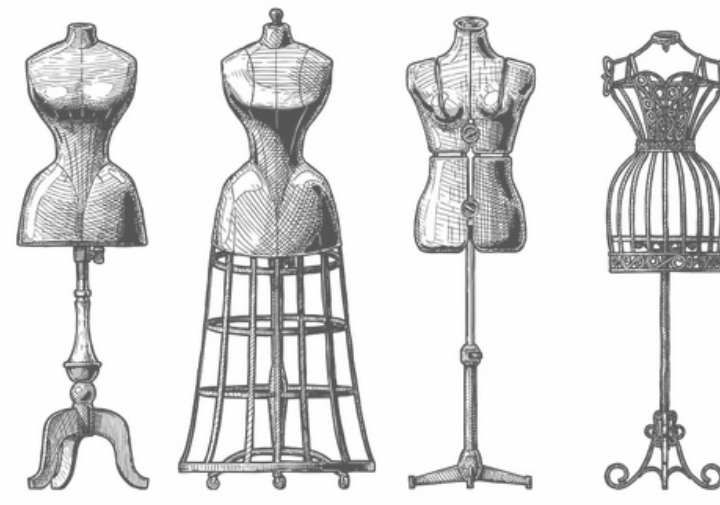


Sofía Cabañero Chirivella, Clara de Toro Cebrián y Nuria del Barco Moya
Paca Blasco García



PSICOLOGÍA

MODA VS MARKETING



¿CÓMO INFLUYE?

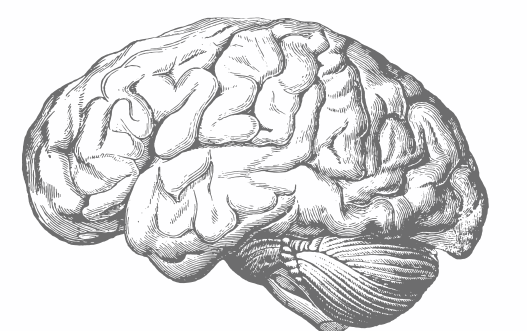
La psicología tiene un impacto profundo en la moda, ya que influye en cómo percibimos, elegimos y nos relacionamos con las prendas y tendencias.

¿CÓMO INFLUYE?

Proporciona una comprensión de los seres humanos que puede influir en el comportamiento del consumidor, para que compre o actúe de una manera determinada.

NEUROMARKETING:

Estudios del cerebro para entender cómo los consumidores reaccionan a estímulos visuales, sonidos y colores en anuncios y empaques.



EMOCIONES Y PERCEPCIÓN:

Los colores y las texturas de las prendas generan respuestas emocionales. Por ejemplo: El rojo transmite energía y el azul calma.

PSICOLOGÍA DEL PRECIO Y PERCEPCIÓN DEL VALOR:

Estrategias como los precios acabados en ".99" o "el anclaje de precios" influyen en la percepción del valor y la predisposición a comprar.

AUTOEXPRESIÓN E IDENTIDAD:

La moda permite a las personas expresar quiénes son y cómo quieren ser percibidas, reforzando su identidad personal.



Por si te apetece curiosar, aquí tienes el enlace hacia una de las revistas más conocidas.

INFLUENCIAS SOCIALES:

La moda está influenciada por normas sociales y el deseo de pertenecer a un grupo.

EMOCIONES Y RELACIÓN CON LA MARCA:

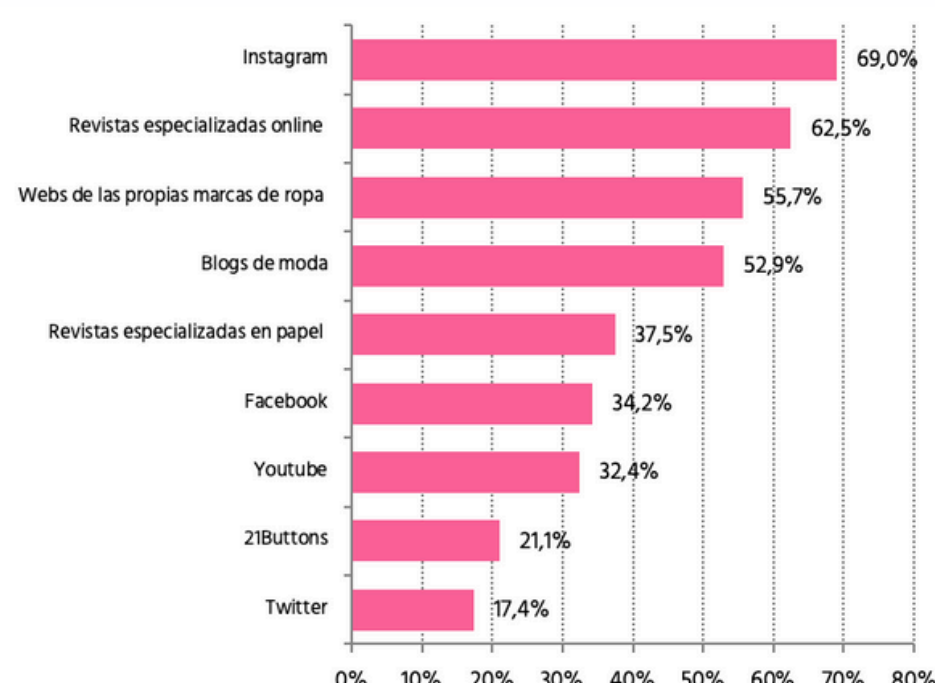
Campañas publicitarias apelan a emociones como felicidad, nostalgia o miedo, para generar una conexión profunda con el consumidor.

AUTOESTIMA Y CONFIANZA:

La ropa puede mejorar la autoestima y la confianza, al hacernos sentir mejor con nosotros mismos.

INFLUENCIA SOCIAL Y PRUEBA SOCIAL:

Las recomendaciones de otros consumidores impactan la confianza y credibilidad de una marca, así como la tendencia a seguir lo que hacen los demás.



Estudio sobre la transformación de la experiencia de los jóvenes en la moda (2019)



Aquí están todas las webgráficas utilizadas.

