

BALDINTZAPEN KLASIKO ETA OPERANTEA. ARIKETAK¹

Baldintzapen klasiko eta operantea (instrumentala) apendizaiaren portaerazko teoria ezagunak dira, eta biak funtsezkoak dira kontsumitzaile portaera ulertzeko. Ariketa honen helburua bi teoriak ulertzen laguntzea da, eta bai baldintzapen mota bat edo bestea gerta daitekeen marketing egoerak identifikatzeko gaitasuna garatzea ere.

Baldintzapen operantea (instrumentala).

Baldintzapen operantearen funtsa sinplea da: saritzen diren portaerak maizago errepikatuko dira; zigortzen diren portaerak, berriz, errepikatzeko probabilitate txikiagoa izango dute. Ekintza batek (*Portaera* ondorengo irudian) errefortzu edo zigor bat dakar (*Ondorioa*); honek portaera errepikatuko den probabilitatea gehitzen (errefortzatuz gero) edo gutxitzen (zigortuz gero) du.

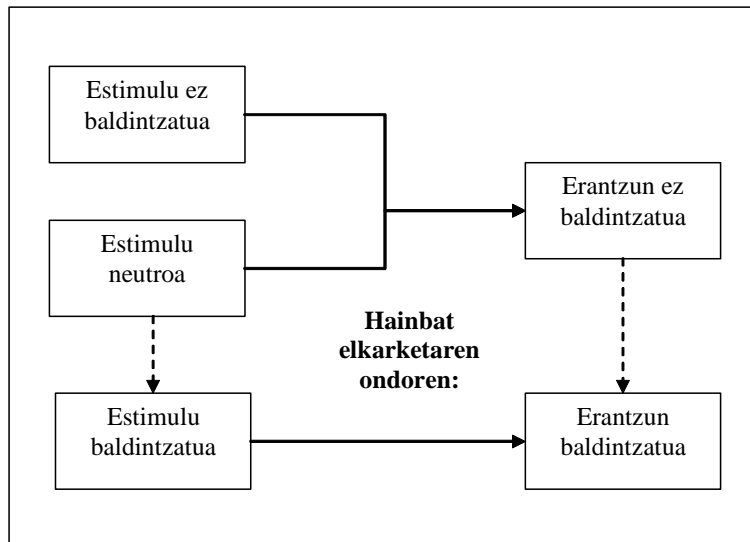
Portaera → Ondorioa → Portaeraren probabilitate handiagoa edo txikiagoa.

Baldintzapen klasikoa.

Teoria honek proposatzen du objektu neutro bat (kontsumitzailearentzat berezko esanahirik ez duen zerbait, adibidez, produktu ezezagun bat, edo inplikazio baxuko bat) beste objektu esanguratsu batekin elkartu daitekeela, eta elkarte honen bitartez kontsumitzaileek ikas dezaketela objektu neutroaren aurrean erantzuten objektu esanguratsuari erantzuten dioten modu berean.

Marketing testuinguru batean, estimulu ez baldintzatu esanguratsua kontsumitzaileen erantzun positibo jakina (*Erantzun ez baldintzatu* ondorengo irudian) ekarriko duen zerbait izaten da. Adibidez, estimulu ez baldintzatu iragarki batean umorea erabiltzea izan liteke. Estimulu ez baldintzatu esanguratsu hau (adib., umorea) estimulu neutro batekin (adib., produktu batekin) behin baino gehiagotan elkartuz (publizitatearen bitartez), kontsumitzaileak “ikasten du” estimulu neutroari erantzuten estimulu ez baldintzatuari erantzuten dion modu berean, azken hau falta denean ere. Elkarketa hau ikasita, estimulu neutroak *estimulu baldintzatu* izena hartzen du, eta erantzun ez baldintzatu *erantzun baldintzatu* bilakatzen da (ikusirik ondorengo irudia).

¹ Honako honetatik itzul-moldatua: Graham, J. (2004). *Critical thinking in consumer behavior. Cases and experiential exercises*. Pearson Prentice Hall: New Jersey.



Ariketa:

Ondorengo istoriotxoetan, aztertu zein motako baldintzapena ematen den eta zehaztu teoriaren osagaiak, adibideetan bezala.

Adibideak.

1. Supermerkatuan, Jonek eskaintzan dagoen produktu bat ikusten du. Produktu hori erosita, 10 euro aurrezten ditu. Supermerkatura joango den hurrengo aldian, Jonek eskaintzan dauden produktuak erosteko probabilitatea altuagoa izango da.

Baldintzapen operantea

Portaera: eskaintzan dagoen produktua erostea.

Ondorioa: 10 euroko aurrezpena.

Espero daitekeen aldaketa: eskaintzak gehiagotan erostea.

Baldintzapen klasikoa

Estimulu ez baldintzatua: _____

Estimulu neutro /baldintzatua: _____

Erantzun ez baldintzatu /baldintzatua: _____

2. Aneri, VisionLab iragarki barregarria ikusten duen bakoitzean irribarrea jartzen zaio aurpegian eta umore onez sentitzen da. Gidatzen doala VisionLab logotipoa ikusiz gero, irribarre egiten du.

Baldintzapen operantea

Portaera: _____

Ondorioa: _____

Espero daitekeen aldaketa: _____

Baldintzapen klasikoa

Estimulu ez baldintzatua: Tres en un burro.

Estimulu neutro /baldintzatua: Multi Opticas

Erantzun ez baldintzatu /baldintzatua: sentipen positiboak.

Istorioak:

1. Mirenek hiru seme-alaba ditu, eta batzuetan DVDak alokatzen ditu familian ikusteko. Supermerkatuan, Bideo Sailaren seinalea ikusten duenean, normalean hara hurbiltzen da zer dagoen berri begiratzeko, eta azkenean baten bat alokatzen du sarritan. Supermerkatuaren bezero txartela dauka, eta horregatik hamar alokairutatik bat doakoa da. Alokatzean, berak ez du kontutan hartzen zenbatgarrena den, baina ezusteko polita hartzen du ordaindu behar ez duela esaten diotenean. Etorkizunean, pelikula gehiago alokatuko du supermerkatuan noizbehinkako bideo klubean baino.

<i>Baldintzapen operantea</i>	<i>Baldintzapen klasikoa</i>
Portaera: _____	Estimulu ez baldintzatua: _____
_____	_____
Ondorioa: _____	Estimulu neutro /baldintzatua: _____
_____	_____
Espero daitekeen aldaketa: _____	Erantzun ez baldintzatu /baldintzatua: _____
_____	_____
_____	_____

2. Coca Cola iragarkiaren musika nostalgikoa entzuten duen bakoitzean, Unairi institutuko lagunak eta beraiekin bizi izandakoak etortzen zaizkio burura. Supermerkatura erosketan doanean, freskagarrien apalategi aurrean, Coca Cola aukeratu du, ez besterik. Izan ere, Coca Cola marka besteak baino gogokoago du.

<i>Baldintzapen operantea</i>	<i>Baldintzapen klasikoa</i>
Portaera: _____	Estimulu ez baldintzatua: _____
_____	_____
Ondorioa: _____	Estimulu neutro /baldintzatua: _____
_____	_____
Espero daitekeen aldaketa: _____	Erantzun ez baldintzatu /baldintzatua: _____
_____	_____
_____	_____

3. Nahiak oso gustukoa du Colhogar komuneko paperaren iragarkia, oso atsegin egiten baitzaio zilipurdika dabilen txakurkume traketsa ikustea. Dendan ez du kontutan hartzen beste markarik; Colhogar markarik leunena dela sinetsita dauka besterik gabe.

<i>Baldintzapen operantea</i>	<i>Baldintzapen klasikoa</i>
Portaera: _____	Estimulu ez baldintzatua: _____
_____	_____
Ondorioa: _____	Estimulu neutro /baldintzatua: _____
_____	_____
Espero daitekeen aldaketa: _____	Erantzun ez baldintzatu /baldintzatua: _____
_____	_____
_____	_____

4. Produktu izoztuen sailean, Mikelek pizza marka berri bat ikusi zuen. Erosi eta afaltzeko jan zuen gau horretan bertan. Oso zapore ona zeukan eta inoiz probatu zuen pizzarik gozoena zela pentsatu zuen. Erosketa zerrendan idatzi zuen berriro erosteko.

<i>Baldintzapen operantea</i>	<i>Baldintzapen klasikoa</i>
Portaera: _____	Estimulu ez baldintzatua: _____
Ondorioa: _____	Estimulu neutro /baldintzatua: _____
Espero daitekeen aldaketa: _____	Erantzun ez baldintzatu /baldintzatua: _____

5. Smith's motor olioaren iragarki inprimatuak ikusten dituen bakoitzean, bikinian dauden modeloak oso erakargarriak direla onartu behar du Peiok. Autorako olio behar izan duenean, ez du askorik pentsatu zein marka erosi; besterik gabe, Smith's hartu du.

<i>Baldintzapen operantea</i>	<i>Baldintzapen klasikoa</i>
Portaera: _____	Estimulu ez baldintzatua: _____
Ondorioa: _____	Estimulu neutro /baldintzatua: _____
Espero daitekeen aldaketa: _____	Erantzun ez baldintzatu /baldintzatua: _____

6. Gune komertzial handi batean erosketan zebilela, Lidiak liburu denda berri baten inaugurazio ekitaldi bat zegoela ikusi zuen. Hara hurbildu eta begiratzen ibili zen, eta dendari batek opari bat eman zion: aldizkari polit bat. Egun horretan ez zuen libururik erosi behar, baina gune komertzialera joango zen hurrengoan liburu dendara sartuko zen berriro.

<i>Baldintzapen operantea</i>	<i>Baldintzapen klasikoa</i>
Portaera: _____	Estimulu ez baldintzatua: _____
Ondorioa: _____	Estimulu neutro /baldintzatua: _____
Espero daitekeen aldaketa: _____	Erantzun ez baldintzatu /baldintzatua: _____

Galderak:

1. Marketing aplikazioen ikuspuntutik, zertan dira antzekoak baldintzapen klasikoaren istorioak? Beste modu batera esanda, baldintzapen klasikoa erabiltzen duten istorio guztietan, marketing tresna edo estrategia mota berdinak agertzen al dira?
2. Marketing aplikazioen ikuspuntutik, zertan dira antzekoak baldintzapen operantearen istorioak? Beste modu batera esanda, baldintzapen operantea erabiltzen duten istorio guztietan, marketing tresna edo estrategia mota berdinak agertzen al dira?