



INTERNE VOORBEREIDING

Wat is je modaliteit?
Wat is je onderzoeksvraag?

- Is EEG geschikt voor je modaliteit? Hoe intenser je modaliteit, hoe meer kans op significante signalen.
- Formuleer helder wat je wil leren en denk na hoe EEG deze vraag kan beantwoorden.

UITVOERENDE PARTNER

Heeft het bedrijf ervaring?
Heeft het bedrijf de juiste profielen
in-house?

- Heeft het bedrijf projecten in hun portfolio waar EEG op een zinvolle manier werd ingezet?
- Wie zal de data verzamelen en analyseren? Hebben zij de juiste skills in huis om dit op een kwalitatieve manier te doen?

HARDWARE SOFTWARE ANALYSES

Welke hardware wordt er gebruikt?
Welke software wordt er gebruikt?
Hoe wordt de data geanalyseerd?
Is de analysemethode gevalideerd?

- Gebruiken ze mobiele meettoestellen of high-end EEG? Hoeveel en welke kanalen verzamelen ze?
- Welke software wordt er gebruikt voor dataverzameling?
- Worden de relevante parameters onderzocht? Kunnen deze parameters betekenisvol worden onderzocht gezien de hardware?
- Bij het gebruik van specifieke methodes, kan je bevragen of deze wetenschappelijk onderbouwd of gevalideerd zijn.

DATA- VERZAMELING

Wie zijn de deelnemers?
Hoeveel personen zullen
deelnemen?
Waar vinden de afnames plaats?

- Is het een relevante doelgroep voor de onderzoeksvraag?
- De groepsgrootte is afhankelijk van je doel, opzet en analyseplan. Als basis reken je 60 personen per groep, wat meer is dan bij andere methoden.
- Zijn de afnames op locatie of in de thuiscontext? Zijn er storende factoren aanwezig (bv. afleiders of elektrische toestellen)?

INTERPRETATIE RAPPORTERING

Is er complementaire
zelfrapportage?
Welke conclusies/adviezen worden
er afgeleverd?

- Interpretatie van de neuromarketing data is vaak niet eenduidig omwille van individuele verschillen, toestellen, etc.. Zelfrapportage kan helpen om effecten te verklaren.
- EEG signalen zijn erg complex en kunnen verschillende betekenissen hebben. Ook opgelet voor sterke conclusies bij ambigue data of kleine sample sizes.