

Úttalan? utak a vevők fejébe

Purebl György

Semmelweis Egyetem

Magatartástudományi Intézet

A döntéshozatalt meghatározó tényezők

- Rendelkezésre álló idő
- A becsült költség/kockázat/nyereség
- Információs támogatás
- Mellékutak

Súlyozottság:

- első tapasztalatok
- fontos helyzetben szerzett tapasztalatok
- Jobban meghatározzák a bizalmat

A jó bornak nem kell cégér? És a rossznak pedig kell?

- Hagyományok, amelyek korszerűtlen készítményeket is piacon tartanak, minden különösebb marketing-erőfeszítés nélkül

Hogyan lehetséges, hogy az emberek
nem döntenek racionálisan?

Intuitív és átgondolt döntéshozatal

Mindkettőnek fontos szerepe van, ha megfelelő helyzetben alkalmazzuk őket!

- **Heurisztikák:** Intuitív döntési panelek, korábbi tapasztalatok alapján. Nem kell egy helyzetet újra és újra végiggondolnunk, ha már százszor megoldottuk. Rutinhelyzetekben ezek a panelek aktiválódnak, nem kell közben gondolkoznunk a megoldáson
- **Átgondolt döntés:** A helyzet logikus, tudatos, lépésről-lépésre történő végiggondolása

Intuitív döntéshozatal

- Hosszú évek tapasztalatai alapján létrejövő heurisztikák
- Gyors és jó döntések átgondolás nélkül
- A már megszokott eszköztár használatával

Átgondolt döntéshozatal

- Új eszköztár használatakor
- A döntéseket előre átgondoljuk
- Korábbi tapasztalataink módosításával

Life learning: Hány esetben szerzett tapasztalatunk alapján vonhatunk le következtetést?

- 0-5
- 5-10
- 10-20
- 20-30
- 30-50
- 50 felett

Miért van az, hogy a hátrányokat inkább látjuk, mint az előnyöket? Érzelmek, korábbi tapasztalatok és memória

Miközben a pozitív tapasztalatokat természetesnek tekintjük, a negatívak hosszú lenyomatokat hagynak a memóriánkban

Az elvárások, szubjektív visszajelzések sokszor jobban befolyásolják a döntéseket mint az objektív tapasztalatok.

De mi a helyzet a szolgáltatásokkal?
Ott bizonyára körültekintőbben járnak
el az emberek...

- Miért hisznek el az emberek teljesen irracionális dolgokat?
- Miért nem ellenőrzik kétséges esetben az információ validitását?

- Sokan nem érzik szükségesnek a szakértővel való konzultációt, mert hisznek a weboldalnak, bár nem ellenőrzik annak validitását...
- Sokan teljesen irracionális döntéseket hoznak internetes oldalak alapján

MIÉRT?????

Szelektív információkezelés (kognitív diszonzancia), az emberi gondolkodás alaptulajdonsága

Az ember a hiedelmeivel és vágyaival egyező információkat veszi fel elsősorban a környezetéből

A többit szűri (nem tudatosan)

Mindez mindnyájunkra, az emberi gondolkodásra általánosan jellemző tulajdonság

Közvetlen szolgáltatáson túli igények

- **Megnyugtató**
„minden rendben lesz”
- **A probléma érthetővé tétele**
„Miért pont velem történik ez?”

Szakértő vs szakártó?

Ki válaszol látványosabban a kliensek természetes pszichológiai igényeire?

Avagy

„Ki mondja azt, amit a kliens hallani akar”

Összefoglalás

- A márkákkal kapcsolatos beállítódás nagyon hamar polarizálódik, de módosítható
- A módosításhoz gondolkodási folyamatot kell elindítani
- Ehhez általában interaktív eszközök szükségesek