





NAZARI
BUSINESS
CLINIC

● الگوهای شناختی هدایت مشتری در صنعت خرده‌فروشی

ارائه‌دهنده:

محمد رضا نظری

- مشاور ارشد و مدیر عملیات سابق فروشگاه‌های زنجیره‌ای رفاه
- مدیر ارشد اسبق فروش و برنامه‌ریزی شرکت زیراکس
- مشاور تجاری‌سازی پارک علم و فناوری دانشگاه شریف



 M_reza.nazari

تعریف استاندارد از الگوهای شناختی

الگوهای شناختی به فرآیندها و ساختارهای ذهنی گفته می‌شود که انسان‌ها از آن‌ها برای **دریافت، پردازش، ذخیره‌سازی و استفاده از اطلاعات** استفاده می‌کنند. این الگوها چارچوب‌هایی هستند که بر نحوه درک، یادگیری، تصمیم‌گیری و حل مسائل تأثیر می‌گذارند و به افراد کمک می‌کنند تا با محیط اطراف خود تعامل کنند.

اجزای اصلی شناخت در الگوهای شناختی

۱- ادراک (Perception):

چگونه اطلاعات را از محیط دریافت می‌کنیم.
مثال: شما ممکن است یک تخفیف "۵۰%" را بسیار ارزشمند درک کنید، حتی اگر محصول واقعی برایتان کاربردی نباشد.

۲- توجه (Attention):

چه چیزی توجه ما را جلب می‌کند و چگونه بر رفتار ما تأثیر می‌گذارد.
مثال: رنگ‌های برجسته یا عبارات تأکیدی در تبلیغات.

۳- حافظه (Memory):

اطلاعات چگونه ذخیره می‌شوند و بازیابی می‌گردند.
مثال: برندهایی که در تبلیغات از داستان‌سرایی استفاده می‌کنند، در ذهن مشتری ماندگارتر هستند.

۴- یادگیری (Learning):

چگونه از تجربیات گذشته برای تصمیم‌گیری‌های آینده استفاده می‌کنیم.
مثال: اگر از یک فروشگاه تخفیف خوبی دریافت کرده باشید، احتمالاً دوباره به آن مراجعه می‌کنید.

۵- تصمیم‌گیری (Decision-Making):

فرآیند انتخاب از بین گزینه‌های مختلف.
مثال: مشتریانی که از محصولات محبوب یا توصیه‌شده توسط دیگران خرید می‌کنند.

والمارت Walmart



استراتژی‌های شناختی: استفاده از تجزیه و تحلیل داده‌ها برای طراحی مسیر فروشگاه‌ها و چینش محصولات به نحوی که مشتریان ترغیب به خرید بیشتر شوند.

مثال: قرار دادن محصولات پرفروش در انتهای راهروها برای افزایش مواجهه مشتری با سایر محصولات.

هدایت مشتری: ترکیب داده‌های فروش و رفتارشناسی برای بهینه‌سازی تجربه مشتری.

ایکیا IKEA



استراتژی‌های شناختی: طراحی مسیر فروشگاه‌های مشخص که مشتریان را در یک مسیر

از پیش تعریف شده هدایت می‌کند تا حداکثر محصولات را ببینند.

مثال: نمایش کاربرد محصولات در محیط‌های شبیه‌سازی شده واقعی (مانند آشپزخانه یا

اتاق خواب کامل).

هدایت مشتری: ترکیب خلاقیت و تجربه محوری برای افزایش خریدهای تکمیلی.

کاستکو Costco



استراتژی‌های شناختی: محدود کردن تنوع برخی محصولات برای ساده‌سازی

تصمیم‌گیری مشتری و افزایش فروش کالاهای پرفروش.

مثال: ارائه تخفیف‌های محدود مدت برای تحریک حس فوریت.

هدایت مشتری: ایجاد ارزش درک‌شده بالاتر و تحریک خرید انبوه.



با تشکر از همراهی شما

