

## در بازاریابی عصبی، ویدیو اثرگذارتر است یا صوت؟

شاید بلافاصله پاسخ بدهید که معلوم است ویدیو اثر بیشتری دارد؛ اما تحقیقی در کالج دانشگاهی لندن نشان داد که شنیدن صدا می‌تواند ضربان قلب و سایر واکنش‌های احساسی را به شدت بالا ببرد. اگر می‌خواهید ببینید در محتوای بازاریابی شما ویدیو اثرگذارتر است یا صوت، ادامه مقاله را بخوانید.

دکتر جو دِولین (Dr. Joe Devlin) و سایر محققان، افراد مختلفی را انتخاب کردند تا صحنه‌های دراماتیکی از سریال‌های «بازی تاج و تخت»، «غرور و تعصب»، «راز داوینچی» و سایر فیلم‌های محبوب را همراه صدا مشاهده کنند. البته صوت این فیلم‌ها، صدای واقعی قسمت‌های ویدیویی نبود، بلکه اتفاقات همان صحنه‌های فیلم بود که مانند داستان خوانده شده بود.

هر کدام از شرکت‌کنندگان این آزمون به ترتیب یا فقط فیلم را می‌دیدند یا صوت آن را می‌شنیدند. سپس در آزمایش بعدی اگر فیلم دیده بودند، صوت یک فیلم دیگر را می‌شنیدند. هیچ‌کدام از شرکت‌کنندگان فیلم و صوت همان فیلم را ندیدند. برای هر

کدام از شرکت‌کنندگان، آزمون‌گرها ضربان قلب، ارتعاشات پوستی (به عنوان شاخص احساسات) و دمای بدن‌شان را اندازه‌گیری می‌کردند.

## در نظرسنجی، تصویر بر صوت غلبه کرد

همان‌طور که انتظار می‌رفت، همه اعلام کردند تجربه تصویری اثرگذارتر است. جواب پرسش‌نامه‌ها نشان می‌داد که آن‌ها به تصویر توجه بیشتری می‌کردند، با شخصیت‌های داستان بیشتر ارتباط برقرار می‌کردند و با مشاهده تصویر احساس می‌کردند که خودشان هم در داستان حضور دارند. البته، این پایان ماجرا نیست. اگر با علم **بازاریابی عصبی** آشنا باشید می‌دانید که نظر افراد همیشه قابل اعتماد نیست.

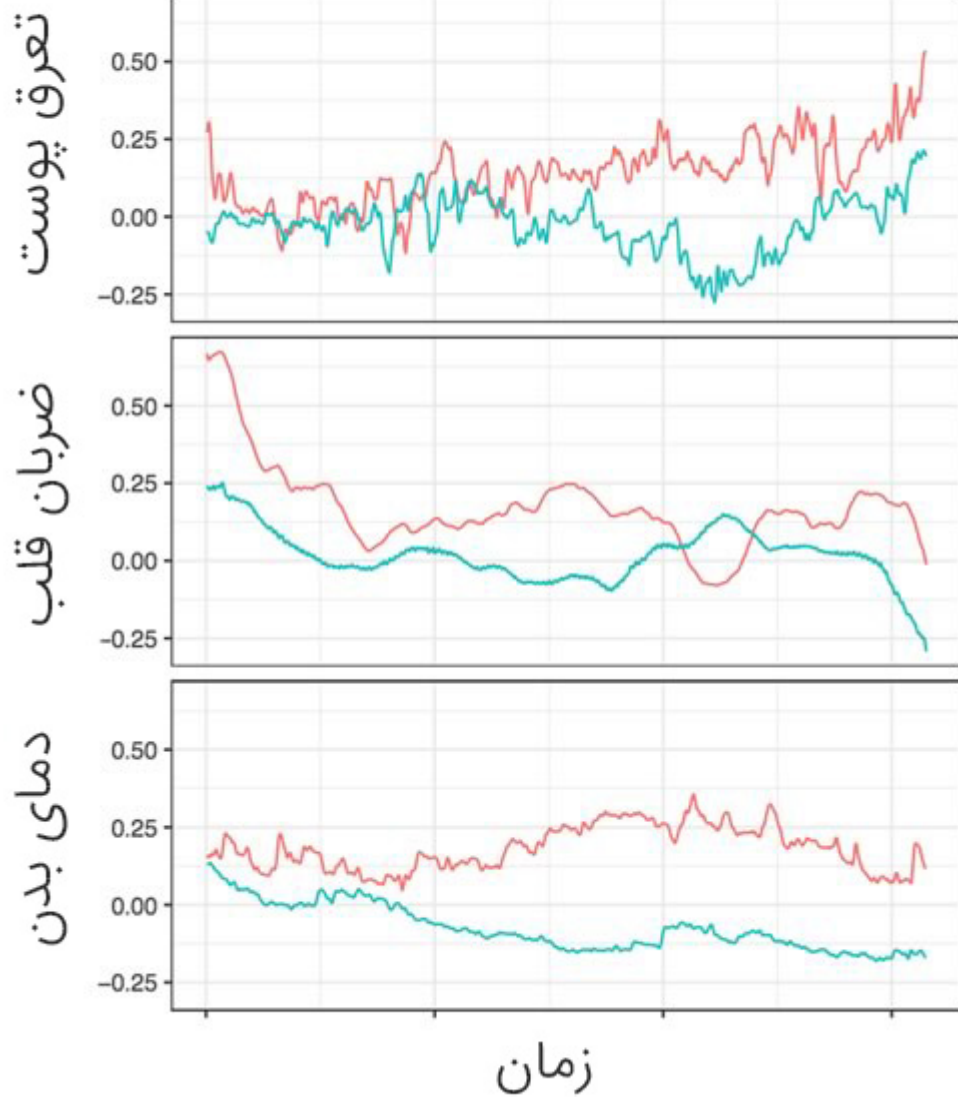
## در آزمایش واقعی، صوت بر تصویر پیروز شد

برعکس، آن‌هایی که فقط به صوت داستان گوش کرده بودند در مقایسه با افرادی که فیلم را دیده بودند، ضربان قلب، ارتعاشات پوست و دمای بدن‌شان بیشتر افزایش یافته بود. در ادامه به داده‌های مقایسه‌ای سریال بازی تاج و تخت در این تحقیق اشاره می‌کنیم:

# بازی تاج و تخت

صوت

ویدیو



محققان برانگیختگی احساسی بیشتر در صوت را به این دلیل می‌دانند که محتوای صوتی تخیل شنونده را بیشتر تحریک می‌کند، در حالی که بیننده تصویر منفعل‌تر است.

## چند هشدار درباره استفاده از صوت در بازاریابی

- این مقاله می‌گوید حرکت تصاویر هم می‌تواند بر ویژگی‌های بیومتریک تاثیر بگذارد. بینندگان ویدیو در جا می‌خکوب می‌شدند و بر صحنه‌های دراماتیکی که بر پرده مقابل به نمایش درمی‌آمد، تمرکز می‌کردند. شنوندگان صوت، حرکت آزادانه‌تری داشتند که می‌توانست بر نتایج اثر بگذارد.
- موضوع فیلم‌ها، قصه‌های دراماتیک بود. جزئیات و صحنه‌های متنوعی داشت، اما محتوای داستانی فرق زیادی با فیلم‌های غیرداستانی دارد. اگر در فیلم راوی وجود داشته باشد، تصویر بیشتر از صوت اثر دارد.
- همان‌طور که در بالا اشاره کردیم، صوت قصه‌ها دقیقاً صدای خود فیلم نبود، بلکه خوانش کتاب‌هایی بود که توسط نویسندگان زبردست نوشته شده بود. پس باید محتوای صوت‌های داستانی را حرفه‌ای تولید کنید.
- توجه کنید که آزمایش در استودیو انجام شد، نه در دنیای واقعی که احتمال حواس‌پرتی خیلی بیشتر است.

## صوت‌ها را هیجان‌انگیز کنید

اگر مشغول خواندن این مطلب هستید، احتمالاً می‌خواهید برای کسب‌وکارتان محتوا تولید کنید، نه یک فیلم رویایی دراماتیک. اگرچه من برنامه‌های کسب‌وکاری دیده‌ام که از این روش استفاده کرده‌اند، اما شما احتمالاً می‌خواهید در محتوای خود اطلاعاتی درباره محصولات یا خدمات خود منتقل کنید.

اگر می‌خواهید استفاده موثری از صوت داشته باشید، مطالبی را از بهترین داستان‌نویسان بیاموزید. برای درگیر کردن شنوندگان از داستان‌ها استفاده کنید. با استفاده از زبان توصیفی، آن‌ها را واقعی‌تر جلوه دهید تا تخیل شنونده را برانگیزد. از کلمات احساسی استفاده کنید، کلمات حسی هم مثل تجربه واقعی، ذهن را به هیجان می‌آورند. من هیچ‌وقت یک آگهی صوتی برای تبلیغ یک رایحه یا عطر

نشنیده‌ام، اما مطالعات نشان می‌دهد که یک داستان صوتی خوب در این زمینه می‌تواند بسیار موثر باشد.

البته بدانید که گاهی تصویر بهترین راه انتقال اطلاعات است. یک نمودار، عکس یا جدول ساده خیلی موثرتر از انتقال همان اطلاعات به صورت شفاهی و صوتی است.

البته خوب است توجه داشته باشیم که شاید شنونده صوت را در شرایط مختلفی گوش دهد که دیدن ویدیو در آن شرایط امکان‌پذیر نیست؛ مثلا هنگام رانندگی، دوچرخه‌سواری، ورزش و غیره. پس اگر می‌توانید محتوا را به صوت تبدیل کنید، فرمتش را حتما چک کنید تا برای همه دستگاه‌ها مناسب باشد. از اثرش شگفت‌زده می‌شوید.

نتیجه این آزمایش آن است که صوت را دست‌کم نگیرید. برخی از تبلیغات آنلاین و آفلاین خود را بر تولید صوت اختصاص بدهید. اگر خوب عمل کنید شاید با همین مورد از رقیبان خود متمایز شوید و فروشتان بیشتر شود.