

روانشناسی وفاداری مشتری

چرا مردم فقط محصول نمی‌خرند، بلکه رفتار، باور و احساس می‌خرند؟



۱. کاری کنید مشتری بابت انتخابش احساس باهوش بودن کند

- هیچکس نمیخواهد حس کند اشتباه کرده
- تصمیم مشتری را تقویت کنید: با داستانهای موفقیت و نظرات کاربران
- جملههایی مثل «شما جزو گروه خاصی هستید...» هویت اجتماعی میسازد



۲. از خستگی تصمیم (decision fatigue) جلوگیری کنید



- انتخاب زیاد = بی‌تصمیمی
- تجربه را ساده و هدایت‌شده طراحی کنید

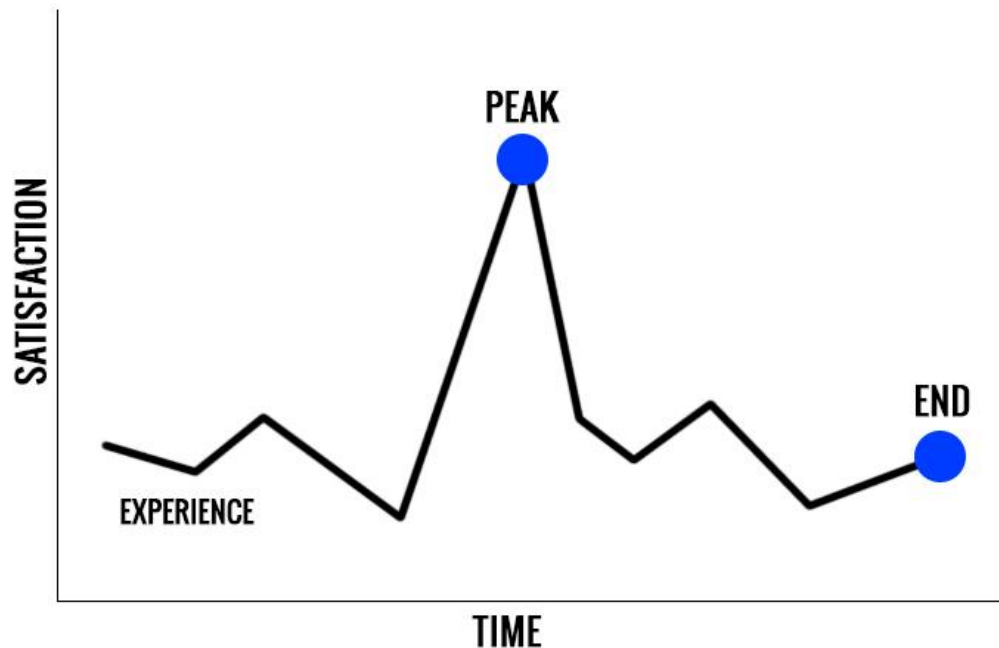
۳. وفاداری مبتنی بر هویت بسازید

- مثل اپل یا کراس فیت
- مشتری زمانی می ماند که خودش را در برند ببیند
- کمک کنید که احساس تعلق کند نه اینکه فقط خرید کند



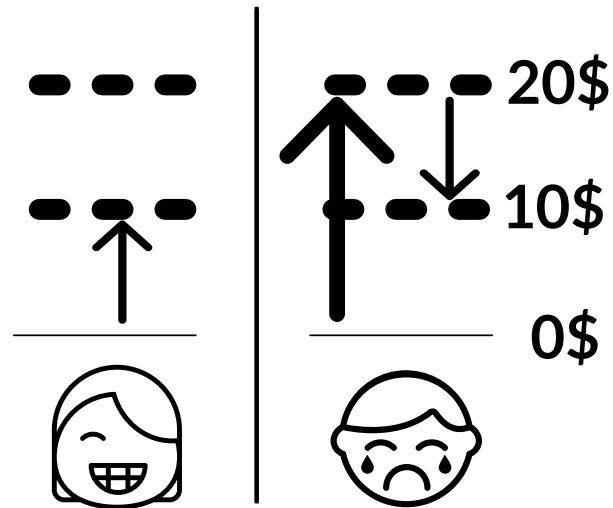
۴. از قاعده‌ی اوج-پایان استفاده کنید

- افراد، یک تجربه را بر اساس لحظه‌ی اوج و پایان آن به یاد می‌سپارند
- غافل‌گیر کنید، خوشحال کنید و پایان را به یادماندنی بسازید



۵. از زیان‌گریزی بهره بگیرید

- درد از دست‌دادن، بیشتر از لذت بدست‌آوردن است
- مثلاً: «عضویت VIP خود را از دست ندهید» بهتر از «عضویت خود را تمدید کنید»



۶. به جای تخفیف، تجربه پاداش دهید

- تخفیف فراموش می‌شود، تجربه در ذهن می‌ماند
- روی حس خاص بودن، دسترسی ویژه و ارتباط احساسی سرمایه‌گذاری کنید

