



Hipnoz ile satış

Müşterileri hipnotize ederek satış yapmak mümkün mü? Cevabı baştan vereyim: Evet.

Peki, bunun için hipnoterapist olup insanları hipnotize etmeyi bilmeniz mi gerekir? Bunun cevabı da kısmen hayır. Ben bir hipnoz uzmanı mıyım? Buna da hayır. Ama hipnotik satışın nasıl yapılacağını anlatabilirim. Şimdi gözünüzü yüzde on daha fazla açıp okuyun lütfen.

Öncelikle hipnoz nedir, tanımlayalım. En basit ifadesiyle hipnoz bir trans halidir. Trans durumunda olan kişinin odaklanma ve konsantrasyon seviyesi en üst düzeye ulaşmış demektir. İnsanlar gün içinde pek çok kez trans haline girerler. Hayal kurarken, güzel bir filmi seyrederken ya da sürükleyici bir kitap okurken, bir işe dalmışken size seslenen kişiyi duymadığınız anlarda yaşadığınız şey transtir. Trans anında kişiler dışarıdan yapılan telkinlere karşı daha duyarlı olurlar.

Satış yaparken müşterilerimizde trans hali yaratabilmek için onların konsantrasyonunu artırmaya çalışmalıyız. Bunu yapabilmemizin yolu hipnotik dil kalıpları kullanmaktır.

Ünlü İngiliz yazar Agatha Christie'nin kitaplarında okurlarını hipnotize ettiği söylenir. İngiliz televizyonunda yayınlanan bir belgeselde üç önemli üniversiteden bilim adamları, Christie'nin 80 eserini incelemiş ve yazanın, okurların beyinlerinde kimyasal tepkimeler başlatan sözcükler kullandığını keşfetmişlerdir. Bilim adamları bu sonuca ulaşmak için romanları bir bilgisayara yüklemiş, sözcükleri kalıpları ve cümleleri analiz etmişlerdir. Romancının kullandığı kalıplar okuyuculardaki zevk alma tepkisini tetiklemekte ve insanlar bir bağımlı gibi sürekli onun kitaplarını okumak istemektedirler. Yazarın sıklıkla kullandığı bazı kalıplar, beyinde zevk hissini sağlayan serotonin ve endorfin hormonlarının seviyesini yükselttiği iddia ediliyor.

Hipnotik dil kalıpları kullanabilmek için öncelikle transa geçirmek istediğimiz kişinin davranış ve algı kalıplarını çözmemiz



gerekir. Herkese karşı aynı dili kullanmamız beklenen trans düzeyini yaratmaz.

Acıdan uzaklaşmak ve hazza yaklaşmak

Algı konusundan başlayacak olursak. Basitçe insanları harekete geçiren iki temel duygudan söz edebiliriz. Acıdan uzaklaşmak ve hazza yaklaşmak. Yaşanan aynı durum için bazı insanlar kendilerine problem yaratabilecek sıkıntılardan uzaklaşmayı tercih ederken, bazıları da o durumun yaratacağı keyfin peşindedir. Örneğin sigarayı bırakan biri sağlıklı bozulduğu için bu eyleme geçerken, tasarruf edip parasını daha eğlenceli alanlarda harcamayı hedefleyen başka birinin motivasyonu daha farklıdır. Müşterilerin bu çerçevedeki hislerini gözlemlemeye çalışın.

Diğer önemli noktayı "WIIFM" kısaltmasıyla açıklayabilirim. WIIFM (What is in it for me) tam çevirisiyse "bunun içinde benim için ne var" demektir. Müşterilere içinde onların ilgisini çekecek kelimelerin olduğu cümleler kurmalısınız. Bu yazının başlığı sizi çeken en önemli WIIFM

öğelerinden birisidir. Çünkü siz de her satıcı gibi ikna ve kolay satış yapma arzusuyla dolusunuz. Çarpıcı ifadeler kullanırsanız müşteriyi trans düzeyine çıkaracak bir merdiven oluşturabilirsiniz. (örnek: bu son cümle)

Dikkat etmeniz gereken üçüncü nokta "tekrar etmek"tir. Tekrar, hipnotik bir dil oyunudur. Bunun için mutlaka tekrar edin. (bu cümlelerde olduğu gibi)

Kısa yoldan trans sağlamak kolay bir şey değildir. Bu nedenle söyleyeceğiniz cümleleri önceden hazırlamanız ve çalışmanız gerekir. Kullanacağınız konuşma yapısında mutlaka zıtlıklara yer verin. Karşıtlık kişilerin anlamasını kolaylaştırır. Kepek şampuanı reklamının önce kepekli sonra kepeksiz bir saç gösterdiğini unutmayın. Örneğin, zayıflama ürünleri de benzer zıtlık kavramları kullanırlar. Önce şişman, sonra zayıf.

Son olarak ürün ve hizmet tanıtımınızda mutlaka benzetmelere yer verin. Analogiler algıyı açar ve transı artırır.

Şimdi ben "uç" dediğimde uyanacak ve hipnotik satışa başlayacaksınız. UÇ.

