



یک ترفند بازاریابی عصبی: تسهیل اولین خرید

این مورد بیشتر برای فروشگاه‌ها قابل استفاده است. البته از همین ایده می‌توان در وبسایت نیز استفاده کرد. افرادی که به فروشگاه‌های بزرگ مراجعه می‌کنند به دنبال خرید بیش از یک محصول هستند. این مقاله از کتابی که دو سال قبل نوشتیم با نام «بازاریابی عصبی» گرفته شده است.

خرید از فروشگاه‌های بزرگ

بررسی چند ساعته‌ای که توسط ما در **فروشگاه شهروند** انجام شد نشان می‌دهد وقتی مردم وارد فروشگاه می‌شوند در چند دقیقه اول مقاومت زیادی در برابر خرید دارند. آن‌ها بلافاصله به محض ورود به فروشگاه خرید را آغاز نمی‌کنند.

اغلب اولین خرید، سخت‌ترین خرید است. وقتی اولین محصول در سبد قرار گرفت، محصولات بعدی بسیار راحت‌تر در سبد قرار می‌گیرد. ملاحظه جالب دیگر آن بود که خریداران در چند دقیقه اول با دقت اطلاعات روی محصول را می‌خوانند و به

قیمت‌ها توجه زیادی نشان می‌دهند و با سخت‌گیری زیاد کالاها را انتخاب می‌کنند؛ ولی هر چه زمان حضور در فروشگاه بیشتر می‌شود و به پایان خرید نزدیک‌تر می‌شوند این سخت‌گیری کمتر می‌شود.

اغلب کسانی که یک ساعت در فروشگاه بودند قیمت اولین محصولی که برداشته بودند را به خاطر داشتند ولی قیمت آخرین کالاها را به یاد نداشتند.

بنابراین در فروشگاه‌هایی که محصولات زیادی وجود دارد اولین خریدها بسیار تعیین‌کننده هستند.

اگر محصولات حراجی و با تخفیف زیاد را به ابتدای فروشگاه منتقل کنیم، اولین خرید را آسان‌تر می‌سازیم و سرعت خریدهای بعدی نیز افزایش می‌یابد. همچنین انتقال جذاب‌ترین و پرفروش‌ترین محصولات به ابتدای فروشگاه می‌تواند همین اثر را داشته باشد.

به حرکت درآوردن چرخ خرید

هر خرید «اندازه حرکت» بیشتری ایجاد می‌کند تا خرید بعدی سریع‌تر انجام شود. فرایند خرید در یک فروشگاه بزرگ درست مانند به حرکت درآوردن یک چرخ سنگین است که در ابتدای کار به انرژی و تمرکز زیادی نیاز دارد ولی با شروع حرکت و افزایش سرعت، چرخاندن آن آسان‌تر می‌شود، زیرا «اندازه حرکت» بیشتر می‌شود.

تسهیل اولین خرید در سایت

از این ایده در وبسایت هم می‌توان استفاده کرد. در بازاریابی ایمیلی خود هرگاه محصولی بسیار عالی با قیمتی بسیار مناسب معرفی می‌کنید این کار احتمال خریدهای بیشتر در همان بازدید را افزایش می‌دهد. گاهی می‌توان محصول یا خدمتی را بدون سود فروخت و توجه افراد را جلب کرد تا علاقه‌مندان محصولات

بیشتری بخرند و ضرر ناشی از ارزان فروختن محصول اول جبران شود.

تسهیل اولین خرید در فروشگاه

حتی اگر فروشگاه کوچکی دارید و مشتری برای خرید چند قلم کالای متفاوت به شما مراجعه کرده، در فروش کالای اول سخت‌گیری نکنید حتی شاید با قیمت پیشنهادی مشتری موافقت کنید. همین کار باعث می‌شود خریدهای بعدی مشتری در همان بازدید به راحتی افزایش یابد. یادتان باشد که استفاده از تخفیف اغلب کار مناسبی نیست و باعث کاهش درآمد می‌شود. این کار را در این شرایط خاص پیشنهاد می‌کنیم و نه همیشه.