

Neuromarketing 2 PRÉMIUM jegyzetek, linkek

1. A gyűjtőgető ösztön

Ósi ösztön: begyűjtés

Nem teljes folyamatok kiegészítésének vágya: kollekción kirakása

Pluginek:

Mark new posts: <https://wordpress.org/plugins/mark-new-posts/>

Divi mega menu: <https://diviengine.com/product/divi-mega-menu/>

Megvett termékek jelölése: <https://businessbloomer.com/woocommerce-check-current-user-already-purchased-product/>

feltölteni: mu-plugins mappába

2. Bizalomépítés nem-tudatos eszközökkel

Sztori: „megengedik, hogy kimenjek a kocsiba és behozzam a”

Módszerek: Komment (nyílt nap) kampányban

plugin: <https://wordpress.org/plugins/comment-attachment/>

teszt: amit neked küldenek (Divi kapcsolati űrlapokkal)

3. Orientációs hullám

Pavlov kutyája: megszakított kondicionálás

Kimész a szobából: elfelejtet mit akartál

Mi az oka?

Észlelt változás – oda irányul a figyelem

Hol, hogyan használd?

Kampányban, amikor új figyelmet akarsz nyerni

Facebook logo csere

Facebook háttérkép csere

Kezdőlap kampánycsalival kezdődjön

Videó háttér más legyen, mint a szokásos (szabadtéri)

Videó vágások

Termékcíciók közé +1, ami ahhoz hasonló, amit NEM akarsz, hogy válasszák

példa: Titán és Dream kanapé (kemény párna vs. puha párna + több kemény párna = Dream nyert)

4. Következtetés irányítás

Ha ... akkor... típusú érvek.

1. Előkészíteni az olvasót bizonyos jelek (történések) felfedezésére, ahol előreléphetünk a cél felé
2. A jel hatására a céllal összhangban lévő cselekedetet hajtsunk végre

Példák:

Amikor az ebéd végén odajön a pincér és megkérézi milyen italt kérek, én mentateát fogok rendelni

Amikor reggel 8 óra van és végeztem a fogmosással, akkor beveszem az előírt tablettákat

Ez egy akcióterv. Sokkal hatásosabb mint: ha fogyni akarsz, minden nap vedd be a tablettákat

Felkészülés, hogy észvrevedd a körülményt

Cselekvés a körülménynek megfelelően

Lásd még: MODUS PONENS

https://hu.wikipedia.org/wiki/K%C3%B6vetkeztet%C3%A9si_s%C3%A9m%C3%A1k_a_form%C3%A1lis_logik%C3%A1ban

Az utótagot állítani következtetési hiba. De ez nincs meg a közfelfogásban. Ezért az utótag állítása, a visszafelé következtetés gyakorlatilag működni fog.

FORMULA

Körülmény, konkrét példa HA ÉS (én)	Pontos cselekvésleírás AKKOR (én)
1	
2	
3	
4	

Hol használd?

Sales oldalon

Megkérni a vevőidet, hogy ilyen típusú ajánlásokat adjanak.

Ezt meg lehet csinálni, előre írt segítő példával (mert senki nem szeret fogalmazni, és mindig inkább a példákat írjuk át)

Mit gondolsz termékről?

Nem kell hosszan írni, elég, ha lemondod, hogyan használod, hogyan vált be.

pl.: „Amikor reggel felkelelek, és miközben főzöm a kávémat, beszélek 6 szem varázstáblát”