



پنج انگیزاننده اصلی خرید

بسیاری از خریدها کاملا احساسی انجام می‌شوند. در این مقاله در مورد ۵ عامل مهمی صحبت می‌کنم که مردم معمولا خرید خودشان را بر مبنای این عواملها انجام می‌دهند.

۱. ترس

اولین عامل «ترس» است. اکثر خریدها احساسی هستند؛ بنابراین مبنای بسیاری از خریدهای احساسی ترس است؛ مثلا مردم از حشرات ترس دارند و این ترس باعث می‌شود که حشره‌کش‌ها بهتر فروخته شوند.

مورد دیگر ترس از دست دادن یک فرصت خوب است؛ بنابراین هرگاه مردم مثلا احساس می‌کنند قیمت محصولی مرتب در حال افزایش است، بلافاصله هجوم می‌آورند و آن محصول را می‌خرند؛ چون ترس از این دارند که یک فرصت خوب را از دست بدهند.

بنابراین ما نیز می‌توانیم با بازاریابی بهتر و با گذاشتن فرصت‌های محدود، کاری کنیم که مشتریان سریع‌تر اقدام کنند؛ زیرا این ترس را دارند که شاید فرصت خوب را برای همیشه از دست بدهند.

۲. ایجاد ارتباط

دومین انگیزاننده یا عامل مهم، خرید «ارتباط یا ایجاد ارتباط» است. مردم دوست دارند که با دیگران در ارتباط باشند و دوست‌های جدید پیدا کنند و پیش‌دستان و اقوامشان فرد با ارزش‌تری جلوه کنند؛ بنابراین اگر بتوانیم محصولات را طوری بازاریابی کنیم که نشان دهیم باعث می‌شود ارتباط شخص با دیگران بهتر شود، فروش محصولات افزایش پیدا خواهد کرد.

مثلا بسیاری از فروشندگان خمیردندان، بر این موضوع تمرکز می‌کنند که اگر از این خمیردندان استفاده کنید، دیگران حس خوبی خواهند داشت و می‌توانید دوستان جدید و ارتباطات جدیدی را شکل دهید.

شرکت‌هایی که اتومبیل گران‌قیمت می‌فروشند بیشتر از اینکه بر آن اتومبیل و موارد فنی متمرکز شوند، اتومبیل را طوری نشان می‌دهند که ابزاری برای جذب دیگران به سمت شما است.

۳. کالاهای رایگان

سومین انگیزاننده خرید «کالاهای رایگان» هستند. در کل، انسان‌ها ذاتا مایل هستند که چیزهایی را به دست بیاورند که در ازای آن، چیزی از دست ندهند. با قرار دادن محصول رایگان در کنار محصولمان، می‌توانیم این احساس خوب را در خریدار ایجاد کنیم.

از این ایده تقریبا می‌توان در هر کاری استفاده کرد. می‌توانید محصولات رایگانی را به محصول اصلی خودتان اضافه کنید و آن را به‌عنوان یک مجموعه بفروشید و تاکید

کنید که بخش‌هایی از این مجموعه رایگان هستند.

۴. کسب درآمد آسان

چهارمین انگیزاننده خریدهای احساسی «کسب درآمد آسان» یا «پس‌انداز آسان» است. اگر بتوانید نشان دهید که محصولاتان باعث ایجاد درآمد می‌شود یا از طرف دیگر می‌تواند باعث ایجاد صرفه‌جویی شود، مردم راحت‌تر از این محصول استقبال می‌کنند.

فرض کنید یک پرینتر می‌فروشید. می‌توانید ثابت کنید که با خرید این پرینتر می‌توانید در هزینه‌های کاغذ، رنگ و وقت صرفه‌جویی می‌کنید.

۵. تحقق بخشیدن رویاها

پنجمین انگیزاننده مهم خرید «تحقق بخشیدن رویاها» است. باید به‌اندازه کافی تحقیق کنیم و ببینیم رویاهای مشتری چه چیزهایی است و محصولات و خدمات ما چگونه کمک می‌کند که مشتری به این رویاها نزدیک‌تر شود. البته لازم نیست محصولات و خدمات ما باعث شود که رویا به تحقق برسد. کافی است بخش کوچکی از رویا را به تحقق برساند.

بنابراین می‌توانیم از این ۵ عامل یا انگیزاننده احساسی مهم استفاده کنیم و فروش خود را افزایش دهیم.