

image not found or type unknown



Может, но только в редких случаях, когда покупатель не имеет возможности полностью осмотреть товар, предположим он находится за витриной. Хотя если покупателю данный товар знаком, то автоматически может сработать несколько анализаторов (средние и слух).

Во всех остальных случаях покупатель использует почти все анализаторы, в зависимости от товара. Представим обыденную ситуацию, покупатель, в магазине, выбирает один из видов напитков и для того что бы разглядеть товар по лучше он как правило берет его в руки. Тут сразу используется 2 анализатора, может дальше больше. 1- это визуальный ,2- это тактильный анализатор. А если товар еще и имеет запах, то уже подключается и обоняние. Воздействовать на слух можно если не пода леку включен рекламный проектор, который может воспроизводить звук, ассоциирующийся с товаром.

Довольно сложно даже представить ситуацию где покупатель использует только один анализатор. Это значит, что брэнду следует заботиться и создавать ассоциации вокруг своего брэнда и чем их будет больше, тем это лучшим образом скажется на узнаваемости брэнда