



Nadergharibnavaz



Web:www.Gharibnavaz.com



دانشگاه شهید بهشتی
Shahid Beheshti University



دانشگاه شهید بهشتی
Shahid Beheshti University

۷ قانون تاثیر گذاری روی افراد

- 1- Reciprocity
- 2-Commitment
- 3-Social Proof
- 4-Liking
- 5-Authority
- 6-Scarcity
- 7-Contrast

1-Reciprocity

قانون جبران یا نمک گیر کردن
انواع جبران ها

مبادله ناعادلانه (تعویض لاستیک-مهمان کردن)

فن پذیرفتن و بعد کوتاه آمدن (بلیط کنسرت- ترکیب با قانون تضاد- کمک به استاد
با ۱ میلیارد)

فروشندهگان محصولات اطفای حریق و آوردن کادو

2-Commitment

- ✓ شرط بندی روی اسب مسابقه ای
- ✓ آرامش پس از عقد قرارداد
- ✓ (بعد از تصمیم با فشار های درونی و بیرونی روبرو می شویم تا مطابق با تعهد ایجاد شده رفتار کنیم این فشارها تصمیمات ما را توجیه می کنند.)
- ✓ توماس موریاتی در کنار ساحل (بدون تعهد ۲۰-۴ اما هنگام تعهد ۲۰-۱۹)
- ✓ چینی ها کره ای ها را مجبور به نوشتن در طرفداری از کمونیسم می کردند و بعد باید آن را از رادیو زندان می خواندند.
- ✓ اگر کسی در ملاء عام حرفی بزند به احتمال زیاد بیشتر به آن متعهد خواهد شد.
- ✓ آنهایی که رای مخفی می دهند و رای آشکار
- ✓ از این رو نوشتن و خواندن تعهد را افزایش می دهد.
- ✓ اگر یک سیگاری به ۲۰ نفر پیامک بزند که سیگار را ترک خواهد کرد.

2-Commitment

- ✓ دانشمندان علوم اجتماعی بر این باورند که تعهد زمانی بالا می رود که انجام آن بدون فشار بیرونی باشد.
- ✓ پاداشهای درونی و بیرونی
- ✓ آزمایش جاناتان فریدمن
- ✓ ۲۲ نفر شرکت کننده آزمون ۷۷٪ انتخاب اولشان آدم آهنی بود)
- ✓ اما بدون فشار بیرونی ۳۳٪ انتخاب اولشان آدم آهنی بود.
- ✓ تماس با خانواده ها و کاهش مصرف گاز- در مرحله دوم با وعده چاپ نام آنها ۱۲٪ کاهش و بعد از زیر طاق زدن ۱۵.۵٪ کاهش

3-Social Proof

- ✓ روبرت کارت می گوید ۹۵٪ از مردم مقلد و ۵٪ پیشرو هستند.
- ✓ مهمتر از هر دلیل از طرف ما این رفتار دیگران است که قانع کننده تر است.
- ✓ این قانون می گوید هر قدر که تعداد افرادی که یک ایده را قبول می کنند بیشتر باشد آن ایده درست تر به نظر می رسد.
- ✓ به قتل رسیدن کاترین جونز در مقابل چشمان ۳۰ نفر و عدم گزارش هیچ شهروند.
- ✓ هر قدر تعداد شاهدان افزایش پیدا می کند پدیده بی تفاوتی افزایش پیدا می کند.
- ✓ افرادی که در یک کنسرت کف می زنند یا فریاد آفرین می کشند.
- ✓ مصاحبه های ساختگی، نقش بازی کردن ها
- ✓ تحقیقات نشان می دهد که ما هنگام تردید آماده ایم که به بصیرت جمعی دیگران اعتماد کنیم.

4-Liking

✓ جو گیراد: موفقیت در فروش دو اصل ساده دارد: قیمت و فروشنده ای که مردم دوستش دارند.

✓ ۱- ظاهر و قیافه

✓ در انتخابات تایید شده است. در مصاحبه های استخدامی - در دادگاه ها . تحقیق انجام شده روی ۷۴ محکوم، در ایالت پنسیلوانیا نشان داد که افراد خوش تیپ ۲ برابر جریمه کمتری دریافت کرده بودند. در مدارس کودکانی که زیباتر هستند به نظر کمتر شیطنت می کنند.

✓ ۲- مشابهت

✓ مشابهت در عقاید، رفتار، سرگرمی ها و حتی مشابهتهای جزئی

✓ ۳- تمجید

✓ مجیز گفتن چه صحت داشته باشد چه نداشته باشد تاثیر گذار است. جو گیراد برای ۱۳۰۰۰ نفر کارت تبریک ارسال می کرد که بر روی آن نوشته بود دوستان دارم.

✓ ۴- تماس و همکاری

✓ فروشنده ای که برای گرفتن تخفیف برای مشتری تمام تلاش خود را می کند. یا همکاری برای بیرون آوردن اتومبیلی که حامل غذا برای گروهی از افراد است که با همدیگر میانه خوبی ندارند.

5- Authority

- ✓ شوک الکتریکی از ۲۰ تا ۱۸۰ وات
- ✓ بیمارستانها روزانه ۱۲٪ تجویز اشتباه دارو دارند.
- ✓ استفاده از بازیگران پزشکی در آگهی فقط به دنبال واکنش غیر فکورانه به بدلی از فرد صاحب صلاحیت است.
- ✓ عنوان (تأثیر عنوان استاد دانشگاه روی ادراک از قد تا ۱۵ سانتس متر.
- ✓ ۲۲ ایستگاه پرستاری که قرار بود دارای استروژن به مقدار ۱۰ میلی گرم تزریق شود. ۹۵٪ از پرستاران بلافاصله اقدام می کردند.
- ✓ قدرت پوشش افراد
- ✓ قدرت تجملات و تزیینات (دارندگان اس ۵۰۰ و موتورسواران)
- ✓ اطلاعات فنی و تخصصی فرد
- ✓ بودن در مجلات و رسانه ها

6-Scarcity

- ✓ امکان ضرر بالقوه
- ✓ فکر از دست دادن چیزی بیش از فکر به دست آوردن معادل آن باعث برانگیختگی می گردد. عدم عایق کاری و آسیب های ناشی از آن
- ✓ تکنیک تعداد محدود
- ✓ منع استفاده از یک محصول
- ✓ والدینی که فرزندشان را از یک ازدواج منع می کردند در نهایت باعث علاقه مندی بیشتر او به آن فرد می شد. محدودیت تردد در کرونا- سانسور و علاقه مندی زیاد
- ✓ یک شرکت وارد کننده گوشت در آزمایشی به مشتریان سه روش را پیشنهاد داد. اول: روش عادی ، دوم در واردات گوشت کمی با مشکل روبرو شده اند و سوم به کمیابی گوشت اشاره کردند و گفتند اطلاعات را از مجاری خاصی بدست آورده اند. ۲ برابر و ۶ برابر
- ✓ آزمایش ۲ و ۱۰ بیسکویت- در آزمایش افرادی که بسکویت های خود را پس دادند احساس کمیابی بیشتری کردند.
- ✓ این آزمایش نشان داد که جوامعی که به آنها آزادی داده می شود بعدا به سختی می توان آزادی را پس گرفت. مثل محدودیتهای استالین و آزادی های گورباچف که به کودتا منجر شد.

6-Scarcity

- ✓ در آزمایش بیسکویت افرادی که به خاطر افزایش تقاضا بیسکویت ها را پس می دادند در مقایسه با افرادی که به خاطر اشتباه محاسباتی بیسکویت ها را پس داده بودند احساس کمیابی بیشتری می کردند.
- ✓ تحقیق فوق اهمیت رقابت در تعاقب منابع محدود را بیشتر روشن می کرد.
- ✓ - ما نه تنها چیزی که کمیاب است را بیشتر می خواهیم
- ✓ - بلکه بیشترین مطلوبیت مربوط به زمانی است که برای بدست آوردن منابع کمیاب با یکدیگر رقابت هم می کنیم.
- ✓ در تبلیغات و خالی شدن سریع قفسه ها این مساله را بارها دیده ایم
- ✓ یک عاشق با ورود عاشق رقیب بسیار خونگرم می شود.
- ✓ هنگام روبرو شدن با کمیابی سطح تمرکز پایین می آید و هیجان بالا می رود. خون از نئوکورتکس به لیمبیک مغز می رود.
- ✓ در تحقیق بیسکویت افرادی که با کمیابی بیسکویت مواجه شده بودند از نظر مزه امتیاز بالایی به آنها نداده بودند. این تحقیق نشان داد که هنگام کمیابی سرمستی انسان در داشتن محصول کمیاب است نه در استفاده از آن.
- ✓ فردی برای فروش اتومبیل تمام خریداران را در یک زمان برای خرید دعوت می کرد. این کار فقط آنها را هیجانی می کرد.

7- Contrast

- ✓ مطالعات دانشگاه آریزونا و مونتانا در خصوص همسر خودمان
- ✓ آزمایش آب گرم، ولرم و آب سرد.
- ✓ برداشتن دو مانع در کنار همدیگر
- ✓ در خصوص خرید کت و شلوار و بعد پیراهن
- ✓ هنگام مصاحبه با فرد زیبا، خانه های دخمه در کنار خانه های زیبا