



استفاده از داستان در بازاریابی

یک شب بارانی پاییزی از شرکت خارج شدم و تصمیم گرفتم به هر قیمتی که شده موفق شوم. وقتی از کنار روزنامه‌فروشی رد می‌شدم یکی از مجلات با جلد قرمز که در حال خیس شدن بود توجه مرا به خود جلب کرد.

آیا همین چند خط بالا توجه شما را به خود جلب نکرد؟ مردم علاقه فراوانی به داستان دارند. مغز اطلاعات را با دو فرمت ذخیره می‌کند: تصویر و داستان. موثرترین روش آموزش به کودکان استفاده از داستان‌ها است. اگر می‌خواهیم به یک کودک آموزش بدهیم که دروغ‌گویی ناپسند است، بهترین روش، استفاده از داستانی است که این موضوع را آموزش می‌دهد. داستان‌ها برای مدتی طولانی در ذهن می‌مانند. در مورد افراد بالغ نیز همین موضوع صدق می‌کند. داستان‌ها در ذهن بهتر ثبت می‌شوند و بازیابی آن بسیار راحت‌تر و سریع‌تر است.

واکنش مغز هنگام خواندن داستان

آزمایش بسیار جالبی نشان می‌دهد که وقتی برای افراد یک رمان خوانده می‌شود، هنگام خوانده شدن قسمت‌های مختلف داستان، بخش‌های مختلفی از مغز واکنش نشان می‌دهد.

خروجی دستگاه fMRI نشان می‌دهد که هنگام خواندن داستان، وقتی قهرمان داستان جسم سنگینی را جابجا می‌کند، دقیقا همان قسمت مغز خواننده تحریک می‌شود که مربوط به عصب‌های حرکتی و دستور حرکت است!

روانشناس معروف «هربرت ری» می‌گوید: وقتی متنی را می‌خوانیم مغز ما متن را به تجربه‌ای در دنیای واقعی تبدیل می‌کند. خواندن، اثری را ایجاد می‌کند که مثل قرار گرفتن در آن شرایط است.

در همایشی که درباره «بازاریابی عصبی» برگزار کردیم فیلمی را انتخاب کردم که مکالمه یک زوج را در خانه نشان می‌دهد و شوهر در حال درست کردن سالاد است. در لحظه‌ای که بیننده توقع ندارد، شوهر انگشت خود را با چاقو می‌برد. واکنش شرکت‌کنندگان بسیار جالب بود. چهره اغلب آن‌ها عوض شد و دقیقا آن احساس درد به حصار منتقل شد. با اینکه همه حضار می‌دانند که برای خودشان هیچ اتفاقی نیفتاده و حتی می‌دانند که آن فیلم هم ساختگی است و واقعا انگشت کسی بریده نشده؛ ولی باز واکنش نشان می‌دهند.

الان احتمالا شما هم با خواندن این داستان حس بدی پیدا کردید. بنابراین با داستان‌ها می‌توان احساسات را درگیر کرد. این تجربه قدرت داستان را نشان می‌دهد. ما با شنیدن یا خواندن داستان، خودمان را در آن شرایط قرار می‌دهیم. مغز رفتاری آینده‌ای دارد و با افراد داستان همدردی می‌کند.

الگوهای مغزی مشابه

آزمایش جالب دیگری که توسط دانشگاه پرینستون انجام شد نشان می‌دهد وقتی

فردی سخنرانی می‌کند با یک فاصله زمانی بسیار کم الگوی مغز او با دستگاه fMRI بسیار شبیه اسکن شنوندگان است. شنوندگان با شنیدن گفته‌های سخنران واکنشی نشان می‌دهند که بسیار شبیه الگوی مغزی سخنران است.

در واقع با استفاده از واژه‌های مناسب می‌توانیم شرایط ذهنی خود را به دیگران منتقل کنیم. البته واضح است که این اتفاق فقط برای شنوندگانی رخ می‌دهد که با دقت کافی به گفته‌های سخنران گوش می‌دهند.

در بازاریابی از داستان استفاده کنید

داستان‌گویی را به بخش مهمی از عملیات بازاریابی خود تبدیل کنید. اگر مشتری از کیفیت محصولات شما مطمئن نیست، شاید بهترین راهکار آن باشد که داستانی درباره یکی از مشتریان قبلی تعریف کنید که او هم چنین دیدگاهی داشت. در تبلیغات چاپی هم می‌توانید از داستان‌هایی درباره کسب‌وکارتان یا محصولات و خدمات استفاده کنید.