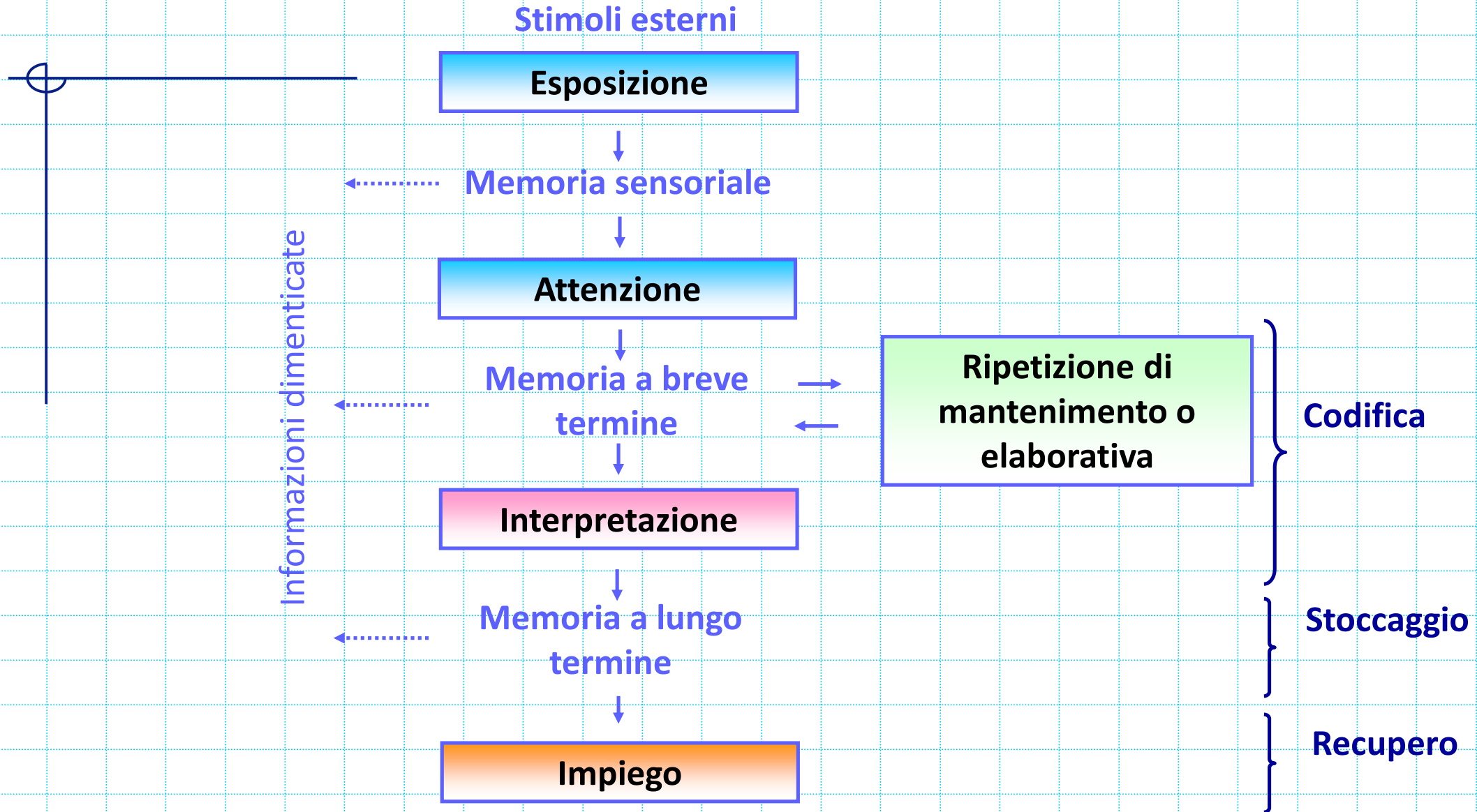


Consumer Behavior

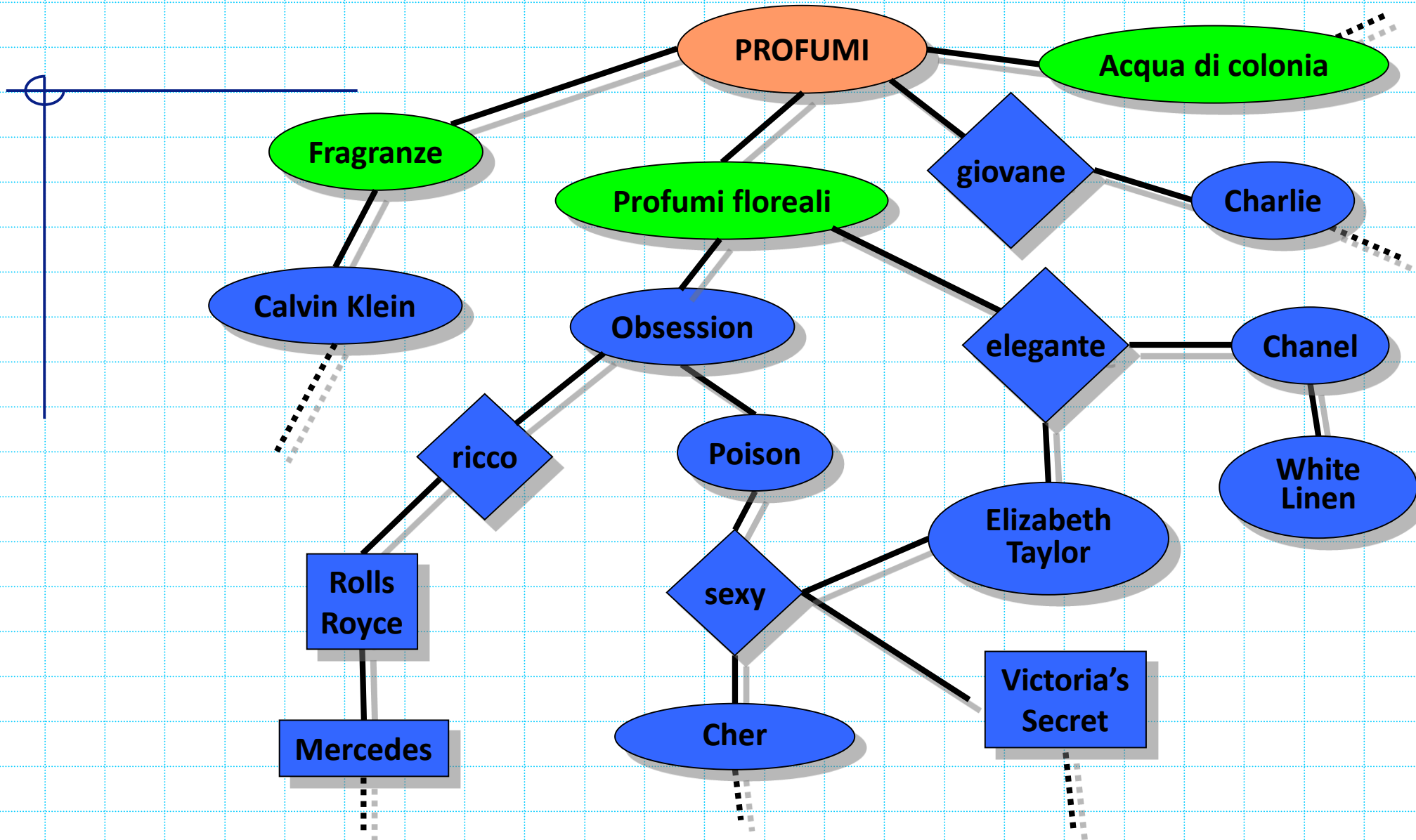
Terza unità didattica

La memoria

- Le informazioni provenienti dall'ambiente esterno vengono progressivamente acquisite e immagazzinate in memoria al fine di impiegarle nelle successive scelte di acquisto (approccio cognitivista)
- La memoria si riferisce a informazioni o rappresentazioni cognitive interne basate su esperienze passate (dirette o indirette) o su precedenti esposizioni a stimoli di marketing
- **Aspetti rilevanti**
 - ✓ Il processo di memorizzazione e le tipologie di memoria
 - ✓ Struttura della memoria (network associativi, di cui le catene mezzi-fini costituiscono un caso particolare)
 - ✓ Il processo di recupero (accesso alla memoria a lungo termine)
 - ✓ Gli errori della memoria
 - ✓ Misurazione



I NETWORK ASSOCIATIVI



LA MEMORIA A LUNGO TERMINE

Tre dicotomie per descrivere i contenuti della memoria a lungo termine:

- Memoria **procedurale** (“il fare qualcosa”)/**dichiarativa** (“memoria di qualcosa”)
- Memoria **episodica** (autobiografica)/**semantica** (e.g., *brand image*)
- Memoria **implicita** (e.g., priming)/**esplicita** (e.g., ricordo)

I FATTORI DI RECUPERO

- Contesto (e.g., *mood congruence effect*)
- Familiarità (*fluency*)
- Salienza (predominanza o livello di attivazione) dello stimolo nel network associativo (contrasto, novità, sorpresa)
- Stimoli visivi vs. verbali

The Seven Sins of Memory (Schacter, 1999)

1. Absentmindedness

- ✓ Bassa attenzione che determina un debole stoccaggio nella memoria a lungo termine

2. Transience

- ✓ Accessibilità alla memoria decrescente nel tempo

3. Blocking

- ✓ Inaccessibilità temporanea alla memoria
- ✓ *"tip-of-the-tongue"*

4. Misattribution

- ✓ Confusione sulla fonte della conoscenza (cryptomnesia)

5. Suggestibility

- ✓ Inesattezza dovuta a domande tendenziose (info ingannevoli da fonti esterne)

6. Bias

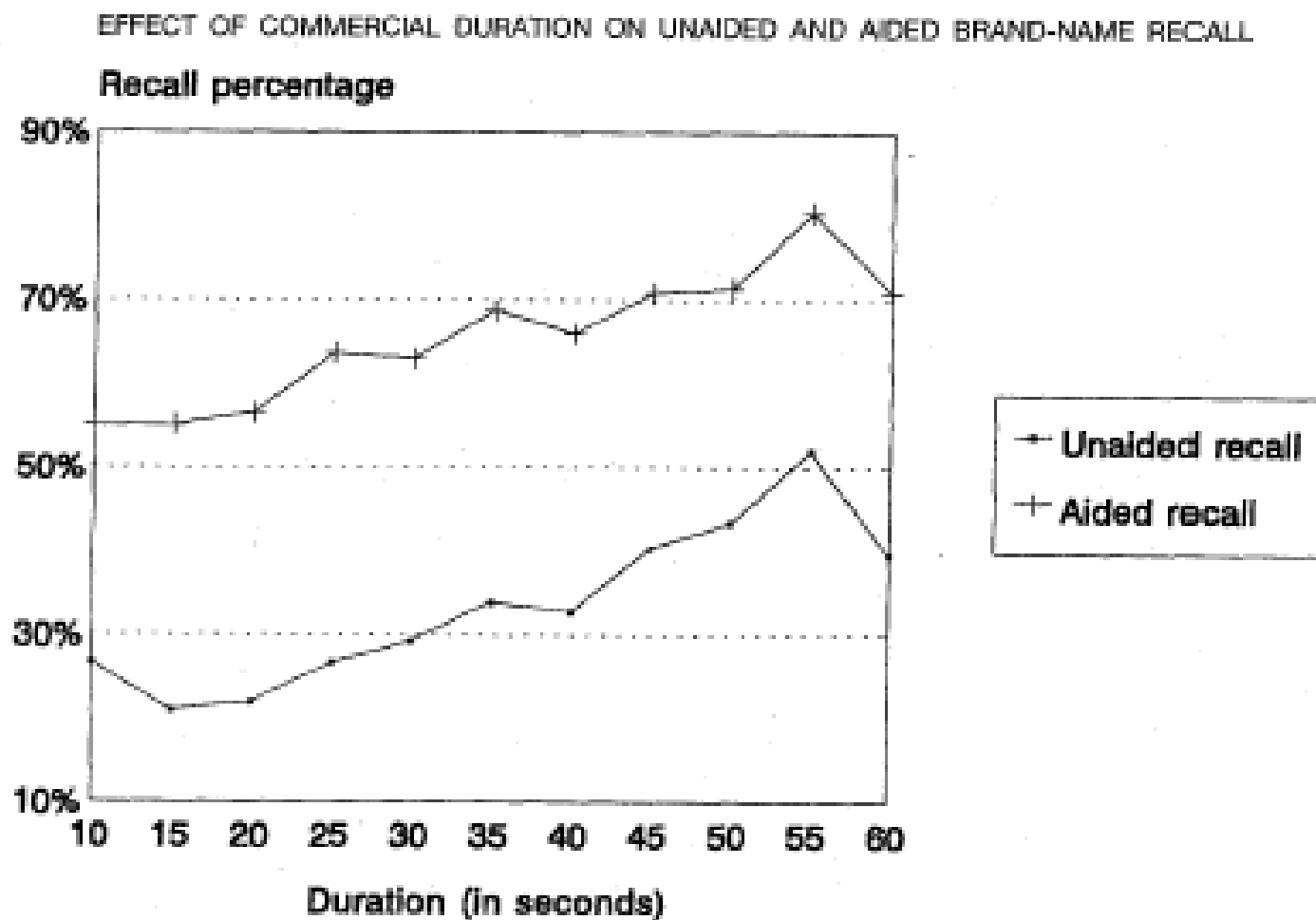
- ✓ La conoscenza presente in memoria distorce la codifica di nuove info e il successivo recupero

7. Persistence

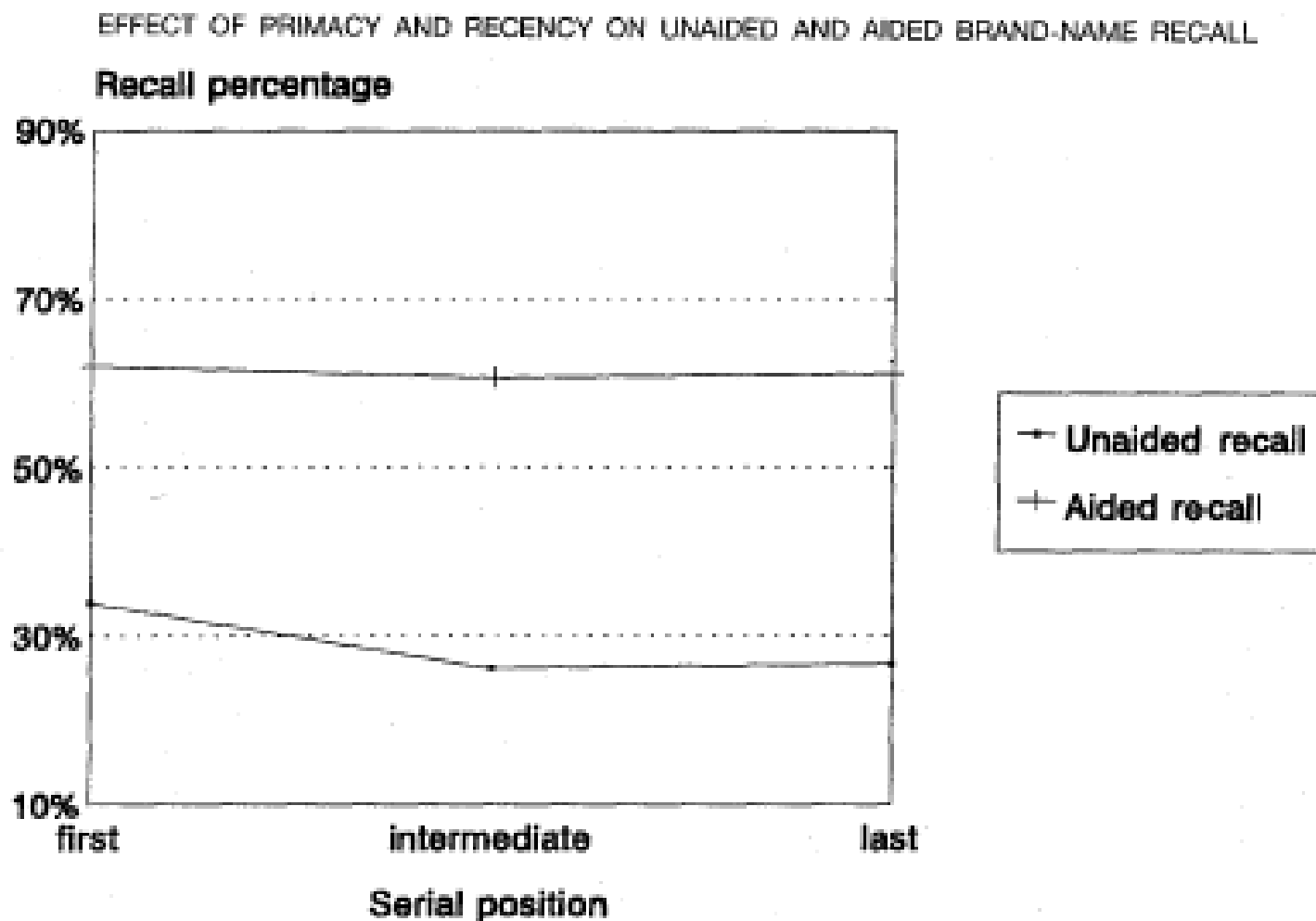
- ✓ Incapacità a dimenticare

1-3 = dimenticare; 4-6 = distorcere; 7 = non dimenticare

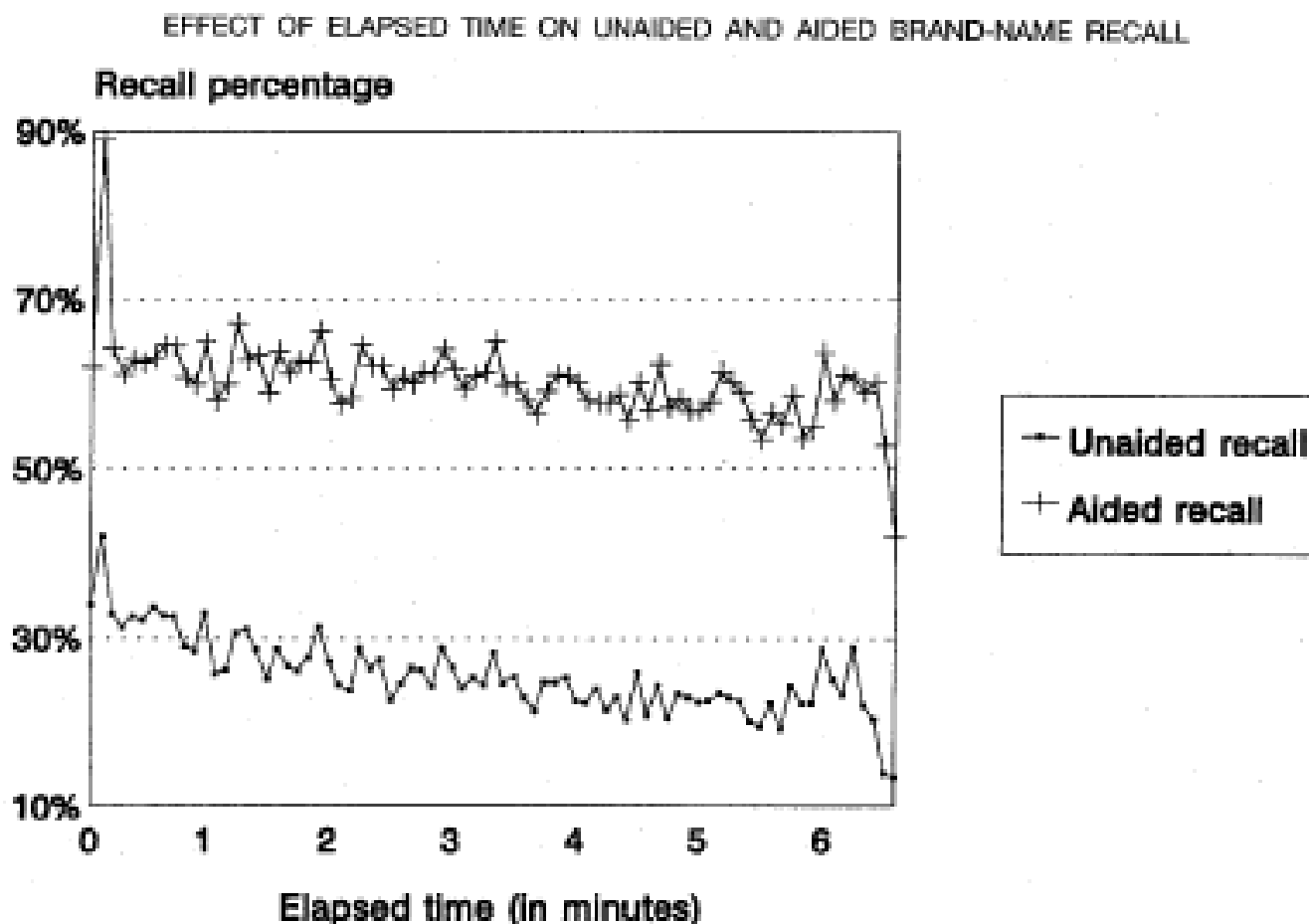
L'EFFETTO DELLA DURATA DELLO SPOT



L'EFFETTO DELLA POSIZIONE SERIALE DELLO SPOT



L'EFFETTO DEL TEMPO TRASCORSO FINO ALL'INIZIO DELLO SPOT



L'EFFETTO DEL NUMERO TOTALE DI SPOT

EFFECT OF NUMBER OF COMMERCIALS IN THE BLOCK ON UNAIDED AND AIDED BRAND-NAME RECALL

