



Nevromarknaðarføring hevur onkur rópt tað. Endamálið er at siga hvørji økir í heilanum verða drigin at einari vøru og hvørji ikki ikki vera. Úrslitið er ein heldur mystisk samgonga millum heilagranskarar og lýsingaríðnaðin

ILLUSTRÁTIÓN: PÆTUR E. JENSEN

eggjablommuna í eggnum at síggja gulari og »frískari« út. Ímeðan spæla vínhandlar ofta franskan tónleik fyri at vekja assosiatióinir til ein serligan franskan vín hugna, sum keyparin kennir aftur frá filmum og øðrum undirhaldi. Lýsingaríðnaðurin veit, at vørur eru ikki bert vørur.

Lív, deyði og status

Hví hava Mac Donalds og feitur matur fingið so stóra framgongd í modernaða samfelagnum? Vit fara av instinkt ofta helst eftir tí søta og feita. Svárið frá heilagranskarunum er, at vit av náttúr einfalt dáma betri kaloriuríka føði frammum kaloriufátæka. Fyri okkara forfedrar á afrikonsku fløtunum gav hetta meining, tí at føðin var avmarkað, og umráðandi var at fáa røttu nøgdina av orku fyri at yvirleva. Men hetta gevur ikki størvegis meining í dagsins vesturheimi við yvirflóð av mati. Vit gloyma ofta, at allar keypsavgerðir fara fram í einum biologiskum heila, ið mentist undir heilt øðrum fortreytum enn nútímans samfelagnum, og sum er alt annað enn nøkur neutral roknimaskina. Bert ein lítill partur av okkara heila virkar á einum tilvitaðum stigi, nógv størsti parturin er ótilvitaður. Tí er ástøðin, at kundin oftast ikki er serliga tilvitaður um tær drívmeigir, ið liggja undir hansara keypsatferð. Hetta hava lýsingarfyrirtekur leingi vita, men hava nú fingið vísindina í sín part, bókstaviliga.

Teir forfedrar ið høvdu eydnuna við sær at føra genini víðari, vóru teir ið dugdu at yvirleva og føra genini víðari á afrikonsku fløtunum. Fyri at rækka hesum endamálið vóru nøkur yvirlivingaramboð umráðandi: At verja seg ímóti lívshóttandi vandum, finna ein maka, knýta vinarbond, hava ávísan status í sosiala bólkinum og at taka sær av familjulimum. Hetta eru, sambært evolutions sálarfrøðingunum, framvegis tær drívmeigir ið stýra heilanum og keypsatferðini hjá okkum eftirkomarum ótilvitað. Eitt nú geva kanningar ábending um, at tað er meiri sannlíkt at mannfólk keypa dāmuni eina gávu tá hon hevur eggloyn enn aðrar tíðir. Ótilvitað óttast maðurin at onkur annar fer avstað við henni hesa tíðina, og harvið minka móguleikarnir hjá honum at føra genini víðari. Klassisku dømini finna vit í bilíðnaðinum. Ein nýggjur BMW kann verða við til at geva einum ungum manni status og móguliga betra móguleikarnar at finna ein maka, bæði týðandi eginleikar fyri at føra genini víðari á afrikonsku fløtuni. Her er drívmeigin status. Bilaseljarar vita, at drívmeigirnar til at keypa ein bil er rættuliga ymiskar, tí er umráðandi at sáluátøkini tala til ymisar drívmeigir. Eitt lýsingaráttak fyri einum familjubili skal tí vera grundleggjandi øðrvisi enn áður nevnda dømi; her skal nógv størri dentur leggjast á trygd í lýsingunum. Instinktívt hava vit stóran ótta fyri at vit og okkara avkom koma í vanda.

Onnur lýsingaráttok venda sær meiri til sosialu drívmeigina. Úti á afrikonsku fløtunum yvirlevdi tú ikki uttan ein fastan ból. Klassiska dømi úr lýsingarvinnuni eru lýsingar ið t.d. enda við orðunum »ein millión longu seld!«. Skalt tú ikki fella uttanfyri bólkin, mást tú eisini hava ávísan fartelesfon. Vørumerkið hjá bryggjarinum »Okkara« talar eisini greitt til sosialu drívmeigina; kundin fær eina kenslu av at hoyra til og vera felags um vørumerkið. Eisini er áhugavert, at »okkara« er eitt orð vit nýta um okkara sosialu relatióinir í gerandisdegnum. Á tann hátt kann vørumerkið gera sær vónir um, at kundin hugsar um tað, tá hann nýtir orðið í øðrum samanhangi. Tryggingarfelagið Føroyar hevur við sínum lýsingum knýtt tryggileikarv og tørvin á at hoyra til saman á snildisligan hátt. Vit minnst øll stóru lýsingina har fólk stóðu í ring kring alt landið. Lýsingingin gav hyggjarunum eina kenslu av at hoyra til at eina stóra og trygga familju.

Ert tú loyalur?

Tað er torført at fáa okkum at skifta frá einum til annað vørumerkið enn tað vit eru von við. Menniskju eru vanadýr. Úti á afrikonsku fløtunum skifti ein heldur ikki sosialan ból frá degi til dags. Tað kundi vera vandamikið at nærkast einum fremmandum bólki. Marknaðarfrøðingar vísa á, at kend vørumerkið dýrka okkara náttúrliga bólkaloyalitet. Klassisku dømini eru Pepsi og Coca

Cola – ógvuliga meinlíkt innihald – men rættuliga loyalur kundar ið halda seg til eitt merki.

Við øðrum orðum duga kendu vørumerkini ógvuliga væl, at tala til aldargamlar menniskjaligar drívmeigir. Men vitanin um sambandi millm marknaðarføring og heilagransking kann tó eisini koma brúkarunum til ágóða, við at gera hann tilvitaðan um hvørjir áhugar og drívmeigir hann ótilvitað er partur av.

Hví keypa vit?

»Úti á afrikonsku fløtunum yvirlevdi tú ikki einsamallur uttan ein fastan ból. Klassiska dømi úr lýsingarvinnuni eru lýsingar ið t.d. enda við orðunum »ein millión longu seld!«. Skalt tú ikki fella uttanfyri bólkin, mást tú eisini hava ávísan fartelesfon. Vørumerkið hjá bryggjarinum »Okkara« talar eisini greitt til sosialu drívmeigina; kundin fær eina kenslu av at hoyra til og vera felags um vørumerkið. Eisini er áhugavert, at »okkara« er eitt orð vit nýta um okkara sosialu relatióinir í gerandisdegnum. Á tann hátt kann vørumerkið gera sær vónir um, at kundin hugsar um tað, tá hann nýtir orðið í øðrum samanhangi. Tryggingarfelagið Føroyar hevur við sínum lýsingum knýtt tryggileikarv og tørvin á at hoyra til saman á snildisligan hátt. Vit minnst øll stóru lýsingina har fólk stóðu í ring kring alt landið. Lýsingingin gav hyggjarunum eina kenslu av at hoyra til at eina stóra og trygga familju.«