

认知风格与广告诉求方式对购买决策的影响

汇报人：

2024-01-11



目录

Contents

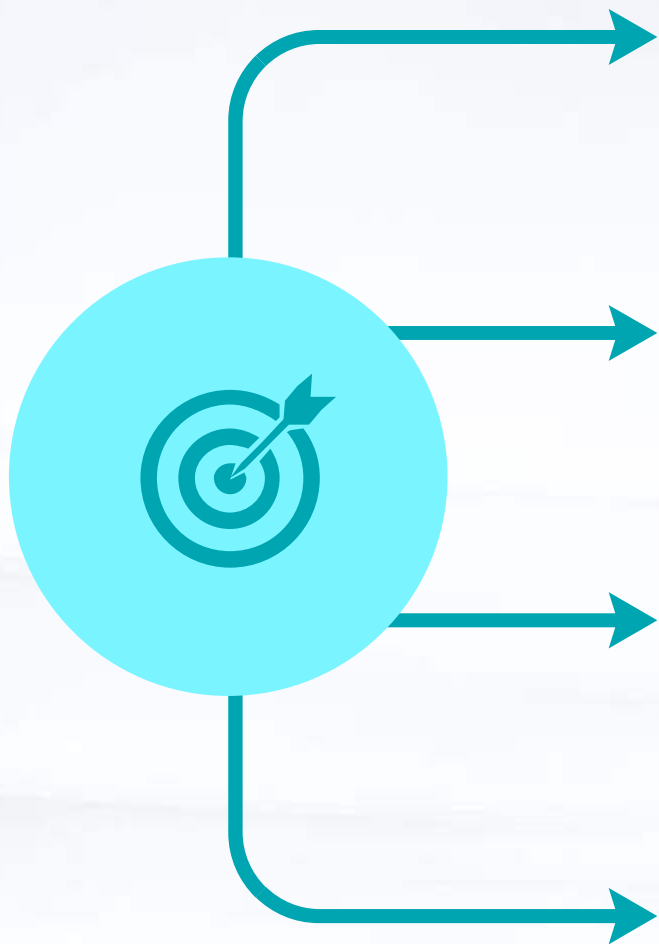
- 引言
- 认知风格理论及测量
- 广告诉求方式及其效果
- 认知风格与广告诉求方式对购买决策影响实证研究
- 认知风格与广告诉求方式匹配策略探讨
- 结论与展望

01

引言



研究背景与意义



消费者行为研究

随着市场竞争的加剧，了解消费者行为及心理对广告效果的影响变得越来越重要。

认知风格差异

不同人群在信息处理、决策制定等方面存在认知风格差异，这些差异会影响他们对广告信息的接受和处理。

广告诉求方式多样性

广告诉求方式包括理性诉求、感性诉求等，不同诉求方式对消费者购买决策的影响不同。

研究意义

探讨认知风格与广告诉求方式对购买决策的影响，有助于企业更精准地制定广告策略，提高广告效果，进而提升市场竞争力。

研究目的和问题

研究目的：揭示不同认知风格人群对不同广告诉求方式的反应差异，以及这些差异如何影响他们的购买决策。

认知风格与广告诉求方式之间是否存在交互作用？

不同广告诉求方式对消费者购买决策的影响有何差异？



研究问题

认知风格如何影响消费者对广告信息的处理？

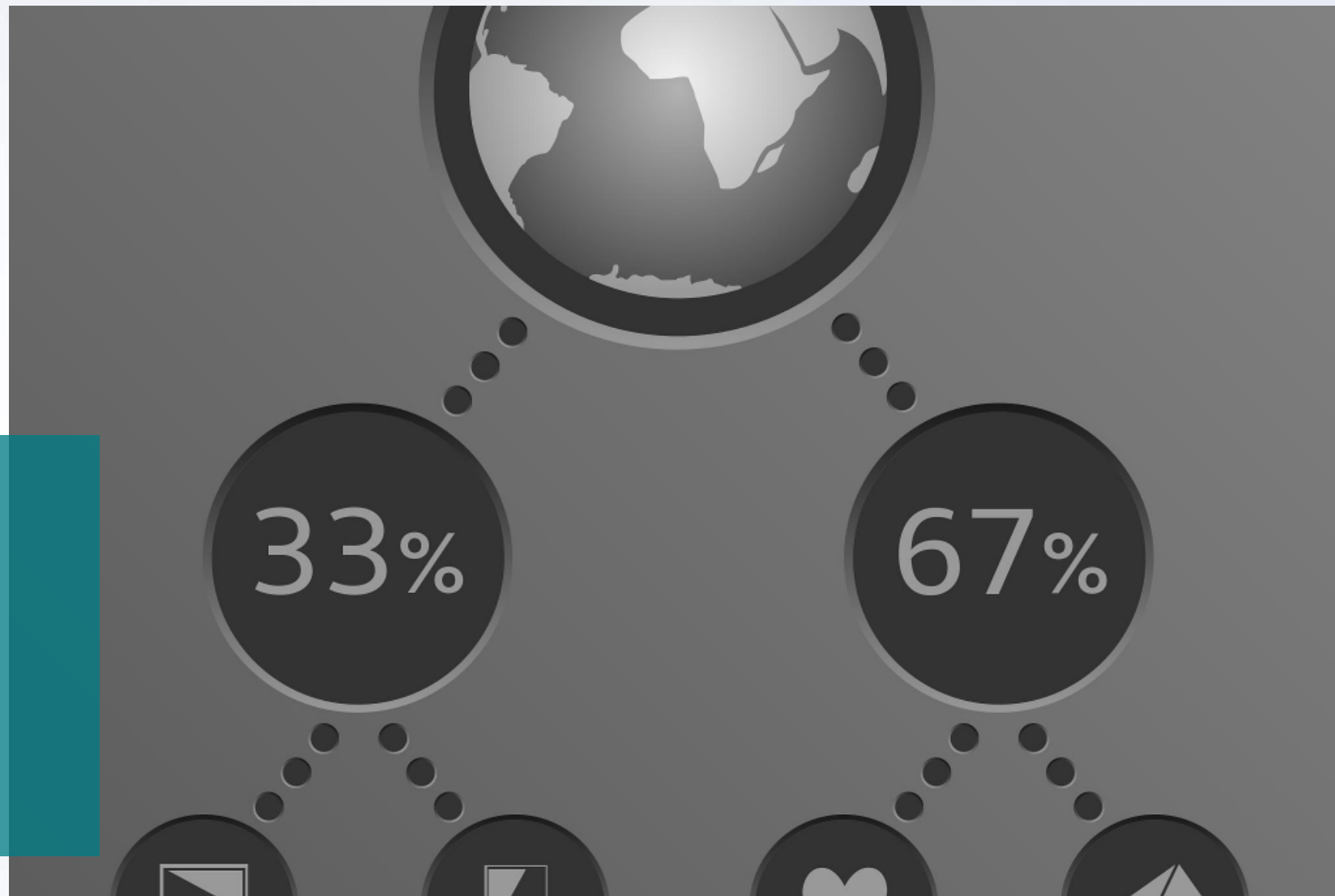
研究方法和范围

研究方法

采用实验法，通过操控广告诉求方式和测量消费者认知风格，收集数据并分析。

研究范围

以某类产品（如日用品、化妆品等）的广告为例，研究不同认知风格消费者对不同广告诉求方式的反应及购买决策差异。



02

认知风格理论及测量

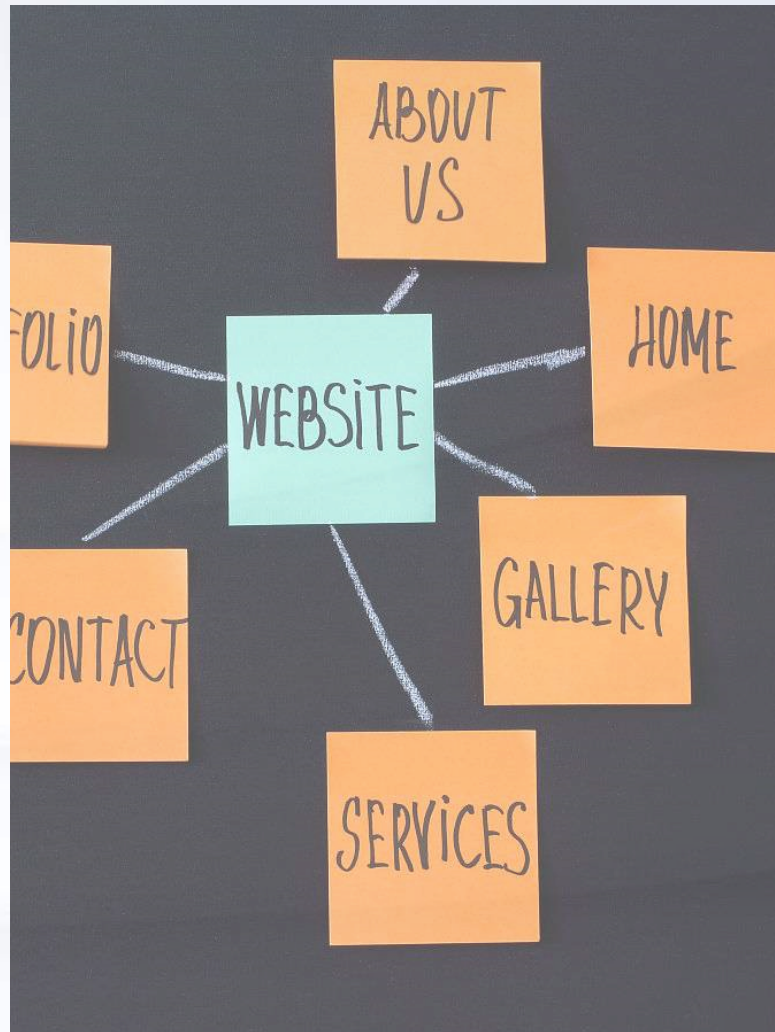
认知风格定义与分类

认知风格定义

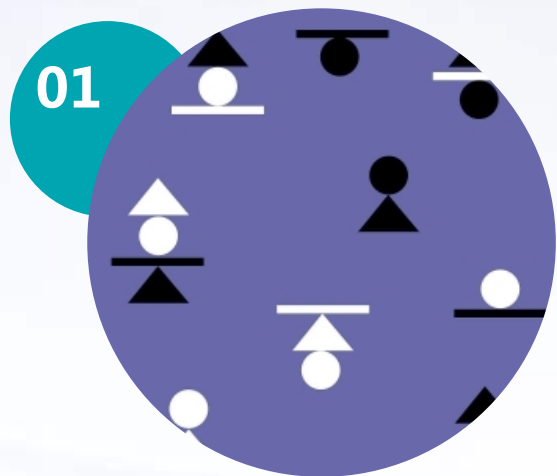
认知风格是指个体在组织和处理信息时所表现出来的习惯性和偏好性的方式。

认知风格分类

根据认知风格的理论和研究成果，可以将认知风格分为多种类型，如场依存型与场独立型、冲动型与沉思型、同时型与继时型等。



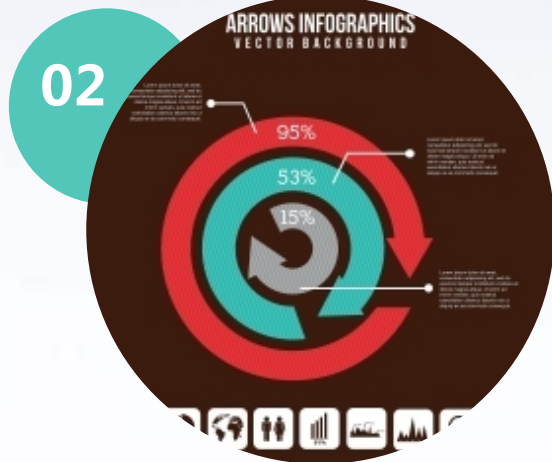
认知风格测量工具



镶嵌图形测验



通过让被试者在复杂图形中找出简单图形的方式，测量其场依存型与场独立型的认知风格。



匹配相似图形测验



通过让被试者在多个相似图形中找出与目标图形最相似的一个，测量其冲动型与沉思型的认知风格。



认知风格分析测验



通过一系列问题测量被试者在信息处理和决策制定方面的偏好和习惯，以确定其认知风格类型。

认知风格与消费者行为关系

01

信息处理方式

不同认知风格的消费者在处理广告信息时存在差异，如场独立型消费者更善于分析和评估广告信息，而场依存型消费者更容易受到广告情境的影响。

02

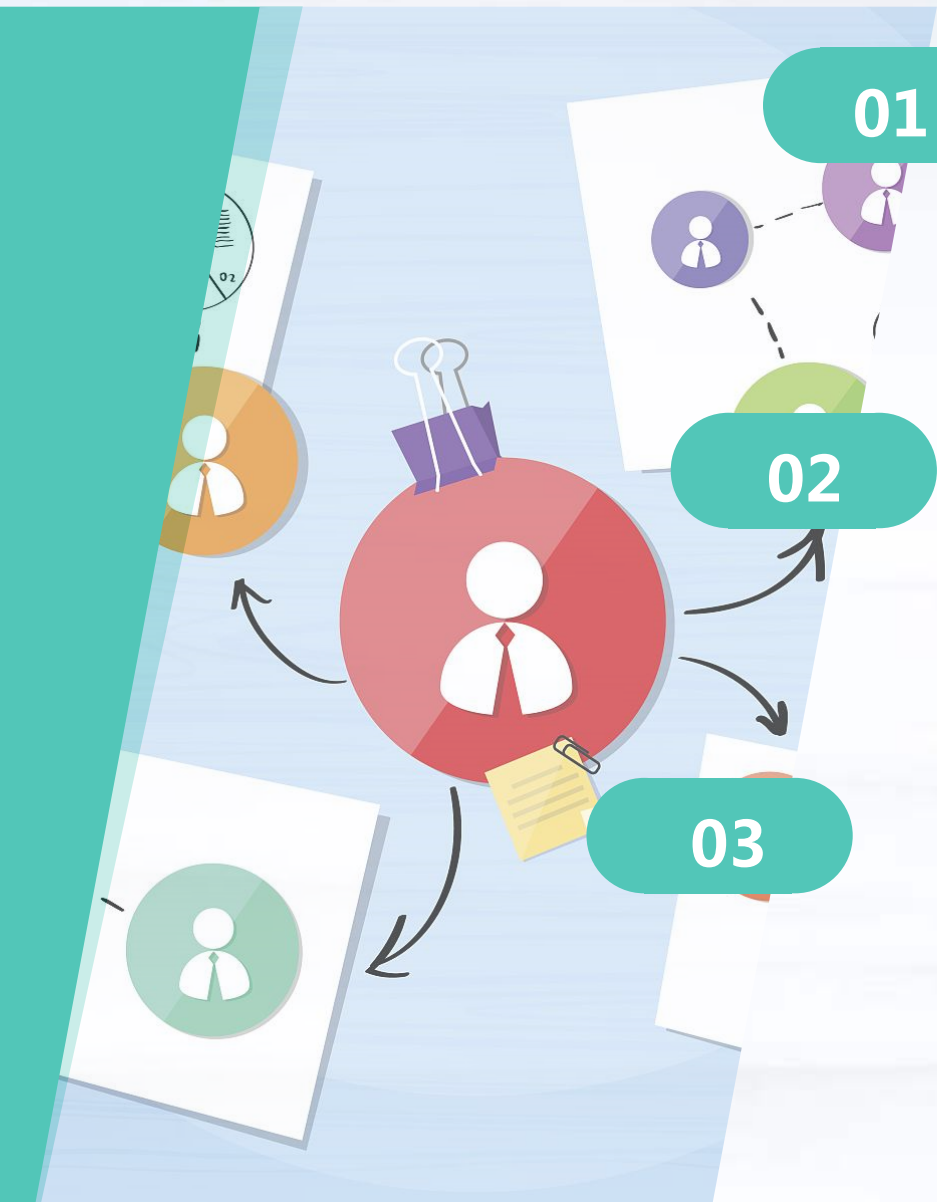
购买决策过程

认知风格会影响消费者的购买决策过程，如冲动型消费者更容易受到广告促销的影响而做出冲动购买决策，而沉思型消费者则更注重对产品的深入了解和评估。

03

品牌态度与偏好

不同认知风格的消费者对品牌的态度和偏好也存在差异，如同时型消费者更善于处理多个品牌信息并做出比较，而继时型消费者则更注重对单一品牌的深入了解和评估。

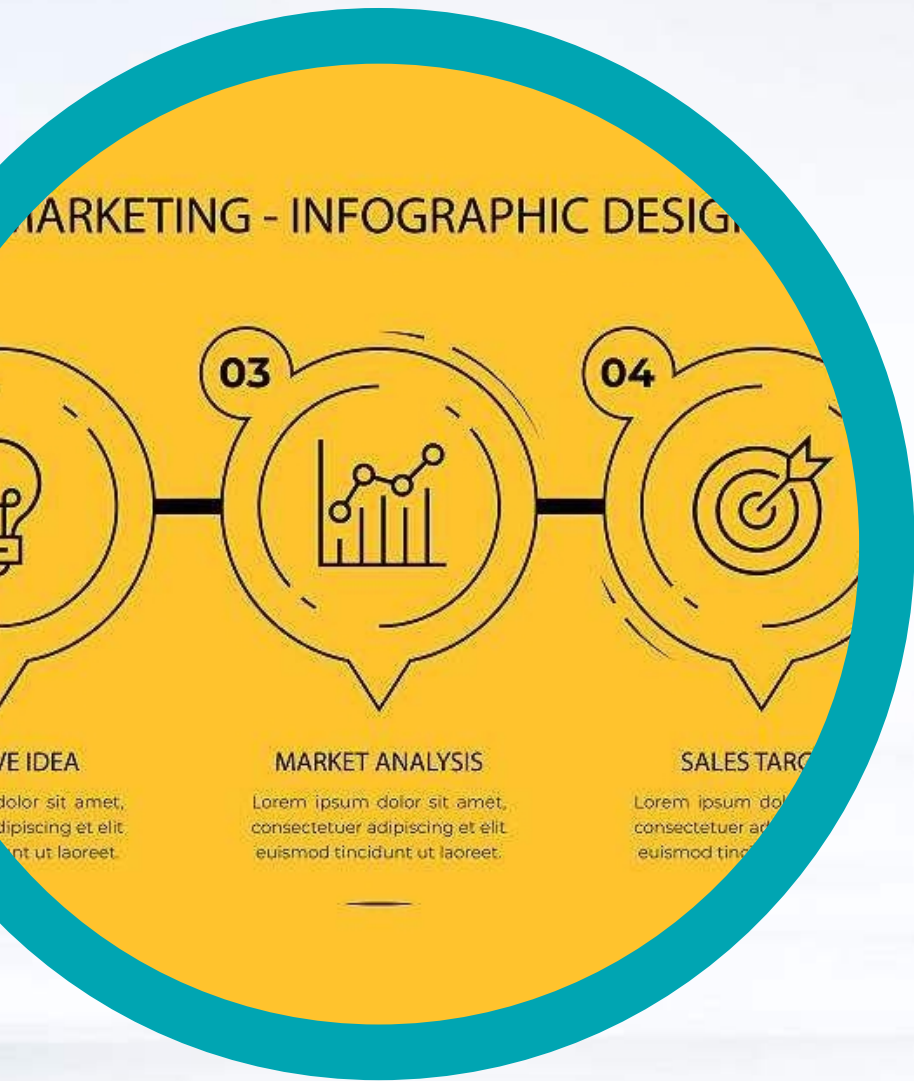


03

广告诉求方式及其效果



广告诉求方式定义与分类



01

理性诉求

通过逻辑、事实和数据来传达产品或服务的优势，强调其功能性和实用性。

02

感性诉求

运用情感、情绪和共鸣来吸引消费者，强调产品或服务带来的情感体验和感受。

03

道德诉求

利用道德、价值观和社会责任来呼吁消费者，强调产品或服务的道德和社会价值。

广告诉求方式对消费者心理影响

1

理性诉求对消费者心理的影响

通过提供客观的信息和逻辑分析，帮助消费者理性地评估产品或服务，从而做出明智的购买决策。

2

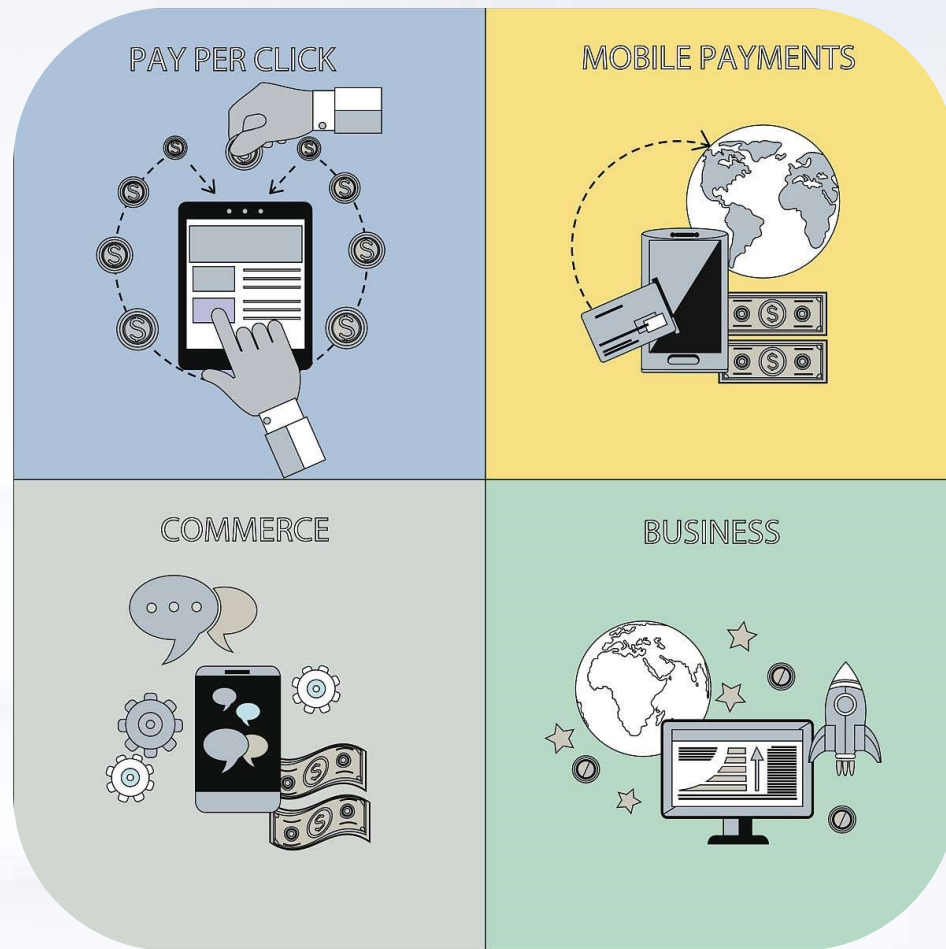
感性诉求对消费者心理的影响

通过触发消费者的情感和情绪反应，创造共鸣和认同感，从而引发购买欲望和行为。

3

道德诉求对消费者心理的影响

通过呼吁消费者的道德观念和社会责任感，激发其对社会问题的关注和参与，从而影响其购买决策。



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/945230104000011222>