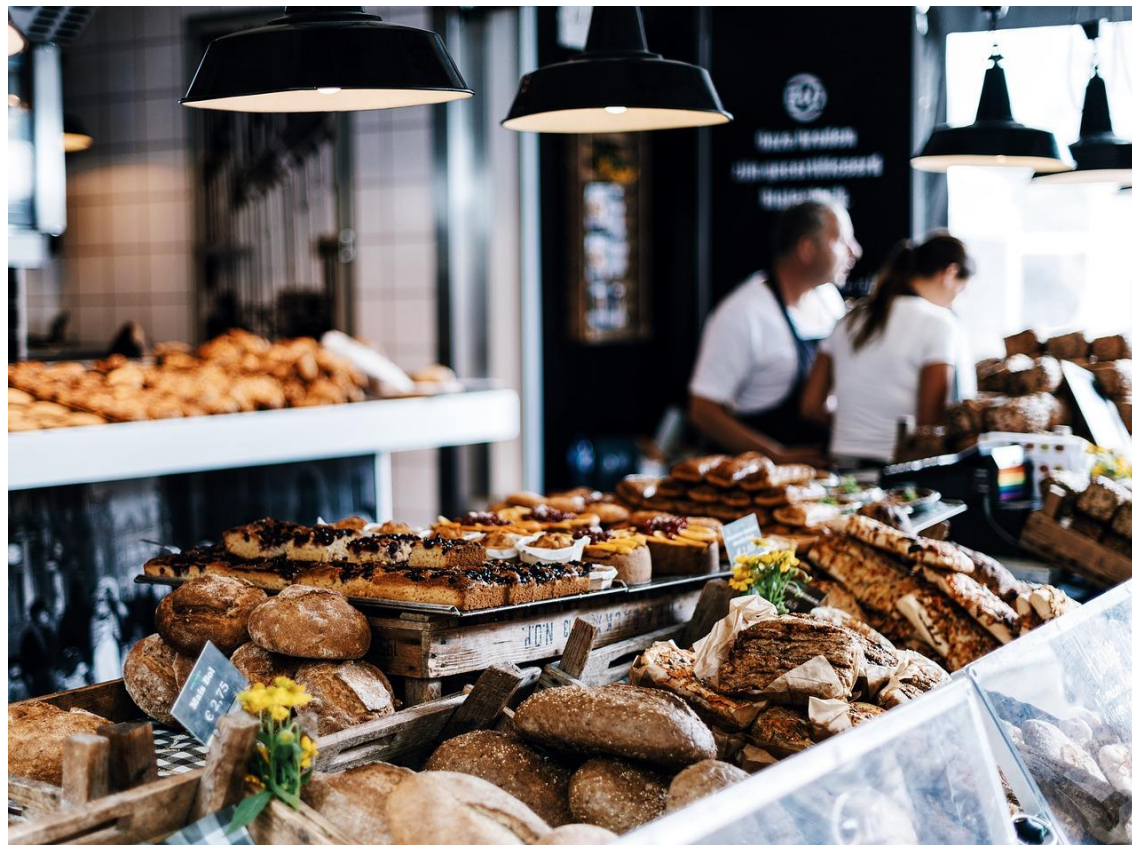


Gusztustalan csomagok

FÖLDI MIKLÓS DÁNIEL - REKLÁMPSZICHOLÓGUS





A kíváncsiság pszichológiája

Mi változott?

Vissza a 80 évekbe..

Nagyáruházi jelenet:

- Láncfűrész, joghurt, milka csoki, babapopsi törlő kendő – egykosárban a pénztárnál?

Napjainkban:

- Vegyes és széles árukínálat

**Megváltozott az áruval való találkozás
módja**



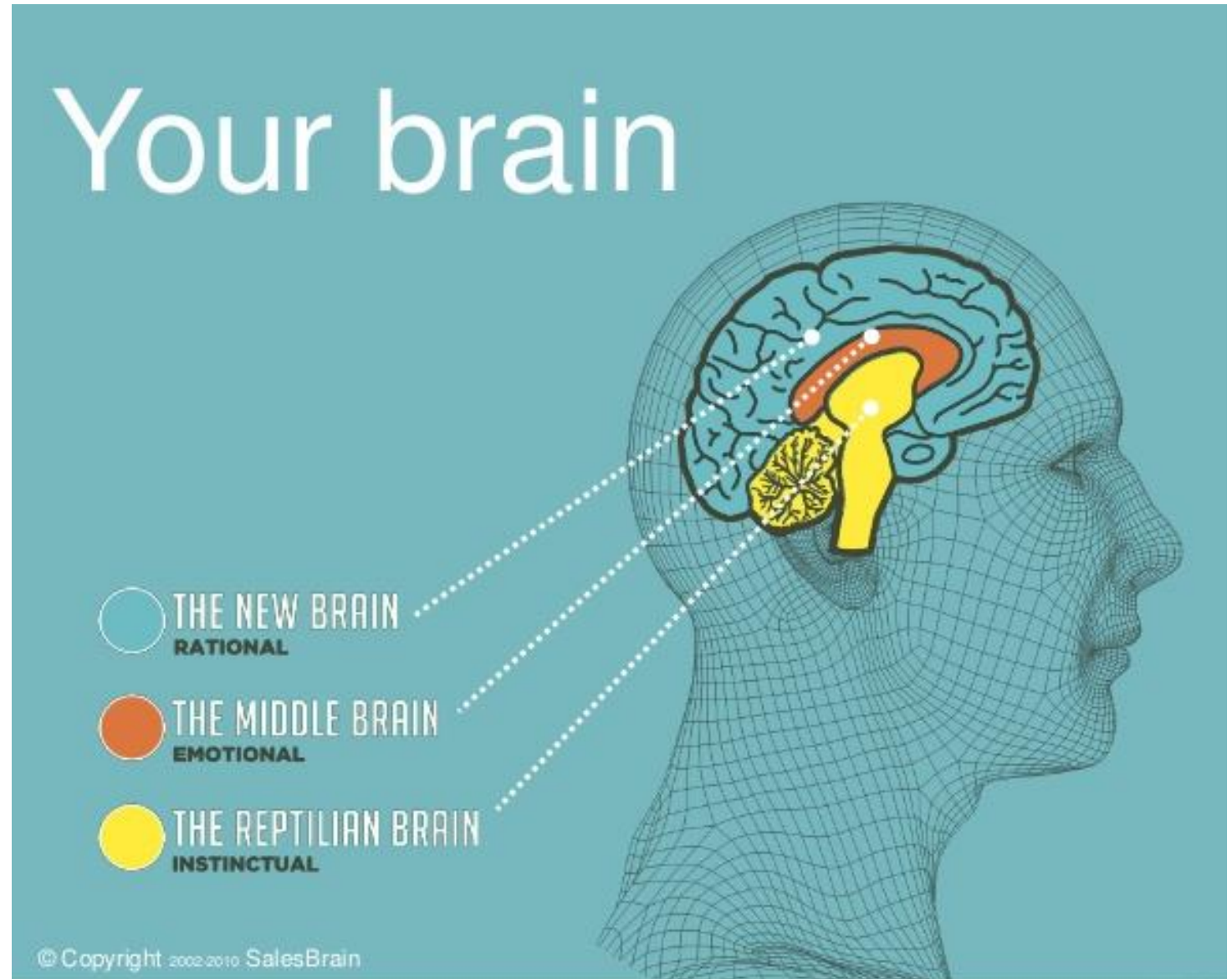
Dilemma lett a választás

A több mindig jobb?

- Nem a legjobb hanem a szebb győz.
- „Metro hatás a boltokban” – tömött metrón örülünk a levegőnek, keressük a helyet, és félünk az izzadságtól.

Döntépszichológiai kutatások alapján:

- Érzelmi döntéseket hozunk, tudatalatti döntéseket hozunk.



Egy friss neuromarketing kutatás

- Nem mindegy, hogy milyen árukat teszel egymás mellé.
- Egy kevésbé vonzó termék könnyen ronthatja egy vonzó termék megítélését, ha túl közel kerülnek a polcon egymáshoz.
- **A tudatalatt undort kiváltó termékek ronthatják a fogyasztó más termékről kialakított véleményét.**

1. Tudatalatti undor
2. Tudatalatti szennyeződés

Árukapcsolás az agyban

- Agyunk az együttesen észlelt termékeket (ingereket) automatikusan összekapcsolja, és osztályozza.
- Csak másodlagos reakció, a nem összeillő termékek leválasztása.
- Különböző termékek – egymás mellé kerülése jelentősen befolyásolhatja saját megítélésüket.
- Pl. disznózsír, női higiéniai termékek, cigaretta, macskaalom vagy akár a majonéz (zsíralapú termék) tudatalatti undort válthat ki.

Tudatalatti undor?

- Duke egyetem, és Arizónia Állami egyetem közös kutatása a vásárlói kosárban lévő áruk egymásra hatásáról.
- különböző élelmiszereket helyeztek el az ilyen undort kiváltó termékek mellé, majd megmutatták őket a résztvevőknek.
- a résztvevők az undort kiváltó termékek közelében lévő termékeket kevésbé találták vonzónak.

2 érdekesség!

2,5 cm-es undor

Tudatalatt csak kis erőt tulajdonítunk a bacilusoknak, mert a hatás 2,5 cm -ig működött, azaz ha 2,5 cm-nél távolabb került valami az undort kiváltó termékektől, akkor már nem volt rá hatással.

Az undor tartós

Amely termékek tudatalatt "szennyeződtek", azok tartása tartósnak bizonyult. Még egy óra elteltével is kevésbé akarták megkóstolni azt a sütit, amit az intim betétek mellett láttak.

A zsírhatás – a zsír fertőző?

- átlátszó csomagolású puffasztott rizsszeletek zsírtartalmát magasabbnak vélték a vásárlók, amikor az egy doboz disznózsír mellett volt a polcon.

De

- csak abban az esetben "*fertőzött a zsír*" ha a puffasztott rizs átlátszó csomagolásban volt.
- Úgy tűnik tehát, hogy nagyobb veszélynek vannak kitéve az átlátszó csomagolású termékek a "tudatalatti" szennyeződésnek.

Az áttetsző csomagolás könnyebben "szennyeződik tudatalatt"

- Az átlátszó csomagolású termékeket az agy könnyebben képes beszennyezni, azaz erősebben ki vannak téve a körülöttük lévő termékek tulajdonságainak.
- Ezért itt különösen fontos figyelni az ilyen csomagolású termékek **értékesítésénél**.

Számít a világítás és a környezet is

- Azokban a boltokban ahol gyenge vagy homályos a világítás az átlátszó csomagolású termékek még könnyebben "piszkolódnak".

A homályos koszosabb is.

- A kifogásolhatóan karbantartott boltokban pedig érdemes úgy megválasztani a termékkínálatot, hogy a lehető legkevesebb átlátszó csomagolású terméket válasszunk.

Használjuk az agyunkat 😊

- Különben kitesszük magunkat és eladási mutatóinkat egy tudatalatt erősen működő folyamatnak, ami rontani a bevételünket.
- Ha pedig átlátszó termékeket is kell tartunk ilyen helyeken, legalább gondoskodjunk róla, hogy tiszta környezetben jól megvilágított polcra tettük.

6pont

1. Tudatalatti undort kerüljük el.
2. Tudatalatti szennyeződés.
3. Homályban koszosabb az átlátszó.
4. 2,5 cm.
5. Az undor tartós.
6. Zsírhatás példája.

Ne felejtsd, hogy kihez beszélsz

ÚGY TŰNIK, HOGY HOZZÁJUK?



DE IGAZÁBÓL HOZZÁJUK
BESZÉLSZ!





KÖSZÖNÖM A FIGYELMET

Földi Miklós Dániel