

Ariketa. Eragintza Automatikoaren inguruko estrategiak Interneten

Lantzen diren gaitasunak:

Orokorrak:

- Eragintza Automatikoazko teknikak ulertu, online salmentan nola erabiltzen diren ikusiz

Zehatzak:

- Web orri jakin baten barruan ageri diren Eragintza Automaikoazko estrategiak hatzemateko gai izatea
- Aipatu estrategia horien erabilera hobetzeko bideak proposatzea.

Atarikoak

Eragintzak, subjektuaren hiru dimentsioetako edozein izan dezake jomugatzat:

- Haren IDEIAK. Hizkuntzaren bidez adieraz daitezkeen pentsamendu, uste eta gainerako ezagutzak.
- Haren AKTITUDEAK. Objektu (material zein ez-material) jakin bati buruzko ebaluazio afektibo, orokor, ikasi eta gutxi-asko iraunkorrak.
- Haren JOKABIDEAK. Subjektuak gauzatzen dituen ekintza behagarriak.

Jomuga nagusitzat subjektuaren aktitudeak dituen eragintza motari, pertsuasioa esaten zaio. Publizitateak, esaterako, batez ere hartzaileen aktitudeetan eraginez garatzen du bere jardun pertsuasiboa. Gero, jakina, baldintzak egokiak badira, subjektuaren aktitude horiek iragarlearen onerako jokabide bilakatuko dira (produktuarekiko aktitude positiboak, alegia, produktu hori erostea ekarri ohi du)

Hala ere, badira bestelako teknikak ere, aktitudeei jaramonik egin gabe zuzen-zuzenean hartzaileen jokabideetan eragitea dutenak xede. Eskuarki, Eragintza Automatikoazko teknikak esaten zaie halakoei, edo esatekotasuna lortzeko estrategiak. Robert B. Cialdini ikerlariak dagoeneko klasikoa den liburu bat idatzi zuen horretaz (Cialdini, R.: *Influence. The Psychology of Persuasion*. Collins Business, New York, 1994). Cialdiniren ustez, estrategien eraginkortasuna giza psikologiaren honako 6 mekanismo edo arau hauetan oinarritzen dira:

- **Elkarrekikotasuna** – Norbaitek opari edo mesederen bat egiten digunean, ordainetan antzera jokatzeko bulkada sentitu ohi dugu. Deskontuak eta opariak, jakina, mekanismo hori baliatzen dute, baina antzera gertatzen da irakurleari baliagarriak zaizkion edukiak edo programak eskaintzen direnean, nahiz eskainitakoek, itxura batean, salmentarekin zerikusi zuzenik ez izan.
- **Lotura eta funtsa** – Norabide jakin batean urrats bat egin edo erabaki bat hartzen dugunean, gero lehen urrats horrekin koherentea den moduan jokatu nahi izaten dugu. Erosketa egiteko bidean urratsik txikiena ere emanaraztea izan liteke modu bat (aipatu produktuaren alde on eta txarrak, erosketari buruzko erabaki arrazional bat hartzeko).
- **Gizarte Onespina** – Egiten duguna ondo egina dagoela erakusten diguten frogak nahi izaten ditugu gizakiok, eta froga horiek, sarri, besteen jokabideetan aurkitzen ditugu. Mundu guztiak erosten badu produktu jakin bat, produktu hori

ona dela pentsatzeko joera izaten dugu. Aldez aurretik gizartearen onespena duten gauzak errazago onartzen ditugu. Online dendek, esaterako, argi eta garbi azaltzen dute zein diren produkturik ezagunenak eta gehien saltzen direnak.

- **Atsegina** – Iturria erakargarri bada, errazago lortu ohi du atxikimendua. Atsegina modu askotara lor liteke: mezua igortzen duen pertsona fisikoki erakargarri bada, adibidez; edo ospetsua bada, edo hartzailearen antzeko agertzen bada (antzeko aktituteak azaltzen dituelako, edo talde sozial bereko gisa, edo antzeko itxura badu); edo hartzaileari lausengu egin edo opariak ematen badizkio. Horretarako, batzuetan beste kontsumitzaileen konplizitatea bilatzen da, haien esku utzirik produktua "saltzea" (*tupperware party*). Webaren esparruan, irudiak baliatu beharko ditugu, jeneralean, iturria erakargarri agerrarazteko.
- **Autoritatea** – Autoritateak dimentsio asko izan ditzake (politikoa, intelektuala, morala...), baina, oro har, "alor jakin batean sari-zigorrak banatzeko ahalmena" dela esan liteke. Batzuetan ez da beharrezkoa autoritate hori benetakoa izatea; aitzitik, autoritatearen pertzepzioa eraiki egin liteke, titulu, sinbolo, jantzi eta autoritatea ordezkatzeko duten bestelako zera batzuen bidez.
- **Urritasuna** – Urria urre zaigula, alegia. Uste badugu produktu bat ez dagoela eskuratzeko moduan (edo aurki ez dela egongo), orduan eta produktu hori edukitzeko desio handiagoa izan ohi dugu. Sarean, bestalde, denbora errealean erakutsi daiteke zenbat ale geratzen diren oraindik.

Aipatu ditugun estrategia hauek barra-barra erabiltzen dituzte, aspaldi erabili ere, atez ateko eta bestelako saltzaile gehienek salmenta gehiago lortzeko beste amarru batzuekin batera. Orain, aldiz, Interneten ere sekulako garrantzia hartu dute Eragintza Automatikozko teknikok, zuzeneko salmenta dela eta.

Saltoki birtualetan, berriz, honako beste mekanismo psikologiko hau ere hartu behar dugu aintzat:

Aukera gehiegi badago, blokeatuta gera gaitezke, hainbestetan bat bakarraren aldeko erabakia hartu ezinda.

*Sarean, gure produktuak pilatu edo erakusteko tokia mugatua da. Gauzak horrela, eskaintzen ditugun aukera guztiak toki mugatu horretan jartzeko tentazioa izan dezakegu. Ikerketen arabera, ordea, hobe da aukera gutxiago ematea, aukera gutxiagorekin errazago burutzen baitu bezeroak erosketak. Aukerak gehiegi direnean, bezeroa distraitu egiten da, eta gehiago kostatzen zaio erosketak burutzea.

Ariketa. Lehen atala.

Amazon.com da, nazioarte mailan, e-commerce negozioerik handienetakoa. Amazonek diskoak saltzen ditu, eta baita liburuak, elektronika tresnak... Hasteko, sar zaituz Amazonen web gunean, eta begira ezazu ea Cialdinik aipatzen dituen esanekotasun estrategia horietakoren bat edo beste erabiltzen duen.

Egin zerrenda bat zure ustez web gune horretan erabiltzen diren horrelako estrategiena, eta eman adibide bana behintzat.

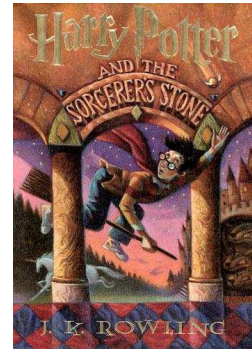
Gomendatutako denbora tartea: 15 minutu.

Ariketa. Bigarren atala.



Bila ezazu Amazonen produktu fitxa bat. Esaterako, Harry Potterren lehen liburuari dagokion honako fitxa hau:


http://www.amazon.com/Harry-Potter-Sorcerers-Stone-Book/dp/0590353403/ref=pd_sim_b_6

Hemen ondorengo laukiko esker zutabea dituzu fitxaren ezaugarri batzuk. Begira ezazu ea ezaugarriok baduten zerikusirik aztertu ditugun Eragintza Automatikoan sei estrategietakoren batekin. Baiezkoan, azaldu nola gauzatuko litzatekeen, zure ustez, eragintza prozesua.



	<ul style="list-style-type: none">• Balorazioa. Bezeroen balorazioen batez bestekoa.• Zein strategiari dagokio?• Non erakusten da balorazioa? ¿Zergatik ote?										
<p>Customer Reviews</p> <p>5,578 Reviews</p> <table border="1"><tr><td>5 star:</td><td>(4,698)</td></tr><tr><td>4 star:</td><td>(541)</td></tr><tr><td>3 star:</td><td>(186)</td></tr><tr><td>2 star:</td><td>(79)</td></tr><tr><td>1 star:</td><td>(74)</td></tr></table> <p>Average Customer Review ★★★★★ (5,578 customer reviews)</p> <p>Most Helpful Customer Reviews</p> <p>313 of 327 people found the following review helpful:</p> <p>★★★★★ Our first foray into Potter's world is truly magical!, October 17, 2007 By Mike London "MAC" (Oxford, UK) - See all my reviews TOP 1000 REVIEWER</p> <p><small>This review is from: Harry Potter and the Sorcerer's Stone (Book 1) (Hardcover) With this introductory novel was published in 1997, few would have predicted the ungr would produce. And everything that made Harry Potter so successful is all first shown, this book, HARRY POTTER AND THE PHILOSOPHER'S STONE.</small></p> <p><small>The novel opens with Harry living under the cupboard with his abusive aunt and uncle. life, and though an active boy, the sheer amount of trauma he must have endured wou opens out of this lifestyle. I've read an interesting theory (obviously not true), that a n</small></p>	5 star:	(4,698)	4 star:	(541)	3 star:	(186)	2 star:	(79)	1 star:	(74)	<p>Iruzkinak. Bezeroek produktuarekiko iruzkin pertsonalak uzten dituzte, zenbaki bidez kuantifikatuta. Ohartu nola aurkezten diren iruzkinak:</p> <ul style="list-style-type: none">• Zein strategiari dagokio? Zergatik diozu hori?• Iruzkina idatzi dutenak denera zenbat diren azaltzen dute. Zergatik ote?• Iruzkinon balioaz botua emateko aukera dago (Baliagarria iruditu zaizu?). Gero, gustagarritasun mailaren arabera aurkezten dira. Zergatik ote?• Iruzkin baten egilearen izena agertzen da, eta baita esteka bat ere, haren beste iruzkinak irakurtzeko modua izan dezazun. Zergatik ote?• Begiralearen izenak ikur berezi bat du, "Top 1000 reviewer"etako bat dela adierazten duena. Zergatik ote?
5 star:	(4,698)										
4 star:	(541)										
3 star:	(186)										
2 star:	(79)										
1 star:	(74)										

<p>Most Recent Customer Reviews</p> <p>★★★★★ Funny Story about this Funny story I have about this book. Every night, I would get home and play video games like a regular teenager. Read more Published 1 day ago by John McAdam</p> <p>★★★★★ Beautiful The only thing this book was lacking is the fresh book smell. As it is a first year copy, I feel that's not an unreasonable shortcoming. Read more Published 7 days ago by R9</p>	<p>Iruzkinik berrienak. Iruzkinik "onenak" ez ezik, egin berrienak ere azaltzen dituzte.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zein estrategiari dagokio hau? ¿Zergatik diozu hori? • Zer gertatuko litzateke iruzkinik onenak bakarrik erakutsiko balituzte? Zein da "iruzkinik berrienak" ataltxoaren funtzioa?
<p>Frequently Bought Together</p>  <p>Price For All Three: \$32.31 Add all three to Cart Add all three to Wish List Show availability and shipping details</p> <p>This item: Harry Potter and the Sorcerer's Stone (Book 1) by J.K. Rowling Harry Potter and the Chamber of Secrets (Book 2) by J. K. Rowling Harry Potter and the Prisoner of Azkaban (Book 3) by J.K. Rowling</p>	<p>Sarri batera salduak. Harry Potterren saileko lehen hiru liburuak ageri dira, batera erosiz gero ordaindu behar litzatekeen prezioarekin.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zein estrategiari dagokio hau? ¿Zergatik diozu hori?
<p>List Price: \$24.99 Price: \$16.49 & eligible for FREE Super Saver Shipping You Save: \$8.50 (34%)</p>	<p>Prezioa. "Zerrendako prezioa" ageri da, produktuarengatik benetan ordaindu beharko den prezioa, bezeroak aurreztuko duen diru kopurua, eta adierazten da produktu horrekin aukera dagoela bidalketa dohan izatea.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zein estrategiari dagokio hau? ¿Zergatik diozu hori? • Zer lortu nahi da bildalketa lanak dohan eskainita? • Zenbateko garrantzia ematen zaio hemen prezioan egindako deskontuari? Nola adierazten da garrantzitsua dela? Zergatik ote?
<p>Customers Who Bought This Item Also Bought</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="231 1456 446 1646">  <p>Harry Potter and the Chamber of Secrets (Book 2) by J. K. Rowling ★★★★★ (2,699) \$7.91</p> </div> <div data-bbox="462 1456 678 1646">  <p>Harry Potter and the Prisoner of Azkaban (Book 3) by J.K. Rowling ★★★★★ (2,637) \$7.91</p> </div> </div>	<p>Liburu hau erosi zuten bezeroek honako beste hauek ere erosi zituzten. Produktua erosi zuten bezeroek erositako beste liburuai buruzko informazioa ematen da hemen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zein estrategiari dagokio hori? Zergatik diozu hori? • Eroslearentzat interesgarria iruditzen al zaizu informazio hau? Baiezkoan, iruditzen zaizu "opari" funtzioa izan dezakeela?

<p style="text-align: center;">See larger image</p>  <p style="text-align: center;">See all 6 customer images</p> <p style="text-align: center;">Share your own customer images</p>	<p>Bezeroen irudiak. Liburutik irudiak igotzeko aukera dute bezeroek.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zein estrategiari dagokio ezaugarri hau? Zergatik diozu hori? • Onuragarri iruditzen al zaizu produktuaren irudiaren gainean bezeroen aurpegiak agertzea? Zer onura izan dezake horrek?
--	---

Erantzun honako galdera hauek:

1. Demagun liburuaren alboan kontagailu bat dagoela, saldu gabe zenbat ale geratzen diren adierazten duena uneoro. Zer estrategia legoke balizko markagailu horren oinarrian? Zergatik diozu hori?
2. Demagun badela jenderik, Amazonen liburuari buruzko iruzkin positibo bat idatzi duen arren oraindik liburuia erosi ez duenik. Zure ustez, jende horrek ezer idatzi ez balu baino joera handiagoa izango ote du liburuia erosteko, edo ez? Baiezkoan, zer estrategiarekin lotuko zenuke? Zergatik diozu hori? Bururatzen al zaizu beste strategiaren bat, bezeroak aldeko aldarrikapen publikoa egin dezan?
3. Bururatzen al zaizu iruzkinen eraginkortasuna hobetzeko biderik? Zure ustez, zer ondorio izango luke iruzkinetan begiralearen argazkia agertzeak?
4. Nola eraikitzen da hemen iruzkinak idazten dituzten erabiltzaileen autoritatea? Zein dira autoritate kutsua ematen duten elementuak?
5. Atsegintasunean oinarritutako strategiaren baten arrastorik ikusten duzu hemen? Bururatzen al zaizu web gune honetan atsegintasuna baliatzeko modurik?
6. Zer diozu fitxan ageri diren osagaien hierarkia bisualaz? Zein osagaiari ematen zaie arreta gehien (toki garrantzitsuagoetan daudelako)? Zergatik diozu hori?

Gomendatutako denbora: ordu bat eta 15 minutu.

Ariketa. Hirugarren atala.

Aldera ezazu Amazonen produktu fitxa hor beheko denda horietan erabiltzen direnekin. Zer hutsune ikusten dituzu beste fitxetan, Amazonenarekin alderatuta? Aitzitik, zertan iruditzen zaizu dutela beste horiek, Amazonekoak ez duenik? Pertsuasioa areagotzeko xedez egindako hobekuntzarik ikusten duzu? Azken batean, galdera zera da: zein denda edo saltokitan erabiltzen dira modu egokiagoan Eragintza Automatikoazko estrategiak? Azaldu diozuna esateko dituzun arrazoiak.

1. La Casa del Libro
<http://www.casadellibro.com/libro-harry-potter-and-the-philosopher-s-stone-adult/979028/2900001001487>
2. El Corte Inglés
http://www.elcorteingles.es/libros/producto/libro_descripcion.asp?CODIISB N=8478884459
3. Aukeratu zuk zeuk hirugarren saltoki digitala.

Gomendatutako denbora tartea: 30 minutu

Ebaluazio irizpideak

Lehen ariketan, bigarren ariketan ageri ez den Eragintza Automatikoazko estrategien erabileraren bat hauteman du.	Puntu 1
Bigarren ariketan, behar bezala identifikatu ditu aipatzen diren ezaugarriei dagozkien estrategiak.	3 puntu
Teoriari dagokion ataletan azaldu ditugun Eragintza Automatikoazko estrategietakoren batean oinarrituta, Amazonek darabiltzan estrategiak hobetzeko bideak proposatzen ditu.	3 puntu
Argi eta garbi azaldu ditu aztertutako saltoki birtualen arteko aldeak, eta irizpide egokiak erabili ditu erabakitzeko zein saltokik darabiltzan hobekien Eragintza Automatikoazko estrategiak.	3 puntu