

بسم الله الرحمن الرحيم

قالب شده

(از مجموعه کتاب های خلاصه)

www.kotab.ir

نیرایال و رایان هوور

ترجمه:

موسسه ترجمیک

سرشناسه : ایال، نیر

Eyal, Nir

عنوان و نام پدیدآور : قلاب شده/ نیر ایال و رایان هوور ۱ ترجمه موسسه ترجمیک.

مشخصات نشر : تهران : آدینه، ۱۳۹۹.

مشخصات ظاهری : ۶۲ ص.؛ ۱۹×۲۵/۵ س.م.

فروست : ... مجموعه کتاب‌های خلاصه.

شابک : ۰-۷۱۹۸۱۴-۶۲۲-۹۷۸ دوره : ۸-۹۰-۸۶۱۰-۶۰۰-۹۷۸

وضعیت فهرست نویسی : فیبا

یادداشت : کتاب حاضر ترجمه خلاصه‌ای از «Hooked» است.

موضوع : فراورده‌های جدید

موضوع : New products

موضوع : مصرف‌کنندگان -- رفتار

موضوع : Consumer behavior

موضوع : مصرف‌کنندگان -- سلیقه‌ها

موضوع : Consumers' preferences

شناسه افزوده : هوور، رایان

شناسه افزوده : Hoover, Ryan (Ryan K)

شناسه افزوده : موسسه ترجمیک

رده بندی کنگره : HF۵۴۱۵/۱۵۳

رده بندی دیویی : ۶۵۸/۵۷۵

شماره کتابشناسی ملی : ۶۱۲۲۶۷۱

قلاب شده

(از مجموعه کتاب‌های خلاصه)

تألیف: نیر ایال و دریاان هویر

صفحه‌آرایی: داود مرادی

ترجمه: موسسه ترجمیک

ناشر: انتشارات آدینه

نوبت چاپ: دوم - ۱۴۰۲

تیراژ: ۳۰۰ نسخه

قیمت: ۵۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۱۹۸-۱۴-۰

شابک دوره: ۹۷۸-۶۰۰-۸۶۱۰-۹۰-۸

تلفن مرکز پخش: ۸۶۰۳۱۴۶۹ و ۹۱۲۱۲۶۱۳۷۰

www.AdinehBook.com

هیچ شخص حقیقی یا حقوقی حق استفاده از کتاب برای چاپ و نشر تمام یا بخشی از این اثر را به هر صورت اعم از چاپ دیجیتال، فتوکپی، چاپ کتاب یا جزوه و حتی برداشت به صورت دستنویس ندارد و متخلفین به موجب بند ۵ از ماده‌ی قانون حمایت از ناشران تحت پیگرد جدی قانونی قرار می‌گیرند.

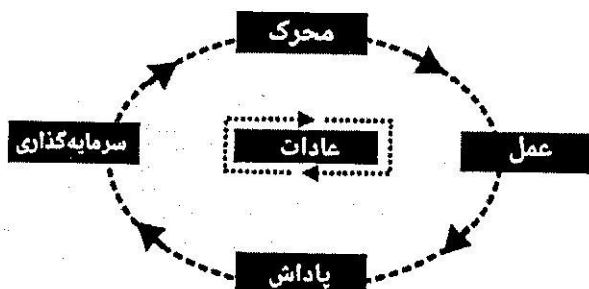


صفحه	عنوان
۷	چکیده کتاب
۱۱	درباره‌ی نویسنده
۱۳	۱- چرا عادت‌ها برای کسب و کار خوب هستند؟
۲۱	۲- مدل قلاب در ایجاد عادت
۵۱	۳- چگونه برای کسب بهترین نتایج از قلاب استفاده کنیم؟
۵۷	۴- کجا به دنبال فرصت‌های ایجاد کننده‌ی عادت بگردیم؟

چه چیزی باعث می‌شود که برخی محصولات در دیگران ایجاد عادت کنند؟ این سؤال، سؤالی بی‌اساس نیست. ارزش بازار بسیاری از مؤسسات، در مقیاس‌های بزرگ بر اساس شدت عادت‌ی مشخص می‌شود که محصولات و خدمات‌شان برای مصرف‌کننده ایجاد می‌نمایند. اگر بتوانید محصولات و خدمات‌تان را به گونه‌ای طراحی و مهندسی کنید که نسبت به مصرف آن‌ها در مشتریان عادت‌ی ایجاد شود، مزایای بسیار چشمگیری در سودآوری‌تان به دست خواهید آورد.

بنابراین چگونه می‌توانید به این موضوع دست پیدا کنید؟ زمانی شرکت‌ها تبلیغات گسترده‌ای برای متقاعد و جذب کردن مصرف‌کنندگان به ایجاد یک عادت می‌کردند. امروزه طراحان، قلاب‌هایی برای محصولات و خدمات‌شان ایجاد می‌کنند که به وسیله‌ی آن‌ها هرچه بیشتر از آن محصول یا خدمات استفاده کنید، بیشتر به قلاب آن‌ها افتاده و به آن‌ها عادت می‌کنید.

به ویژه رمز ایجاد یک عادت «مدل قلاب» است که آن را در شکل صفحه بعد می‌بینید:



۱. محرک: به کاربران تان آگاهی می‌دهید که باید در بخشی از عادات روزانه‌ی خود، از محصول تان استفاده کنند.

۲. عمل: کاربران را متقاعد به انجام کاری می‌کنید که توضیح آن ساده و آسان است.

۳. پاداش: وقتی کاربران کاری را که گفته‌اید انجام می‌دهند، در حقیقت به خاطر پاداش‌های متغیر پیشنهادی، وسوسه شده و دست به آن کار می‌زنند.

۴. سرمایه‌گذاری: فرصتی را به کاربران تان پیشنهاد می‌کنید و بر اساس آن می‌گویید در آینده چیزی را به محصول تان اضافه می‌کنید که بر ارزش آن بیفزاید و همین موضوع سبب می‌شود که آن‌ها دوباره این چرخه را تکرار

قلب شده

کنند.

مصرف کنندگان را به استفاده از محصول یا خدمات تان
به شکل روزانه متقاعد کنید. به این ترتیب می توانید
پیشنهادتان را لازم الاجرا نمایید.

www.ketab.ir