



အကြောင်းအရာ

ဦးနှောက်အလေ့အထကို လေ့လာပြီး ဈေးကွက်ချဲ့ထွင်ခြင်း- နူရိုမားကတ်တင်း(Neuromarketing)

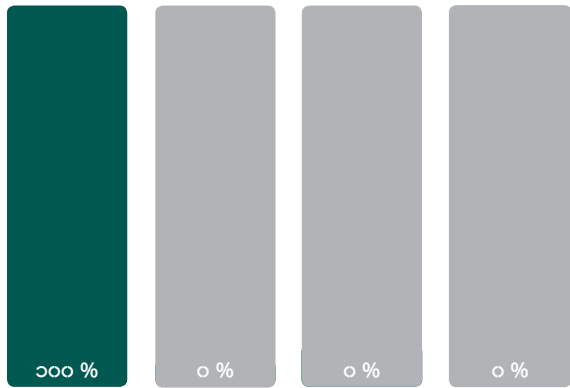


ရုပ်ရှင်

ဦးနှောက်၏ လျှို့ဝှက်ဆန်းကြယ်မှု - ဦးနှောက်အလေ့အထကို
လေ့လာပြီး ဈေးကွက်ချဲ့ထွင်ခြင်း - နူရိုမားကတ်တင်း
(Neuromarketing)

အမျိုးအစား

ဝယ်ယူသုံးစွဲမှု အပြုအမူကို ခွဲခြမ်းစိတ်ဖြာခြင်း



သိပ္ပံ နည်းပညာ အင်ဂျင်နီယာ ဝင်္ဂါ

ခေါင်းစဉ်များ

ဦးနှောက်၊ စိတ်ခံစားမှု၊ သတိရှိမှု၊ လေ့လာမှု၊
ဝယ်ယူမှု အပြုအမူ၊ ဈေးကွက်ရှာဖွေရေး၊ ကြော်ငြာခြင်း

ဘာသာရပ်

ဇီဝဗေဒ၊ ကျန်းမာရေး

စာတမ်း

ဆင်ခြေတုံတရား၊ ဝယ်ယူခြင်း၊ လျော့စျေး၊ တန်ဖိုး၊ လွှမ်းမိုးမှု၊
ဆုလာဘ်၊ ယဉ်ကျေးမှု၊ သုံးစွဲမှု

ခက်ခဲမှုအဆင့်

အဆင့်မြင့်အဆင့်

ကြာမြင့်ချိန်

ခန့်မှန်းကြာချိန် မိနစ် ၄၀ + အောက်ဖော်ပြပါ ဆွေးနွေးမှုအတွက်
ကြာချိန် မိနစ် ၃၀



နိဒါန်း

ကြော်ငြာခြင်းသည် ကျွန်ုပ်တို့၏ ဝယ်ယူခြင်းအပြုအမူကို လွှမ်းမိုးရန် အစွမ်းထက်သော နည်းလမ်းဖြစ်သည်။ ဒါပေမယ့် သတ်မှတ်ထားသော ထုတ်ကုန်များအတွက် ပစ်မှတ်ထား ဈေးကွက်ရှာဖွေရေးသည် မည်ကဲ့သို့ အလုပ်လုပ်ပေးသနည်း။ ဝယ်ယူရန် အလားအလာရှိသော သူများအတွက် ကြော်ငြာပေးခြင်း ပြုလုပ်ရာတွင် တာဝန်ရှိသူများသည် အဘယ်အရာများကို စဉ်းစားပေးရန် လိုအပ်သနည်း။ သိပ္ပံသည် အလွန်ခြားနားစွာ ပါဝင်နေသည်။

အချို့သော ထုတ်ကုန်များကို မည်ကဲ့သို့ အောင်မြင်စွာ ကြော်ငြာနိုင်ခဲ့သလဲ ဆိုတာတွေအတွက် နည်းလမ်းများစွာနှင့် နည်းဗျူဟာ များစွာရှိသည်။ ပထမဦးစွာ ကျွန်ုပ်တို့၏ ဦးနှောက်သည် အထူးသဖြင့် စိတ်ခံစားမှု စေရာကို လိုက်ကြောင်း သိရှိထားရမည်။ ဆင်ခြေတုံတရားဌာနသည် ဦးနှောက်အတွင်း ဆုံးဖြတ်ချက်များအတွက် တာဝန်ရှိသည့်နေရာများနှင့် ရုပ်ပိုင်းဆိုင်ရာ ဆက်နွယ်မှုမရှိပါ။ သို့သော်လည်း စိတ်ခံစားမှုဌာနသည် အပေါ်မှာဖော်ပြခဲ့တာနှင့် တိုက်ရိုက် ဆက်နွယ်နေသည်။ သုတေသနပြုချက်များသည် ဤစာတမ်းနှင့် ဆုံးဖြတ်ချက်များအားလုံးသည် ကျွန်ုပ်တို့၏ စိတ်ခံစားမှု၏ လွှမ်းမိုးမှုခံရကြောင်း မီးမောင်းထိုး ပြသနေသည်။

ထို့ကြောင့် ဝယ်ရန်ဆုံးဖြတ်ချက်များသည် မကြာခဏစိတ်ခံစားချက်အတိုင်းဖြစ်ပြီး ဆင်ခြင်တုံတရားကြောင့်မဟုတ်ပေ။ အထူးသဖြင့် နာမည်ကြီးတံဆိပ်များသည် ဤနေရာတွင် အဓိကနေရာမှ ပါဝင်နေသည်။ ၎င်းသည် ကုန်အမှတ်တံဆိပ် တစ်ခုတရားကို ကျွန်ုပ်တို့ မြင်သောအခါ သို့မဟုတ် ဝယ်သောအခါ ကျွန်ုပ်တို့တွင်ရှိသည့် ပတ်သက်ဆက်နွယ်မှုများအကြောင်းဖြစ်သည်။ အကယ်၍ ၎င်းတွင် အပြုသဘောဆောင်သည့် အဓိပ္ပာယ်ရှိလျှင် ကုန်အမှတ်တံဆိပ်သည် ကျွန်ုပ်တို့အတွက် ဝယ်ယူဖို့ရန် အားကောင်းသည်။ ကြော်ငြာများ၊ အတွေ့အကြုံ သို့မဟုတ် အကြံပြုချက်များမှ တဆင့်ဖြစ်လိမ့်မည်။ ဤအချက်သည် လူများစွာကို သူတို့၏ ဝယ်ယူခြင်း အပြုအမူအပေါ်များစွာ လွှမ်းမိုးသည်။ ကျွန်ုပ်တို့အဘို့ နာမည်ကြီးကုန်အမှတ်တံဆိပ်သည် မကြာခဏ များစွာသော ထုတ်ကုန်များ အလယ်တွင် မီးပြတိုက်ကဲ့သို့ ဖြစ်သည်။

အွန်လိုင်းဝယ်ယူသူသည် အခြားအစွန်းတဖက်မှ စဉ်းစားသည်။ ကုန်ပစ္စည်းကိုယ်တိုင်က ၎င်းတို့အတွက် ပထမ ဦးစားပေးဖြစ်သည်။ အကယ်၍ ဝယ်သူသည် အနက်ရောင်ဘောင်းဘီကို ငွေပမာဏအတိုင်း ရှာဖွေပြီးပါက၊ သူ သို့မဟုတ် သူမ သည် ၎င်းစံသတ်မှတ်ချက်နှင့်ကိုက်ညီသော ပထမဆုံးပုံစံကို ယူသည်။ ဝယ်ယူသူသည် အကောင်းဆုံးကို ရယူရန် မကြိုးစားသော်လည်း လက်တွေ့ကျသည်။ ဤလူများသည် သူတို့၏ ဝယ်ယူသည့်အပြုအမူနှင့် ပတ်သက်၍ စိတ်မဝင်စားကြပါ။ ယဉ်ကျေးမှု နောက်ခံများသည်လည်း ထည့်သွင်းစဉ်းစားရမည့် အချက်ဖြစ်သည်။ ကမ္ဘာတဝှမ်း၌ ကြော်ငြာမှုပုံစံသည် ကွဲပြားခြားနားသည်။ ဥရောပ၌ အရာဝတ္ထုသည် ရှေ့တန်းတွင်ရှိပြီး အာရှတွင် ဥပမာအားဖြင့် အကြောင်းအရာနှင့် ဘောင်သည် အမြဲတမ်း အရေးကြီးသည်။

သို့သော်လည်း စားသုံးသူသည် အချုပ်အခြာဖြစ်နေဆဲဖြစ်သည်။ ဆုံးဖြတ်ချက်ချခြင်းလုပ်ငန်းစဉ်အပေါ် ဩဇာလွှမ်းမိုးရန် ကြိုးပမ်းမှုများရှိသော်လည်း သူ သို့မဟုတ် သူမ သည် မည်သည့်ကုန်ပစ္စည်းကို နောက်ဆုံး၌ ဝယ်ယူရမည်ကို ဆုံးဖြတ်မည့်သူ သည်။ ကျွန်ုပ်တို့သည် ဆုံးဖြတ်ချက်ချခြင်းနှင့် အဘယ်ကြောင့် ဤအရာ သို့မဟုတ် ထိုအရာကို ဈေးဝယ်ခြင်းတောင်းထဲသို့ ထည့်ခြင်း သိပ္ပံပညာသည် အနာဂတ်တွင် သေချာပေါက် ဆက်လက်ရှင်သန်စေမည့် သုတေသန နယ်ပယ်တစ်ခု ဖြစ်သည်။



အဓိကရည်မှန်းချက်များ

- ခေတ်သစ်ဈေးကွက် သုတေသနအတွက် အတွင်းကျကျ ဝင်ရောက်လေ့လာပါ။
- သင်၏ ကိုယ်ပိုင်ဝယ်ယူသည့် အပြုအမူကို စဉ်းစားပါ။
- ဝယ်ယူသုံးစွဲမှုကို သိပ္ပံပညာနယ်ပယ်တစ်ခုအဖြစ် နားလည်ပါ။
- ကျွန်ုပ်တို့ လူသားများသည် မည်ကဲ့သို့ ဆုံးဖြတ်ချက်ချခြင်း (ဝယ်ယူခြင်း) ပြုလုပ်သည်ကို လေ့လာပါ။

အကြံပြုထားသော သင်ခန်းစာ အစီအစဉ်

- ရုပ်ရှင်၏ အကြောင်းအရာကို အတိုချုပ် အရင်မိတ်ဆက်ပေးပါ။ အကြောင်းအရာကား အဘယ်နည်း။
- ပညာရေးဆိုင်ရာ ရုပ်ရှင် ဖွင့်ပြပါ။
- သင်ထောက်ကူစာရွက်ကို ဖြန့်ဝေပြီး အသေးစိတ် ရှင်းပြပါ။ နောက်သင်ခန်းစာ မတိုင်ခင်အထိ အိမ်စာဖြစ်သည်။
- နောက်အတန်းအချိန်တွင် ကျောင်းသားတစ်ဦးချင်းစီတိုင်း၏ တင်ပြချက်များကို သုံးသပ်ပြီး အတန်းထဲတွင် ပွင့်လင်းစွာ ဆွေးနွေးပါ။ နောက်တစ်နည်းအနေဖြင့် မိတ္တူများကို စုစည်းပြီး အမည်မဖော်ပဲ ဖတ်ပြပါ။
- အတန်းအတွင်း အဓိကမေးခွန်းများမေးပြီး ကျောင်းသားများအား ဖြေဆိုစေပါ။
- မတူညီသော ရှုထောင့်များကို မှတ်သားပါ။
- နောက်ဆုံးတွင် ကျောင်းသားများအတွက် “စံပြ” ကြော်ငြာကို တည်ဆောက်ပေးနိုင်ကောင်း ပေးနိုင်လိမ့်မည်။ ၎င်းထဲတွင် ဘာပါရှိရမည်နည်း။ ဘာအကြောင်းအရာလဲ။ သင်ဘာပစ္စည်းမျိုးလိုချင်သလဲ။
- ကျောင်းသားများ ဘာသင်ယူနိုင်ခဲ့သနည်း။ သင်၏ ဝယ်ယူသုံးစွဲမှု အပြုအမူက ဘာလဲ။ သင်မည်သို့ ပြောင်းလဲနိုင်မည်နည်း။