

تقنية "خطوة داخل البيت"

تظهر الدراسات النفسية أن الأشخاص يكونون أكثر رغبة في الموافقة على طلبات أكبر، إذا وافقوا مسبقاً على طلب أصغر. ويمكنك تجريب هذه الحيلة النفسية على أصدقائك. لنفترض أنك تريد اقتراض 500 دولار من صديقك، ولكن قد يكون هذا المبلغ كبيراً جداً يجعل صديقك يرفض. ولكن إن سألته 100 دولار في البداية، ثم بعد يومين طلب القسم الآخر من المبلغ فإن ذلك سيكون أسهل.

وفي التسويق، يمكنك بدلاً من إرسال العروض التسويقية إلى العملاء المحتملين، طلب عناوين البريد الإلكتروني الخاصة بهم، فبعد موافقتهم على الطلبات الصغيرة من عنوان البريد الإلكتروني يمكنك تدريجياً تكبير طلبك.

استمل العواطف

إن تمكنت من استمالة عواطف عميلك المحتمل، فإنك بذلك ستشعل لديه الرغبة في تنفيذ ما تريد. لذا فإنه في كل مرحلة من حملات التسويق الخاصة بك، حاول استمالة العواطف، وذلك من خلال معرفة ما يحبه العميل في منتجك والتركيز على ما يفيد، بدلاً من تعداد مزايا المنتج.

اجعل فوائد المنتج بارزة عبر حملة التسويق الخاصة بك. وهذا يوضح للمستخدم أنك تفهم ما يحتاجه، ولديك الحلول التي يحتاجها فقط. وبما أننا نتحدث عن العواطف، فإن حيلة نفسية أخرى تُستخدم في التسويق تنطوي على إدخال الخوف وعدم اليقين واليأس. نعم، إن استحضار هذه الأنواع من العواطف في أفاك أمر مشروع، وهي أداة شائعة يستخدمها العديد من السياسيين لتحقيق نجاح كبير.

وفي التسويق، يمكنك إدخال الخوف وعدم اليقين من خلال إقناع العميل المحتمل بأن اختيار أي منتج بديل سيسبب الفوضى في حياته.

استخدم محتوى مرئياً مذهباً

إن استخدام محتوى الوسائط المتعددة الجذاب لن يقاومه أي عميل. سواء أحببت ذلك أم لا، سيحكم الناس على عملك اعتماداً على جودة المواد التسويقية التي تستخدمها. وعملياً، اجعل استخدام الكثير من الصور عالية الجودة على موقعك الإلكتروني، ومنشورات المدونات، والبريد الإلكتروني، ومواقع التواصل الاجتماعي، والإعلانات والكتيبات عادة من عاداتك.

لا تجعل عميلك المحتمل يصاب بالملل من كثرة المحتوى النصي، اجمع بين الصورة والفيديو والرسوم البيانية إلى جانب محتوى الوسائط المتعددة الآخر لإضفاء لمسة جمالية إلى أعمالك. وإن كنت تستخدم محتوى صوتياً، فاحرص على خلق قصة جذابة ومختصرة تربط عميلك المحتمل بعملك.

كافئ عملاءك

من أجمل ما قيل في الكرم، هو شعر الإمام الشافعي، رحمه الله، الذي قال: “وكن رجلاً على الأهوال جلدًا، وشيمتك السماحة والسخاء ... يغطي بالسماحة كل عيب، وكم عيب يغطيه السخاء”. والكرم من الصفات التي يجب أن تتحلّى بها في التعامل مع عملائك، فأن تكافئ عميلك بشيء يحبه ولو كان بسيطًا، يجعلك أقرب إلى قلوبهم ويغطي بعض التقصير في التعامل بينكما.

ومن الأمور التي فطر الله الناس عليها هو حب الأشياء المجانية. لذا ترى الكثير من الشركات وحتى قنوات يوتيوب تقوم بين الحين والآخر بما يُسمى “هبات Giveaways”، التي تحافظ على العملاء الحاليين وقد تجذب عملاء جددًا.

الخلاصة

يسير علم النفس والتسويق جنباً إلى جنب في العالمين الحقيقي وعلى الإنترنت. ومن خلال وضع جمهورك المستهدف في الاعتبار، يمكنك صياغة المحتوى والحلول التي لا يمكنهم تجاوزها. من الآن فصاعدًا، اسعَ لدمج علم النفس في حملاتك التسويقية، بدءاً من أبحاث السوق وإنشاء المنتجات وحتى الترويج وما بعد ذلك.

موضوعات ذات صلة بما تقرأ الآن: