

image not found or type unknown



Покупка недвижимости.

Исследования показали, что при приобретении недвижимости эмоции почти в 2 раза важнее потребительских качеств объекта, люди часто рассматривают эмоции в качестве мотивационных процессов. (дом понравился, надо брать)

На принятие решения могут повлиять любые внешние факторы: запахи, звуки, Например, жилье, планировка или интерьер которого повторяют квартиру, в которой прошло не слишком счастливое детство, с большой долей вероятности оттолкнет покупателя. И наоборот, в доме, где пахнет любимыми булочками с корицей, легко не заметить явные недостатки, погрузившись в приятные воспоминания. Психологи уверены, что, подыскивая новое жилье, большинство людей много внимания уделяют тому, чтобы достойно выглядеть в глазах окружающих. Отсюда стремление приобрести недвижимость в престижном районе на карте города, несмотря на то, что средств хватает лишь на недорогую квартиру без ремонта.

Не стоит забывать и о влиянии на принятие решения рекламы и модных тенденций. Обращаясь в агентство недвижимости, билборды которого встречаются на каждом шагу, или выбирая жилье с современной планировкой, человек испытывает удовлетворение от того, что он не хуже других. Однако не следует поступать вопреки здравому смыслу: семья с маленькими детьми вряд ли сможет спокойно жить в новомодной квартире-студии. Помните, что дом - это место, где вам комфортно находиться, а сменить место жительства так же просто, как неудобные туфли, вряд ли получится.

Значение эмоций при принятии решений проявляется также и в том, что сам по себе процесс принятия решений часто является эмоциональным, Эмоции играют роль сигналов, помогающих предсказывать будущее поведение. эмоции мотивируют поведение; разные эмоции обладают разным воздействием; понимание эмпирического содержания эмоций позволит предсказывать конкретное воздействие эмоций.