

## با بکار بردن «عبارت های قدرتمند» فروش بیشتری داشته باشیم

در دنیای امروز، برای فروش بیشتر، تاثیر بیشتر، جلب توجه و جذب مشتری یا حتی بازدید کننده به یک سایت اینترنتی، استفاده از کلیشه های تبلیغاتی قدیمی راه گشا نیست. باید فکر کرد، تصویر جدیدی خلق کرد و در همه حال خلاقیت داشت.

موفق ترین و قدرتمند ترین شرکت های تولیدی و خدماتی داخل و یا خارج از کشور را که بررسی کنیم متوجه می شویم آنهايي گوی و میدان را از رقبا ربوده اند که «بیشتر فکر کرده اند»، «بیشتر تخیل کرده اند» و شاید در یک کلام «بیشتر به فکر مشتری» بوده اند تا «به فکر پول درآوردن های بیشتر». نکته جالب دیگر این است که پول دار ترین افراد و شرکت ها در سرتاسر جهان، آنهايي بودند که «آرزوی ها و افکار بزرگی» را دنبال کرده اند. شاید آنها هم در دنبال کردن «رویا ها» و «آرزوهایشان» کمی احساسی تصمیم گرفته اند و از روی «احساس» اولین «گام ها» را برداشته اند. آنچه مسلم است این است که اکثر ما انسان ها، علیرغم آنچه نشان می دهیم، بیشتر از اینکه بخواهیم عقلایی و عاقلانه تصمیم بگیریم، تصمیماتمان بر اساس «احساساتمان» است. داشتن یک «احساس» خوب و عالی، از مشاهده یا تجربه چیزی، ما را بر آن می دارد که بار دیگر به دنبال آن چیزی برویم که برایمان به نحوی شگفت انگیز لذت بخش بوده است. برای همین است که «مارک» زده می شویم و به دنبال همان «مارک ها» - یا علامت های تجاری موفق - می رویم که استفاده از آنها در گذشته احساس لذت خوبی برایمان داشته اند.

افراد موفق چون «بیل گیتس» رویای موفق در ذهن داشته اند، تصویر موفق از آن رویا در ذهن ساخته اند و چنان غرق و واله و شیدای آن رویای زیبا شده اند که زندگی شان را وقف آن «رویا» کرده اند و دیده ایم که در دستیابی به آن و رسیدن به آن چگونه موفق شده اند. «رویا های بزرگ» تصاویر بزرگی در ذهنمان ایجاد می کنند و حس لذت از مشاهده یا لمس آن تصاویر محشر است که ما را برای رسیدن به آنها تشویق و ترغیب می کنند. رویای «بیل گیتس» این بود که در هر خانه ای یک کامپیوتر شخصی (Personal Computer) وجود داشته باشد، او می دانست که نرم افزار ها و برنامه های کامپیوتری قادرند زندگی انسان را متحول سازند بنابراین این چه بهتر که کامپیوتر ها - مثل دیگر لوازم خانگی - به خانه ها راه یابند و برای بهتر شدن زندگی مورد استفاده انسان های قرن حاضر قرار گیرند. «بیل گیتس» به فکر پول درآوردن و یا به عبارتی «ثروتمند شدن» نبود، خودش در جایی گفته بود که «تمام نگرانی من ناهارم بود، دلم می خواست کاری کنم که دیگر نگران ناهارم نباشم.» اما با رویای بزرگی که در سر داشت، پیش به سوی اهدافی گام برداشت که «انسانهای دیگری هم می توانستند از مزایای آن بهره مند شوند.»

«قدرتمند ترین واژه ها» می توانند «قدرتمند ترین عبارت ها» را بیافرینند. در استراتژی های تولید و نیز بازاریابی، بایستی «قدرتمندترین آمال و آرزوها»، «قدرتمند ترین و موثرترین تصاویر» را خلق کرد و با استفاده از «قدرتمندترین عبارت ها»، «احساسات» مشتریان بالقوه یا بالفعل را هدف قرار داد. «عبارت های قدرتمند» عبارت هایی هستند که می توانند «احساسات مشتری یا مخاطب شما» را تحریک کنند و آنها را به سمت و سوی «اتخاذ تصمیمی احساسی» سوق دهند. با این شیوه می توان «فروش» را بالا برد و «محصول» را در بازار (هر بازاری که مورد توجه و مورد نظر ما است) جا انداخت.

همانطور که گفته شد، اکثر مردم (که به نوعی همه، مشتری محصول یا خدماتی هستند - چرا که به آن محصول و یا خدمات نیازمندند) تصمیم هایی احساسی می گیرند. پیش دوستان و آشنایان، گاهی چنین اظهار می کنند که تصمیم شان بر اساس یک سری مشاهدات، تجارب و یا دلایل کاملاً منطقی و عقلایی بوده است، اما همه می دانیم که درصد بسیار بالایی از «تصمیم» ها، «احساسی» است، خصوصاً تصمیم هایی که در رابطه با «خرید» یا «استفاده از خدماتی» باشد.

می دانم که همه شما دوست دارید با بالا بردن «فروش» - یا حتی ترافیک سایتتان - زندگی خوبی داشته باشید. «یک خانه راحت تر و بزرگ تر، یک اتومبیل شیک تر، می دانم که می خواهید برای همسران بهترین هدایا را بگیرید و وقتی که «هدیه» را به او می دهید، می خواهید آن لبخند رضایت را بر روی چهره اش ببینید و تا دیدن آن چهره - سر از پا نمی شناسید و شاید حتی تمام راه را دویده باشید. وقتی که «هدیه» را به دست همسران می دهید، شور و شوق عجیبی دارید، در پوست خود نمی گنجید، قلبتان لحظه ای آرام و قرار ندارد، کم مانده است که اشک شوق از چشم هایتان جاری شوید، - در همان لحظه - یاد این مقاله می افتید که شما آن را وقتی که سر کار، در دفتر یا شرکتتان بودید خواندید، پیش خود می گوئید: «عبارت های قدرتمند، حال بایستی برای ایجاد یا حفظ این ارتباط صمیمانه به دنبال عبارتی قدرتمند باشم ...» به همسران می گوئید: «عزیزم، جداً دوستت دارم!» - اما این جمله کوتاه را «نمی توانید به مشتری هایتان بگوئید، چرا که ممکن است باعث مشکل شود. بنابر این عبارت های دیگری به کار می برید، قدرتمند ترین آنها، موثرترین آنها است.

من می توانم تنها ظرف یک ساعت به شما کمک کنم که «قدرتمند ترین عبارت ها» را بسازید، آنگاه موفقیت شما، چه بر روی اینترنت و چه خارج از آن، تضمین شده است. خیلی ساده، خیلی آسان و خیلی کم هزینه. برای «فروش» بیشتر ... «کسب درآمد» بیشتر ... پس از آن یک ساعت وقتی که گذاشته اید و شیوه جدیدی را آموختید، یاد لبخند شیرین همسر یا دوستان می افتید که «هدیه» را به او داده اید. صدای یک موسیقی ملایم و زیبا، در خانه، دفتر کار یا اتومبیل شما، مکان مهم نیست، شما «احساسی لذت بخش» داشته اید.

تابان خواجه نصیری

[www.webfaqt.com](http://www.webfaqt.com)