

PYSY KRIITTISENÄ MAINONNAN VERKOISSA



JUOSKAA
kauppaan



KONSENSUSVAIKUTUS

"Kaikki haluavat hankkia tämän tuotteen, sillä näen paljon keskustelua sen ympärillä."

Ympärillesi on luotu mainonnan kupla.
Kommentit ja reaktiot mainoksen ympärillä
voimistavat ajatusharhaa.



SÄDEKEHÄVAIKUTUS

"Koen luottamusta myyjään tai brändiin, minkä vuoksi olen heidän lojaali asiakkaansa."

Kriittinen arviointikyky hämärtyy luottamuksen
vuoksi. Muista harkita ostopäätöstäsi tarpeen
mukaan.



MYNNIN
PSYKOLOGIAN
YMMÄRTÄMINEN
KULUTTAJANA

HARKINTA JA
ARVIONTIKYKY ENNEN
OSTOPÄÄTÖSTÄ

LUMETOTUUSVAIKUTUS

*"Näin hyvää tarjousta ei enää tule,
ostopäätökseni pitää olla
impulsiivinen."*

Mainokset huudattavat
ainutlaatuisuutta ja kiirettä
myynnin voimistamiseksi.



Lähteet:
Kognitiiviset vinoumat: Mediakasvatusseura / Reetta Haverinen & Criticalhanke.

<https://mediakasvatus.fi/materiaali/kognitiivisia-vinoumia-infograafi/> . Grafiikka alunperin: Marjukka Juhantila, 2022
Myyntin ja markkinoinnin ammattilaiset. 24.8.2018. Ostamisen ja myymisen psykologiaa.
<https://mma.fi/ajankohtaista/artikkelit/ostamisen-ja-myyminen-psykologiaa/>

Tekijät: T. Nyrönen & V. Karinen (2024)
Laadittu CRITICAL-hankkeessa
Ohjaajat: L. Hynynen & P. Muukkonen
(educritical.fi)

