

راز پر فروش ترین ها

در چه شرایطی یک ایده با محصول تبدیل به اپیدمی اجتماعی می شود و همه از آن استفاده می کنند؟



سیدسورنا ساداتی | خبرنگار موفقیت

محوری

یک زمانی آیس یک خیلی محبوب بود، صرف نظر از این که طعمش را دوست داشتیم یا نه، همه ما احساس می کردیم برای این که از قافله عقب نمانیم یکبار باید آیس یک را تست کنیم. در گذر زمان این اتفاق برای خیلی چیزها افتاد، از وی چت، وایبر و تلگرام در شبکه های اجتماعی، تا نوع خاصی از عینک آفتابی، کفش، خوراکی و گاهی یک محصول یا ایده چنان فراگیر می شود که انکار چاره ای جز استفاده از آن نیست و همه احساس می کنند باید از آن استفاده کنند.
خب چطور می شود ما هم برای محصول مان اعم از کسب و کار خانگی، استارت آپ، یا هر چیز دیگری چنین موجی ایجاد کنیم؟ مالکوم گلدول که در سال ۲۰۰۵، به انتخاب مجله «تایم» یکی از صد فرد با نفوذ جهان انتخاب شد و در سال ۲۰۰۷ هم جایزه اول انجمن جامعه شناسی آمریکا را در یافت کرد، نویسنده ای است که در حوزه جامعه شناسی مخاطب پسند فعال است و پیش از این قانون «۱۰ هزار ساعت» او را معرفی کردیم. گلدول در کتابی به نام the tipping point که می توان آن را نقطه اوج یا نقطه عطف هم معادل سازی کرد، نظرش را درباره چرایی فراگیری یک محصول یا ایده بیان می کند. البته مثل دیگر آثار گلدول، این کتاب هم با انتقادهای زیادی همراه بوده است. در این مطلب می خواهیم بدانیم از نظر گلدول چرا یک چیز ساده به یک اپیدمی اجتماعی تبدیل می شود و همه از آن استفاده می کنند.

نقطه جوش ایده ها

منظور از نقطه جوش یا عطف در کتاب گلدول مرحله ای است که یک ایده از آن نقطه به بعد فراگیر می شود. درست مثل یک ویروس که ابتدا تعداد کمی به آن مبتلا می شوند

ارتباط های کلایمی غلط و جایگزین صحیح آن

والدین و نوجوانان

به وقت نگرانی در عوض نتیجه گیری سریع و سرزنش، سعی کنید با گفتگو، موضوع را روشن و نگرانی خود را بیان کنید



ترفندهای عکاسی از خوراکی ها با تلفن همراه

تصاویر کیک تولد، پیتزا و... را با کمک چند روش می توانید در شبکه های اجتماعی به صورت جذاب تری به اشتراک بگذارید

فاطمه قاسمی | مترجم

این روزها با وجود گوشی های پیشرفته و با امکان عکس برداری سریع، عکاسی کردن سن و سال نمی شناسد و به هنری لذت بخش و سرگرم کننده تبدیل شده است. خانم ها هم از قافله عقب نمانده اند و با به اشتراک گذاشتن روزمره های زندگی، حاصل دستپخت شان، شیرین کاری های فرزندشان و لحظات خوبشان را با هم به اشتراک می گذارند. در میان این نوع عکاسی ها، ثبت تصاویر غذا در میان کاربران شبکه های اجتماعی به ویژه اینستاگرام، یکی از مهم ترین پست ها در این گونه فضاهاست. در این مطلب ما چند ترفند ساده به شما آموزش خواهیم داد تا از این به بعد عکس های حرفه ای تر و خوش آب و رنگ تری به ثبت برسانید و با عزیزان تان به اشتراک بگذارید. فراموش نکنید عکس گرفتن نباید تبدیل به وسواسی شود که لذت دورهمی و لحظات خوب را در ذهن ما خراب کند. پس در این کار زیاده روی نکنید.

از نور طبیعی استفاده کنید! برای عکاسی از غذا، نورپردازی

حرف اول را می زنـ د. اینـ که از نور طبیعی، ز اویـه دار و ملایـم در جهت یک عکاسی ایده آل بهره ببرید دقیقا همان چیزی است که شما را حرفه ای نشان می دهد. هنگام روز غذا را برای عکاسی نزدیک پنجره قرار دهید و در شب میزی را انتخاب کنید که درست زیر چراغ بانور ملایم قرار دارد. دقت کنید نور از یک طرف یا پشت بشقاب یا غذا به فضای کلی بتابد.

از اویه درستی را انتخاب کنید! عکاسی از اویه بالا یا عمود،

گاهی حتی اطفالو کردن یک سلبریتی هم می شود. در این جاست که پای قانون تعداد کم به میان می آید. هر پدیده اجتماعی خواه محصول باشد، خواه ایده، یا حتی یک پیج در اینستاگرام، برای آن که موج ایجاد کند و موفق باشد به مشارکت تعداد کمی از افراد که توانایی های خاص و کمیابی دارند نیازمند است. جرعه اپیدمی های اجتماعی را تعداد کمی می زنند اما همین تعداد کم، به خاطر نفوذ اجتماعی خود می توانند مشارکت تعداد بالایی از آدم ها را جلب کنند.

ارتباط ها، فروشنده ها و کارشناسان

به طور مشخص سه نوع آدم نیاز داریم تا بتوانیم یک محصول را در جامعه جا بیاوریم:

ارتباط ها | گروه اول ارتباط ها هستند، آدم هایی که گروه بزرگی از افراد را می شناسند، ارتباطات گسترده اما سطحی دارند. ارتباط هایک ایده را از دایره محدود و کلونی های مشخص اجتماعی خارج و به طیف وسیعی از آدم ها و اقشار با سلاقی و ویژگی های مختلف عرضه می کنند. ارتباط ها اعتماد به نفس بالا و کنجکاوی و شبکه اجتماعی وسیعی دارند. با این که کتاب در سال ۲۰۰۰ نوشته شده اما امروزه با فراگیری شبکه های اجتماعی به ارزش ایده های گلدول پی می بریم.

فروشنده ها | این جا منظور فقط فروشنده نیست بلکه بیشتر روی ویژگی فروشندگی زوم شده، یعنی آدم های پرانرژی و مطمئنی که دیگران را تشویق می کنند تا به ایده های جدید روی بیاورند. احساسات مسری هستند و فروشنده ها با ایجاد حس صمیمیت و همگام شدن با ضرر با هنجر کلام دیگران، به لحاظ احساسی همگام شان می شوند و به خوبی آن ها را قانع می کنند.

کارشناسان | گروهی هستند که درباره چیزهای زیادی اطلاعات دارند، ارتباطات کمی دارند اما مورد اعتماد هستند و علاقه مندند اطلاعات شان را با دیگران در میان بگذارند. مدام محصولات را از صد می کنند و با دیگران در میان می گذارند.

در نهایت خود محصول هم باید در ذهن مخاطب چسبندگی داشته باشد، باید در لحظه و مکان مناسب و با کمک عواملی که گفته شد به آن ایده نور تابیده شود تا ایده شود و امکان این که تبدیل به یک اپیدمی اجتماعی شود برایش فراهم شود. هیچ محصول خوبی بدون بستر مناسب دیده نمی شود و هیچ محصول ضعیفی به صرف ارائه خوب و شرایط اجتماعی فراگیر نمی شود.

در تهیه بخشی از این مطلب از یادگست «بی پلاس» کمک گرفتیم.



قرار و مدار

روز تماس گرفتن با عموها

مالا که دید و بازدیدهای فامیلی تقریباً قطع شده، یادتون نره که هر از چندگاهی به فامیل ها و آشنایا زنگ بزنین و مداخل یک اموال پرسـی باهاشون بکنین. برای شروع و امروز، به عموها تون زنگ بزنین و بهشون بگین که دلتنگ شون هستین...

ما و شما

راه ارتباطی با زندگی سلام: پیامک ۰۹۹۹۲۰۰۰ و تلگرام ۰۹۳۵۴۳۹۴۵۷۶

درباره پرونده زندگی سلام باید بگم که غیرت سید جلال روی پیراهن تیمی که می پوشه، واقعا ستودنیه. وقتی که سپاهان هم بود، عالی بود. تو پرسپولیس هم که جای هیچ حرفی برای تمجید عملکردش باقی نمی مونه.

پنهان کاری بیماران کرونا یی که در صفحه خانواده بهش اشاره شده، چیز بسیار ترسناکیه که متأسفانه داره رایج هم می شه. الان شوهر خاله بنده مبتلاست و بعد از ۳ روز استراحت که کمی بهتر شد، هم برگشت سر کارش تو یک شرکت و هم میره خرید و... بهش هم میگیم که تست شما مثبت شده، میگه آره ولی سبک بود و زود خوب شدم!

پشت سر هر مرد موفق، تلاش های یک زن وجود داره که کمتر دیده میشه. آفرین به سید جلال حسینی که حواش به این موضوع بوده و قدر دان همسر شه. توصیه های مطلب «نگاهی متفاوت به هندوانه» در صفحه سلامت برای درست کردن خوردنی هایی با این میوه، جالب بود و ویژه مر بای پوست هندوانه. سید جلال عزیز، به امید روزی هستیم که بر گردی شهرت و ملوان رو احیا کنی.

یک شمالی عاشق ملوان

قرار و مدار درباره رفتن روی ترازو، پیشنهاد حال گیرانه ای بود. بذاردی تو خونه بخوریم دیگه، به جز خوردن چی کار میشه کرد این روزها؟ لذت دیگه ای برامون مونده آیا؟

بعد از قهر با قدیمی ترین رفیقم

نمی توانم با او صمیمی شوم

نزدیک به ۲۵ سال می شود که با فردی رفیق هستم. او قدیمی ترین دوستم است اما چند وقت پیش سر مسئله ای با هم قهر کردیم. دعوی مفصلی شد. موضوع کاری بود. نزدیک ۷ سال است که با یکدیگر، همکار هم شده ایم. حالاً نه توانایی این را دارم که ۲۵ سال رفاقتم را فراموش کنم و نه می توانم دوباره با او مثل قدیم ها صمیمی شوم. چه کنم؟



نجمه عابدی شرق | دانشجوی دکتری روان شناسی بالینی

مشاوره فردی

اتفاق بسیار تلخ و ناگوار ی است که رابطه دو دوست قدیمی، آن هم همکار قطع می شود اما یادتان باشد که هیچ وقت برای شروع دیر نیست. رابطه دو دوست که با هم صمیمی هستند، ممکن است گاهی اوقات به دلایل نه چندان جدی تیره و تار شود که متأسفانه چیزی جز ناراحتی باقی نمی ماند. اگر تمایل دارید که دوباره با دوست تان ارتباط برقرار کنید، می توانید نکاتی که در ادامه مطرح می شود، کمک بگیرد.

چرا آشتی نمی کنید؟

راحت ترین راه این است که بدون هیچ بهانه ای با دوست تان آشتی کنید زیرا از صحبت های شما معلوم است در عین حال که از او ناراحت هستید، باز هم تمایل دارید که دوباره ارتباط برقرار کنید و از آن جا که شما با او همکاری، نداشتن رابطه شما را بیشتر آزرده می کند. پس کافی است برای شروع به او سلام کنید، لبخند بزنید یا به گونه ای رفتار کنید که گویا اتفاقات گذشته را فراموش کرده اید یا این که فعلاً تصمیم ندارید به آن فکر کنید و دوست دارید دوباره با هم ارتباط داشته باشید.

برای همدیگر وقت بگذارید

دلایل قطع ارتباط چه از طرف شما باشد یا ایشان، باید به منظور برقراری مجدد رابطه برای همدیگر وقت بگذارید. بهتر است مشکلاتی را که باعث قطع ارتباط



زندگی سلام • سه شنبه • ۱۴ مرداد ۱۳۹۹ • شماره ۱۶۶۲

خانواده و مشاوره

