

## نگاه کردن به کالا میل خرید را افزایش می‌دهد

پژوهشگران آمریکایی در بررسی‌های خود نشان دادند که در هنگام خرید، خریدار هر چه بیشتر به یک کالا نگاه کند و یا آن را لمس کند بیشتر علاقه‌مند می‌شود آن را خریداری کند.



پژوهشگران آمریکایی در بررسی‌های خود نشان دادند که در هنگام خرید، خریدار هر چه بیشتر به یک کالا نگاه کند و یا آن را لمس کند بیشتر علاقه‌مند می‌شود آن را خریداری کند.

به گزارش خبرگزاری مهر، در عصر رایانه ممکن است فکر کنید که تجارت الکترونیک در حال نابود کردن تجارت سنتی است و خرید آنلاین به زودی به تنها راه برای خرید مردم تبدیل خواهد شد این در حالی است که دانشمندان موسسه تکنولوژی کالیفرنیا در تحقیقات جدیدی به نتایج متفاوتی رسیده‌اند.

به گفته این محققان، زمانی که انسان در مقابل دو کالای به یک اندازه جذاب قرار می‌گیرد اگر به طور مداوم و یکی پس از دیگری به آنها نگاه کند سرانجام کالایی را که بیشتر نگاه کرده است خریداری خواهد کرد.

این تیم تحقیقاتی، تصاویر 70 غذای مختلف را به 39 دانشجو نشان دادند و از آنها خواستند که از طریق دادن امتیاز از 10- تا 10 ارزیابی خود را از هر یک از این غذاها بیان کنند. این امتیازات نشان می‌داد که این دانشجویان آرزو دارند کدامیک از این غذاها را زودتر بخورند.

سپس از این دانشجویان خواسته شد که پس از نگاه کردن یکی پس از دیگری از میان 100 ظرف غذایی اشتها برانگیز یکی را انتخاب کنند.

در طول این آزمایش، فعالیت حرکات چشم هریک از شرکت کنندگان از طریق متد "ردیابی چشم" ثبت شد. این متد، ثبت فضاهای فیزیکی که نگاه به روی آنها معطوف می‌شود را به همراه مدت زمان هر نگاه امکانپذیر می‌کند.

براساس گزارش نیچر، نتایج این تحقیقات نشان داد که 70 درصد از شرکت کنندگان غذایی را انتخاب کردند که به طور متوسط نیم ثانیه بیشتر به آن نگاه کرده بودند.

همچنین نتایج آزمایش دیگری که با دست زدن به غذا انجام شده بود نشان داد 50 درصد شرکت کنندگان خوراکی را انتخاب کردند که مدت بیشتری آن را لمس کرده بودند.

این محققان در این خصوص توضیح دادند: "این مدل می‌تواند شاخص‌های مهمی را برای مطالعه بر روی فرایندهای تصمیم‌گیری ارائه کند و برای مثال به ما در درک اینکه چرا افراد متأثر از اوتیسم که به طور کلی قادر به برقراری یک تماس بصری پایدار و مداوم نیستند در فرایندهای تصمیم‌گیری اجتماعی با سختی مواجهند."