



چگونه از برچسب زدن برای ترغیب دیگران استفاده کنیم

نوع استراتژی: فردی، گروهی

یکی از بهترین استادان دانشگاه من جمله معروفی داشت که همواره در ذهن من خواهد ماند، وی می‌گفت ساده‌ترین کار این است که به چیزی یا کسی برچسبی بزنیم، اینکه فلان کار سخت است یا فلان کس انسان تنبل یا بی‌استعدادی است. زیرا هنگامی که به کسی برچسبی می‌زنیم طی یک مکانیزم ذهنی، هنگام قضاوت یا تصمیم‌گیری در مورد آن فرد یا کار اولین چیزی که به ذهن ما متواتر می‌شود همین برچسبی است که خودمان به آن کار یا فرد چسبانده‌ایم. ذهن ما در فرآیند

تصمیم‌گیری برای ساده کردن این فرآیند از میانبرهای تصمیم‌گیری استفاده می‌کند و دچار این بایاس می‌شود که این برچسب‌ها را به عنوان حقایق ذاتی موضوع قبول می‌کند و به عبارت دیگر آن چیزی را که ساخته ذهن خودمان است آنقدر باور می‌کنیم که طبق آن به قضاوت می‌پردازیم.

هنگامی که به کسی یا چیزی برچسب می‌زنیم تا آنجا آن را باور می‌کنیم که تغییر دادن آن بسیار مشکل می‌شود. لذا برچسب زدن به یک فرد یا کار تنها موجب سخت شدن کار با آنها می‌شود. ولی برچسب زدن جنبه‌های مثبتی هم دارد. یکی از استراتژی‌های ترغیب دیگران همین برچسب زدن به آنها است. نسبت دادن یک خصیصه به کسی و تقاضا در مورد همان خصیصه موجب افزایش احتمال ترغیب وی به انجام آن کار می‌شود. الیس تایبوت و همکاران در یک آزمایش نشان دادند که برچسب زدن به دیگران موجب افزایش احتمال ترغیب آنها به انجام کاری می‌شود که برچسبش به آنها زده شده است. آنها برای این آزمایش از تعدادی از افراد سوالاتی در مورد شرکت در انتخابات پرسیدند و بدون توجه به پاسخ آنها و به صورت کاملاً تصادفی به نیمی از آنها گفته شد که احتمال شرکت آنها در انتخابات بیشتر از متوسط جامعه است و به نیمی دیگر گفته شد که احتمال شرکت آنها در انتخابات کمتر از متوسط جامعه است. نتایج به دست آمده حاکی از این بود که افراد گروه اول با نسبت ۱۵ درصد بیشتر در انتخابات شرکت کردند.

ولی علت چیست، یک دلیل روانشناسی این موضوع در پدیده‌ای به نام Self-Fulfilling Prophecy ریشه دارد. پدیده‌ای که طی آن برچسب زدن به دیگران موجب ایجاد تلقین و باور در آنها می‌شود تا جایی که طرف مقابل به طور ناخود آگاه در جهت برآورده کردن این خصلت تلاش می‌کند. به عنوان مثال هنگامی که به طور کاملاً تصادفی از بین دانش آموزان چند کلاس تعدادی به عنوان نخبه به معلمان آنها معرفی می‌شدند عملکرد آنها به طور چشمگیری بهتر از سایر دانش‌آموزان می‌شد.

از این اصل در بازاریابی، مدیریت و روابط اجتماعی نیز می‌توان بسیار بهره برد. فرض کنید به عنوان سرپرست تیمی که





اعضای آن انگیزه خود را از دست داده‌اند، قصد دارید تا مجدداً سطح انگیزه آنها را بالا ببرید؛ یکی از کارهایی که می‌توانید انجام دهید بیان این نکته است که اعضا چقدر با انگیزه بوده‌اند و حتی بیان مثال‌هایی در مورد سطح انگیزه‌ای است که این افراد در گذشته داشته‌اند. زدن برچسب با انگیزه و با انرژی به این افراد موجب ایجاد تلقین مثبت در آنها شده و به طور ناخود آگاه سطح انرژی آنها را بالا می‌برد.

بسیاری از شرکت‌ها برای تقویت روابط با مشتریان از همین استراتژی استفاده می‌کنند. به عنوان مثال، هنگامی که خطوط هوایی (در سایر کشورها) در پایان سفر از مسافران خود برای اینکه از بین خطوط مختلف هواپیمایی، به شرکت آنها اعتماد کرده و آن را انتخاب کرده‌اند تشکر می‌کند، در حقیقت با زدن برچسب مشتری وفادار به این مشتریان آنها را به تکرار این رفتار تشویق می‌کنند.

در روز پزشک در یک شرکت دارویی - بهداشتی ایرانی کارتهایی را برای پزشکان متخصص طراحی و ارسال کردیم که ضمن تبرک روز پزشک از اینکه این پزشکان از بین تمام رقبا به محصولات این شرکت اعتماد کرده و آنرا برای بیماران خود تجویز می‌کنند از آنها تشکر کرده بودیم. در اینجا ما از همین استراتژی برچسب زدن برای ترغیب پزشکان به تجویز مجدد محصولات شرکت استفاده کردیم.

در پایان ذکر این نکته الزامی است که برچسب زدن باید در مورد خصوصیات صورت گیرد به که طور واقعی در طرف مقابل وجود دارد. در غیر این صورت موجب ایجاد حس بی‌اعتمادی و بالا بردن دیوار دفاعی در طرف مقابل می‌شود. لذا مهم‌ترین نکته در استفاده از این استراتژی همین ایجاد حس اعتماد در طرف مقابل است.

نکته قابل توجه دیگر این است که این استراتژی در مورد گروه‌های سنی مختلف از سنین پایین کودکی تا سنین بالا تقریباً به یک شکل و اندازه کاربرد دارد با این تفاوت که در سنین پایین‌تر ایجاد حس اعتماد به مراتب ساده‌تر از سنین بالا است. برای جمع‌بندی باید بگوییم که طبق یک فرآیند روانشناسی به نام Prophecy Self-Fulfilling انسان‌ها به برچسب‌ها و خصیصه‌هایی که به آنها نسبت داده می‌شود توجه کرده و در جهت برآورده کردن این خصیصه‌ها اقدام می‌کنند. لذا از این روش که به آن استراتژی برچسب زدن نیز گفته می‌شود می‌توان برای افزایش احتمال نفوذ در دیگران و ترغیب آنها استفاده کرد. نویسنده: مهرداد فضیلت

استعدادهای فردی خود را بشناسید، مهارتهای مرتبط با شغل مناسب تیپ شخصیتی خود را بدست آورید

و از زندگی شغلی خود لذت ببرید.

برای یادگیری و اجرای مدیریت استعدادها در سازمان با ما تماس بگیرید.

<http://www.bekargomari.com>

