

Ловушки для мозга

Автор: Яна Сизоненко



ЛОВУШКИ ДЛЯ МОЗГА



**УЗНАЙТЕ, ЧТО
СТОИТ
ИСПОЛЬЗОВАТЬ В
СВОЕЙ РАБОТЕ
КАЖДОМУ
МАРКЕТОЛОГУ**



ВЫЗЫВАЙТЕ РЕАКЦИИ МОЗГА



Мозг влияет на эмоции намного быстрее, чем на формирование осознанных впечатлений

Внутренние ощущения возникают менее, чем за 3 секунды



Эмоции возникают в 5 раз быстрее осознанной реакции



Эмоции оставляют более длительное впечатление, чем осознанная мысль



ФОРМИРУЙТЕ ВНУТРЕННИЕ ОЩУЩЕНИЯ

Используйте заголовки и тему письма, чтобы затронуть эмоции людей. Пользуйтесь словами, которые вызывают возбуждение, легкое беспокойство или чувство неотложности





ЗНАЙТЕ-МОЗГ ЛЮБИТ ИЗОБРАЖЕНИЯ ✓



Мозг обрабатывает изображение в 60 тысяч раз быстрее, чем текст



90 % информации из 100% мозг обрабатывает визуальную информацию



Текст + изображение понимается и запоминается лучше, чем только текст

Мозг человека во многих случаях не может устоять перед изображениями опасности, секса и еды. Но я сомневаюсь, что сексуальный чизбургер на летящем парашюте получит много кликов



СОЗДАВАЙТЕ ДИЗАЙН ДЛЯ ПРОСМОТРА

Отличной идеей будет письмо рассылки, в котором будет изображение, вызывающее эмоции. И, естественно, визуально информативным



УПРАВЛЯЙТЕ ДЕЙСТВИЯМИ

Добавляйте фото людей в действии, это приведет к активности пользователей. Люди настолько предсказуемы, что будут устремлять свой взгляд туда, куда смотрит модель с фото. Доказано исследованиями трекинга глаз. Особенно эффективен крупный план.



Область мозга человека, обрабатывающая изображения, находится рядом с областью, отвечающей за эмоции



Изображения притягивают внимание людей, а детские лица активизируют эмоции



С самого рождения в людях заложено умение распознавать лица

По ходу эволюции предпочтение всегда оставалось за теми людьми, которые умели быстро распознавать угрозу и строить отношения (естественный отбор). Сейчас это проявляется в считывании выражения лиц



**ИСПОЛЬЗУЙТЕ
ИЗОБРАЖЕНИЯ
ЛИЦ**





ТЕСТИРУЙТЕ! ТЕСТИРУЙТЕ! ТЕСТИРУЙТЕ!

Очень важно проводить несколько тестов, чтобы понять какой цвет более эффективен, т.к. у всех людей разное восприятие. Поэтому, к максимальной конверсии может привести использование серо-буро-малинового цвета в крапинку

Каждый цвет посылает мозгу человека определенный сигнал. Поэтому цвет товара или фон, на котором он расположен, намного важнее того, насколько хорошо этот товар выглядит



**ПОСЫЛАЙТЕ
ВПЕЧАТЛЯЮЩИЕ
СИГНАЛЫ**



60-90 % впечатления от товара определяется цветом



Желтый цвет вызывает чувство тревоги



Голубой цвет вызывает доверие

