

ایجاد حس تعلق با مشتریان احتمالی، کلید موفقیت برند

آیا گروه‌های دبیرستان را به خاطر می‌آورید؟ وقتی از عضویت در آن ناامید بودیم، زندگی برایمان سخت می‌شد! نیاز به تعلق در همه‌ی ما از زمان‌های قبل وجود دارد. همه‌ی ما می‌خواهیم که بخشی از چیزی باشیم. هرکسی دوست دارد که متعلق باشد.

فردی روی زمین نیست که به دنبال جایش نباشد. جایی که در آن خودتان باشید. هواداران، مشتریان احتمالی و یا هر چیزی می‌خواهید آن‌ها را بنامید همگی آرزوی تعلق داشتن دارند. آن‌ها می‌خواهد بخشی از چیزی باشند که جالب، هیجان‌انگیز و یک حس اجتماعی واقعی داشته باشد. آیا تاکنون متوجه شده‌اید که چگونه موتورسوارها تقریباً همیشه به موتورسواران دیگر دست تکان می‌دهند و یا متوجه دیگران با چنین کاری با مدل مشابه ماشین شده‌اید آن‌ها حتی همدیگر را نمی‌شناسند؛ اما یک رابطه‌ای بینشان است. این رابطه بر پایه وجه اشتراک و اهمیت دوست داشتن چیزی مشابه است.

آیا من می‌گویم که شما می‌خواهید طرفداران فرقه‌ای ایجاد کنید؟ بله و خیر. اگر از فرقه منظورتان هواداران مشتاق و قوی است پس قطعاً جواب «بلی» است؛ اما اگر از فرقه منظورتان تجمع برای پوشیدن لباس‌های بلند ترسناک، آشامیدن خون یا نقاشی تصاویر شیطنانی بر روی زمین است، بنابراین جواب «نه» است.

شما می‌خواهید خود را با مشتریان احتمالی سازگار نموده و یک حس قوی «ما» ایجاد کنید. مردم باید حس اتحاد با شما را داشته باشند به طوری که خود را عضو چیزی بزرگ‌تر از تنها خودشان بدانند.

زمانی که مشتریان احتمالی شما ببینند که شما ارزش‌های مشترکی با آن‌ها به اشتراک می‌گذارید، شما یک لایه اعتماد ایجاد می‌کنید.

هیچ چیز از لحاظ روانی اتحاد قوی‌تری از «ما در مقابل آن‌ها» ایجاد نمی‌کند. شما در صدد ایجاد حس این‌که آن‌ها جزء بخشی بزرگ‌تر از یک «ما» هستند هستید. یکی از راه‌های تثبیت این حس مشترک اطلاق نامی به طرفداران و هواداران است. یک نام به آن‌ها هویت می‌بخشد و حس مشترک یا حس تعلق را افزایش می‌دهد.

بگذارید به یک مثال توجه کنیم. یکی از مثال‌های بسیار مشهور، نام‌گذاری هواداران Grateful Dead است. هواداران پرشور و حرارت آنان Deadhead نامیده می‌شوند. حتی آن‌ها زبان رسمی و عامیانه خودشان را اختراع کردند و شما عضو Deadhead را از زبانی که حرف می‌زنند، می‌شناسید. ایجاد زبانی که تنها شما و هواداران است استفاده می‌کنید، باندی قدرتمند می‌سازد که بسیار سخت می‌شکند.

زمانی که گروه اسم دارد، آسان‌تر و طبیعی‌تر به خودشان رجوع می‌کنند تا در رابطه با خودشان برای دیگران صحبت کنند. اسم اجازه می‌دهد که افراد حس کنند که بخشی از یک چیز مهم هستند. شما هم در درون و هم در بیرون گروه هستید. شما هم عالی و هم ضعیف هستید و تفاوتی بین این دو نیست.

افراد عاشق بخشی از یک جنبش‌اند، پس چرا شما یک حس تعلق با مشتریان احتمالی ایجاد نکنید؟ چرا اجازه ندهید که آن‌ها بخشی از جنبش شما باشند؟

