





cool blue

Bekijk alle categorieën

Zoeken naar...

Koken & tafelen

Sport & outdoor

Tuin & klussen

Navigatie & reizen

Speelgoed & gaming

Verzorging

Aanbiedingen

14.30 min sneller

Alternatieve route nemen?

Ja

188,-

179,-

Meer informatie

Gratis verzending

Gratis retourneren

Advies in onze winkel

Klantenbeoordeling

294.746 vindplaatsen

Beste webwinkel

BESTVERKOCHT.

Uitslovers.

POLAR

M400

Black HR

159,95

★★★★★

(795)

5"

Garmin Nuvi 2597LMT

159,-

149,-

★★★★★

(516)

Siemens

WM14Q363NL

iQ500

iSensoric

529,-

519,-

★★★★★

(279)

43"

149 cm

SAMSUNG

UE43JU6000

599,-

★★★★★

(129)

Devolo

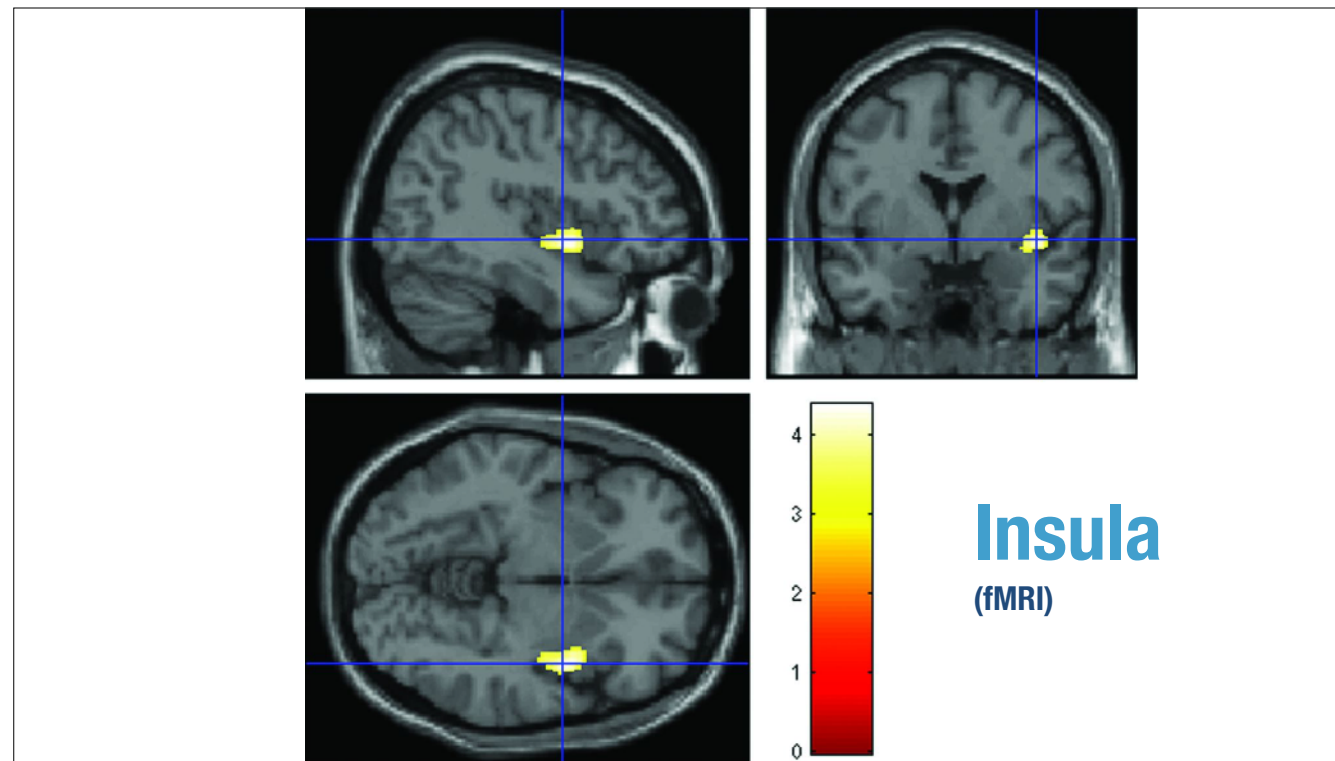
dLAN Starter Kit

★★★★★

(129)

Wat missen we op deze pagina?

Juist! Het €-teken!



Toen hersenwetenschappers consumenten in de hersenscanner legden, viel hun iets gekks op.

In bovenstaande scan zien we de hersenen van een consument terwijl hij naar een prijs keek. Zoals je kan zien, ligt de Insula op.

Nu zegt de Insula ons natuurlijk niet zoveel, maar de hersenwetenschappers schrokken zich rot.

De insula licht namelijk ook op wanneer je met een hamer op je duim slaat. Juist; het pijncentrum.

Geld uitgeven doet dus mentaal een beetje pijn. Laat je het euro-teken weg, dan neem je een beetje pijn weg, en zie je de omzet vanzelf een beetje stijgen.

Prijsrelativiteit
Alles is relatief

Nu met gratis televisie.
PHILIPS 65PUS6121

65" 165 cm 4K

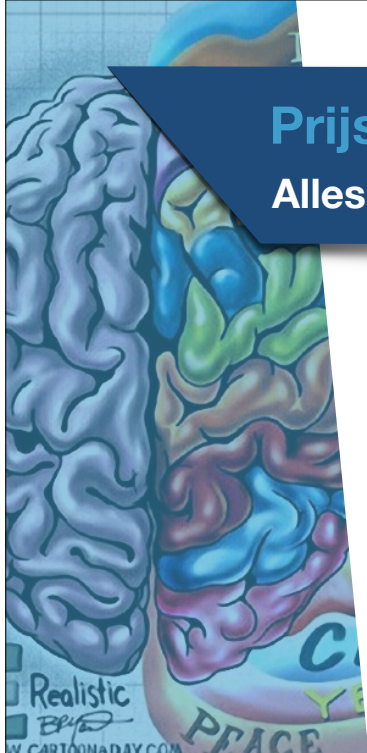
PHILIPS

1.199,-
1.079,-

Energieklasse A++

Meer informatie

Laten we de prijs van Coolblue eens verder onder de loep nemen.



Prijsrelativiteit
Alles is relatief

~~1.199,-~~
1.079,-

Realistic
BYD
WWW.CARTOONADAY.COM
PEACE

STT research

Gek eigenlijk. De nadruk ligt op de nieuwe prijs: 1.079,-! Terwijl ik net zo goed kan beredeneren dat de oude prijs ook belangrijk is. Want het verschil tussen de oude en nieuwe prijs geeft de korting weer.

Wat zou er gebeuren als we de fysieke afstand tussen de oude prijs en nieuwe prijs ook groter maken?



We zien in eerder onderzoek dat wanneer de prijzen fysiek verder van elkaar afstaan, deze mentaal gezien ook verder van elkaar afstaan. Deze prijs is stuk breinvriendelijker, het kortingsgevoel is hier nog groter.



Vreemd eigenlijk dat de grote prijs klein was en de kleine prijs groot. Ons brein vind het fijner om de prijs te zien zoals we hem mentaal 'logisch' vinden. En mentaal gezien vinden we het logischer als een grote prijs (1199,-) groter is afgebeeld dan de kleinere prijs (1079,-).

cool blue Bekijk hele assortiment

Hoi Tim, waar ben je naar op zoek?

English Tim

Alle tv's Samsung tv's LG tv's Philips tv's Sony tv's Panasonic tv's OLED tv's Smart tv's Aanbiedingen QLED tv's Advies Tv accessoires Tv acties Adviesafspraak?

Coolblue.nl > Televisies & beamers > Televisies > 4K Ultra HD tv's > 4K HDR tv's > OLED55C8PLA

LG OLED55C8PLA

★★★★★ 26 reviews Bekijk alle accessoires

Coolblue's Keuze Onze keuze voor een topklasse 55 inch OLED tv > Meer informatie



55" 140 cm HDR OLED 4K

in het formaat: 55 inch

A ~~2.299,-~~ **1.599,-** ✓ Morgen in huis

[In mijn winkelmandje](#)

[Op verlanglijstje](#)

Niet op te halen in onze winkels

- ✓ Voor 23.59 uur besteld, morgen gratis bezorgd
- ✓ Gratis binnen 30 dagen te retourneren
- ✓ 2 jaar garantie op je televisie
- ✓ Onze klantenservice is tot 23.59 uur geopend
- ✓ Klanten geven Coolblue een 9,3/10

Leuk detail. Nadat we dit inzicht aan Coolblue getoond hadden, hebben ze het getest. Als je nu een product bezoekt met een korting, zul je zien dat de oude prijs 10% groter is dan de nieuwe prijs.

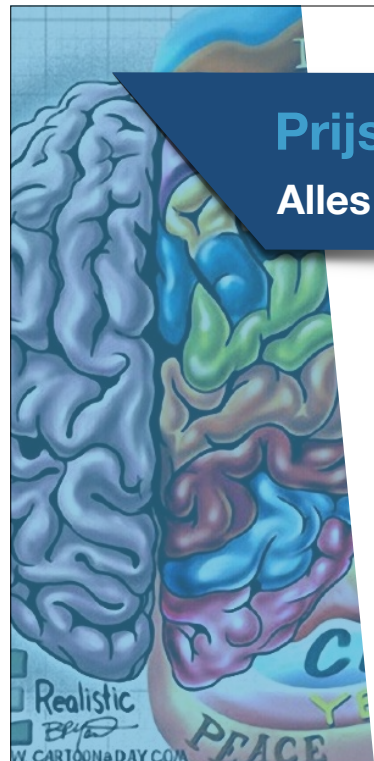
Dat betekent dat Coolblue dus meer omzet maakt met deze prijsweergave, want dit voeren ze alleen door wanneer test een positieve uitkomst heeft.



Als alles hierboven ‘waar’ zou zijn, dan zou de prijs rechtsonder de winnaar moeten zijn in deze A/B/C/D-test. Echter, dat was hij niet. het was de prijs linksonder.

Dit komt waarschijnlijk omdat men niet gewend is om een prijs op die plek te zien. En verwarring kan een groter negatief effect hebben dan het positieve effect van het weglaten van het euro-teken.

Let dus goed op of je prijs nog steeds ‘logisch’ is.

A cartoon illustration of a human brain. The left hemisphere is colored purple and blue, while the right hemisphere is colored green, yellow, and red. A blue price tag is attached to the top of the brain. The price tag has the text 'Prijsrelativiteit' in white and 'Alles is relatief' in white. The price '19,99' is written in large red numbers on the right side of the brain. The cartoon is signed 'Realistic' and 'W. CARTOONADAY.COM' at the bottom left. The words 'PEACE' and 'YES' are written on the bottom of the brain.

Prijsrelativiteit
Alles is relatief

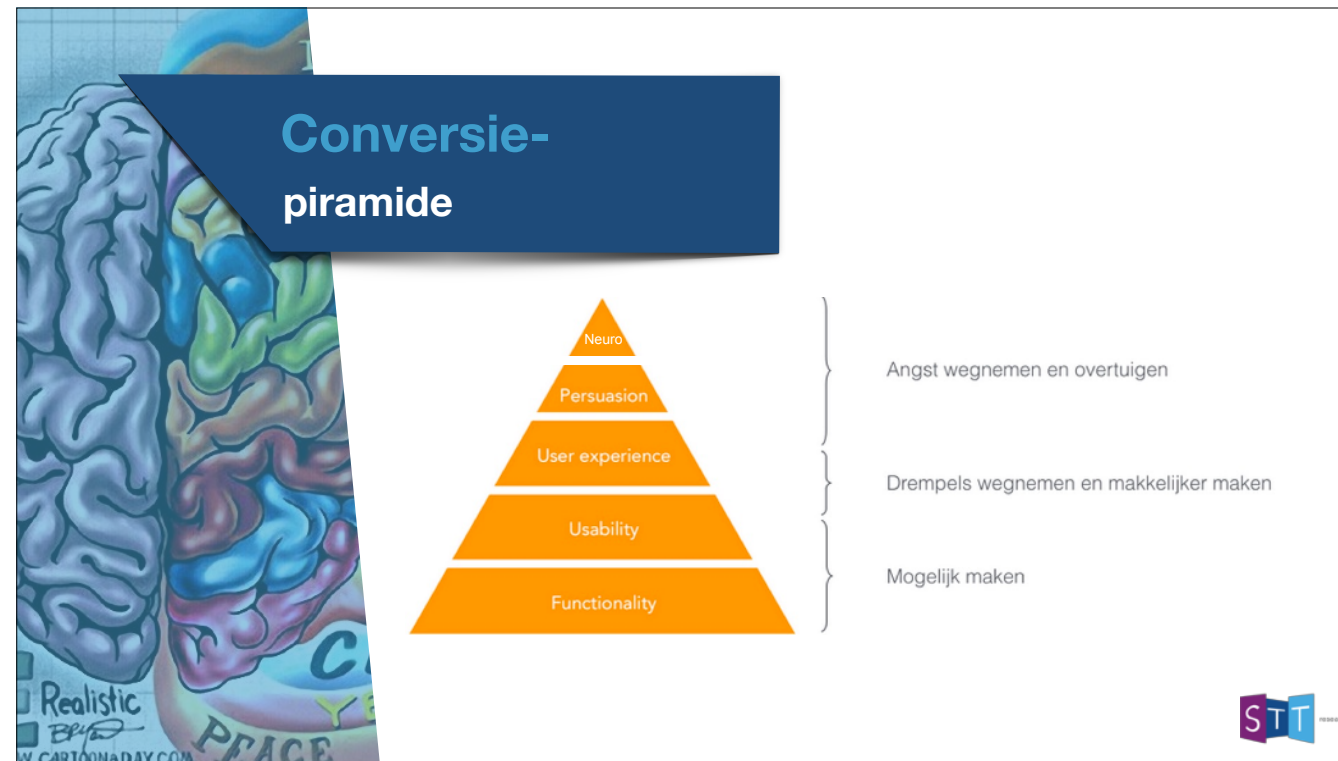
19,99

Realistic
W. CARTOONADAY.COM
PEACE
YES

STT research

Je kunt vast raden van welke online retailer deze prijs is.

Raadde je bol.com? Dan zit je goed! Door de prijsweergave altijd op deze manier te doen, herkennen we eerder de prijs, en kan Bol makkelijk het euro-teken weglaten - zonder dat het verwarring schept.



Kleine aanpassingen kunnen grote effecten hebben. Maar als de emmer een bodem mist, heeft het dichten van kleine lekken minder zin.

Staar je dus niet altijd blind op deze inzichten. Zorg eerst voor een solide website, en ga dan optimaliseren met inzichten uit de neuromarketing.

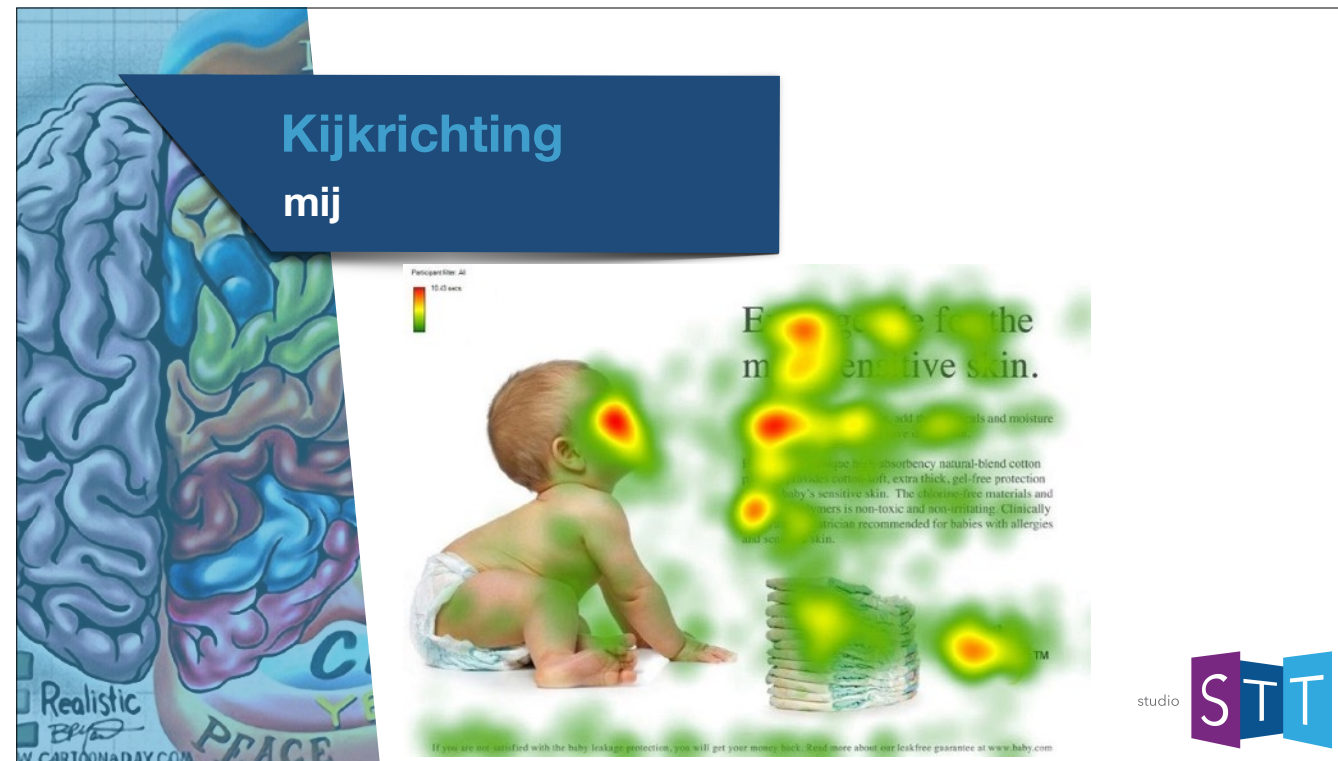
Waar kijk je naar?





Gezichten trekken enorm de aandacht. Maar dat kan ook negatief zijn. Ook in dit geval.

Hoe roder de heatmap, hoe meer mensen er langer naar keken. Conclusie? De baby trekt vooral de aandacht, terwijl bijna niemand naar de tekst kijkt.



Wat een verschil met de vorige afbeelding. Opeens wordt de tekst veel vaker gelezen. Daar is het deze advertentie natuurlijk om te doen.

Dit komt omdat mensen de neiging hebben om te kijken daar waar andere mensen ook naar kijken.

Zorg er dus altijd voor dat je mensen/modellen in je beelden kijken naar waar jij wilt dat ze kijken!



Fout!



Dit zelfde inzicht geldt ook voor producten. We kijken automatisch daar naar waar de producten ook naar kijken. Apple doet het dus perfect, terwijl de kijker bij Dell eerder 'uit' de advertentie kijkt, dan naar de tekst of de knop.

Inloggen

Mijn favorieten

Klantenservice

Pearle

opticians

zoeken naar

Vind een winkel

Maak een afspraak

1

€ 0,-

Home

Brillen

Contactlenzen

Zonnebrillen

Acties

Oogmeting

Zorgvergoeding

Service

Inspiratie

Brillen / Julius BM15WC CG 54/18

Julius BM15WC CG 54/18

Montuur

€ 200,00

2e bril echt gratis! Of kies voor dubbele leeftijdskorting op een multifocale bril!

Dit montuur is al toegevoegd aan de lijst met monturen die u in de winkel wilt passen. Ga naar uw selectie.

Pas online

Kies uw glaspakket

Bij Pearle hebben we vier heldere glaspakketten voor u samengesteld: diamant, goud, zilver en brons. Zo ziet u meteen welke glazen u wilt en wat ze kosten. Geen verrassingen dus.

Een makkelijke ‘fix’ voor Pearle. Zorgen dat de bril naar rechts kijkt.

Inloggen

Mijn favorieten

Klantenservice

Pearle

opticians

zoeken naar

Vind een winkel

Maak een afspraak

1

€ 0,-

Home

Brillen

Contactlenzen

Zonnebrillen

Acties

Oogmeting

Zorgvergoeding

Service

Inspiratie

Brillen / Julius BM15WC CG 54/18

Julius BM15WC CG 54/18

Montuur

€ 200,00

Ze bril echt gratis! Of kies voor dubbele leeftijdskorting op een multifocale bril!

Dit montuur is al toegevoegd aan de lijst met monturen die u in de winkel wilt passen. Ga naar uw selectie.

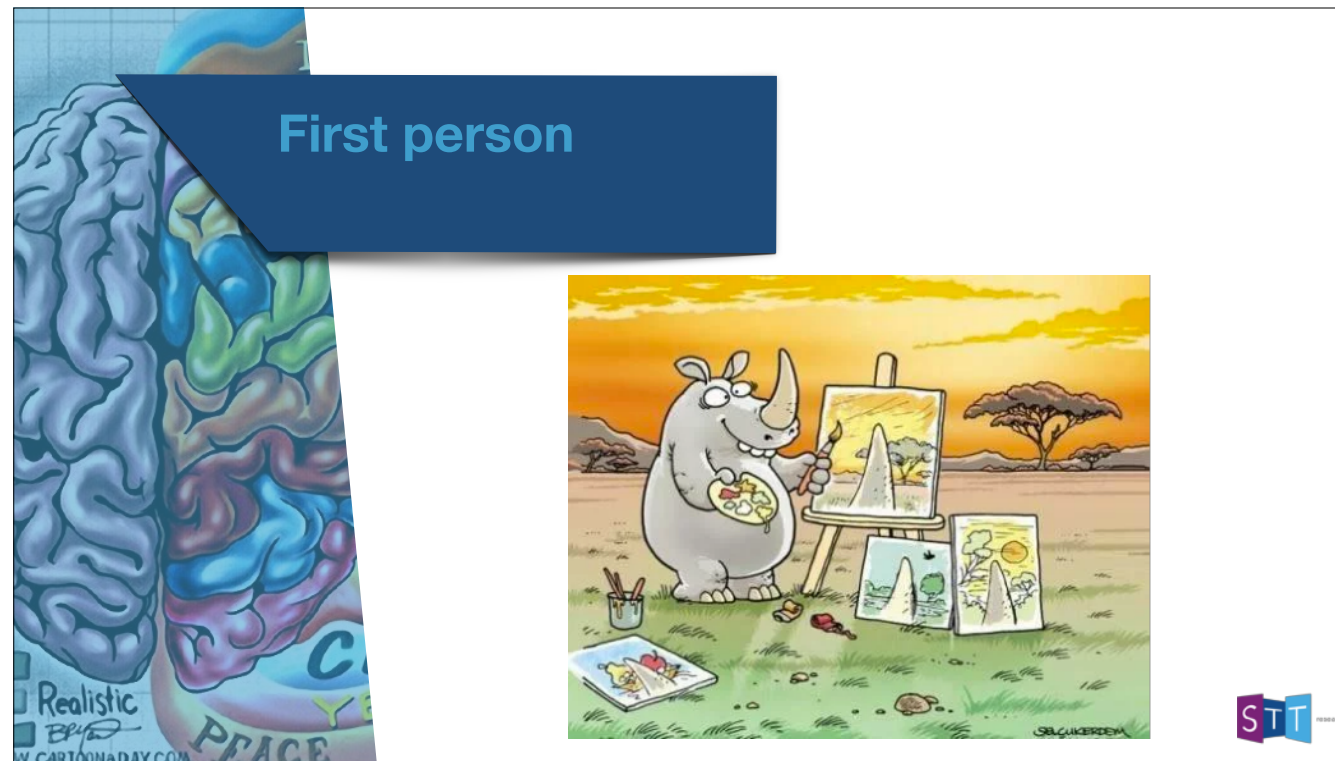
Pas online

Kies uw glaspakket

Bij Pearle hebben we vier heldere glaspakketten voor u samengesteld: diamant, goud, zilver en brons. Zo ziet u meteen welke glazen u wilt en wat ze kosten. Geen verrassingen dus.

First person





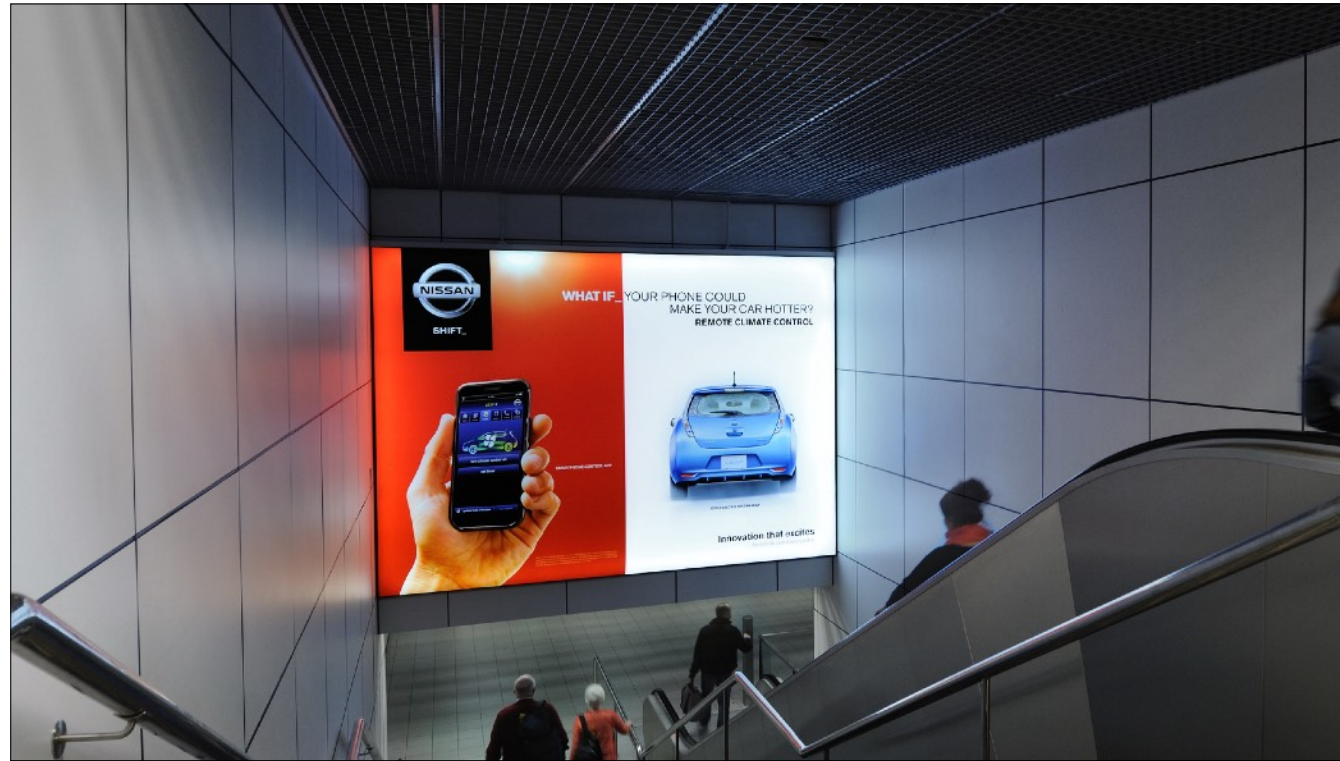
Dit is het perspectief van de neushoorn.

Wist je echter dat wij ook altijd onze neus zien? Alleen onze hersenen 'filteren' deze eruit.

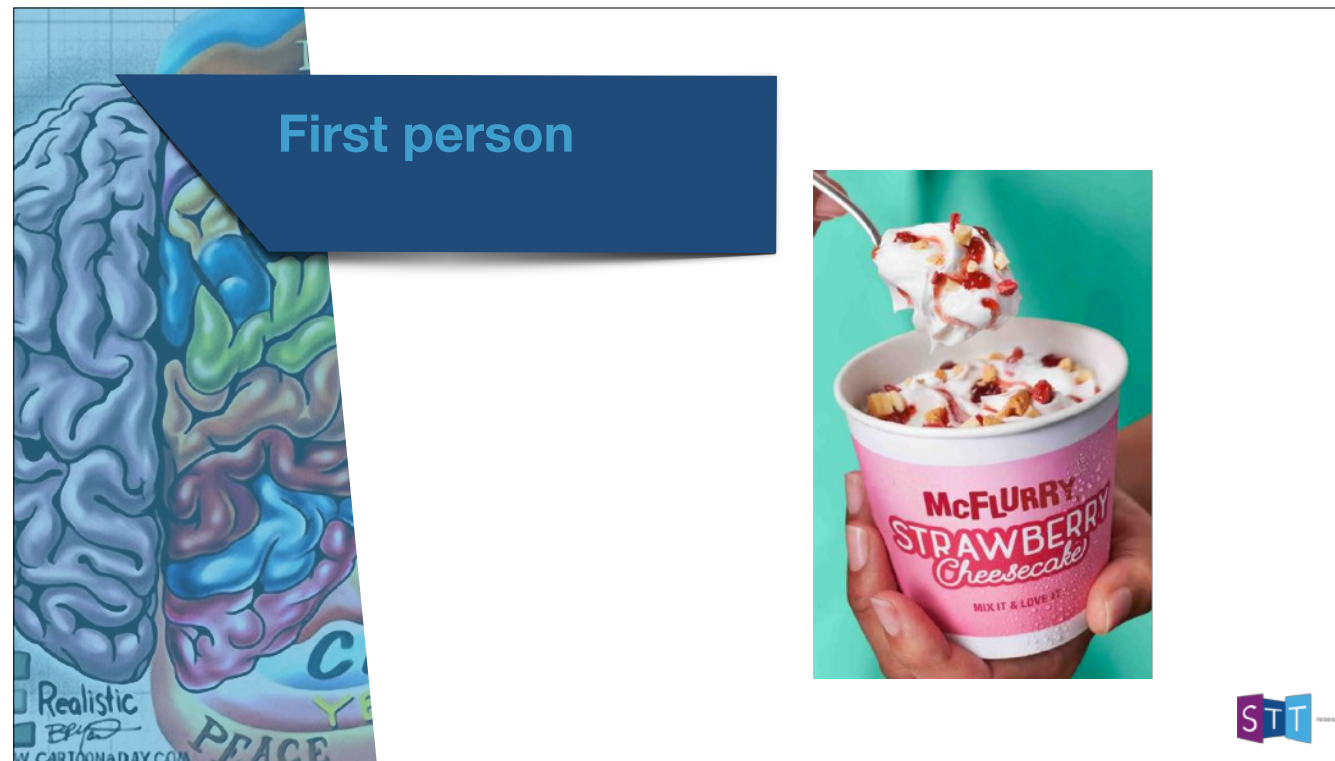
Behalve nu waarschijnlijk, nu zie je je neus weer zitten. Geen zorgen, dat gaat weer weg 😊.

Het stipt alleen wel een belangrijk punt aan. Wij zien de wereld vanuit onze ogen. Wetende dat wij het fijn vinden om de wereld te 'zien' zoals we deze altijd zien, kan je hier dus gebruik van maken in je marketing.

Zo werkt het beter om - voor rechtshandige mensen - een koffiekopje te tonen zoals zij hem terugzetten op de tafel. Zo zien ze het koffiekopje nu eenmaal vaker: ☕. Met het oortje aan de rechterkant. Hersenonderzoek laat zien dat rechtshandige mensen emotioneel de voorkeur geven aan het kopje met het oortje rechts, t.o.v. een kopje met het oortje links.



Een telefoon zien we dan ook nooit ‘zwevend’ in de lucht, maar veel vaker in je eigen hand. Toon je je producten op deze ‘first person view’, dan zijn je beelden ‘breinvriendelijker’.



McDonalds past dit inzicht perfect toe. In de meerderheid van hun productfotografie zie je een first person view.

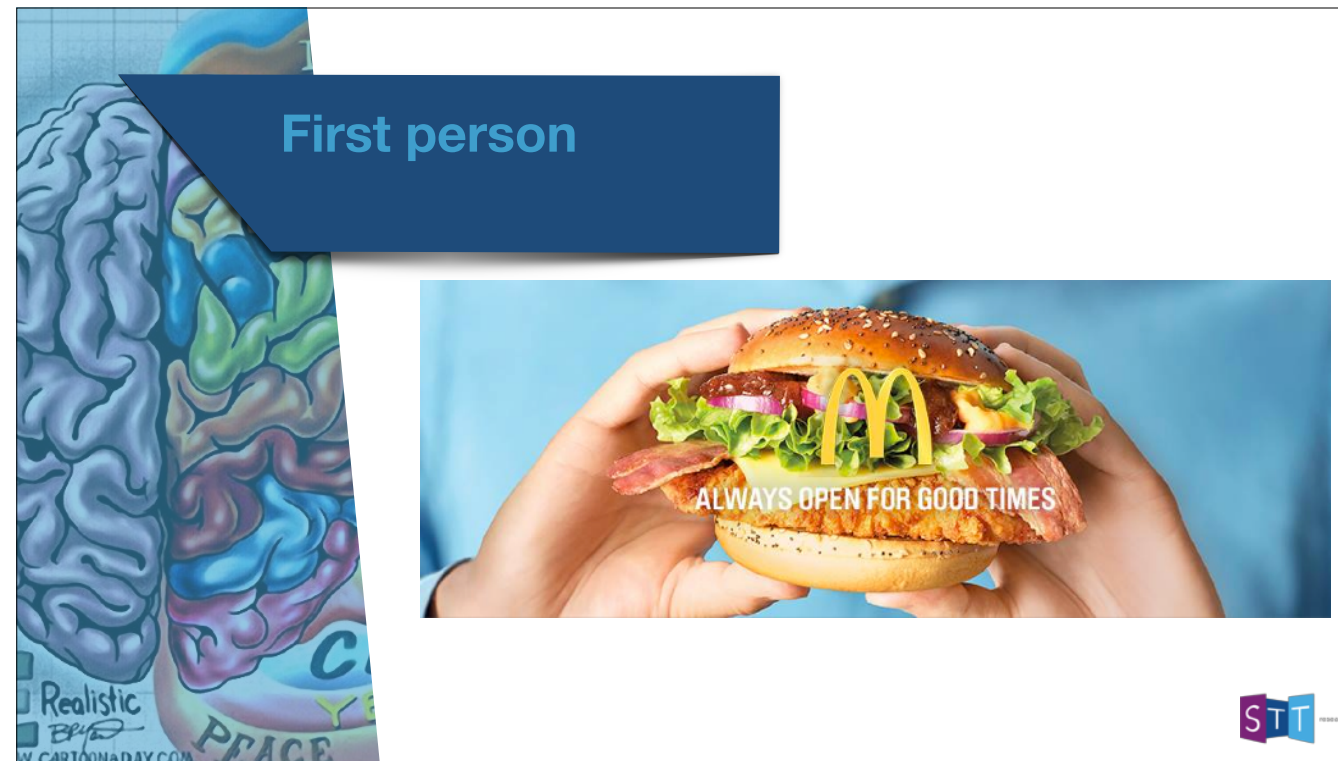
Maar een nieuwe blik op deze afbeelding toont iets nóg wonderbaarlijkers. De toekijker krijgt hier namelijk een schep ijs. Perfect voor onze spiegelneuronen.

First person



Nieuw





Soms slaan ze - omwille van de fotografie - echter wat door. Niemand houdt z'n hamburger zo vast, laat staan dat ze hem zo vaker zelf zien.



Goede communicatie nóg effectiever maken. Dat kan je bereiken door psychologie in je voordeel te gebruiken. Grote effecten door kleine aanpassingen komen vaak uit inzichten uit eerder onderzoek. Maar net zo vaak krijgen we nieuwe inzichten door zelf - psychologisch juist - onderzoek te doen.

Want mensen doen niet wat ze zeggen, en zeggen niet wat ze doen.



Meer kennis



- Waar kijkt men als eerste?
- Is deze commercial verkoop verhogend?
- Hoe kijkt en loopt de klant?
- Hoe sterk is mijn merk?



ST&T

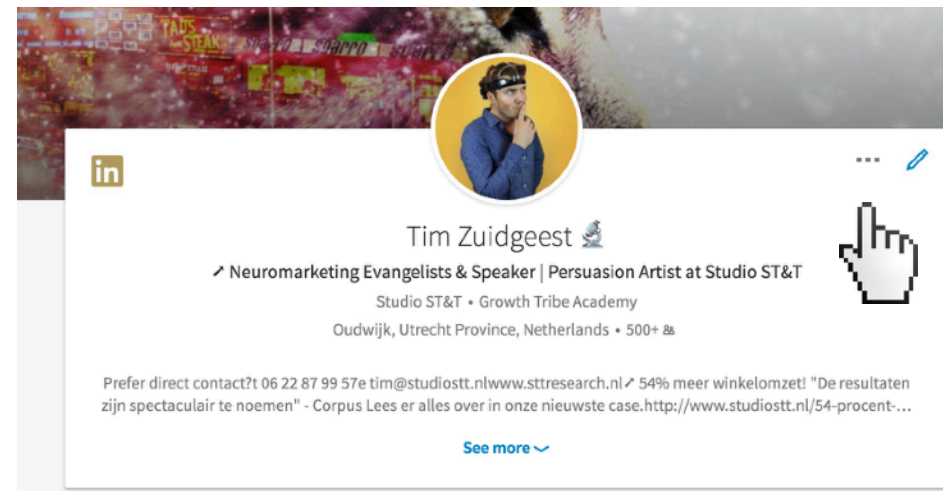


Decoded - Phil Barden
Persuasive Advertising - J. Scott Armstrong
Influence - Cialdini
How Brands Grow - Byron Sharp
The Psychology of Advertising - Fennis en Strobe
Thinking Fast and Slow - Daniel Kahneman
Neuro Design - Darren Bridger
Hooked - Nir Eyal
Contagious - Jonah Berger
Evil by design - Chris Nodder
Hidden Persuasion
En uiteraard www.newneuromarketing.com voor het laatste nieuws uit de wetenschap

Meer lezen? Deze boeken raden wij van harte aan!

Weer wat geleerd?

Voeg Tim toe op LinkedIn



Als er nieuwe inzichten zijn, plaats ik deze vaak op LinkedIn. Klik op de afbeelding/mijn profiel en stuur een invite.

Ik schud je graag digitaal de hand 🤝.