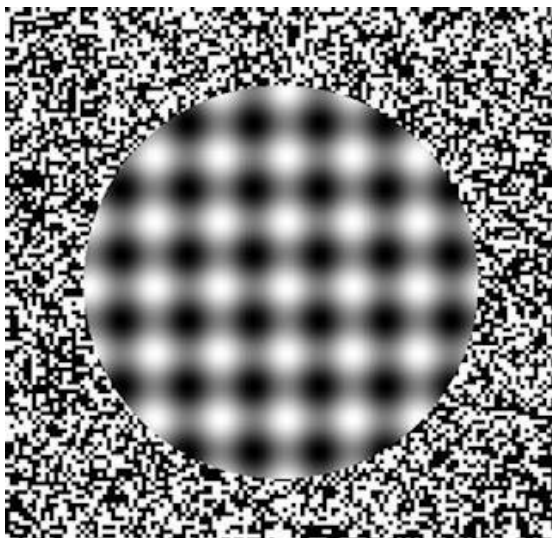


O que vejo pode alterar o sabor da comida?

Observe a imagem que se segue.



Newsletter Imagem Parece que o centro da imagem está em movimento. Talvez, no passado, já viu outras imagens que criam este efeito, ao qual chamamos de ilusão óptica. Os profissionais em fotografia, pintura e desenho, conhecem este truque e o usam para produzir efeitos especiais em suas obras de arte. Eles possuem conhecimento de quanto a nossa visão, pode ser influenciada pela perspectiva, cor e posição de uma imagem e como isso influencia a nossa sensação.

Muitas vezes, em conversa com amigos e família talvez tenha falado sobre a diferença entre a aparência e o sabor real da fruta. A cor, o brilho e o tamanho de uma maçã ou laranja, nos apela a compra. Após provar a fruta, sente aquele gosto de não sabe a fruta na boca. Isso é uma prova que os nossos olhos compram. Estudos recentes provam que a cor dos alimentos influenciam a aquisição dos mesmos.

Os especialistas, Jo Andrea Hoegg da Universidade da Columbia Britânica e Joseph W. Alba da Universidade da Florida, rrealizaram um estudo de como alguns parâmetros visuais influenciam a nossa

decisão de compra, especificamente, a cor, a marca e o preço.

Um dos experimentos, foi brincar com a percepção dos consumidores ao experimentarem um sumo de laranja. Foram realizadas várias mudanças, recorrendo ao uso de corantes, açúcares, etiquetas e nomes de outras marcas. Os resultados foram muito interessantes e distintos. Seguem algumas das conclusões do estudo:

1.A marca influenciou certos consumidores, a preferência para a compra de um produto em detrimento de outro.

2.A alteração da etiqueta de uma marca no sumo, de preço económico por uma marca de preço superior, e vice-versa, não teve efeitos sobre a percepção do sabor do sumo.

3.Pelo contrário, a mudança na cor teve um enorme efeito sobre a percepção do sabor. Ao oferecer sumo de laranja "Tropicana", escurecido com corante e outro sem corante, os "provadores" notaram uma clara diferença de sabor que não existia entre um e outro.

4.Quando foi distribuído sumos de laranja para as mesmas pessoas, desta vez com a mesma cor mas adoçado com açúcar, o sabor não foi detectado, quando havia em facto, alteração no sumo.

Este experimento, entre outros, demonstrou que os "cérebros" dos consumidores são mais susceptíveis de serem influenciados por um factor como a cor, do que pela informação sobre a marca, o sabor ou o preço da bebida.

Portanto, a conclusão é que os nossos sentidos, e em especial a visão, influenciam a imagem que criamos na nossa mente, a nossa estratégia de compra e de decisão. De forma prática, temos vindo a experienciar os resultados deste estudo em nos cursos, através de técnicas que ensinam a compreender como os nossos sentidos sensoriais, influenciam as nossas memórias, experiências, comunicação, bem como, a aplicabilidade no marketing e na publicidade.



Para aprender mais sobre a mente dos consumidores ou mesmo como pensa e compra, convidamos ao Workshop Chaves para o Sucesso. Confira por si!

MORE WORKSHOPS

23 e 24 de Janeiro Lisboa

Workshop Chaves para o Sucesso

O QUE FAZ A DIFERENÇA ENTRE OS QUE TÊM ÊXITO E OS QUE NÃO TÊM?

Workshop de Introdução à PNL que para além da aprendizagem dos pressupostos básicos da PNL, permite a aquisição de técnicas de formulação e alcance de objectivos de sucesso. [..mais..](#)



CERTIFICAÇÕES INTERNACIONAIS

05 de Fevereiro 2010 Lisboa

PNL Communicator

Deseja aumentar o seu potencial como comunicador? Deseja aprender mais sobre PNL num espaço mais breve de tempo? Este é um modelo para feito para si!

[..mais..](#)



PNL Practitioner

Practitioner ou praticante, de PNL, é um curso totalmente prático e vivencial, no qual os formadores ensinam como realizar cada método, técnica e adquirir

capacidades na PNL. [..mais..](#)

08 de Março 2010 Lisboa

Trainer PNL

Trainer ou Formador de PNL, é um curso direccionado para os master practitioner em PNL, que querem desenvolver suas capacidades para o ensino e formação da Programação Neurolinguística. [..mais..](#)

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES:

info@more-institut.pt www.more-institut.pt

Tel. 218 474 190 / Telem. 96 03 83 135
Rua de Arroios N° 60, 1° Piso
1150-055 Lisboa



Para ser removido da nossa lista, basta que click:

<mailto:remove@more-institut.com?Subject=Retirar%20a%20Newsletter%20info@more-institut.com>