



## اثر زیگاریک و تاثیر آن در بازاریابی

روانشناسی، همیشه جایگاه ویژه‌ای در بازاریابی داشته است. فقط به اثر رنگ‌ها فکر کنید. مثلاً شرکتی که محصولات ارگانیک دارد بیشتر با رنگ سبز تبلیغ می‌کند تا قرمز و احتمالاً اکثر مردم هرگز سراغ یک مرکز تشییع‌جنازه با لوگوی صورتی نمی‌روند. بسیاری از مردم نمی‌دانند چرا از بعضی چیزها اجتناب می‌کنند و موارد دیگری را جذاب می‌دانند. ضمیر ناخودآگاه، بیش‌ازحد تصور بر ما اثر می‌گذارد. یکی از این اثرات روانی به اثر زیگاریک معروف است که توسط روانشناسی بنام بلوما زیگاریک و با تحقیقات فراوان به اثبات رسید و به اثر کلیف‌هنگر هم معروف است.

## اثر زیگاریک چیست؟

اثر زیگاریک بر این واقعیت استوار است که «مغز ما برای تکمیل کارها برنامه‌ریزی شده است و می‌خواهد کارها را تمام کند.» کارهایی که هنوز انجام نشده‌اند، ذهنمان را به خود مشغول کرده و در ما احساسات منفی و اضطراب ایجاد می‌کنند. به همین

دلیل باید به کارهایی فکر کنیم که هنوز انجام نشده‌اند و مدت‌ها به تعویق افتاده‌اند. همچنین تمرکزمان روی کارهای جدید کم است و اغلب مردم تقریباً مجبور به تمام کردن کارها می‌شوند. این نکته مثبتی است که کارهای ناتمام را به خاطر می‌آوریم، درحالی‌که معمولاً کارهای انجام‌شده را به‌سرعت فراموش می‌کنیم، زیرا مغزمان نیازی ندارد انرژی بیشتری برای آن صرف کند.

یک مثال خوب از این مورد پیشخدمتی است که می‌داند کدام مشتری هنوز پول غذایش را نپرداخته است. اثر زیگاریک اثر مثبتی هم بر بازاریابی دارد، زیرا مشتریان را به انجام کارهای خاصی تشویق می‌کند. پس، اثر زیگاریک یک همراه ناخودآگاه در زندگی روزمره اکثر مردم است. با این حال، اگر بیش از حد برجسته باشد، می‌تواند حالات طبیعی ما را مختل کند و منجر به اضطراب دائمی و فرسودگی شغلی شود.

## همه با این اثر آشنا هستند، حتی اگر آگاهانه نباشد

اثر زیگاریک سال‌ها است به‌طور گسترده در صنعت رسانه و تبلیغات استفاده می‌شود. یکی از نمونه‌هایی که همه با آن آشنا هستند، وقفه‌های تبلیغاتی فیلم‌ها است که تبلیغ درست در هیجان‌انگیزترین لحظه فیلم آن را قطع می‌کند و چون می‌خواهید تا آخر فیلم را ببینید، تبلیغ را هم تماشا می‌کنید. در سریال‌ها نیز همین‌طور است و هر قسمت سریال با طرحی باز به پایان می‌رسد تا بیننده قسمت بعد را هم ببیند. همین موضوع درباره کتاب‌ها یا بازی‌های رایانه‌ای هم صدق می‌کند و معمولاً دوست داریم این یکی را تمام کنیم و سراغ بعدی برویم. حتی خیلی از شما تا دیروقت بیدار می‌مانید، زیرا فیلم یا بازی آن‌قدر جذاب است که می‌خواهید ادامه‌اش را ببینید یا به مرحله بعد بروید. همچنین، اشتیاق بعضی افراد به جمع کردن چیزهای خاص را هم می‌توان به اثر زیگاریک ربط داد که گاهی هیچ پایانی ندارد. هر نوع اعتیادی هم حاصل همین اثر است.

## اثر زیگارتیک در بازاریابی

### ۱. وبسایت

اگر هوشمندانه از اثر زیگارتیک در وبسایتتان استفاده کنید، مردم بیشتر در آن وقت صرف می‌کنند و می‌مانند. نباید تمام اطلاعات مهم را مستقیم در صفحه اول قرار دهید، زیرا با لینکی که به سایر صفحات دارای مطالب دقیق‌تر می‌دهید، باعث شبکه‌سازی خوب در وبسایتتان می‌شوید. در نتیجه، شخص علاقه‌مند زمان زیادی در وبسایت می‌ماند و خدمات و محصولات مرتبط دیگری را کشف می‌کند که به دردش می‌خورد. با این حال، نباید در این مورد زیاده‌روی کنید، زیرا اگر مطالب سایت خیلی پراکنده باشد، بازدیدکننده فوراً علاقه‌اش را از دست می‌دهد و دیگر روی مطلبی کلیک نمی‌کند.

### ۲. بازاریابی ایمیلی

با نوشتن عنوان جذاب برای ایمیل و تشویق افراد به باز کردن آن، نرخ کلیک و باز کردن ایمیل را بیشتر کنید. اثر زیگارتیک به‌ویژه در ایمیل‌های تایید مجدد یا ایمیل‌های تکمیل خرید دیده می‌شود. در عنوان این ایمیل‌ها عباراتی شبیه این را می‌بینید: «فقط یک کلیک دیگر کافی است تا...» یا «چیزی را فراموش نکرده‌اید؟» اما این ترفند در خبرنامه‌های معمولی هم به چشم می‌خورد. اگر بتوانید با یک عنوان جالب، توجه گیرنده را جلب کرده و او را کنجکاو کنید، تقریباً موفق شده‌اید.

دوباره در خود خبرنامه هم در قالب عکس و لینک از اثر زیگارتیک استفاده می‌کنید و گیرنده فقط وقتی روی لینک کلیک می‌کند، پیشنهاد کامل، فرصت خرید مستقیم یا امکان خواندن کامل مقاله را دریافت می‌کند. بنابراین گیرنده با هدف تکمیل کار، اقدام موردنظر شما را عمیق‌تر و جدی‌تر انجام می‌دهد. جلوه تصویری اثر زیگارتیک همان میله‌ای است که با رنگ سبز پر می‌شود و نشانه لود شدن مطلب است. به‌خصوص وقتی مخاطب برای رسیدن به هدف موردنظر به حداقل تلاش نیاز داشته باشد، نمی‌تواند در برابر این وسوسه مقاومت کند. به هر صورت، وقتی کار کامل شد، نه‌تنها اضطراب کاهش می‌یابد، بلکه مرکز پاداش مغز هم تحت تاثیر قرار می‌گیرد و

هورمون آرام‌بخش اندورفین ترشح می‌کند.

### ۳. اخبار و پست‌های وبلاگی

شاید با این مثال هم آشنا باشید. در وبلاگ‌ها و مجلات خبری دیجیتال، هرگز کل مقاله را نمی‌بینید، بلکه معمولا فقط یک عنوان و متن کوتاه بعد از آن را می‌بینید که اطلاعاتی مختصر درباره کل مقاله می‌دهد و هدفش تشویق خواننده به کلیک روی ادامه مطلب است. این روش مزیتی برای ناشر یا نویسنده دارد، زیرا خواننده حاضر می‌شود برای خواندن کل مقاله مبلغی به او پرداخت کند. در بهترین حالت، خواننده برای دسترسی به محتوای ممتاز باید در سایت عضو شود.

### ۴. اطلاعیه‌ها

کنجکاو افراد را درباره رویدادهای آینده شرکت برانگیزید: رویدادها، کتاب‌ها و نشریات، تبلیغات و پیشنهادها را در زمان مناسب اعلام کنید. مثلا، بگویید در شماره بعدی مجله قرار است چه مطالبی بیاید و یک داستان را چند بخش کرده و هر قسمت را در یک شماره چاپ کنید تا خواننده مشتاق به خواندن کل داستان شود و همه شماره‌ها را بخرد. در رویدادها، نکات برجسته را ذره ذره اعلام کنید و بگذارید مخاطبان درباره آن حدس بزنند. پیشنهادات آینده را برجسته کنید. مثل کاری که معمولا سوپرمارکت‌ها انجام می‌دهند و می‌نویسند: «منتظر تخفیف‌های هفته آینده باشید.»

### ۵. رسانه‌های اجتماعی

رسانه‌های اجتماعی هم معمولا به اثر زیگاریک متکی هستند و برای برانگیختن کنجکاو و ایجاد انگیزه در کاربر، کارهای دوستانش را به او نشان می‌دهند. هدف آن‌ها استفاده بیشتر از مخاطب و در نتیجه افزایش جذابیت شبکه اجتماعی است. این روش پلتفرم را برای اعضای جدید هم جذاب‌تر می‌کند. چند نمونه از تشویق افراد به اقدام به این شکل است: «جولیا الان چیزی در استوری شما پست کرده است»، «مارک حالا با سارا دوست شده است»، «جورج حالا شرکت XY را فالو می‌کند»، «ببینید چه کسی از پروفایل‌تان بازدید کرده است»، «کیت این پست را پسندیده»

است»، «فیل این پست را به اشتراک گذاشته است» یا «تولد مارتین را تبریک بگویید...».

["message\_box text\_color="light]

حتما می‌توانید مثال‌های بیشتری برای اثر زیگاریک بیابید. خیلی مهم است که از این اثر آگاه باشید و به بهترین شکل از آن استفاده کنید. بنابراین توصیه می‌شود برای حفظ مشتریان، محصولات، پیشنهادات و خدماتتان را با نوعی شخصیت سریالی معرفی کنید. این روش نه تنها در مقالات، فیلم‌ها و سریال‌ها موثر است، بلکه می‌تواند در معرفی لوازم جانبی محصول، نسخه‌های جدید، نسخه‌های ویژه، شماره‌های خبرنامه و به‌روزرسانی‌ها هم مفید واقع شود.

[message\_box/]

امیدواریم اثر زیگاریک را با موفقیت در کارهایتان پیاده کنید!