

REKLÁMPSZICHOLOGIA

A 3D rendered figure of a man, possibly a superhero or a person with psychic powers, is shown from the waist up. He has a bald head and is looking upwards with a serious expression. His chest is glowing with a bright, multi-colored energy (yellow, orange, red, purple, blue, green) that radiates outwards. His arms are outstretched, and his hands are also glowing with a green and blue energy. The background is a vibrant, abstract landscape with swirling colors of red, orange, yellow, green, and blue, suggesting a cosmic or energetic environment.

7a. AZ ATTITŰD- ÉS MOTIVÁCIÓKUTATÁS MÓDSZERTANA

Kérdőívek

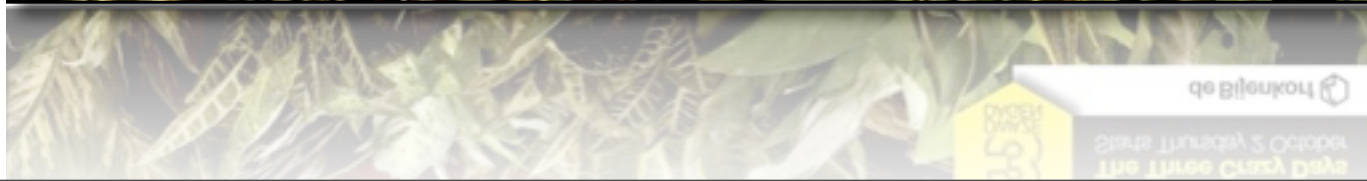
➤ A fogyasztó a motívumai alapján határoz és cselekszik.

➤ Ha így van, akkor a reklámokkal ezeket a fogyasztói késztetéseket, szükségleteket igényeket kell kielégíteni!

➤ Ahhoz, hogy kielégíthessük, előbb körül kell határozni, melyek azok a külső és belső motívumok, melyek egy termék vásárlásánál döntő szerepet játszanak.

ERRŐL SZÓL A MOTIVÁCIÓKUTATÁS!

Motívumok, attitűdök (vágyak) feltárása



Motivációkutatás

A motívumok és az attitűdök mélyen rejtőző, sok érzelmi szállal átszőtt formációk, melyek nehezen nevesíthetők, vagy számszerűsíthetők

- ★ érzelemszerűek,
- ★ nehezen megfogalmazhatók,
- ★ nem ismerjük az eredetét
- ★ nem ismerjük fel az összefüggéseket
- ★ nem szívesen beszélünk róla

Attitűd / Motiváció: MIÉRT SPORTOLUNK?

Moor, M. E. (1987)

Siker,
győzelem

Egészség,
fittség

Kikapcsolódás
szórakozás

Milne G. et al (1994)

Egyéni fejlődés
Relaxáció
teljesítmény,
egészségmegőrzés,
önértékelés növelése

Sport élvezete
Játék öröme,
verseny, a győzelem
izgalma)

Társasági élet
(időtöltés a
barátokkal,
családdal, a csoport
részének lenni)

Gill&Overdorf (2001)

NŐK:

Társaság
Fittség, egészség
testsúlykontroll (!)

FÉRFIAK:

Győzelem
Versenyzés,
eredmény, státusz

Attitűd / Motiváció: FÉRFIAK ÉS A TESTÁPOLÁS

Másik nem elvárásai (vélemények)?

Munkahelyi környezet ?

Szexuális kihívások ?

Média minták ?

Szabadidős tevékenység (sport)?

Családi vonatkozások ?

Ön-kép idea ?

Divat ?

1. Érvényesülés

2. Siker

3. Szexus

4. Kényeztetés

5. Önmegvalósítás

6. Státusz

7. Exhibicionizmus

8. Hygiene

9. Példakövetés

10. Engedelmisség

KUTATÁS

Hasonló kérdések:

Attitűdkutatás:

*a vélekedések,
érezelmek, távolságok
és közelségek,
elutasítások és
nyitottságok
mérésére.*

*MEIRSZER
nyitottságok*

Motivációkutatás:

*a vágyak, igények,
késztetések,
indítékok,
félelmek,
hajlandóságok
mérésére.*

*MEIRSZER
hajlandóságok*

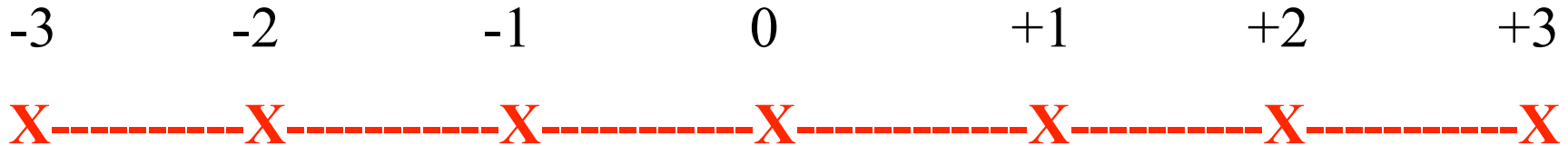
A vizsgálat módjai



A.

Kérdésfajták az attitűdök és a motiváltság
irányának, erejének, szerkezetének, stabilitásának mérésére

I. POLARITÁS SKÁLA (*Osgood skála*)



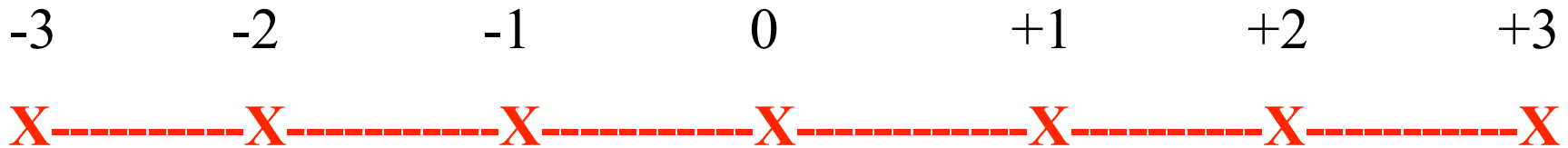
lehangoló
átlagos
merev
kozervatív

vidám
kiemelkedő
rugalmas
trendi

A.

Kérdésfajta az attitűdök és a motiváltság
irányának, erejének, szerkezetének, stabilitásának mérésére

I. POLARITÁS SKÁLA (*Osgood skála*)



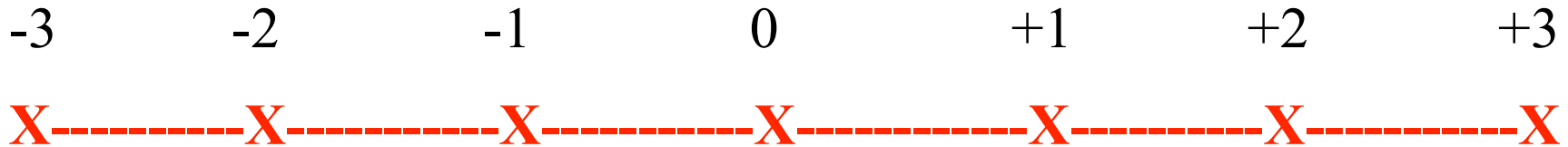
nem tetszik
hamis
labilis
unalmas

tetszik
hiteles
megbízható
izgalmas

A.

Kérdésfajta az attitűdök és a motiváltság
irányának, erejének, szerkezetének, stabilitásának mérésére

I. POLARITÁS SKÁLA (*Osgood skála*)



tavasziás
hideg
zord
szögletes

őszies
meleg
kellemes
gömbölyű

A.

Kérdésfajták az attitűdök és a motiváltság
irányának, erejének, szerkezetének, stabilitásának mérésére

2. AFFINITÁS SKÁLA

“Ez az ruha, életmód, stílus, bolt, szín, stb.”

Nagyon
tetszik

Eléggé
tetszik

Nem nagyon
tetszik

Nem
tetszik

A.

Kérdésfajták az attitűdök és a motiváltság
irányának, erejének, szerkezetének, stabilitásának mérésére

2. AFFINITÁS SKÁLA

“Ennyi időt töltök bevásárlással”...

*1 óránál
többet*

*Akár fél
órát is*

*Max 10
percet*

Semennyit

A.

Kérdésfajta az attitűdök és a motiváltság
irányának, erejének, szerkezetének, stabilitásának mérésére

3. RANGSOR

Tegye sorrendbe!

Mi alapján tetszik?

Mi az előnye?

Mi az erőssége?

- az ára
- a külleme
- az illata
- a szabása
- a minősége
- a presztizse
- a teljesítménye

A.

Kérdésfajta az attitűdök és a motiváltság
irányának, erejének, szerkezetének, stabilitásának mérésére

4. VÁLASZTÁS

Válassza a legfontosabbat!
(legkevésbé fontosat!)

*Mi alapján választja?
Mi alapján dönt?
Mi a meghatározó?*

- ...hogyan tetszen
- ...hogyan örömet okoznak
- ...hogyan megtartsa az értékét
- ...hogyan figyeljenek rá
- ...hogyan hamar túlessek rajta
- ...hogyan elégedett legyenek
- ...a figyelem a fontos

A.

Kérdésfajta az attitűdök és a motiváltság
irányának, erejének, szerkezetének, stabilitásának mérésére

5. TÁVOLSÁG-KÖZELSÉG (Bogardus skála)

Jelölje be!

*Mennyire fogadja el?
Mennyire éri közel?
Mennyire fogadná el?*

- ...családtagként fogadnám
- ...a barátom lenne
- ...jó ismerősöm..
- ...egy házban lakhatnánk
- ...a városba se jöhetne
- ...ki kellene tiltani

A.

Kérdésfajta az attitűdök és a motiváltság
irányának, erejének, szerkezetének, stabilitásának mérésére

5. TÁVOLSÁG-KÖZELSÉG (Bogardus skála)

Jelölje be!

*Milyen esetben
választaná
ezt a
bankot / kereskedést,
stb ?*

- ...csak ezt választanám
- ...első helyen lenne
- ...ha tehetem, ezt választom..
- ...mindegy lenne
- ..csak ha nincs más lehetőség
- ...soha, semmilyen módon

A.

Kérdésfajta az attitűdök és a motiváltság irányának, erejének, szerkezetének, stabilitásának mérésére

6. KONSZENZUS (egyetértés skála)

Válassza ki az állítást
amelyikkel leginkább
egyetért!

- A reklámok csak felesleges költségre készítenek.
- A reklámok legnagyobb baja, hogy sok van belőlük.
- Butítanak és szennyezik a környezetet
- A szellemes, kreatív reklámok egyáltalán nem zavaróak.

A.

Kérdésfajták az attitűdök és a motiváltság
irányának, erejének, szerkezetének, stabilitásának mérésére

7. PONTOZÁS (Schwerin skála)

1-10 ponttal
értékelje az
állítások
igazságtartalmát!

A hazai utakra legalkalmasabb autómárka

Az árához képest kicsi a felszereltsége

Leginkább nőknek való autó

Nagyon nehéz használtan eladni

A fogyasztása városban ideális



A.

Kérdésfajta az attitűdök és a motiváltság
irányának, erejének, szerkezetének, stabilitásának mérésére

8. PÁROS ÖSSZEHAISONLÍTÁS

A baloldali állítással értek egyet

Élvezni kell az életet.

A párbeszéd és az együttműködés
a fontos!

Az ember ne akarjon feltűnni,
legyen diszkrét

A jobboldali állítással értek egyet

Első a kötelesség, utána az élvezet!

A legerősebb véleménynek kell
érvényesülni!

Az ember legyen eredeti, legyen
személyisége!

B.

Kérdésfajták az attitűdök és a motiváltság
valódiságának, hitelének, igazságának, árnyalatainak mérésére

Pl.

DIREKT KÉRDÉS	<i>Melyiket szereti? Melyiket preferálja?</i>
INDIREKT KÉRDÉS	<i>Mi a fontos? Mi az elvárás?</i>
SZITUÁCIÓS KÉRDÉS	<i>Mit tenne, ha...? Mit választana, ha...?</i>
PROJEKTÍV KÉRDÉS	<i>Mit tenne másvalaki helyében?</i>
ASSZOCIÁCIÓS KÉRDÉS	<i>Mi jut eszébe arról..?</i>
SZABAD KÉRDÉS	<i>Kötetlen válaszadási lehetőség</i>
KONTROLL KÉRDÉS	<i>Mit nem választana semmiképp?</i>

Zárt kérdések

Nyitott kérdések

Motívumok feltárása



Mi motiválhatja a vásárlást?

Motiváció a sportolásra



Motiváció a sportolásra



Nike Challenge

Motívumok feltárása

Ödipusz komplexus?



Gillette Pro

Motiváció a testápolásra



61.

Hogyan mondjam el neked?