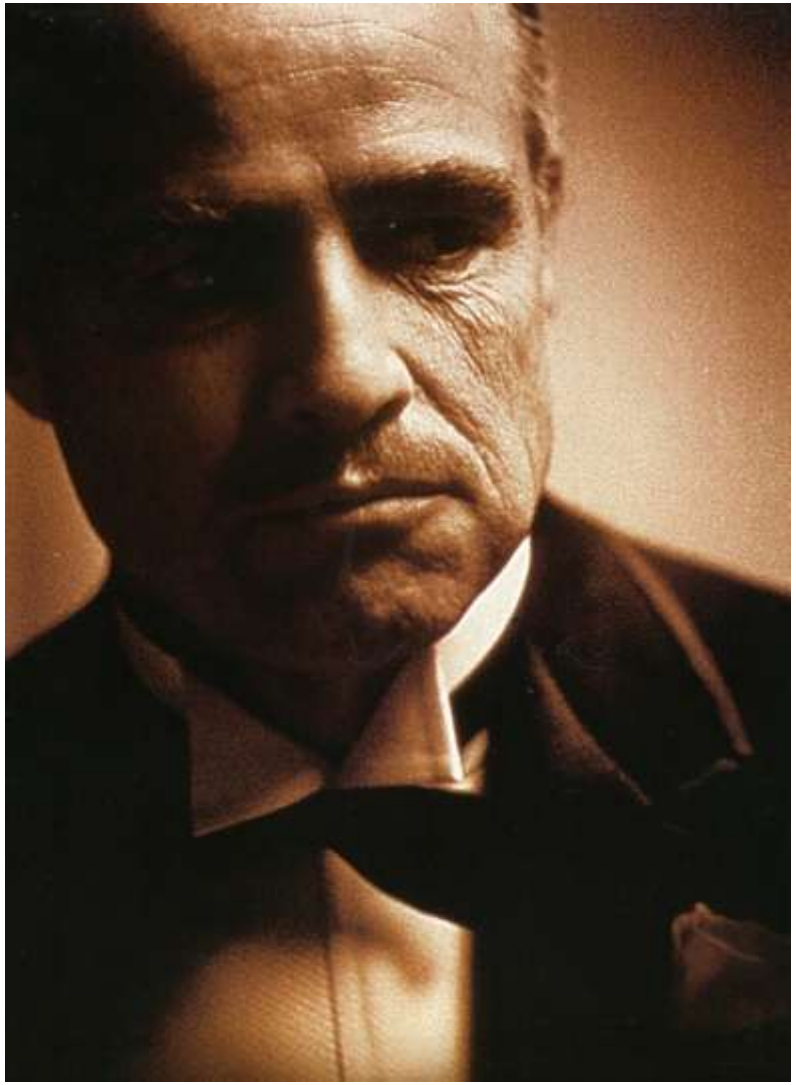
Odkrycie *neuronów lustrzanych*

- Fenomen ***Neuronów Lustrzanych***
  - Giacomo Rizzolatti (1990s)
  - *Dolna kora czołowa* i *górny płat ciemieniowy* są aktywne gdy człowiek wykonuje pewną akcję, oraz gdy widzi kogoś innego, kto wykonuję taką samą czynność
- Funkcje **Neuronów Lustrzanych**
  - Odczuwanie emocji
  - Przeczuwanie intencji
  - INTELIGENCJA EMOCJONALNA
  - Łączenie się z innymi ludźmi
  - Łączenie się z markami
- Odkrycie ***Neuronów Lustrzanych*** jest tym dla *Biznesu* tym, czym odkrycie *DNA* dla *Biologii.*



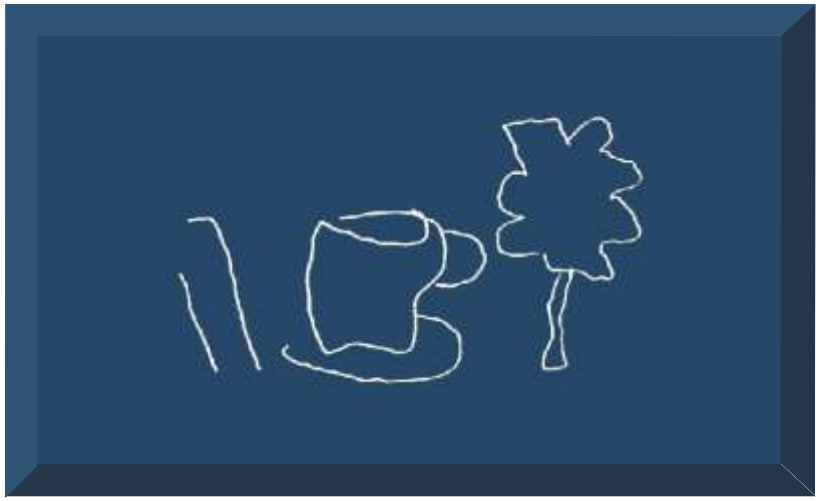


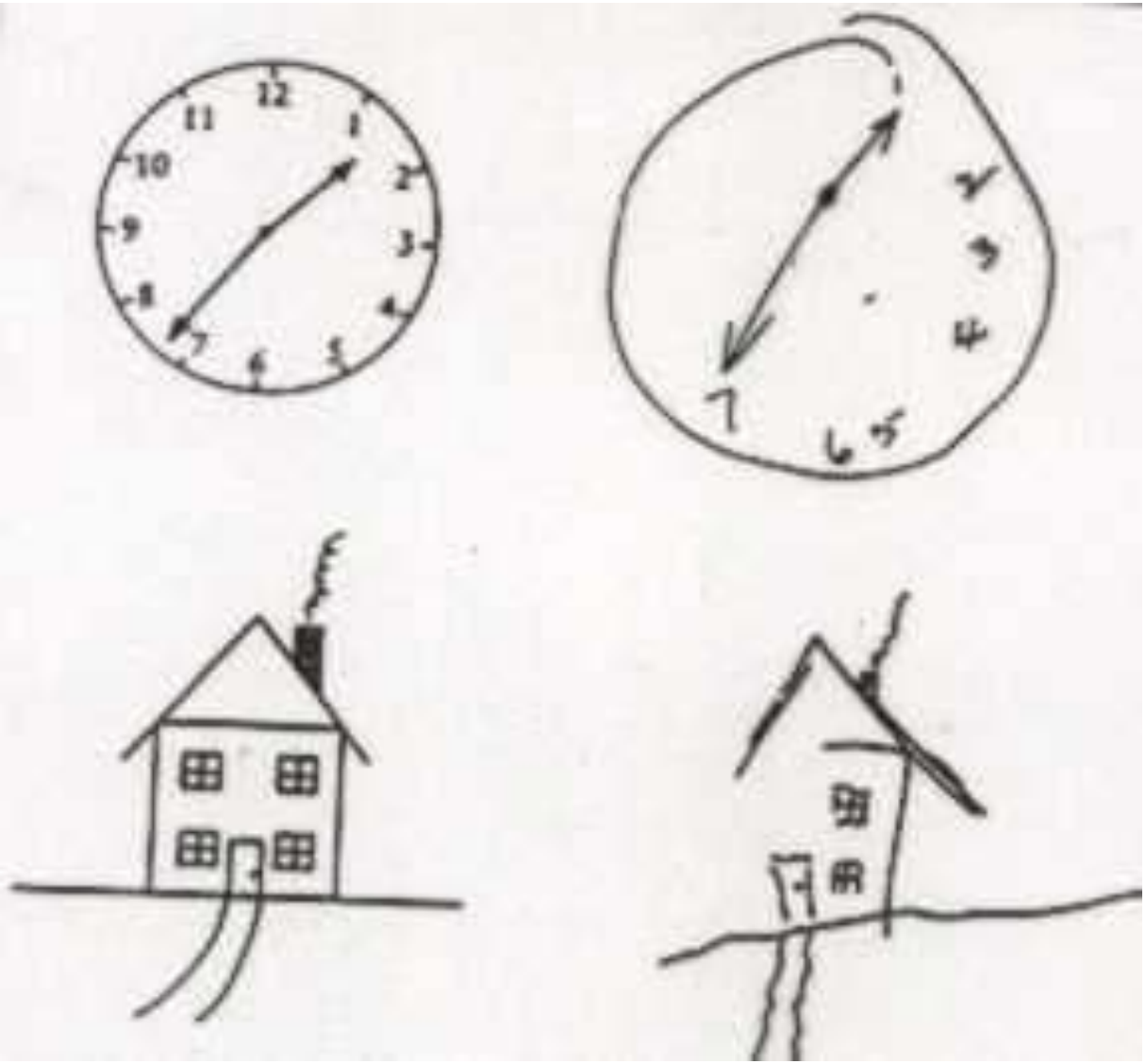
Słuchaj
swojej intuicji!



FENOMEN
JEDNOSTRONNEGO POMIJANIA

Proszę przerysować ten rysunek

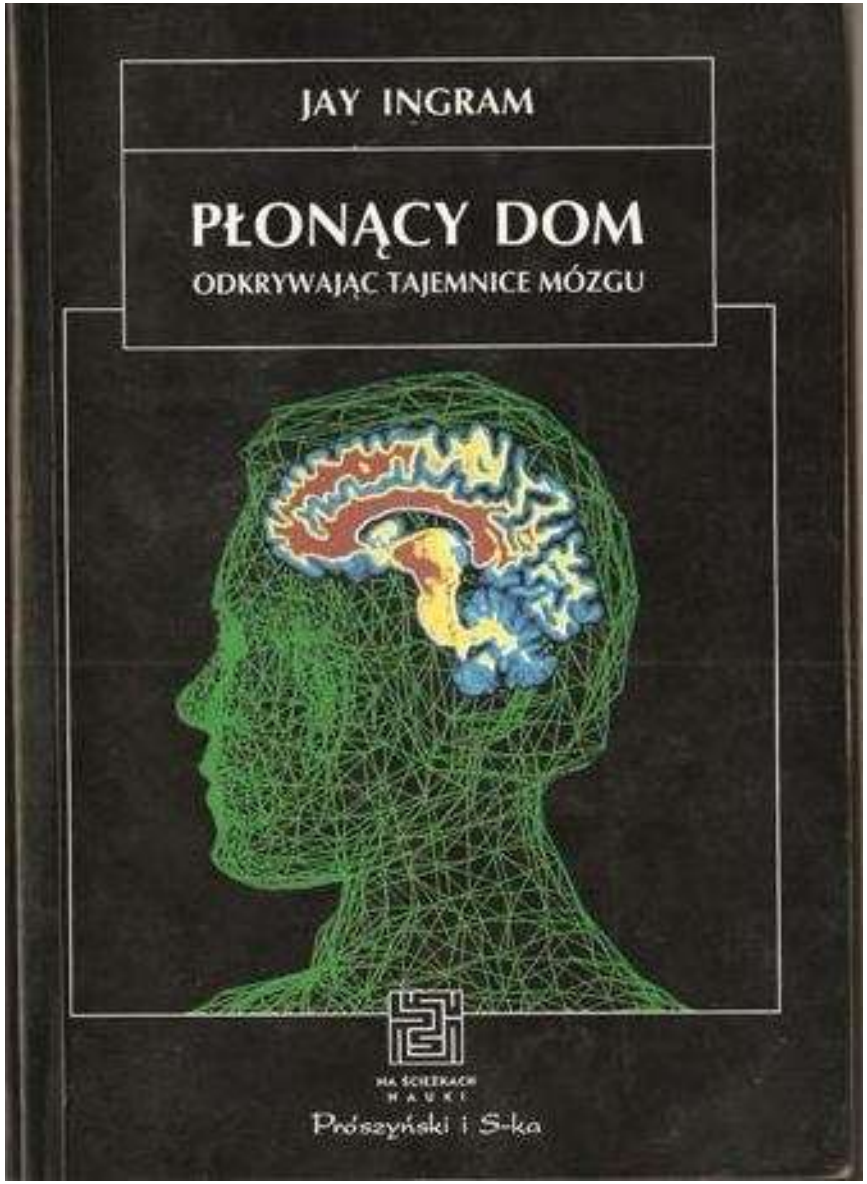




Human Mind&Brain

Human Mind&Brain

więcej w:
„Płonący dom”



Intuicja to nasz Anioł Stróż

- Stale nam podpowiada…
- …tylko nie zawsze ją słyszymy
- gdyż jesteśmy:
  - zbyt pragmatyczni
    - zbyt zmęczeni
    - zbyt zabiegani

Human Mind&Brain

CZĘŚĆ IV

FOREVER YOUNG

JAK ZABEZPIECZYĆ MÓZG?

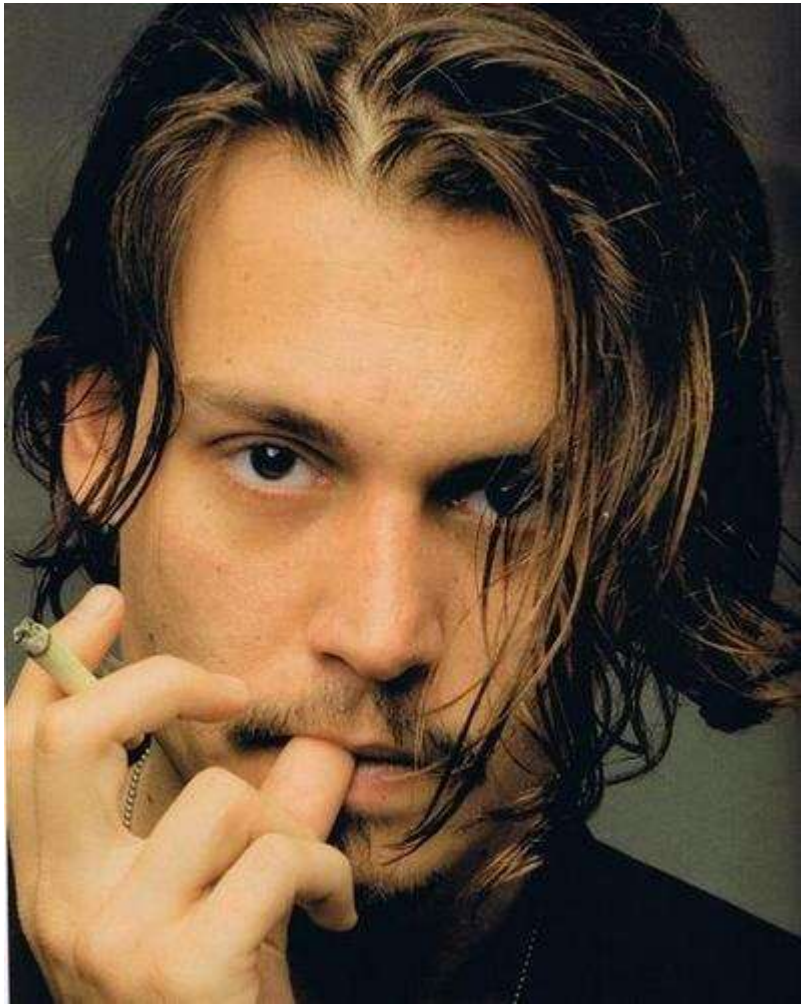
Human Mind&Brain

Kiedy ostatnio zrobiliście coś po raz pierwszy?

Gotowość do zmian…

- Świadczy o inteligencji
- Pokazuje że wciąż jesteśmy młodzi

- Umiejętność dostosowania się do zmian jest możliwa, jeśli mózg jest KREATYWNY i nie zużyty



Zabezpieczysz swój mózg

- karmiąc go

- i gimnastykując

KARM swój mózg!

- filmami
- poezją
- malarstwem
- literaturą
- muzyką

Ale najpierw musisz „naładować akumulator”

INTELEKTUALNIE

„Młody muzyk” – Leonardo da Vinci

GIMNASTYKUJ swój mózg!

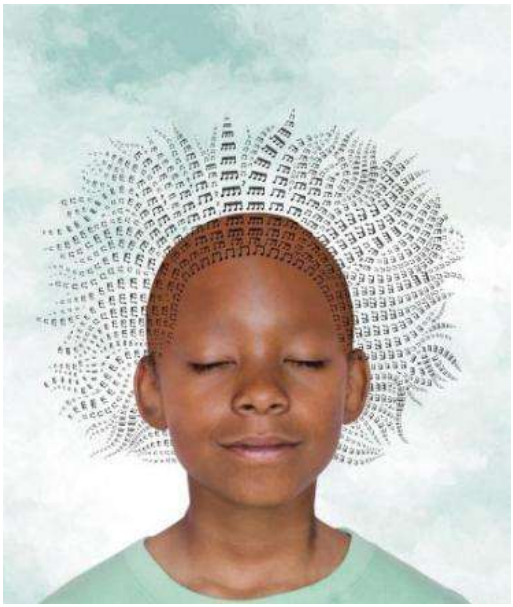
- **Pielęgnuj RÓŻNORODNOŚĆ**
- ćwicz nowe nawyki
- wchodź w nieswoje role
- zmieniaj smaki
- ubieraj się inaczej
- poznawaj nowych ludzi
- słuchaj różnej muzyki
- oglądaj dziwne filmy
- zmieniaj perfumy

SŁOWO KOŃCOWE

Human Mind&Brain

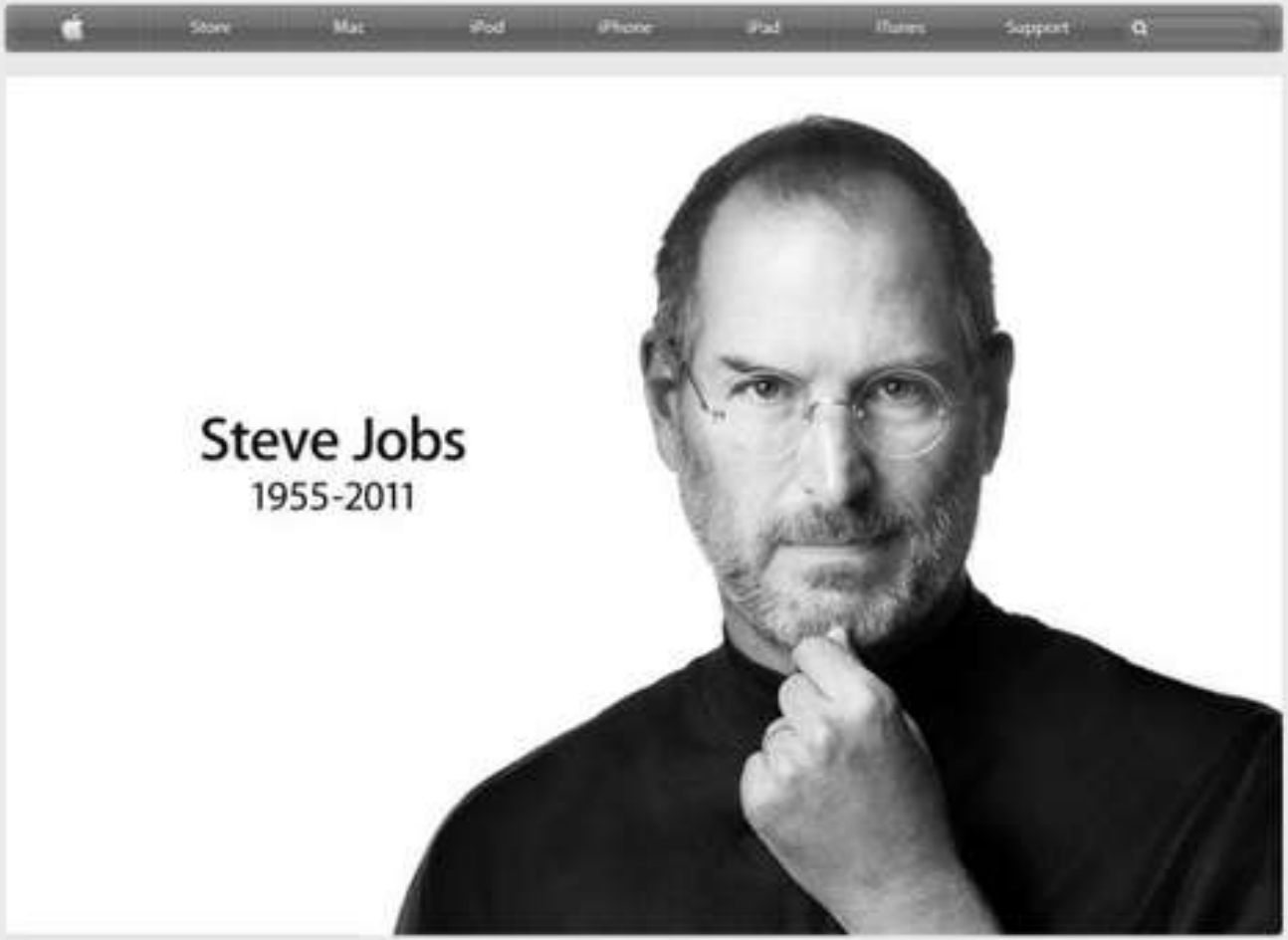
nabierzmy dystansu

do świata i do siebie



nie bój się
„myśleć inaczej”

Human Mind&Brain



Human Mind&Brain

nie bój się myśleć i działać inaczej

szczególnie jeśli inni tego nie robią

Human Mind&Brain

pielęgnuj swoją kreatywność

…ona da ci młodość i witalność

Human Mind&Brain

żyj pełnią życia

…i daj żyć innym

SKY IS THE LIMIT!

Dziękuję

ANEKS

O Autorze - Rafał Ohme

- Rafał Ohme jest profesorem nadzwyczajnym, ekspertem w dziedzinie psychologii perswazji, emocji i podświadomości. W *Kellogg School of Management* uczył się reklamy, w *Stanford University* prowadził badania nad podświadomymi emocjami. Jest wykładowcą na *SWPS* oraz na *Renmin University* w Pekinie.
- Założył *Human Mind and Brain Applied Research Center* - firmę naukową tworzącą innowacyjne metody badań konsumenckich, które bazują na najnowszych odkryciach psychologii i neuronauki. Kooperuje z firmami w USA, Wielkiej Brytanii, Japonii, Rosji i w Chinach.
- Prof. Ohme jest członkiem wiodących asocjacji marketingowych, neuronaukowych i psychologicznych, publikuje w prestiżowych czasopismach naukowych i branżowych.
- Jest autorem książek: *Nowy Umysł Konsumenta* (w przygotowaniu); *Podprogowe informacje mimiczne* (2003), oraz redaktorem *Nieuświadomiony Afekt* (2007) i trylogii *Automatyzmy* (2001, 2002, 2003)
- Jest laureatem Nagrody Premiera RP, Prezydenta RP, Fundacji Nauki Polskiej, Stypendium Fulbrighta.
- Był mówcą podczas licznych konferencji i seminariów w USA, Wielkiej Brytanii, Holandii, Niemiec, Hiszpanii, Portugalii, Finlandii, Belgii, Irlandii, Austrii, Węgier, Czech, Ukrainy, Rosji, Danii, Estonii, Francji, RPA, Chinach i Japonii.

- Prof. Ohme jest w Zarządzie *Neuromarketing Science and Business Association*, organizacji zrzeszającej przedstawicieli świata nauki i biznesu z 34 państw. Więcej na www.neuromarketing-association.com

więcej na: www.**rafal**ohme.com

Międzynarodowe wystąpienia i warsztaty Profesora Ohme

NMSBa

ESOMAR WORLD RESEARCH ESOMAR MEMBER

ADVERTISING RESEARCH FOUNDATION

AMERICAN ACADEMY OF ADVERTISING

EUROPEAN ADVERTISING ACADEMY

JAPAN Marketing Association

UNIVERSITEIT STELLENBOSCH UNIVERSITY

MACQUARIE UNIVERSITY

PMI 泛媒研究院

RENMIN UNIVERSITY OF CHINA

Cytaty na temat pracy i warsztatów Profesora Ohme:

- “Prof. Rafał Ohme to wyjątkowy, światowy autorytet w dziedzinie neuromarketingu. Jego wyborne naukowe zaplecze pozwala mu oferować nowe rozwiązania starych problemów. Jest doradcą wielu międzynarodowych korporacji. Oferuje wnikliwe spojrzenie na to jak firmy mogą wykorzystać swoją markę w dobie gwałtownie zmieniającego się rynku.”
  - [Christo Boshoff, Department of Business Management at Stellenbosch University, CAPETOWN, SOUTH AFRICA]
- “Prof. Ohme stworzył nową metodę testowania podświadomego zachowania konsumentów. Uważamy, że ma ona potencjał do ujawnienia wielu tajemnic związanych z tym jak konsumenci podejmują decyzje i jak wydają swoje pieniądze.”
  - [Seiji Iida Senior Director, Global Research Department NTT DATA SMIS, TOKIO, JAPAN]
- “Jestesmy niezmiernie zadowoleni, że kilka lat temu spotkaliśmy Profesora Ohme. Jego pomysły zainspirowały nas do zaoferowania naszym klientom rozwiązań, o których nigdy wcześniej nie myśleliśmy.”
  - [Peter Klein, President & CEO of McCollum Spielman Worldwide Research, NEW YORK, USA)
- “Współpraca z Profesorem Ohme to dla nas nie tylko prawdziwe wyróżnienie, ale również ogromna przyjemność. Jego wiedza, błyskotliwość i poczucie humoru wywierają wrażenie na nas wszystkich. Bardzo rzadko spotyka sie takiego naukowca!”
  - [Dr. Jingyi Liu, Research Director, Panmedia Institute, Communication University of China, BEIJING, CHINA]
- „Prof. Ohme opracował metody, dzięki którym, dokładne rozpoznanie emocji i preferencji klientów pozwala zrewolucjonizować sam proces kreacji marki i przez to silnie zróżnicować ofertę względem konkurencji - precyzyjnie, szybko i skutecznie.”
  - [Piotr Czarnecki, President of the Raiffeisen Bank Poland, WARSAW, POLAND]
- „Badania prof. Ohme wielokrotnie inspirowały mnie do podejmowania działań i decyzji w mojej pracy zawodowej. Dziś mogę śmiało powiedzieć, że dzięki tej wiedzy i inspiracji osiągamy sukces”.
  - [Józef Biegaj, Co-owner of Impel Capital Group, WROCLAW, POLAND]