

ذهن تان را برای خرید نکردن برنامه ریزی کنید!

این یک حقیقت است که برخی از ما حتی زمانی که به قصد خرید یک جنس خاص به بازار می‌رویم طعمه جاذبه فروشگاه‌ها شده و با انبوهی از خریدهای غیر ضروری به منزل باز می‌گردیم.



این یک حقیقت است که برخی از ما حتی زمانی که به قصد خرید یک جنس خاص به بازار می‌رویم طعمه جاذبه فروشگاه‌ها شده و با انبوهی از خریدهای غیر ضروری به منزل باز می‌گردیم.

به گزارش باشگاه خبرنگاران؛ این یک حقیقت است که برخی از ما حتی زمانی که به قصد خرید یک جنس خاص به بازار می‌رویم طعمه جاذبه فروشگاه‌ها شده و با انبوهی از خریدهای غیر ضروری به منزل باز می‌گردیم حال آن که حتی گاهی اوقات فعل خرید کردن، فارغ از مبحث نیاز، به عنوان عملی آرام‌کننده و پرهیجان باعث شادی و شغف و آرامش ما می‌شود. اگر شما هم دچار در هم ریختگی ذهنی و تصمیم‌گیری نامناسب در هنگام خرید هستید و در گروه افرادی قرار دارید که چند ساعت بعد از خرید دچار پشیمانی می‌شوید با این مقاله قصد داریم که به شما کمک کنیم که پیش از آن که وارد فروشگاه شوید ذهن خود را به طرز صحیح برنامه‌ریزی کنید تا بتوانید با وسوسه خریدهای غیر ضروری مقابله کنید.

قطعا برای شما هم جای تعجب ندارد که فروشندگها برای جذب مشتریان و تبدیل کردن کالای‌شان به پولی که در جیب شما جا خوش کرده، از انواع ترفندها استفاده می‌کنند و مغز شما به صورت ناخودآگاه در مسیری که برایش طراحی شده است حرکت می‌کند.

البته مسئله فراتر از ترفندها و شیرین زبانی‌های گفتاری است، فروشگاه‌ها چه از نظر چیدمان اجناس، رنگ و ... به گونه‌ای تاثیر روانی ایجاد می‌کنند که موجب افزایش هزینه‌های شما می‌گردند و در حقیقت با دستکاری و قلقلک حواس شما به مقصد مطلوب خود می‌رسند. در این‌جا برخی از بزرگترین برانگیزندگان روانی را بر می‌شمریم:

رنگ

فروشگاه‌ها از تاثیرات رنگ بر مشتریان جهت ایجاد یک چشم‌انداز جذاب و چشم‌نواز از محصولات خود استفاده می‌کنند. این رنگ‌آمیزی حتی در لیبل‌های قیمت هم با سیاست خاصی استفاده می‌شود. غرفه‌هایی که با لیبل‌های قیمت قرمز رنگ مشخص شده‌اند غالبا برای مخاطبین تشویق کننده هستند. بنابراین در تبلیغات و علامت‌های فروش و یا حراج از رنگ قرمز استفاده می‌شود. پس زمانی که در فروشگاه قدم می‌زنید با دیدن رنگ قرمز آگاه باشید که هدف تاثیرگذاری بر روی مغز شماست و ضرورتی ندارد که به انگیزه خرید یک جنس غیر لازم تن دهید.

مسیر پیرمانع

فروشگاه‌ها با چیدمان برنامه‌ریزی شده شما را وادار می‌کنند که برای رسیدن به اقلام مورد نیاز خود از بین قفسه‌های خرت و پرت‌های غیر ضروری عبور کنید. پیش از آن که وارد فروشگاه شوید یک لیست از اجناس مورد نیاز خود تهیه کنید و تمام توجه خود را معطوف لیست مورد نظر کنید.

فاکتور لمسی

فروشگاه‌ها برای فروش اقلامی خاص، آن‌ها را در محلی مناسب و در دسترس قرار می‌دهند هم‌چنین به نحوی برنامه‌ریزی شده، شما را به لمس اجناس ترغیب می‌کنند. دست نگهدارید! به محض این که شما جنسی را انتخاب می‌کنید و آن را در دست می‌گیرید مغز شما به صورت ناخودآگاه تسببت به آن جنس احساس مالکیت می‌کند و بنابراین احتمال زیادی وجود دارد که دل کندن از آن برایتان دشوار شود. بنابراین زمانی که برنامه‌ای برای خرید آن جنس ندارید از برداشتن و حتی امتحان کردن آن خودداری کنید.

رایحه و موسیقی

زمانی که شما در یک فروشگاه قدم می‌زنید شنیدن یک موسیقی کلاسیک و خاطره‌انگیز می‌تواند برای شما هیجان‌انگیز و آرامش‌بخش باشد و دیدی مثبت ایجاد کند. رایحه دلپذیر و آهنگ آشنا موجب حس راحتی و صمیمیت می‌شود و این ترکیبی خطرناک برای تسخیر مغز شماست. شاید با خرید آنلاین بتوانید از این حربه در امان باشید. البته در خریدهای حضوری هم

آگاهی از این خطر می‌تواند به شما کمک کند که آگاهانه‌تر تصمیم‌گیری کنید.

بعد از مرور مهم‌ترین تاثیرگذارها باید بدانیم که نمی‌شود فروشگاه‌ها و فروشندگان را مورد سرزنش قرار داد و یا آن‌ها را وادار کرد که به گونه‌ای دیگر عمل کنند. تبلیغات و روانشناسی مخاطبین به عنوان بخش جدایی‌ناپذیر حرفه آن‌ها باید پذیرفته شود. آن‌چه اهمیت دارد آگاهی ما از روند این تاثیرگذاری است که کمک می‌کند که تسلیم وسوسه‌های هیجان‌انگیز قرار نگیریم. به عنوان مثال زمانی که شما برچسب تخفیف را بر روی جنسی می‌بینید، تمایل ذهن شما به تصدیق و صحت‌گذاری موجب می‌شود که شما تطابقی با باورها و اطلاعات پیشین خود ایجاد کنید و خوب در حقیقت این کاهش قیمت شما را متقاعد می‌کند که صرف‌نظر از این که شما نیازی به جنس مورد نظر ندارید، به واسطه آن که شرایط خرید آن ساده‌تر از قبل شده است و از تصویر و داده‌های ذهنی شما بهتر است در برابر برچسب تخفیف تسلیم شوید. ذهن خود را باز بگذارید، در مورد خرید جنس‌های تخفیف خورده و حراجی تحقیق کنید و بپذیرید گاهی خرید این اجناس حتی در شرایط فعلی اشتباه است. طعمه‌گذاری هم تکنیک معمول دیگری است که اغلب در فروشگاه‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد.

بدین ترتیب که محصولات همسان در کنار هم قرار می‌گیرند و در این میان یک برند یا محصول خاص با شرایط مشابه قیمت پایین‌تری دارد بنابراین حتی اگر شما به این جنس احتیاجی ندارید با این دید که در معامله‌ای سودآور قرار گرفته‌اید، در برابر این ترفند تسلیم شده و محصول مورد نظر را انتخاب می‌کنید. باز هم یادآوری می‌کنم که این ترفندها جزئی از مکانیزم خرید و فروش کالا در سراسر جهان است و آگاهی و تحقیق‌های لازم پیش از خرید می‌تواند به شما کمک کند که در دام گرفتار نشوید.

برای ابهام‌زدایی لیستی از داشته‌های خود تهیه کنید
حال که دریافته‌اید که در هنگام خرید در مقابل چه ترفندها و دام‌هایی قرار می‌گیرید، زمان تغییر است. برای اجتناب از خرید اقلام غیرضروری در ابتدا باید مشخص کنیم که چه کالایی برای ما غیر ضروری است.
شاید برای شما هم پیش آمده باشد که به فروشگاه‌های بروید و مثلاً با دیدن قفسه شوینده‌های تخفیف‌خورده از خود بی‌خود شوید، هر چه فکر می‌کنید به یاد نمی‌آورید که در منزل کدام یک تمام شده و در حقیقت دید مناسبی از موجودی کالا در منزل ندارید و در نتیجه سبد خود را از انواع شوینده‌ها پر می‌کنید. بنابراین پیش از رفتن به خرید علاوه بر لیست خرید شما نیاز به یک لیست موجودی کالا هم دارید. حق با شماست لیست کردن تک تک اقلامی که در منزل و حتی محیط کار دارید کاری زمان‌بر و سخت است اما برای برنامه‌ریزی ذهن برای یک خرید مناسب شما به جمع‌آوری اطلاعات به صورت جامع احتیاج دارید. این تمرین هدفمند به راحتی برای شما مشخص می‌کند که چه خریدهایی برای شما غیرضروری است و در نقطه مقابل چه خریدهایی باید در اسرع وقت انجام شود.

در هنگام لیست کردن اقلام دو نکته حائز اهمیت است اول این که با خودتان صادق باشید و در تهیه لیست سلیقه‌ای و هیجانی عمل نکنید و دوم این که قفسه‌های خالی را از قلم نیاندازید و کمبودها را هم درج کنید تا یک موجودی کالای قابل استناد داشته باشید.

بعد از تهیه لیست باید اقلام را بر طبق الگوی زیر دسته بندی کنید:

نیاز دارید: اقلامی که نیاز دارید هر روز تهیه کنید. مواردی مانند شیر، روزنامه، نان، آب که اغلب به صورت روزانه خریداری می‌شود.

گاهی اوقات نیاز دارید: شما به این اقلام به صورت روزمره احتیاج ندارید اما میزان استفاده شما از این اقلام تقریباً الگوی منظمی دارد. مثل انواع شوینده‌ها و یا گوشت و مرغ.

می‌خواهم: کالای مورد نیاز شما نیست اما می‌خواهید که آن را داشته باشید. کمی فکر کنید هر کس به اقتضای زندگی خود مواردی از این دست را می‌تواند طبقه بندی کند.

غیر ضروری: شما دلیل خوب و کافی برای داشتن این اقلام در منزل ندارید. در کمد اغلب خانم‌ها لباس‌هایی هست که هرگز پوشیده نشده‌اند و البته با این منوال هرگز هم پوشیده نخواهند شد و مواردی از این دست.

اقلامی که نیاز روزانه شما هستند در سبد خرید شما جایگاه خاص خود را دارند و فعلاً مد نظر ما نیستند، از اقلام دسته آخر هم خداحافظی کنید و توجه خود را معطوف دو دسته دیگر کنید، برنامه‌ریزی ذهنی را بر روی دسته آن‌چه «گاه‌گاه نیاز دارید» و دسته «خواسته‌های» خود انجام دهید. با در نظر گرفتن مواردی که در این دو دسته آمده برای هر یک از اقلام به سه سوال زیر پاسخ دهید:

با خودتان روراست باشید به خصوص در مورد اقلامی که مورد نیاز شما نیست و در دسته خواسته‌های شماست. در واقع شما بدون داشتن آن‌ها هم به راحتی می‌توانید زندگی کنید تنها چیزی که به خریدن و داشتن این قلم کالاها اهمیت می‌دهد شادی است که از مالکیت آن‌ها در شما ایجاد می‌شود. بنابراین شادی و رضایت شما دلیل خوب و کافی آن است که این کالاها در دسته چهارم قرار نگیرند. در نقطه مقابل شاید زمانی که به این سه سوال پاسخ می‌دهید دریابید که به واسطه لذت‌بخش نبودن یک آیتم آن را به دسته چهارم منتقل کنید.

بعد از طبقه‌بندی بر اساس موارد ذکر شده، وقت آن است که انباری‌ها و کمدهای خود را خلوت کنید. شکستن برخی عادت‌های قدیمی موجب می‌شود از در هم ریختگی موجود در زندگی رها شویم و زندگی ما برای پذیرش ایده‌های نو و کارآمد آماده شود. بنابراین از شر نگهداری موارد دسته چهارم خلاص شوید. می‌توانید برخی از آن‌ها را بفروشید، اهدا کنید و یا به عنوان زباله جلوی در بگذارید. قبل از این که خود را خلاص کنید پیشنهاد ما این است که از این اقلام عکس بگیرید و برای خود نگهدارید. این گونه همواره به یاد شما خواهند ماند.

بررسی کنید چه میزان هزینه و زمان را صرف اقلامی کرده‌اید که دور انداخته‌اید دوباره به سراغ لیست غیر ضروری‌ها بروید و در کنار هر کالا مبلغی را که برای خرید آن پرداخت کرده‌اید بنویسید قاعدتا یکسری از آیتم‌ها هدیه‌هایی بودند که مورد استفاده شما قرار نگرفته‌اند و هزینه آن‌ها صفر می‌شود و همچنین ممکن است هزینه اقلامی را که خودتان سال‌ها پیش خریده‌اید را به یاد نیاورید. مشکلی نیست، تا آنجا که ذهن‌تان و فاکتورها و حساب‌های بانکی به شما کمک می‌کند هزینه‌ها را یادداشت کنید. خواهید دید که مجموع هزینه‌ها مبلغ قابل توجهی خواهد بود. این لیست ارزش مالی دوراندختنی‌ها را به عکس‌های‌شان ضمیمه کنید. قطعا دید بهتری به شما خواهد داد. در نظر داشته باشید که هزینه‌ای که شما پرداخت کرده‌اید بیش از این‌ها است. شما برای خریدن و نگهداری این اقلام زمان صرف کرده‌اید زمانی که می‌توانست در مسیر مفیدتری از آن استفاده شود همچنین در شرایط و زندگی‌های کنونی گاه برای نگهداری این اقلام هزینه فضا پرداخت کرده‌اید. به لیست خود زمان‌های صرف‌شده و البته به نوعی تلف‌شده را اضافه کنید پر واضح است که برآورد زمان تخمینی است و علاوه بر مدت زمانی که صرف رفت و آمد و خرید و انتقال کالا شده است، باید مدت زمان برنامه‌ریزی و فکر به خرید را نیز اضافه کنید.

مجموع مدت زمان تلف‌شده را نیز به عکس‌ها ضمیمه کنید و البته آنالیز کنید که در این زمان‌ها چه کارهای مفیدی می‌توانستید انجام دهید. البته آن‌چه در این میان اهمیت دارد این است که هدف از این تمرین آن نیست که شما حس بدی نسبت به خودتان پیدا کنید و خود را بابت آن‌چه گذشته است سرزنش کنید. بلکه این اطلاعات و داده‌ها در کنار هم کمک می‌کند مغز شما آگاهانه‌تر تصمیم‌گیری کند و در واقع با به دست آوردن یک دید کلی برای خریدهای آینده به گونه‌ای برنامه‌ریزی کند که این آخرین تصویر شما از اقلام غیرضروری باشد.

لیستی از موارد غیرمالی که باعث خوشحالی شما می‌شود تهیه کنید در کنار مواردی که هر روزه بابت شادی و لذت خود خریداری می‌کنیم، آیتم‌های شادی‌بخشی هم وجود دارد که نیاز به پرداخت هزینه ندارند. وقت آن رسیده که در کاغذ جداگانه‌ای موارد غیرمادی که شما را شاد می‌کند، از لیخندی محو گرفته تا شادی‌ای که شما را به هیجان و بالا و پایین پریدن وامی‌دارد لیست کنید.

به لیست خود نگاه کنید، چیزهایی که نوشته شده اغلب انگیزه و محرک‌های اصلی زندگی شما هستند. چیزی که شما به امید آن هر صبح از خواب بیدار می‌شوید. بهترین مکان برای نگهداری این لیست کیف پول شماست. هر گاه قصد خرید اقلام غیر ضروری را داشتید نگاهی به این لیست به شما یادآوری می‌کند که برای شاد بودن به اندازه کافی بهانه‌های غیرمادی دارید و در نتیجه نیازی به خرید اقلام غیرضروری نیست.

تا اینجا مواد لازم برای شروع برنامه‌ریزی‌مان را فراهم کرده‌ایم. می‌دانیم چه داریم، چه می‌خواهیم و به چه چیزهایی نیاز داریم و همین‌طور می‌دانیم چه چیزهای غیرمادی خوشحال‌مان می‌کند.