

**EZ A KABÁT BESZÉLT
HOZZÁM!**

Mi a baj az eladással, és miért szeretünk vásárolni?

FÖLDI MIKLÓS DÁNIEL - REKLÁMPSZICHOLÓGUS



Igaz történet alapján.... Meggyőztem.

- **Kislányom, induljunk, vedd fel a nadrágod.**
- Neeem. ÉN harisnyába megyek, akkor is.
- **Nem felveszed a nadrágod.**
- Nem! **De!**Nem! **De!**Nem!
- **Jó akkor elveszem az összes szoknyádat.**
- Neeeeee. Akkor inkább felveszem a nadrágot, csak ne vedd el a ruháimat.
- **Akkor ezt megbeszéltük.**

Másnap reggel

- Neeem én harisnyába megyek.

Igaz történet alapján.... Belátta.

- Kislányom, induljunk, vedd fel a nadrágod!
- **Neeeeem. ÉN harisnyába megyek, akkor is!**
- Hmm. Szuper, figyelj tök jól néz ki a harisnyád. Kint viszont koszos lesz. Szerinted hogyan lehetne megvédeni a harisnyádat, hogy ne legyen koszos? Van valami ötleted?
- **Te Apa! ÉN rájöttem. Felveszem a farmerom.**
- Úuuuuuuu, hogy ez nekem nem jutott eszembe. Ez tök jó ötlet.
- (Fokozás: Szerinted anya is megengedni?)

Másnap reggel:

- **Apa én ma is a farmeromba megyek jó? Nem akarom, hogy koszos legyen a harisnyám!**

Mi történt?

1. Azt csinálod amit én mondok. – **Eladás**
2. Élhetsz a lehetőséggel, hogy döntést hozz magadról. – **Vásárlás**

- Meggyőzés helyett belátás.
- Kényszer helyett lehetőség.

Eladás – Vesztes vagy nyertes vagy.



- „Ne hagyja, hogy a felesége döntsön maga helyett.”
- „Ne hagyja, hogy a férje lebeszélje, maga ezt megérdemli.”
- Vesztes- nyertes játszma.

Miért utáljuk az eladást?

- Mert túl sokszor akarnak eladni nekünk valamit.
- Mert sokszor halálra unjuk az értékesítőt.
- Mert nem rólunk szól, hanem a másik fél érdekeiről.
- Mert nyomást helyeznek ránk.
- Mert nem kérdezték meg az igényeinket.
- Nincs élmény.
- Félelmetes.
- A vásárlás sokszor csak a szorongás oldása miatt történik meg.

Ezt keressük. A vásárlás élményét.



- Ez a kabát beszélt hozzám!
- Muszáj volt megvennem!
- Végre vásárolhatok!
- **Az egyén élménye!!**

Miért szeretünk vásárolni?

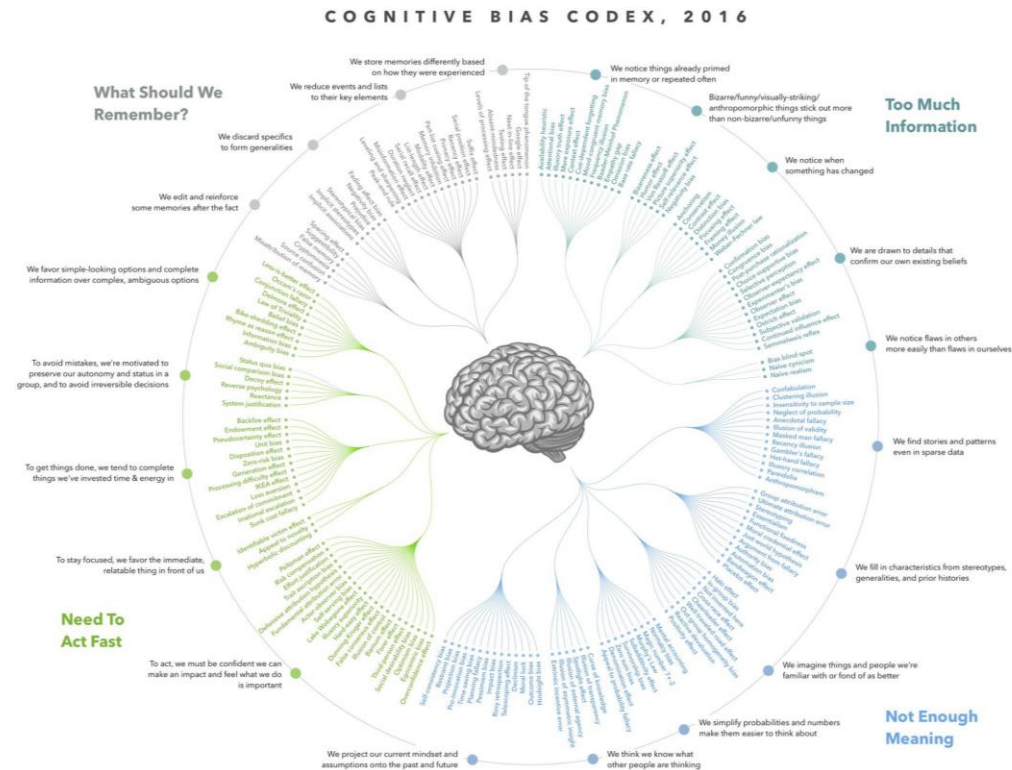
- A döntés a mi kezünkben van.
- Élményt ad (választás, énidő, önérzet).
- Könnyen megosztható.
- Önbizalomnövelő.
- Közösségi élmény.
- Mert megérdemlem.
- Jutalomértékű.

Hogyan legyen vásárlás az eladásból?

Néhány piszkos kis tipp.

Kognitív torzítások rendszere

Jelenleg 200 torzításról tudunk, ami jelentősen befolyásolja döntéseinket.





Veszteségkerülés



~~€79.90¹~~ €14.99



~~€52.90¹~~ €16.99

Anchoring Effect - Horgonyzás

Apple iPhone 6s Plus	Apple iPhone 7	Apple iPhone 7 Plus
32 GB 128 GB 	32 GB 128 GB 256 GB 	32 GB 128 GB 
\$914⁹⁹ on Month-to-Month ☐ Compare	\$1054⁹⁹ on Month-to-Month ☐ Compare	\$1074⁹⁹ on Month-to-Month ☐ Compare

Aszimmetrikus dominancia

Elsüllyedt költség effektus 1.

 **Leadformly**

Capture & convert up to 300% more leads

The easy way for marketers to create high-converting LeadForms™

Which category best describes your company?

Select



Next

Try our
Leadformly form



Elsüllyedt költség effektus -2.

Responsive Checkout Progress Bar



Elsülyedt költség effektus – 3.

SHIPPING

1

CART

2

DELIVERY OR PICKUP

3

DELIVERY AND PAYMENT

4

REVIEW AND SUBMIT ORDER

PRODUCT PRICE:

500\$

DELIVERY PRICE:

10\$

SUBTOTAL:

510\$

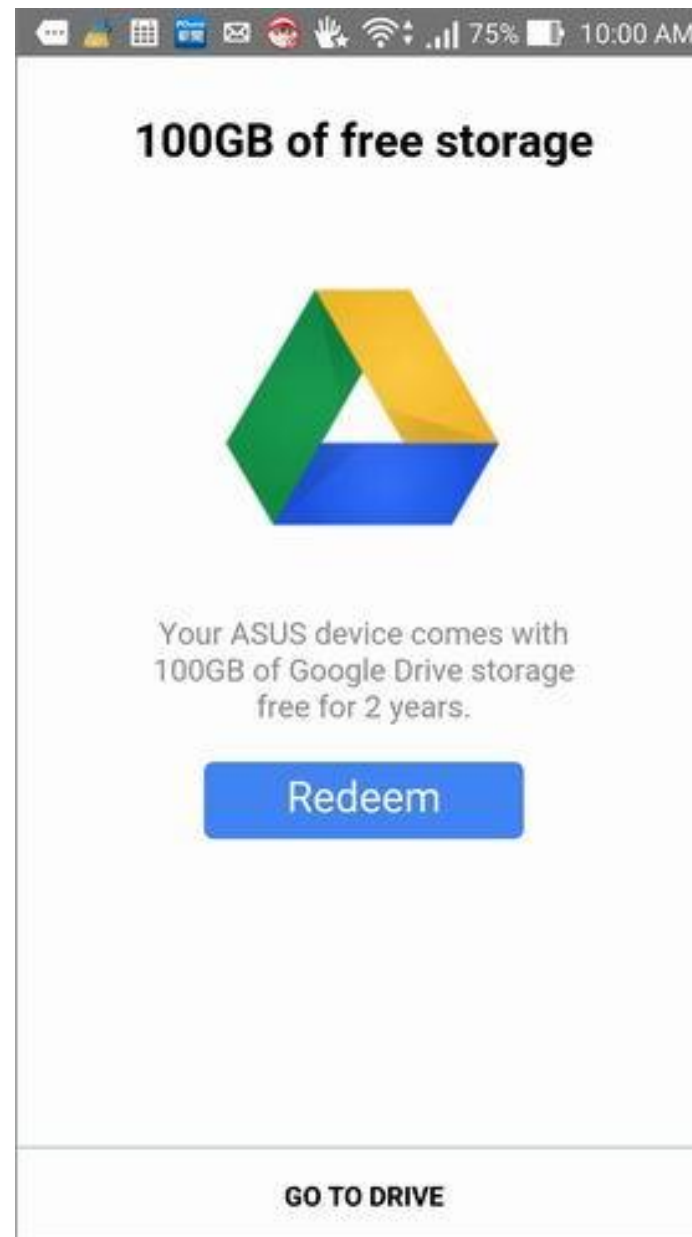
Continue

Elsüllyedt költség effektus – 4.

Place Order to Ali Express

			Place Order
			Place Order
			Place Order
			Place Order

Elköteleződés hatás – endowment



Keretezés

Because you're worth it
L'ORÉAL
PARiS

Keretezés 2.



Legalább ezt jegyezd meg:

Ne akarj eladni semmit.

Engedd
vásárolni a fogyasztót.

Köszönöm a figyelmet.



Földi Miklós Dániel