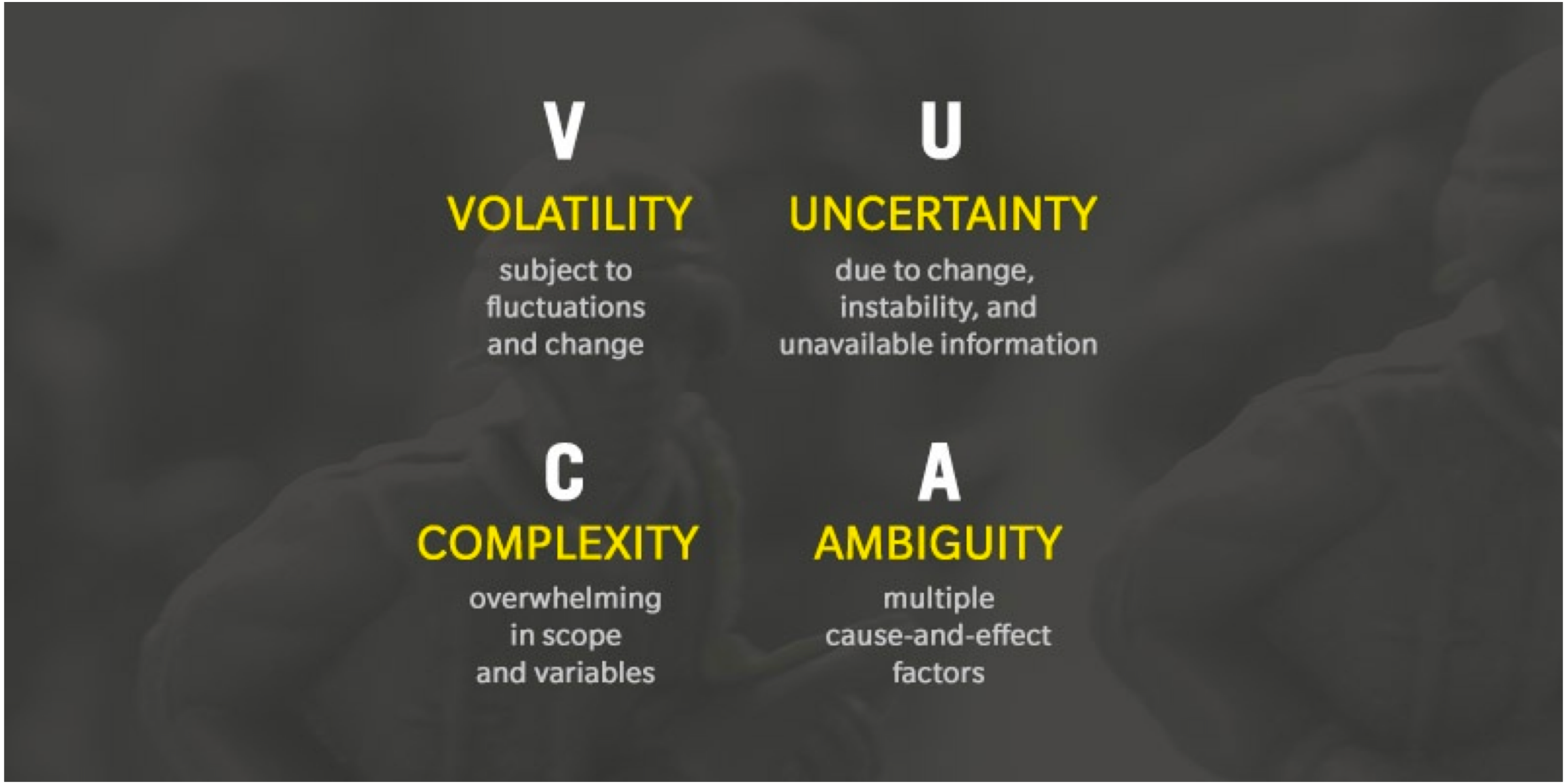
A sales-marketing körforgása elindul: ajánlókkal kezdődik evangélizassal záródik, és ajánlással kezdődik.

A WOM Marketing felerősödése.

„Az internet sérülékeny és könnyen befolyásolható a gazdagok és hatalmasok által” Mackie, G. "Astroturfing Infotopia” 2009

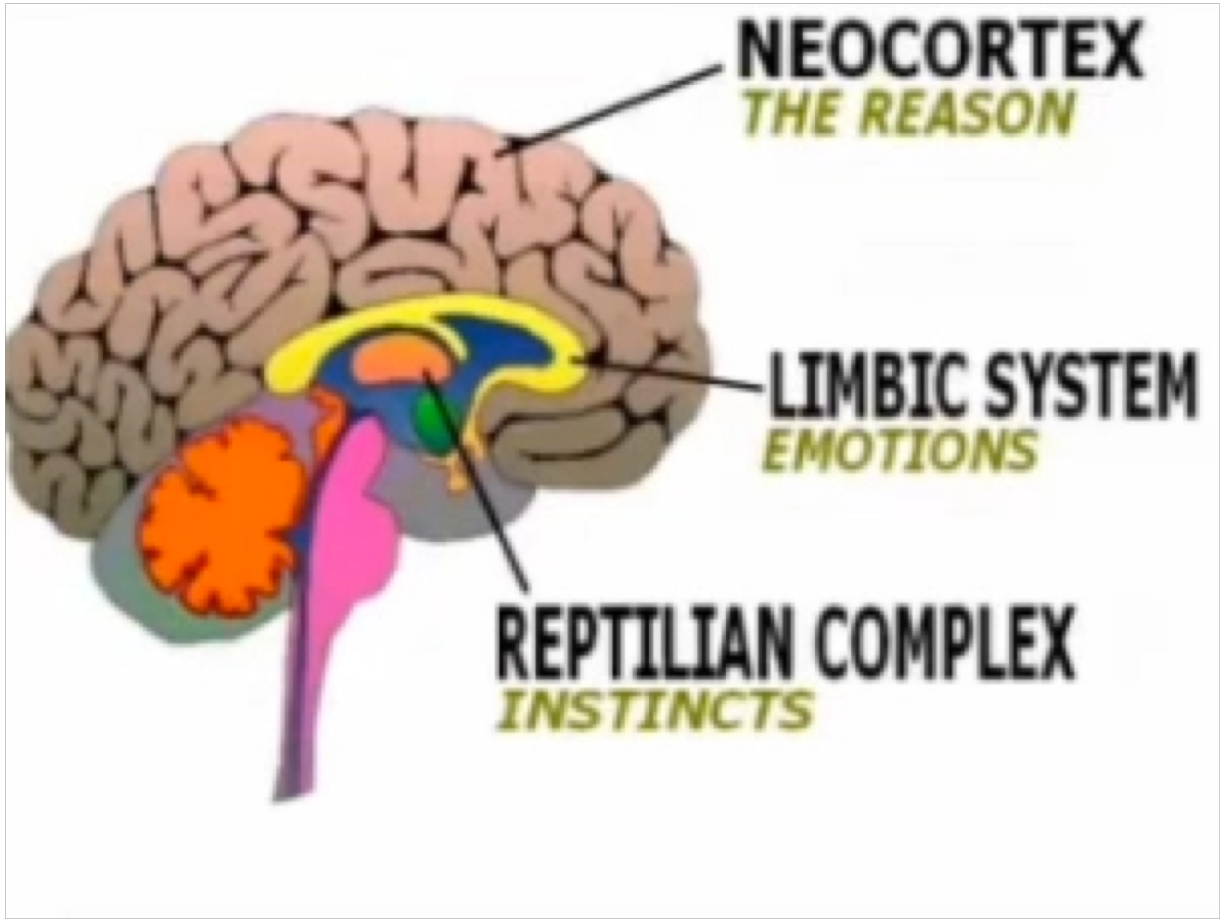

V
VOLATILITY
subject to fluctuations and change
U
UNCERTAINTY
due to change, instability, and unavailable information
C
COMPLEXITY
overwhelming in scope and variables
A
AMBIGUITY
multiple cause-and-effect factors

Mi a meggyőző? Mit mond erről Cialdini professzor?

Neuromarketing: Hogyan győzzük meg a hüllőagyat?

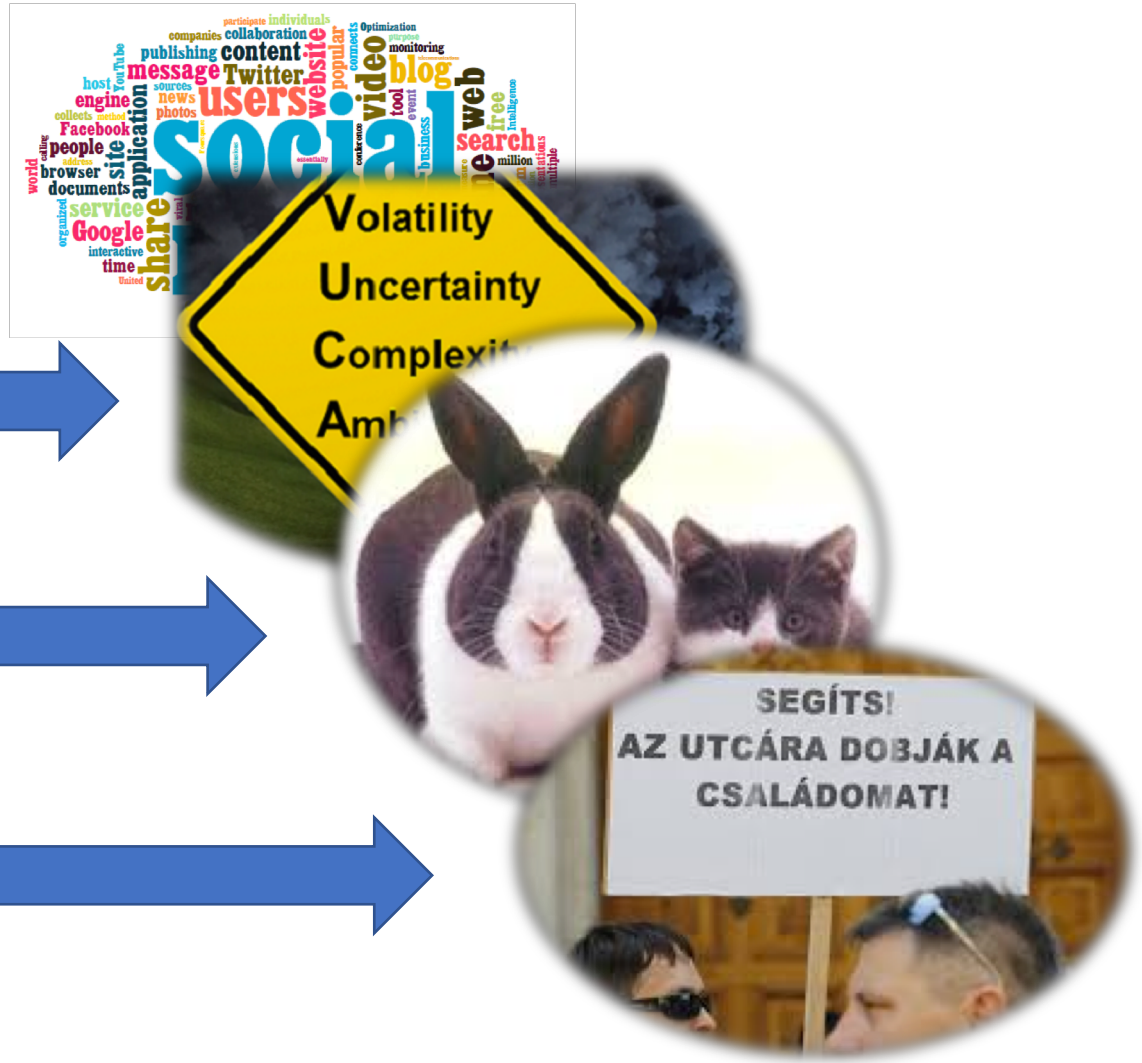
6 egyszerű szabály:

1. Légy Önző!
2. Képezz kontrasztot!
3. Beszélj konkrét dolgokról!
4. A ismételd meg a lényeget: eleje = vége
5. Használj képeket!
6. Légy érzelmes!



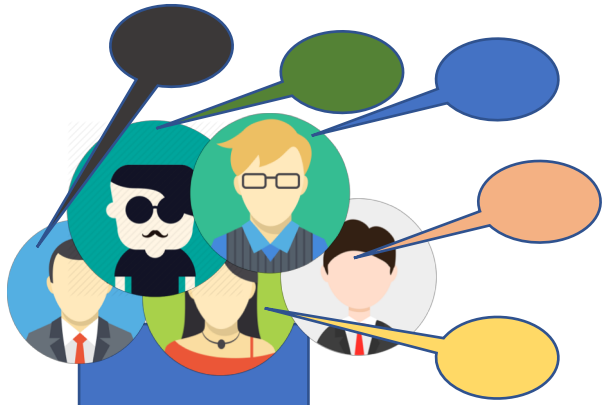
Az online paradigma: az érvek hatását négy tényező befolyásolja

1. A sokféleség
   (Harkins et al. 1981b, 1987),
2. A bizonytalanság
   (Wooten et al. 1998),
3. Hasonlóság
   (Cialdini 2001a),
4. A motiváció
   (Cacioppo et al. 1986; Metzger 2007).



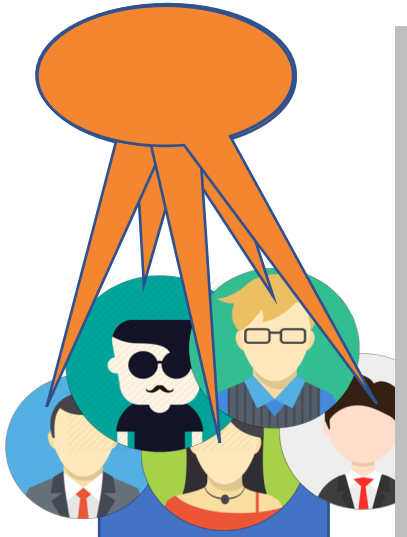
Sokféleség

Meggyőző erő



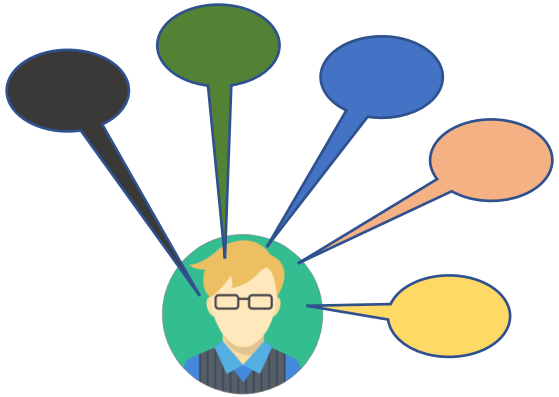
Sokféle érv, sokféle forrásból

Nagy kognitív erőfeszítés
+ Hosszú idő
+ Nyitottság új információkra
+ Forráskritika =
Tartós meggyőződés



egyféle érv, sokféle forrásból

Csekély kognitív erőfeszítés
+ Rövid idő
+ Zártság új információkra
+ Forráskritika =
Viszonylag tartós meggyőződés

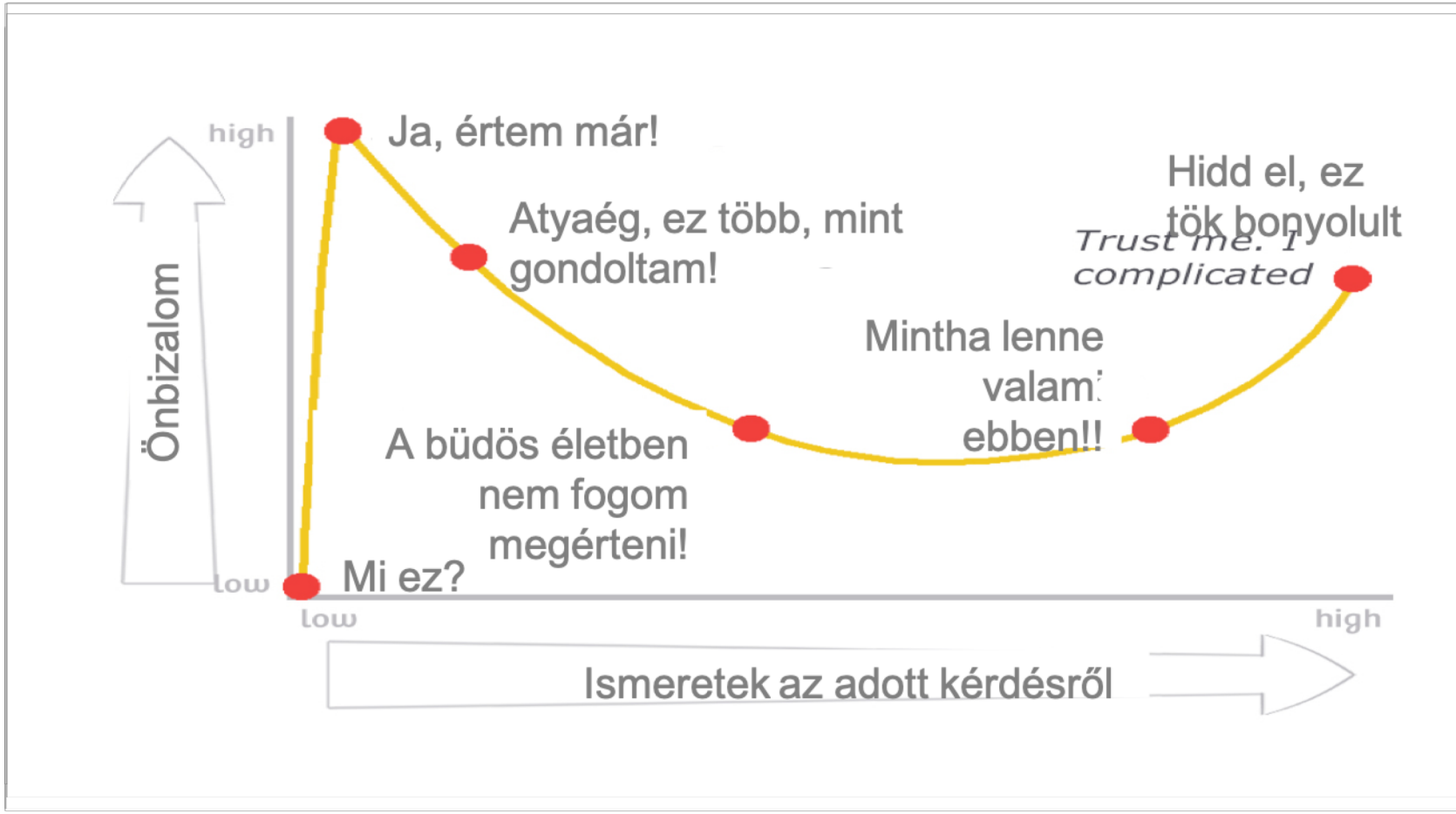


Sokféle érv, egyetlen forrásból

Nagy kognitív erőfeszítés
+ Rövid idő
+ Zártság új információkra
+ Forráskritika =
Gyengébb meggyőződés

Bizonytalanság: Dunning – Kruger hatás

- Nyilvánvaló: minél bizonytalanabb valaki egy adott kérdésben, annál inkább hagyatkozik mások véleményére.
- Ugyanakkor a bizonytalansághoz már szükséges bizonyos tudás, hiszen a leginkább magabiztosak azok, akik semmit nem tudnak.



Hasonlóság percepciója

- Minél hasonlóbbnak látjuk magunkhoz az információ forrását, annál könnyebben elhisszük neki az érveit.
- A hasonlóság önmagában sokkal meggyőzőbb lehet, mint maga az érv!
- Nem elég a társadalmi státusz hasonlósága: jó, ha a nemek is egyeznek!
- A „házi” blogok meggyőzőbbek, mint a hivatalosak.

Férfi,
1948-ban született,
Nős,
2 vagy több gyereke van,
Sikeres és gazdag,
Szereti a kutyákat és a hegyeket

SPIKE

Tevékenység hasonlósága

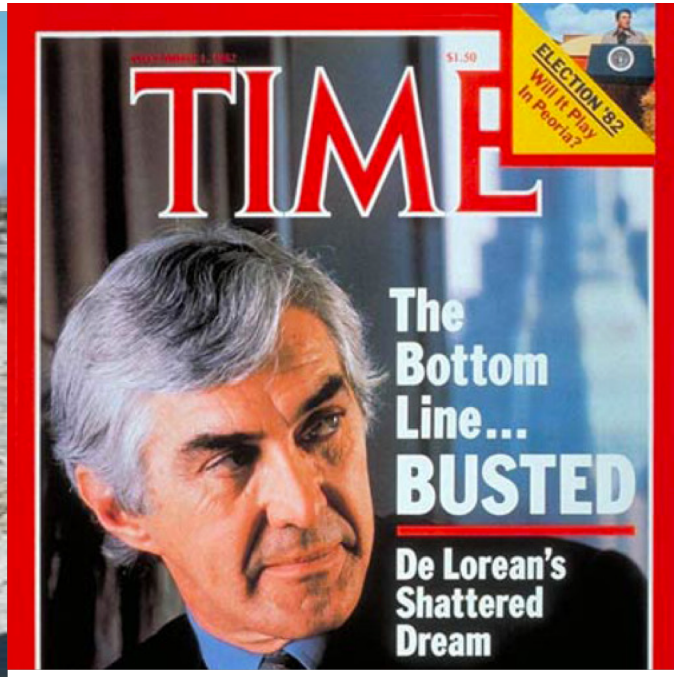
- Egy viselkedésformát egy adott helyzetben olyan mértékben tartunk kívánatosnak, amilyen mértékben másoknál tapasztaljuk.
- Minthogy az emberek 95 %-a imitátor és mindössze 5%-a motivátor, ezért a legkönnyebb meggyőzni őket más emberek cselekedeteivel.
- Akkor a legnagyobb a hatás, ha hasonlónak észlelt emberek, hasonlóan is viselkednek, mint mi.

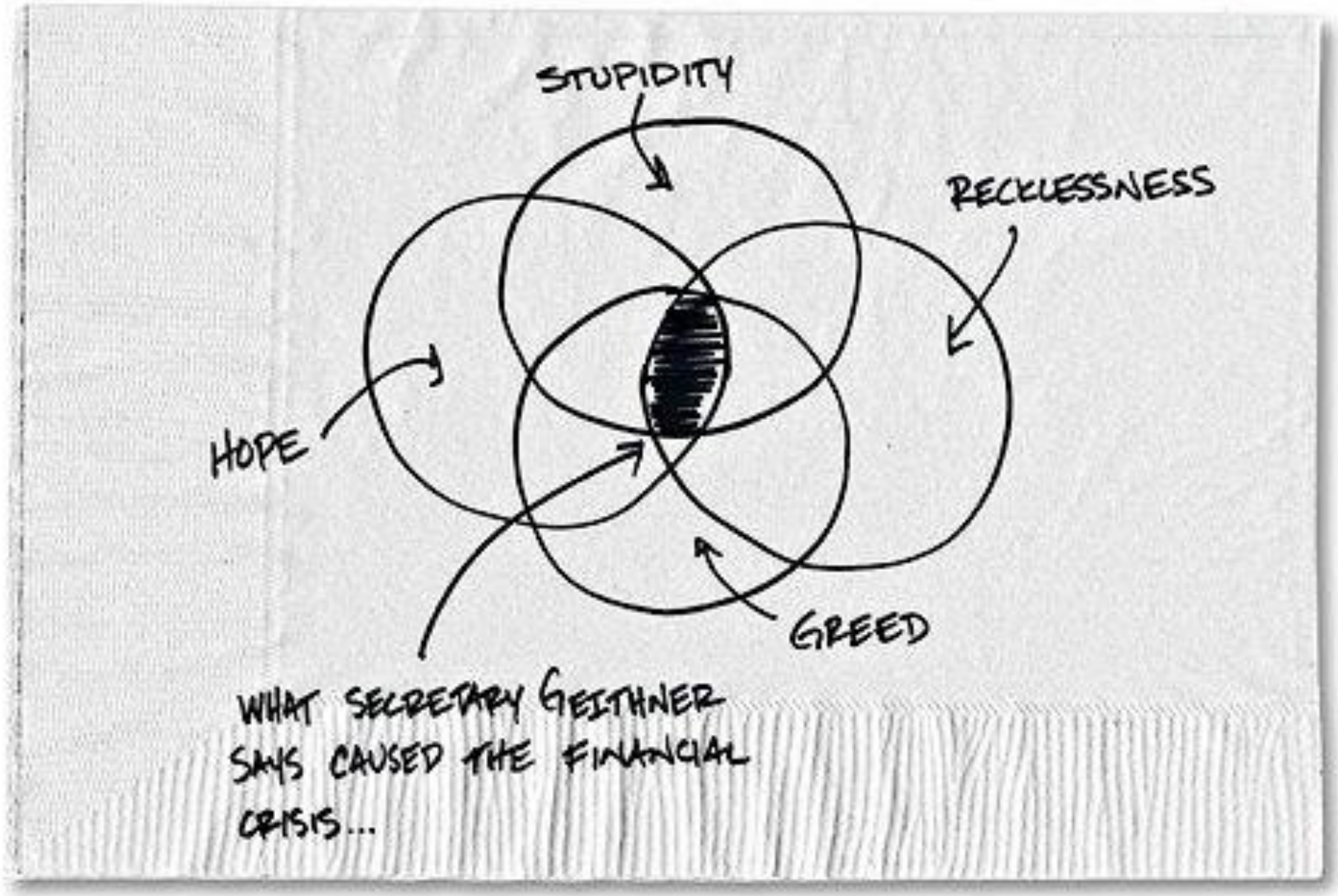
Beleélés - motiváció

- Azok, akik kevéssé involváltak egy kérdésben, hajlamosabbak az érzelmeikre hagyatkozni .
- Az üzenet minél jobban beletalál vágyainkba és kielégíti kapzsiságunkat, annál könnyebben fogadjuk el a vele kapcsolatos érveket.
- Az egyszerű, logikus magyarázatok oszthatók a legkönnyebben.

De Lorean

- Szép és gazdag emberek könnyen meggyőzik az embereket olyan dolgokról, amelyeket szeretnének elérni. Belelátják vágyaikat és reményeiket, evangélistákká lesznek...
- ...és végül csalódnak.





Timothy F. Geithner, the Treasury secretar,

Hogyan képezzünk Evangelistát?

- A kidöntött láb módszere: (Cialdini)

1. győzzük meg az adott viselkedésről valamilyen vonzó ígérettel
2. Miután hajlandó a kívánt módon viselkedni vonjuk vissza az ígéretet
3. Biztosak lehetünk abban, hogy saját maga talált remek érveket, amiért az adott viselkedést érdemes tanúsítani

„Nem az indokok szülik a döntést, hanem a döntés az indokokat”

Astroturfing

Online, a different sort of army is also deployed. The "50 Cent Army" is a group of state-backed internet commenters whose numbers have reportedly ranged from 500,000 to two million. The root of the nickname – the idea that the

- Astroturfing: megtévesztő információk terjesztése csalók által, akik autonóm személyekként tüntetik fel magukat az interneten azzal aszándékkal, hogy valamilyen meghatározott célt (pl. választási kampányt, vagy egy vállalat termékeivel kapcsolatos kampányt) támogassanak.
- A hatékony astroturfing kampány jelentős emberi erőforrásokat igényel, informatikai támogatást és stratégiai támogatást a kampány menedzserek által.
- A kampány célja lehet, vagy motivációja lehet politikai, kereskedelmi, vagy katonai.
- Lehet egyirányú, vagy interaktív, és lehet emberi irányítású, vagy robot alapon működő.

Az evangélista képzés egyre népszerűbb

- A viselkedés / vélemény változtatás sok pénzt ér
- Az online értékesítés növekedésével gyarapodott azoknak a száma, akik astroturfinget használnak blogokban, online fórumokban, kommentekben (Mustafaraj et al. 2010; Ratkiewicz et al. 2011a; Ratkiewicz et al. 2011b).
- Tények mutatják, hogy nagy szervezetek is alkalmazzák az astroturfing technikát public relations cégeken keresztül és arra használják, hogy hiteltelenítsék kritikusaikat (Greenwald et al. 2005; Norman 2004).
- Más szervezetek fizetett kommentelőkkel próbálják kedvezővé változtatni image-üket. (MacKinnon 2011).

BREXIT 7 AUGUST 2018

Brexit astroturfing: did fake grassroots groups help swing the EU referendum?

Campaigns like "Vapers For Britain" might have been inside the letter of the law, but did they breach its spirit?

BY MATT BROOMFIELD Follow @hashtagbroom

EAST ASIA

Who Are the Chinese Trolls of the '50 Cent Army'?

October 07, 2016 2:50 AM

Joyce Lau

Share

See comments

Print

Support The Guardian
Available for everyone, funded by readers
Contribute → Subscribe →

Opinion
Tea Party movement

The Tea Party movement: deluded and inspired by billionaires

George Monbiot

By funding numerous rightwing organisations, the mega-rich Koch brothers have duped millions into supporting big business

@GeorgeMonbiot

Mon 25 Oct 2010
20.15 BST

most viewed

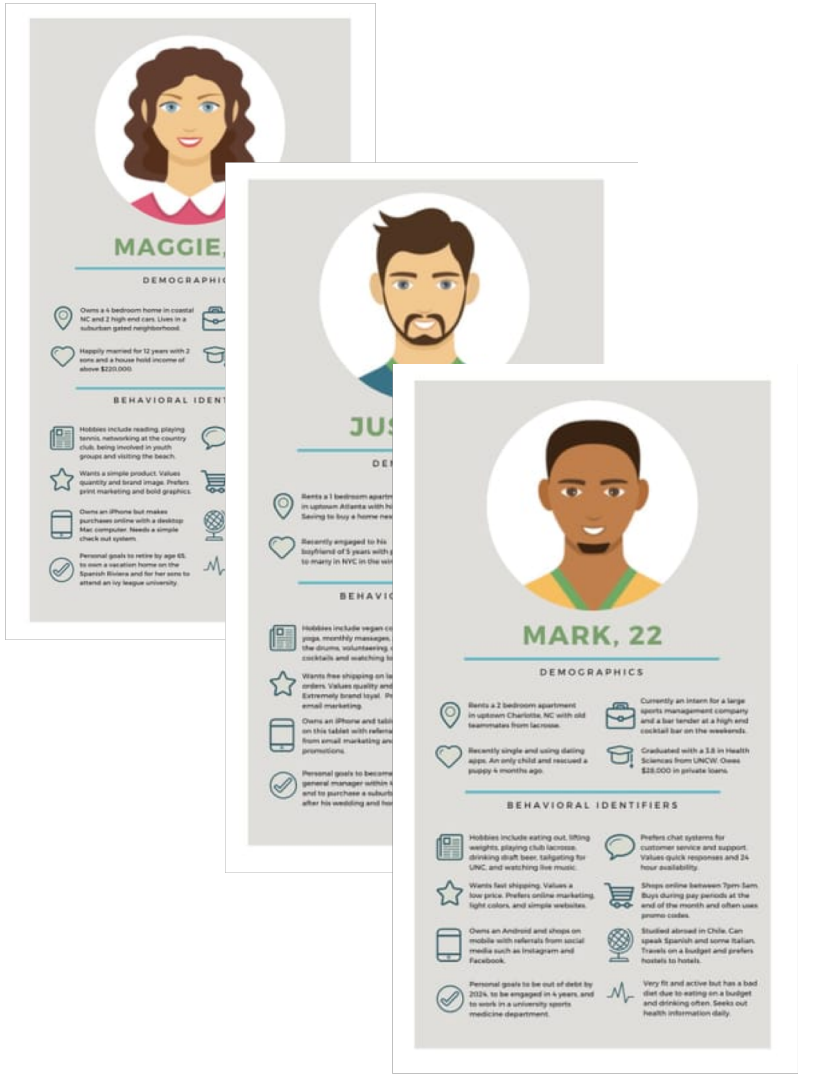
Live Europa League last 16 draw: Arsenal v Rennes, Chelsea v Dynamo Kyiv – live!

Chelsea hit with transfer ban for two windows by Fifa

Live Chelsea to appeal transfer ban, Man Utd v Liverpool buildup and more – live!

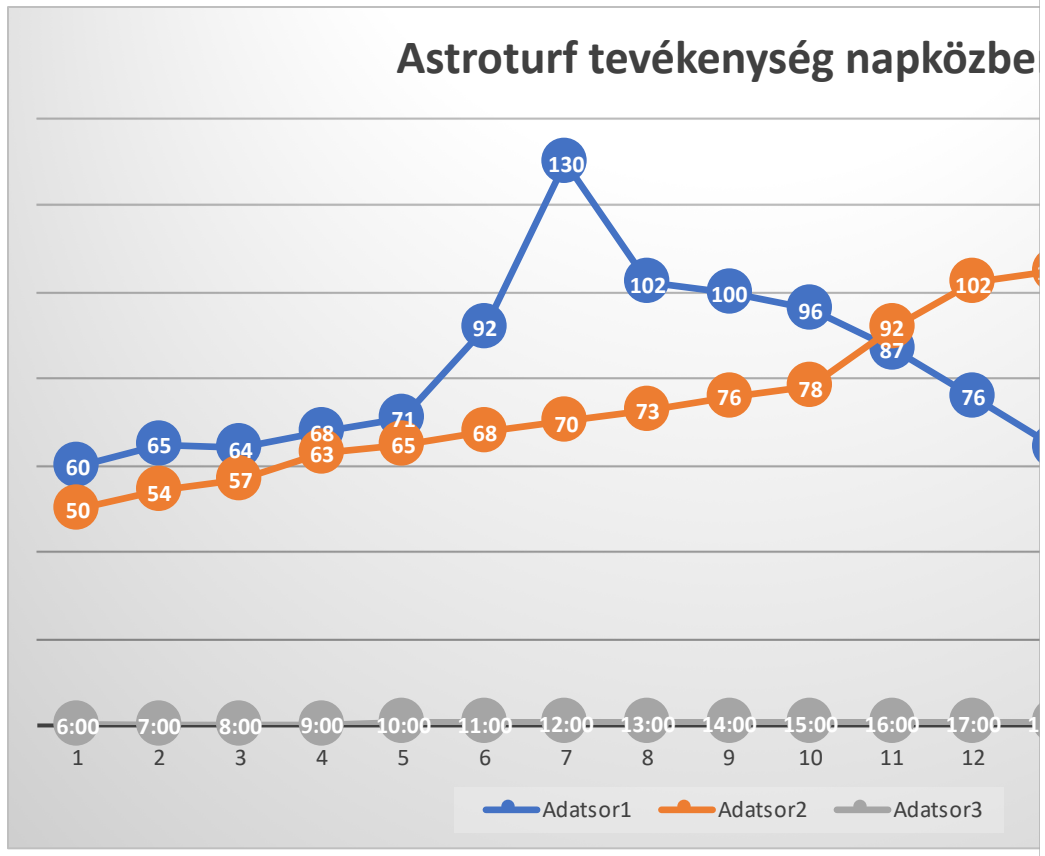
Hívjuk eufemisztikusan: Persona management

- Consumers for Competitive Choice = astroturf lobbi csoport, bár első látásra fogyasztói érdekvédelemmel foglalkoznak, valójában egy hatalmas telekom csoport hozta létre az élen az SBC és a Verzion
- Alliance for Australian Retailers (AAR) = Philip Morris + BAT + American Tobacco
- Az USA kormánya szerződött a HBGary Federal nevű céggel, hogy készítsen olyan programot, amellyel az felhasználók könnyen tudnak hamis profilokat generálni a Facebookon. A „persona management” jelentőségére elsőnek az Anonymus mutatott rá.



Miről ismerjük fel, hogy az evangélista szimpla astroturfer?

- Tevékenység görbe (David Schoch)



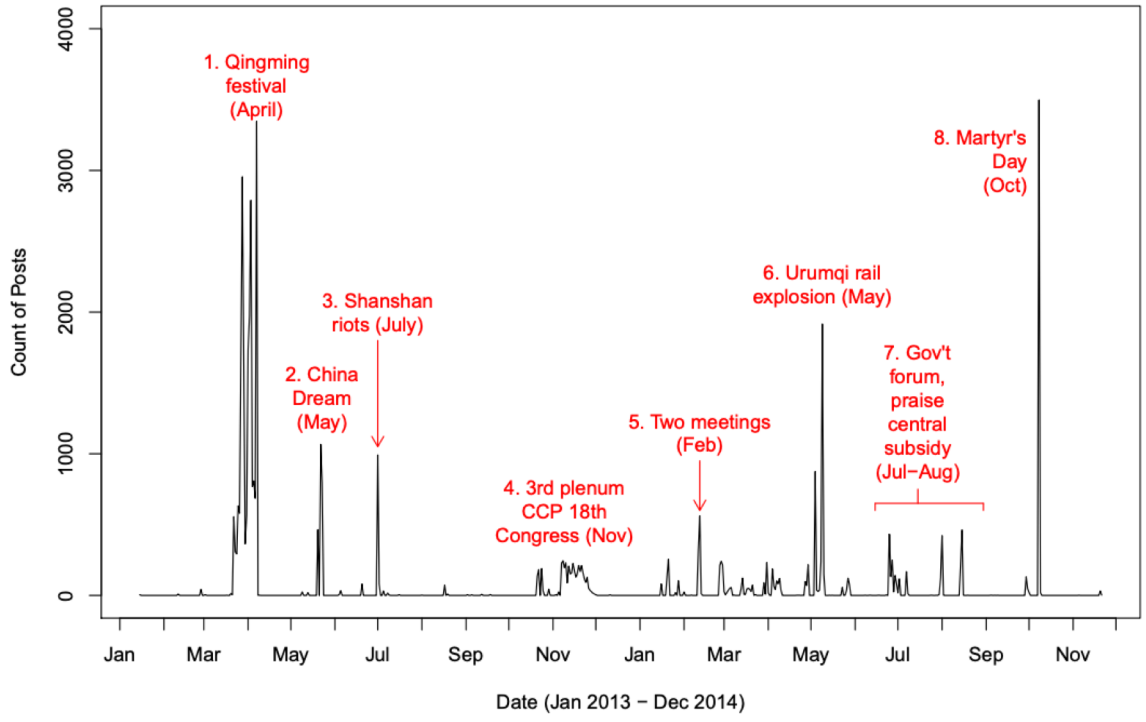


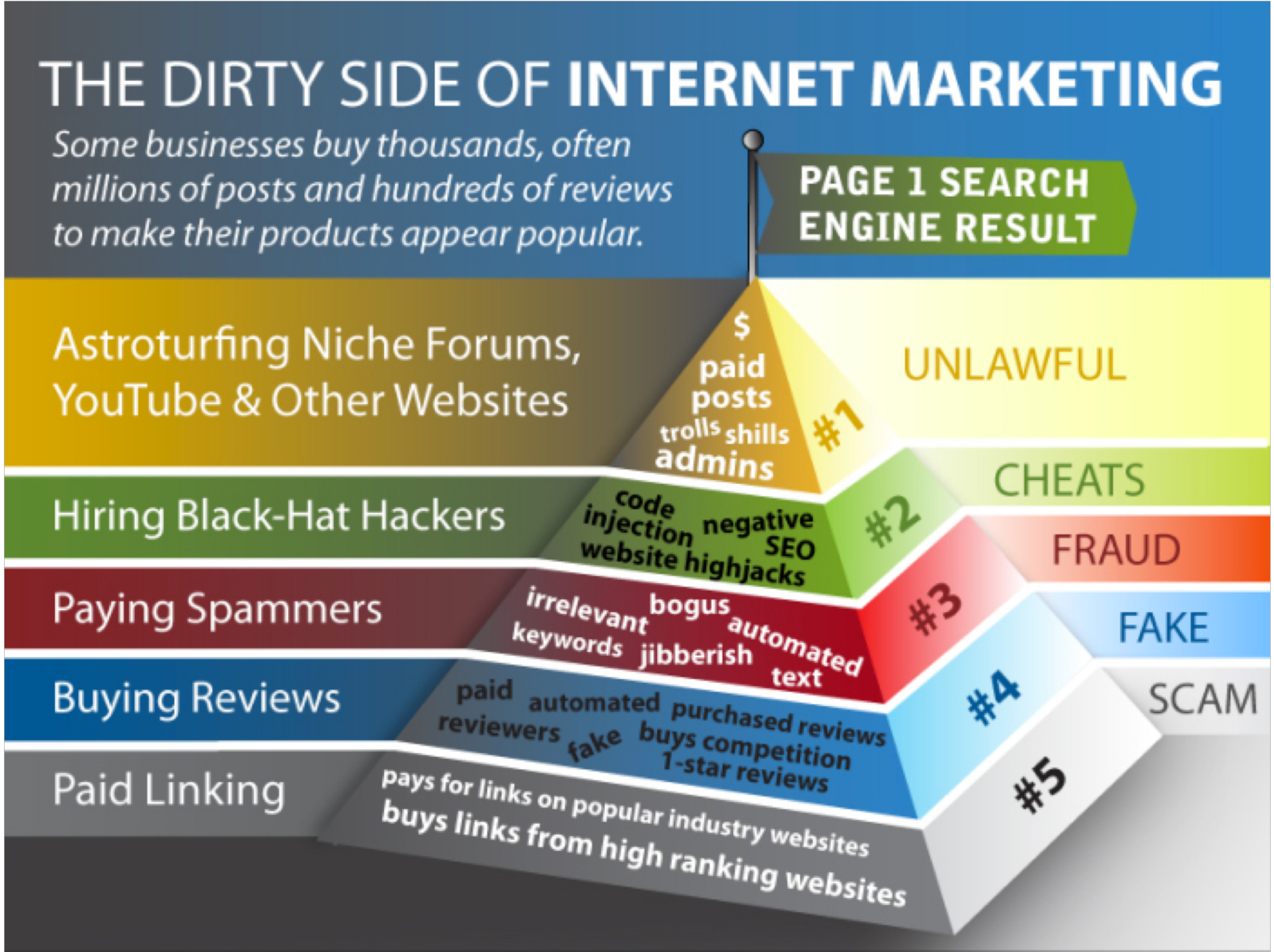
Figure 2: Time series of 43,757 known 50c social media posts, with qualitative summaries of the content of volume bursts.

Miről ismerjük fel, hogy az evangelista szimpla astotrufer?

- A szövegezés: ”mítosz”, „hoax”, „fake”, „agyatlan”, ”birka”, „kettősmérce”, stb.
- Az austroturfer sohasem az autoritást támadja, hanem mindig a támadót támadja – a hatalmat védelmezi (Sharyl Attkisson – TEDxUniversityofNevada)
- Másokat vádolnak azzal, hogy „ügynökök” „trollok”, fizetést kapnak, ha hatalom ellenes véleményeket fogalmaznak meg (King, Pan és Rroberts 2017)
- Szinte soha nem érvelnek, általában címkéket és gúnyos torzításokat használnak nevekkel, testméretekkel, egyéb irreleváns adottságokkal csúfolva a másik posztolót
- Gyakran kormányzati – közigazgatási alkalmazottak

Jobb az óvatosság!

- Az astroturfing is a korábban bemutatott négy alapvető mechanizmushoz kapcsolódik:
  - A források sokfélesége
  - A bizonytalanság mértéke
  - Az észlelt hasonlóság
  - A befogadó motivációja
- Az online astroturfingnél az üzenet küldőjének az a célja, hogy elérje hogy a tartalmat őszintének, racionálisnak és védekezőnek tartsák, amelyet egy közösség partner oszt meg velünk.
- “Használd a szociális partnerség erejét!” (Cialdini 2001a). Ennek akkor van a legnagyobb hatása, ha a helyzet nem egyértelmű és a partner bizonytalan
- Petty and Cacioppo (1986) úgy vélik, hogy ha az emberek nagyon erősen involváltak, vagy motiváltak valamilyen helyzetben, akkor hajlamosak az érveket alaposan megvizsgálni


THE DIRTY SIDE OF INTERNET MARKETING
Some businesses buy thousands, often millions of posts and hundreds of reviews to make their products appear popular.
PAGE 1 SEARCH ENGINE RESULT
Astroturfing Niche Forums, YouTube & Other Websites
$ paid posts trolls shills admins
#1
UNLAWFUL
Hiring Black-Hat Hackers
code injection
negative SEO
website highjacks
#2
CHEATS
Paying Spammers
irrelevant keywords
bogus jibberish
automated text
#3
FRAUD
Buying Reviews
paid reviewers
automated
fake
purchased reviews
buys competition
1-star reviews
#4
FAKE
Paid Linking
pays for links on popular industry websites
buys links from high ranking websites
#5
SCAM

Köszönöm a figyelmet!

beckergyorgy@gmail.com