

## بازاریابی مدرن و زبان بدن

نویسنده: مایک میکالوویچ

مترجم: سیمین راد

آیا می‌دانید زبان بدن در اقتصاد نوین چه معنایی دارد؟ آیا می‌دانید زبان بدن یکی از مهم‌ترین ارکان بازاریابی امروز است؟



زبان بدن یعنی همه رفتارها و کردارهای تنانه شما همچون ژست‌ها، حالت‌های صورت، اخم‌ها، پلک‌زدن‌ها، خوردن لب‌ها، تکان دادن سر، حرکت گردن شما، لرزش پاها، دست کشیدن به موها، جویدن ناخن‌ها، خیره شدن به طرف مقابل، بسته شدن بی‌دلیل چشم‌ها، وضعیت دست‌ها و غیره. اگر زبان بدن شما مناسب و حساب شده باشد، می‌توانید از بستن قراردادهای کلان و موفق مطمئن باشید. اما اگر هنوز به زبان بدن فکر نکرده‌اید، بی‌تردید بازاریاب موفقی به حساب نمی‌آید و از اصول مدرن بازاریابی بی‌خبر هستید. بازاریابی صرفاً به صحبت کردن و قابلیت‌های گفت‌وگو با طرف مقابل بستگی ندارد. شما باید بتوانید بدن خود را نیز آموزش دهید و رفته‌رفته آن را به وسیله‌ای برای موفقیت بیشتر در بازاریابی تبدیل کنید. چه دوست داشته باشید، چه دوست نداشته

باشید، چه این حرف‌ها را باور کنید، چه باور نکنید، زبان بدن بیشتر از صحبت و گفت‌وگو اثرگذار است. در واقع، رمز و راز اصلی موفقیت در بازاریابی به تاثیرگذاری بر طرف مقابل و ایجاد فضای دوستانه بستگی دارد. شما باید بتوانید پیش از آنکه مسائل مالی، شرکتی و قرارداد مطرح شوند، بر طرف مقابلتان بیشترین تاثیر را بگذارید و او را نسبت به خودتان مطمئن کنید. طرف مقابل باید به قدری متاثر از شما باشد که نسبت به باقی مسائل کاری نیز مطمئن شود. واقعیت امروز بازاریابی به ما می‌گوید که زبان بدن و تاثیرهایش بسیار مهم‌تر از گفت‌وگوهای کلامی و صحبت خسته‌کننده است. ما در این مقاله هفت اشتباه رایج بازاریاب‌ها را برایتان مطرح می‌کنیم. این اشتباهات همگی با زبان بدن مرتبط هستند و شما باید تا حد ممکن از ارتکاب آنها خودداری کنید. البته اشتباهاتی که آنها مرتکب می‌شوند بیش از این هفت مورد است. در واقع، مدیران می‌توانند این هفت نکته را در اختیار بازاریاب‌هایشان قرار دهند و آنها را با اصول جدید بازاریابی آشنا کنند. هر بازاریاب موفقی باید بداند که شعار بازاریابی مدرن چنین است: بدن‌هایتان باید بتوانند تاثیر مناسبی روی طرف مقابل بگذارند.



(۱) نگاه کردن به صفحه لپ‌تاپ؛ وقتی کسی با شما صحبت می‌کند، هرگز نباید به صفحه لپ‌تاپ یا مانیتور کامپیوتر نگاه کنید. نگاه کردن به لپ‌تاپ به این معناست که شما علاقه‌ای به صحبت‌های طرف مقابل ندارید. به زعم بسیاری از مدیران ارشد، نگاه کردن به لپ‌تاپ حتی می‌تواند به معنای تکبر و گستاخی نیز باشد. پس بهتر است لپ‌تاپ یا کامپیوترتان را حین صحبت خاموش کنید. حتی اگر می‌خواهید از صحبت‌های جلسه‌تان یادداشت بردارید، بهتر است آنها را روی کاغذ و در مقابل دیدگان همه انجام دهید. هرگز سعی نکنید که نکات جلسه را روی لپ‌تاپ تایپ کنید. نوشتن با قلم و کاغذ همواره جذابیت و تأثیر بیشتری تولید می‌کند. پس چشم‌ها نیز حرف می‌زنند؛ چشم‌هایتان باید بتوانند تأثیر مناسبی روی طرف مقابل بگذارند.

(۲) قلاب کردن دست‌ها و مالش آنها به یکدیگر؛ قلاب کردن دست‌ها حین گفت‌وگو به این معنا است که شما عصبی، مضطرب یا ناراحت هستید. مالیدن دست‌ها به یکدیگر نیز نشانه خوبی را به طرف مقابل ارسال نمی‌کند. وقتی دست‌هایتان را به یکدیگر مالش می‌دهید، انگار از عقد قرارداد و کسب پول مطمئن هستید. این عمل نیز گستاخانه و زشت است. چه بسا این رفتارها سبب فسخ قرارداد شوند. سعی کنید دست‌هایتان را خیلی طبیعی کنار هم قرار دهید یا آنها را به راحتی روی هم بگذارید. در هر صورت، باید بتوانید طبیعی‌ترین و ساده‌ترین شکل ممکن را برای وضعیت دست‌هایتان اتخاذ کنید. ضمناً، از مشت کردن دست‌ها نیز خودداری کنید. دست‌ها را به سمت گوش یا دهان نبرید و همواره آنها را آزاد بگذارید. پس دست‌ها نیز حرف می‌زنند؛ دست‌هایتان باید بتوانند تأثیر مناسبی روی طرف مقابل بگذارند.

(۳) پوشیدن لباس‌های نامناسب؛ لباس‌ها همواره رابطه‌ای مهم با بدن‌ها دارند. برخی از لباس‌ها آدم را چاق و برخی آدم را لاغر نشان می‌دهند. بعضی از لباس‌ها آدم را متشخص و برخی آشفته نشان می‌دهند. هرگز یک لباس ثابت و مشخص برای بازاریابی وجود ندارد. نباید همواره لباس‌های رسمی و جدی پوشید. باید لباس مناسب را بسته به فضای بازاریابی و شرکت مقابل انتخاب کرد. لباس باید برازنده بدن شما باشد و تأثیرگذاری‌های بدن‌تان را به خوبی بروز دهد. در هر صورت، نباید آشفته باشید و لباس‌هایتان شلخته به نظر برسند. شلخته بودن در بازاریابی یعنی غیرحرفه‌ای بودن و هیچ کسی دیگر با غیرحرفه‌ای‌ها قرارداد نمی‌بندد. لباس آشفته و سر و وضع شلخته نماینده شرکت شما نیز هستند و ارزش فعالیت‌های شرکت شما را کم می‌کنند. اما اگر منظم و متشخص هستید، اگر لباس‌های مناسبی می‌پوشید، حتماً نسبت به موفقیت بخشی از کارتان ایمان داشته باشید. پس لباس‌ها در بازاریابی مدرن یکی از مهم‌ترین اعضای بدن هستند. لباس‌ها نیز حرف می‌زنند؛ لباس‌هایتان باید بتوانند تأثیر مناسبی روی طرف مقابل بگذارند.

(۴) نگاه کردن به ساعت؛ چه به ساعت مچی‌تان نگاه کنید، چه به ساعت روی دیوار نگاهی بیندازید و چه زیرچشمی به ساعت روی لپ‌تاپ نگاه کنید، در هر صورت اشتباه بزرگی مرتکب شده‌اید. نگاه به ساعت



به این معنا است که شما کار مهمتری از این قرارداد دارید و قرارداد فعلی از اهمیت چندانی برایتان برخوردار نیست. شما با این کار به سادگی به طرف مقابل توهین کرده‌اید و او حق دارد که با شما قرارداد نبندد. نگاه کردن به ساعت سبب می‌شود طرف قرارداد خیلی زود شما را ترک کند. حتی شاید در آینده نیز آن شرکت قصد همکاری با شما را نداشته باشد. پس باید به چشم‌هایتان آموزش دهید که به ساعت‌ها نگاه نکنند. ساعت‌ها را فراموش کنید و به نشست‌تان فکر کنید. پس نگاه‌ها نیز حرف می‌زنند: نگاه‌هایتان باید بتوانند تاثیر مناسبی روی طرف مقابل بگذارند.

(۵) گرفتن بازوها: گرفتن بازوها با دست‌ها به این معنا است: گرفتن بازوی دست راست با دست چپ و گرفتن بازوی دست چپ با دست راست، به نحوی که دست‌هایتان به صورت ضربدری قرار می‌گیرند. هرگز بازوهایتان را با دست‌هایتان نگیرید. این عمل به این معنا است که طرف مقابل برایتان آزاردهنده و عذاب‌آور است. این ژست یعنی که شما خسته شده‌اید و حالتی تدافعی به خودتان گرفته‌اید. پس دست‌هایتان را همواره باز کنید و اجازه دهید که آزادانه عمل کنند. دست‌های شما باید پیام‌آور همکاری باشند و نه دشمنی. پس بازوها نیز حرف می‌زنند: بازوهایتان باید بتوانند تاثیر مناسبی روی طرف مقابل بگذارند.

(۶) پلک‌زدن: پلک‌زدن‌های متوالی ادا جذاب نیست. وقتی زیاد پلک می‌زنید یعنی عصبی و ناخوش هستید. انگار علاقه‌ای به عقد قرارداد ندارید و به اجبار بر سر میز مذاکره نشست‌ه‌اید. پلک‌زدن‌های زیاد سبب می‌شوند هر کلمه‌ای که از دهان شما خارج می‌شود، معنای دیگری به خودش بگیرد. دیگر حتی معنای حرف‌های شما نیز کاملاً تغییر می‌کنند. پس بهتر است زیاد پلک نزنید و چشم‌هایتان را برای پلک‌زدن آموزش دهید. پس پلک‌ها نیز حرف می‌زنند: پلک‌هایتان باید بتوانند تاثیر مناسبی روی طرف مقابل بگذارند.

(۷) ولو شدن: زشت‌تر از ولو شدن آیا می‌توان کاری کرد؟ همواره سعی کنید شب‌ها خوب بخوابید، استراحت کافی داشته باشید و آرامش را به بدنتان وارد کنید. شما باید بتوانید زود به تخت‌خواب بروید تا صبح‌ها خسته نباشید. بدنی که خسته باشد، هنگام کار اثرات ناخوشایندی خواهد گذاشت. برای مثال، شما دارید بر سر موضوعی با طرف مقابل مذاکره می‌کنید. او دارد شرایط خودش را برایتان توضیح می‌دهد، اما شما به جای گوش‌دادن به حرف‌های او و نگاه کردن به چشم‌هایش روی صندلی ولو شده‌اید و تا نیمه پایین رفته‌اید. می‌توان گفت که توهین‌آمیزتر و گستاخانه‌تر از این رفتار وجود ندارد. باید بتوانید بدنتان را آموزش دهید و در شرایط قرارداد همواره سر حال و آماده باشید. باید بتوانید به خوبی به چشم‌های طرف مقابل نگاه کنید و خیره شدن به نقاط دیگر فضا اجتناب کنید. بدنی که خسته باشد نمی‌تواند تمرکز کند و در نتیجه شانس یک بازاریابی موفق را به راحتی از دست می‌دهد. پس بدن‌ها نیز حرف می‌زنند: بدن‌هایتان باید بتوانند تاثیر مناسبی روی طرف مقابل بگذارند.

\*\*\*



می‌بینید که تقریباً همه اعضای بدن حرف می‌زنند. هر حرکتی معنای خاص خودش را دارد. پس در جهان کسب و کار شما یک یا دو دقیقه بیشتر فرصت ندارید. شاید در عرض یک دقیقه اشتباهی کوچک مرتکب شوید و همه چیز از دست برود. عکس این قضیه نیز صادق است. چه بسا در همان یکی دو دقیقه چنان از بدن خود استفاده کنید و چنان با بدن خود حرف بزنید که همه چیز به نفع شما و شرکت‌تان تمام شود. در واقع، اگر صحبت‌کردن و گفت‌وگو ساعت‌ها زمان می‌برد، حرکت‌ها و ژست‌های بدن تنها در عرض چند ثانیه عمیق‌ترین اثرها را بر طرف مقابل می‌گذارند. پس به راحتی مشتریان خود را از دست ندهید. این نکات را به خوبی به ذهن بسپارید و بدن‌تان را با این نکات آموزش دهید. باید از پلک‌ها، نگاه‌ها، چشم‌ها، دست‌ها، بازوها، بدن‌ها، پاها، لب‌ها و همه اعضای بدن استفاده کنید. پس هرگز فراموش نکنید که شعار بازاریابی مدرن چنین است: بدن‌هایتان باید بتوانند تاثیر مناسبی روی طرف مقابل بگذارند

