

# مجموعه آموزشی بهارمن

دوره آموزشی مکس ویژن

200 تکنیک بی نظیر فروش



**Bahareman.com**

مدرس و نویسنده: **امیرحسین حامدی**

زندگی به بازی، یادش بگیریم

## مقدمه 200 تکنیک بی نظیر فروش

سلام و عرض ادب و احترام به شما همراه ارزشمند مکس ویژن!

شما در حال مطالعه یکی از ارزشمندترین فایل های فروش هستید که می تواند مسیر حرفه ای شما را به شکل جدی متحول کند. فایلی که در دست دارید چکیده ی عصاره بهترین کتاب ها، دوره ها و منابع بین المللی فروش است؛ محتوایی که اگر می خواستید به تنهایی جمع آوری و یاد بگیرید، باید صدها میلیون تومان برای آن هزینه می کردید و ماه ها زمان صرف می کردید.

### ارزش این فایل نزدیک به ۱۰ میلیون تومان است.

ما ۲۰۰ تکنیک فوق العاده مؤثر فروش را در قالب ۲۰ دسته بندی کاربردی برای شما آماده کرده ایم؛ تکنیک هایی که مستقیماً روی ناخودآگاه مشتری اثر می گذارند و به شما کمک می کنند حرفه ای تر مذاکره کنید، بیشتر بفروشید و درآمدها را ۳۰ تا ۳۰۰ درصد رشد دهید — درست همان هدفی که برای [دوره مکس ویژن](#) طراحی شده است.

### چطور از این فایل استفاده کنید؟

قرار نیست همه ی تکنیک ها را حفظ کنید یا یک جا مطالعه کنید. این فایل حکم «برگه تقلب حرفه ای فروش» را برای شما دارد. کافیست هر زمان در فروش با چالشی روبرو شدید، به سراغ دسته بندی مربوطه بیاید، تکنیک مناسب را انتخاب کنید و بلافاصله در عمل اجرا کنید.

هر تکنیک به زبان ساده، همراه با توضیح مختصر و مثال کاملاً کاربردی ارائه شده تا بتوانید در کوتاه ترین زمان ممکن بیشترین نتیجه را بگیرید.

### یادتان باشد:

در فروش، دانستن کافی نیست؛ اجرا کردن است که نتیجه می دهد.  
این فایل را به بخشی از ابزار کار روزانه خود تبدیل کنید و نتایج شگفت انگیز آن را در افزایش فروش و رشد درآمدها ببینید.

با آرزوی موفقیت و رشد چند برابری شما

امیرحسین حامدی

مربی و همراه شما در مکس ویژن

## ✓ دسته اول : تکنیک‌های روان‌شناسی نفوذ ناخودآگاه در فروش

این تکنیک‌ها بر پایه اصول روان‌شناسی اجتماعی طراحی شده‌اند و مستقیماً ناخودآگاه مخاطب رو هدف قرار می‌دن.

### 1. Door in the Face

#### در زدن به درِ اشتباه

- **توضیح :** با درخواست بزرگ شروع می‌کنیم تا درخواست کوچکتر بعدی معقول‌تر به نظر برسه.
- **مثال :** آیا علاقه‌مند هستید اشتراک سالانه رو تهیه کنید؟  
نه ؟ پس اشتراک ماهانه با تخفیف برای شروع عالیه.

### 2. Foot in the Door

#### پای خودتو لای در بذار

- **توضیح :** ابتدا یک درخواست کوچک مطرح می‌کنیم که احتمال پذیرش بالایی دارد، سپس درخواست بزرگ‌تر را مطرح می‌کنیم
- **مثال :** فقط ایمیلتونو ثبت کنید تا کدتخفیف بفرستیم، بعد که ثبت کرد، می‌گیم الان بهترین زمان برای خرید این پکیجه.

### 3. تأیید مخالفان احتمالی

- **توضیح :** قبل از اینکه مشتری اعتراض یا شک داشته باشه خودت بهش اشاره کن تا حس دفاعی نداشته باشه
- **مثال :** میدونم شاید بگی گرونه ، اما چیزی که می‌گیری واقعاً فراتر از انتظارتیه.

#### 4. Scarcity (کم‌یابی)

- **توضیح:** وقتی چیزی محدود یا در حال اتمام باشد، ارزشش در ذهن ناخودآگاه بیشتر می‌شود.
  - **مثال:** فقط ۳ عدد باقی مانده - بعدش تا ماه بعد موجود نمی‌شود.
- 

#### 5. Urgency

##### فوریت

- **توضیح:** با ایجاد حس زمان محدود برای تصمیم‌گیری، فرد رو وادار به اقدام سریع می‌کنیم.
  - **مثال:** این پیشنهاد فقط تا ساعت ۱۲ امشب فعاله.
- 

#### 6. Commitment & Consistency

##### تعهد و پیوستگی

- **توضیح:** افراد دوست دارند با تصمیمات قبلی‌شون هماهنگ باشن، از تعهدات کوچک برای رسیدن به فروش بزرگ استفاده کن.
  - **مثال:** الان گفتمی برات رشد فردی مهمه، پس این دوره همون چیزیه که بهش نیاز داری.
- 

#### 7. Authority

##### اعتبار و مرجعیت

- **توضیح:** مردم تمایل دارند از افراد متخصص، مشهور یا صاحب‌نظر پیروی کنن.
  - **مثال:** این روشو دکتر روان‌شناس X هم توی کلینیکش استفاده می‌کنه.
-

## 8. Social Proof

### اثبات اجتماعی

- **توضیح:** افراد وقتی می‌بینن بقیه هم از چیزی استفاده کردن، بیشتر بهش اعتماد می‌کنن.
- **مثال:** بیش از ۷۰۰ نفر تا حالا این محصول رو تهیه کردن.

---

## 9. Contrast (کنتراست قیمت یا ارزش)

- **توضیح:** با مقایسه دو گزینه، گزینه هدف رو معقول تر نشون می‌دی.
- **مثال:** بسته VIP یک میلیونه ولی بسته ویژه امروز فقط ۴۹۰ هزار تومان.

---

## 10. Anchoring (لنگر ذهنی)

- **توضیح:** قیمت یا عدد اولیه‌ای که به مخاطب می‌دیم، تبدیل به لنگر ذهنی می‌شه و بقیه اعداد نسبت به اون قضاوت می‌شن.
- **مثال:** قیمت اصلی این محصول ۲ میلیون تومنه، ولی فقط امروز با ۷۹۰ هزار تومان می‌تونن تهیه‌اش کنن.

---

✓ دسته 2: تکنیک‌های کلامی و واژه‌های محرک فروش

## 11. تکرار کلمه بله

- **توضیح:** چند سؤال پشت سر هم بپرس که جواب همه‌شون «بله» باشه، تا ذهن ناخودآگاه در حالت موافقت قرار بگیره.
- **مثال:** شما هم دنبال پیشرفت شخصی هستید، درسته؟ دوست دارید با روزی فقط ۱۵ دقیقه رشد کنید؟ خب پس این پکیج مخصوص شماست.

## 12. Assumptive Close (فرض فروش)

- **توضیح:** طوری صحبت می‌کنی که انگار مخاطب حتماً خرید می‌کنه.
  - **مثال:** آدرس دقیق رو بفرستید که فردا پیک محصول رو بیاره، صبح راحت‌ترید یا عصر؟
- 

## 13. استفاده از واژه "تخیل"

- **توضیح:** کلمات تخیلی مثل «تصور کن» باعث فعال شدن بخش تصویری ذهن می‌شن که تصمیم‌گیر اصلی در ناخودآگاهه.
  - **مثال:** تصور کن فقط با ۳۰ دقیقه آموزش در روز، بعد از یک ماه چقدر جلوتر از بقیه‌ای.
- 

## 14. کلمات کلیدی فروش

- **توضیح:** واژه‌هایی مثل «جدید»، «محدود»، «محرمانه»، «شخصی»، «مخصوص تو» ناخودآگاه رو تحریک می‌کنن.
  - **مثال:** این نسخه محرمانه از دوره فقط برای اعضای وی‌آی‌پی طراحی شده.
- 

## 15. واژه "چون"

- **توضیح:** وقتی دلیل بیاری، حتی اگر بی‌منطق باشه، ذهن مخاطب راحت‌تر می‌پذیره.
  - **مثال:** لطفاً ایمیل‌تو وارد کن چون می‌خوایم هدیه‌تو زودتر بفرستیم.
- 

## 16. "تو" به جای "ما"

- **توضیح:** مخاطب ناخودآگاه بهتر به پیام‌هایی که درباره خودش هست پاسخ می‌ده.
- **مثال:** به جای «ما محصولی ساختیم» بگو: «تو با این محصول سریع‌تر رشد می‌کنی».

## 17. جملات دو گزینه‌ای (نه بله)

- **توضیح:** انتخاب به مخاطب می‌دی بدون اینکه گزینه «نه» توی ذهنش پررنگ باشه.
- **مثال:** دوست داری نسخه دیجیتال رو داشته باشی یا فیزیکی رو برات بفرستیم؟

---

## 18. مکث قبل از جمله کلیدی

- **توضیح:** مکث کوتاه قبل از گفتن نکته مهم باعث افزایش قدرت تأثیر اون جمله می‌شه.
- **مثال:** و حالا مهم‌ترین نکته اینه که... این محصول فقط برای ۵ نفر بعدی فعاله.

---

## 19. نام بردن شخصی

- **توضیح:** استفاده از اسم مخاطب باعث جلب توجه ناخودآگاه می‌شه.
- **مثال:** علیرضا، فقط خواستم مطمئن شم که این فرصت رو از دست نمی‌دی.

---

## 20. الان نه، بعداً آره

- **توضیح:** به مخاطب حس کنترل می‌دی اما مسیر رو برای خرید آماده می‌کنی.
- **مثال:** الان لازم نیست تصمیم بگیری، فقط ثبت‌نام کن تا بعداً راحت‌تر انتخاب کنی.

### ✓ دسته 3: تکنیک‌های فروش حضوری و ارتباط چهره‌به‌چهره

این تکنیک‌ها مخصوص موقعیت‌هایی هستن که فروش به صورت رودررو انجام می‌شه — مثل فروشگاه‌ها، جلسات فروش یا نمایشگاه‌ها. تمرکز این تکنیک‌ها بر زبان بدن، رفتار و تعامل انسانی هست.

## 21. Mirroring (تکنیک آینه‌ای)

- **توضیح:** با تقلید ملایم از زبان بدن، لحن یا سرعت حرف زدن مشتری، حس هماهنگی و اعتماد در ناخودآگاه او ایجاد می‌شه.
- **مثال:** اگر مشتری با صدای آرام حرف می‌زنه، شما هم آرام‌تر صحبت کنید.

## 22. تکنیک تماس چشمی هدفمند

- **توضیح:** نگاه مستقیم ولی کوتاه مدت به چشم مشتری اعتمادسازی می‌کند. نگاه مداوم باعث فشار و نگاه ضعیف باعث بی‌اعتمادی می‌شود.
- **مثال:** هنگام گفتن مزایای محصول، برای ۳ ثانیه در چشم مشتری نگاه کن و بعد نگاهت رو منحرف کن.

---

## 23. Duchenne Smile (تکنیک لبخند واقعی)

- **توضیح:** لبخندی که با چشم‌ها هم همراه باشد (نه فقط لب‌ها) حس اعتماد و امنیت رو منتقل می‌کند.
- **مثال:** هنگام احوالپرسی، با لبخند گرم و واقعی ارتباط اولیه خوبی بساز.

---

## 24. تکنیک فاصله فیزیکی مناسب

- **توضیح:** حفظ فاصله مناسب (نه خیلی نزدیک، نه خیلی دور) باعث راحتی ناخودآگاه مخاطب می‌شود.
- **مثال:** حدود ۱ تا ۱.۵ متر در حالت ایستاده فاصله بگیر، مگر اینکه خودش نزدیک‌تر بشود.

---

## 25. Power Touch

### (تکنیک لمس کوتاه)

- **توضیح:** تماس بسیار کوتاه مثل دست زدن به شانه هنگام تأکید بر یک نکته مهم، پیام را عمیق‌تر در ناخودآگاه ثبت می‌کند.
- **مثال:** هنگام گفتن «تو واقعاً لیاقتش رو داری، به آرامی پشت دست یا شونه‌اش بزنی».

## 26. سکوت تأثیرگذار

- **توضیح :** بعد از ارائه پیشنهاد، ساکت بمون. سکوت باعث فشار ناخودآگاه برای پاسخ می‌شه.
- **مثال :** بعد از گفتن قیمت و مزایا، ساکت شو و منتظر واکنش مشتری بمون.

---

## 27. تکنیک نگاه به محصول، نه به چهره

- **توضیح :** وقتی درباره محصول صحبت می‌کنی، بیشتر به خود محصول نگاه کن تا چشم در چشم مداوم. ناخودآگاه مشتری حس اهمیت اون محصول رو بیشتر دریافت می‌کنه.
- **مثال :** به جای اینکه دائم به مشتری نگاه کنی، دستتو روی محصول بذار و درباره‌اش بگو.

---

## 28. تکنیک تایید زبان بدن مشتری

- **توضیح :** وقتی مشتری نشونه‌ای از رضایت نشون می‌ده (مثل تکیه دادن سر)، اون رو تأیید و تقویت کن.
- **مثال :** وقتی سر تکیه می‌ده، بگو: آره دقیقاً همین حس رو خیلیا داشتن.

---

## 29. تکنیک دعوت به لمس یا تست

- **توضیح :** وقتی مشتری چیزی رو لمس یا امتحان می‌کنه، ذهن ناخودآگاهش بیشتر به مالکیت اون گرایش پیدا می‌کنه.
- **مثال :** بذار خودت امتحان کنی... ببین چقدر نرمه.

### 30. تکنیک حس مالکیت

- **توضیح:** با جملاتی که مخاطب رو در جایگاه "صاحب" محصول می‌ذاره، حس تملک در ذهنش فعال می‌شه.
- **مثال:** وقتی اینو بردی خونه، اولین کاری که می‌کنی چیه؟

---

✓ دسته 4: تکنیک‌های فروش آنلاین و دیجیتال مارکتینگ

### 31. دکمه‌های قرمز یا نارنجی

- **توضیح:** دکمه‌های با رنگ گرم (قرمز، نارنجی) نرخ کلیک بسیار بالاتری دارن چون توجه ناخودآگاه رو جذب می‌کنن.
- **مثال:** دکمه «همین حالا تهیه کن» با رنگ نارنجی در پایین صفحه محصول.

### 32. خط زدن قیمت قبلی

- **توضیح:** خط زدن قیمت قبلی باعث می‌شه مخاطب ناخودآگاه احساس کنه الان داره سود می‌کنه.
- **مثال:** ۳۹۰ هزار تومان → فقط ۲۹۰ هزار تومان!

### 33. نمایش درصد باقی‌مانده موجودی

- **توضیح:** نشون دادن درصد کم از موجودی باعث احساس فوریت در ذهن کاربر می‌شه.
- **مثال:** فقط ۱۸٪ از ظرفیت باقی مانده.

### 34. تایمر شمارش معکوس

- **توضیح :** وجود تایمر زمان دار در صفحه فروش، ناخودآگاه رو برای تصمیم گیری سریع فعال می کنه.
  - **مثال :** این پیشنهاد تا پایان این تایمر فعاله ⏰ 01:12:09
- 

### 35. استفاده از کلمات ارزش ساز در هدینگ

- **توضیح :** استفاده از کلماتی مثل «رایگان»، «تضمینی»، «به روز» در عنوان باعث افزایش نرخ ماندگاری و تعامل می شه.
  - **مثال :** دانلود رایگان فایل تمرینی دوره پرفروش.
- 

### 36. استفاده از نظرات کاربران واقعی

- **توضیح :** نمایش نظر واقعی کاربران قبلی باعث تحریک بخش اجتماعی ذهن می شه (Social Proof).
  - **مثال :** من با این دوره تونستم بعد از ۲ هفته درآمد رو ۲ برابر کنم! - علی، دانشجوی دوره
- 

### 37. نمایش تصویر رضایت و لبخند مشتری

- **توضیح :** عکس مشتریان واقعی با لبخند، ناخودآگاه مخاطب رو برای اعتماد و تقلید آماده می کنه.
  - **مثال :** عکس مشتری در حال استفاده از محصول با جمله ای از رضایتش.
-

### 38. ضمانت بی قید و شرط

- **توضیح:** اعلام ضمانت بازگشت وجه بدون شرط، ترس ناخودآگاه از ریسک رو کاهش می‌ده.
- **مثال:** تا ۷ روز بعد از خرید، اگر راضی نبودی، کل وجهت رو پس می‌دیم. بدون هیچ سؤالی.

### 39. سوال تعامل برانگیز در اول صفحه

- **توضیح:** شروع با یک سوال ذهنی در لندینگ پیج، ناخودآگاه رو درگیر می‌کنه.
- **مثال:** آیا آماده‌ای درآمدت رو بدون سرمایه اولیه افزایش بدی؟

### 40. نمایش جایگاه فعلی در صف

- **توضیح:** نمایش اینکه کاربر چندمین نفر در صف دریافت یا ثبت‌نامه، حس حرکت و ضرورت ایجاد می‌کنه.
- **مثال:** شما نفر ۴۲ از ۵۰ شرکت‌کننده باقی‌مانده هستید.

### ✓ دسته 5: تکنیک‌های فریمینگ ذهنی و بازطراحی درک مشتری

در این دسته، تکنیک‌هایی رو یاد می‌گیریم که ذهن مشتری رو طوری «قاب‌بندی» می‌کنن تا تصمیم درست (یعنی خرید) رو خودش بگیره. این تکنیک‌ها بر ادراک، مقایسه و تفسیر ناخودآگاه تأثیر می‌ذارن.

### 41. Positive Framing (چارچوب‌بندی مثبت)

- **توضیح:** همون پیام رو می‌شه با لحن مثبت یا منفی بیان کرد، مثبت‌ها بهتر در ذهن می‌مونن.
- **مثال:** به جای «اگر شرکت نکنی، خیلی چیزها رو از دست می‌دی»، بگو: «با شرکت تو این دوره، چیزهایی به دست می‌اری که خیلیا حسرتش رو می‌خورن».

#### 42. اثر مقایسه بالا به پایین

- **توضیح:** اول به گزینه گرون تر یا سنگین تر رو معرفی کن ، تا گزینه واقعی، جذاب تر به نظر برسه.
- **مثال:** پکیج VIP با ۴ میلیون تومان - اما پکیج حرفه ای فقط ۱.۹۰۰.۰۰۰ تومان

---

#### 43. Anchoring (اثر چارچوب مرجع)

- **توضیح:** عدد یا اطلاعات اولیه ذهن مخاطب رو برای مقایسه قفل می کنن.
- **مثال:** قیمت واقعی این محصول ۲.۵ میلیون تومنه، اما الان فقط با ۸۹۰ هزار تومن دریافتش می کنی.

---

#### 44. Decoy Effect (انتخاب کنترل شده)

- **توضیح:** اضافه کردن گزینه ای غیرمنطقی برای هدایت مشتری به گزینه ای خاص.
- **مثال:**
  - نسخه A: ۱۹۰ هزار تومان
  - نسخه B: ۳۰۰ هزار تومان
  - نسخه C (غیرمنطقی): ۲۹۰ هزار تومان ولی با امکانات کمتر از B → ناخودآگاه مخاطب گزینه B رو انتخاب می کنه.

---

#### 45. Framing as Ownership

##### تکنیک فریم تملک

- **توضیح:** به مخاطب القا کن که انگار محصول از قبل مال خودشه.
- **مثال:** این پکیج الان تو پنلت فعاله، فقط کافیه فعال سازی کنی.

#### 46. اثر بازگشت سرمایه

- **توضیح:** به جای بیان هزینه، روی نتیجه یا بازده سرمایه گذاری تمرکز کن.
  - **مثال:** با فقط ۳۹۰ هزار تومان، چیزی می گیری که ۱۰ برابرش برات پول سازی می کنه.
- 

#### 47. انتخاب بین دو خوب

- **توضیح:** به جای گزینه خوب و بد، دو گزینه خوب بده تا ذهن مشتری برای انتخاب درگیر شه، نه فرار.
  - **مثال:** دوست داری از پکیج بازاریابی استفاده کنی یا پکیج تولید محتوا رو اول شروع کنیم؟
- 

#### 48. تکرار عدد ذهن گیر

- **توضیح:** استفاده از عددهای خاص (مثل ۳، ۷، ۹) باعث ماندگاری بیشتر می شه.
  - **مثال:** فقط در ۷ قدم ساده، فروشت رو ۲ برابر کن.
- 

#### 49. برجسته سازی زیان از دست رفته

- **توضیح:** بیشتر افراد از ضرر کردن بیشتر از سود نکردن می ترسن.
  - **مثال:** اگه این فرصت رو از دست بدی، باید برای همین دوره، ماه بعد ۲ برابر هزینه کنی.
-

## 50. Welcome Offer

### پیشنهاد خوش آمدگویی

- **توضیح:** پیشنهاد ویژه برای اولین تعامل، ذهن مخاطب رو نرم می‌کند.
- **مثال:** فقط برای بار اولی‌ها: ۵۰٪ تخفیف ویژه خرید اول.

✓ دسته 6: تکنیک‌های اثرگذاری عاطفی و احساس محور

## 51. Emotional Storytelling (داستان احساسی)

- **توضیح:** یک داستان واقعی یا خیالی با بار عاطفی، ماندگاری و انگیزش ناخودآگاه رو بالا می‌برد.
- **مثال:** من هم مثل تو بودم، از صفر شروع کردم. با هزار ترس، اما بالاخره تونستم.

## 52. تصویرسازی رؤیاها

- **توضیح:** مخاطب رو به آینده‌ای که آرزوش رو داره ببری، تا از نظر احساسی با محصولت گره بخوره.
- **مثال:** فکر کن ۳ ماه بعد، وقتی اولین درآمدت از این سیستم واریز شد،

چه حسی داری؟

## 53. Fear of Regret

### تکنیک ایجاد ترس از پشیمانی

- **توضیح:** فعال‌سازی حس پشیمانی آینده باعث تصمیم سریع.
- **مثال:** فقط تصور کن یه ماه دیگه ببینی بقیه با این دوره رشد کردن و تو هنوز درگیر تردیدی.

#### 54. برانگیختن حس تعلق

- **توضیح:** نشون بده که مخاطب با خرید این محصول یا عضویت در این گروه، وارد یک "خانواده" یا گروه خاص می‌شه.
  - **مثال:** با ورود به این دوره، جزو ۱٪ عمل‌گرای ایران می‌شی.
- 

#### 55. Positive Ego Trigger

##### غرور مثبت

- **توضیح:** تحریک هوشمندانه حس غرور باعث همراهی ناخودآگاه می‌شه.
  - **مثال:** کسی که این صفحه رو خونده، یعنی واقعاً براش موفقیت مهمه.
- 

#### 56. همدلی واقعی

- **توضیح:** بیان همدلی واقعی باعث اتصال احساسی قوی‌تری می‌شه.
  - **مثال:** می‌دونم سردرگمی چه حسی داره. خودم هم مدت‌ها درگیرش بودم.
- 

#### 57. فعال‌سازی احساس حمایت

- **توضیح:** اطمینان دادن به مخاطب که در این مسیر تنها نیست، ترس ناخودآگاه رو کاهش می‌ده.
  - **مثال:** ما تا پایان مسیر کنارت هستیم. هر وقت نیاز داشتی، تیم پشتیبانی فقط یه پیام باهاته.
-

## 58. تشویق احساس قدردانی

- **توضیح :** ایجاد حس «قدردانی» باعث افزایش وفاداری و همراهی می‌شه.
- **مثال :** اگه امروز بتونی برای رشد خودت وقت بذاری، آینده‌ات ازت تشکر می‌کنه.

---

## 59. تحریک احساس مسئولیت درونی

- **توضیح :** مسئولیت‌پذیر نشون دادن مخاطب، باعث حرکت ناخودآگاه به سمت تصمیم‌گیری فعال می‌شه.
- **مثال :** خودت می‌دونی که هیچ‌کس جز تو نمی‌تونه آینده‌تو بسازه، پس چرا از همین الان شروع نکنی؟

---

## 60. آینه عاطفی

- **توضیح :** بازتاب دادن احساس مخاطب با جملاتی که اون حس رو توصیف می‌کنه.
- **مثال :** احتمالاً الان یه کم تردید داری، شاید هم ته دلت حس کنجکاوی داری. طبیعی.

---

✓ **دسته 7: تکنیک‌های NLP (برنامه‌ریزی عصبی-کلامی) در فروش**

## 61. Trigger Words

### کلمات ماشه‌ای

- **توضیح :** برخی کلمات مستقیماً روی ناخودآگاه اثر می‌ذارن و احساس اعتماد، هیجان یا خرید ایجاد می‌کنن.
- **مثال :** تصور کن...»، «فقط کافیه»، «برای همیشه»، تو می‌تونی.

## 62. If-Then Framing

### اگر... پس

- **توضیح:** این ساختار باعث ایجاد حس منطق و نتیجه در ذهن ناخودآگاه می‌شه.
- **مثال:** اگه این محصول رو همین امروز تهیه کنی، از فردا می‌تونی اولین قدم رو برای تغییر بزاری.

---

## 63. Embedded Commands

### زبان القایی

- **توضیح:** فرمان رو در دل جمله‌ای طبیعی پنهان می‌کنی تا ناخودآگاه اون رو بپذیره.
- **مثال:** وقتی این صفحه رو تا انتها بخونی، متوجه می‌شی  
چرا باید همین الان ثبت‌نام کنی.

---

## 64. Future Pacing

### آینده‌سازی ذهنی

- **توضیح:** فرد رو در آینده‌ای که محصول باعث ساخته شدنشه تصور می‌کنی.
- **مثال:** فکر کن شش ماه دیگه، در حالی که داری درآمدت  
رو بالا می‌بری، برمی‌گردی و میگی: کاش زودتر شروع کرده بودم.

---

## 65. Logical Levels (سطوح منطقی)

- **توضیح:** مخاطب رو از سطح رفتار به هویت می‌بری؛ یعنی خرید رو بخشی از «هویت» مخاطب جلوه می‌دی.
- **مثال:** کسی که واقعاً دنبال رشد شخصیه، این دوره رو از دست نمی‌ده.

## 66. پیش فرض ذهنی

- **توضیح:** بدون اینکه اجازه ندی ذهن مخاطب گزینه رد کردن رو انتخاب کنه، سؤال رو با دو انتخاب بله گونه مطرح می کنی.
  - **مثال:** ترجیح می دی الان ثبت نام کنی یا اول با مشاور ما صحبت کنی؟
- 

## 67. State Shift (تغییر حالت ذهنی)

- **توضیح:** قبل از معرفی پیشنهاد، ذهن مخاطب رو از حالت بی انگیزگی به هیجان تغییر می دی.
  - **مثال:** تا حالا چند بار از اینکه فرصت ها رو از دست دادی ناراحت شدی؟ حالا وقتشه دیگه این حس تکرار نشه.
- 

## 68. برچسب گذاری مثبت

- **توضیح:** با دادن برچسب مثبت به رفتار خرید، مخاطب رو ناخودآگاه ترغیب به انجام اون رفتار می کنی.
  - **مثال:** کسانی که مسئولیت پذیرن همیشه سریع تر تصمیم می گیرن.
- 

## 69. VAK Language (زبان دیداری-شنیداری-لمسی)

- **توضیح:** استفاده از واژگان مرتبط با هر نوع درک حسی باعث اتصال عمیق تر با ناخودآگاه مخاطب می شه.

### • مثال:

- دیداری: ببین چه آینده روشنی منتظرته
- شنیداری: صدای موفقیت رو می شنوی؟
- لمسی: اون حس فوق العاده وقتی نتیجه رو لمس می کنی.

## 70. Pattern Interrupt (قطع الگوی ذهنی)

- **توضیح:** شکوندن روند معمول فکر مخاطب باعث می‌شه ذهنش آماده پذیرش پیشنهاد بشه.
- **مثال:** می‌دونی چیه؟ بی‌خیال مقدمه‌چینی. فقط به چیز می‌خوام بگم: این فرصت، زندگی‌تو عوض می‌کنه.

✓ دسته 8: تکنیک‌های روان‌شناسی رنگ و طراحی در فروش

## 71. Red for Action

### رنگ قرمز برای اقدام

- **توضیح:** قرمز تحریک‌کننده هیجان و اورژانسی بودن و باعث کلیک یا اقدام سریع‌تر می‌شه.
- **مثال:** دکمه «همین حالا ثبت‌نام کن» به رنگ قرمز با فونت درشت.

## 72. Blue for Trust

### رنگ آبی برای اعتماد

- **توضیح:** آبی حس امنیت، ثبات و حرفه‌ای بودن القا می‌کنه.
- **مثال:** استفاده از پس‌زمینه آبی ملایم برای بخش معرفی برند و تضمین کیفیت.

## CTA (کنتراست رنگی)

- **توضیح:** دکمه‌های فراخوان به اقدام باید با رنگ‌هایی متضاد از صفحه اصلی باشن تا بیشتر دیده بشن.
- **مثال:** در صفحه‌ای با زمینه سفید، دکمه سبز یا قرمز با سایه مشکی استفاده بشه.

## White Space (فضای خالی هوشمند)

- **توضیح:** فضای خالی باعث تمرکز بیشتر کاربر روی بخش‌های مهم مثل CTA می‌شه.
- **مثال:** دور دکمه خرید هیچ عنصر حواس‌پرت‌کننده‌ای نباشه تا دیده بشه.

---

### 73. چهره انسانی در طراحی

- **توضیح:** دیدن تصویر چهره باعث ایجاد ارتباط انسانی و افزایش نرخ اعتماد می‌شه.
- **مثال:** قرار دادن تصویری از یک شخص خوشحال که به محصول نگاه می‌کنه.

---

### 74. جهت نگاه یا فلش هدایت‌گر

- **توضیح:** جهت نگاه افراد یا فلش‌ها باعث می‌شن کاربر ناخودآگاه به آن سمت توجه کنه.
- **مثال:** تصویری از فردی که نگاهش به دکمه خرید دوخته شده.

---

### 75. تکنیک فونت روان و ساده

- **توضیح:** استفاده از فونت‌هایی که چشم رو اذیت نکنن، اعتماد و خوانایی رو افزایش می‌ده.
- **مثال:** فونت ایران‌سنس یا دانا برای فارسی و Open Sans یا Roboto برای انگلیسی.

### 76. رنگ سبز برای تأیید و امنیت

- **توضیح:** سبز تداعی‌گر رشد، موفقیت و "همه چیز امنه" است.
- **مثال:** علامت "پرداخت امن با SSL" با رنگ سبز.

## 77. زرد برای جلب توجه سریع

- **توضیح:** زرد برای اعلان یا ویژگی جدیدی استفاده می‌شود که باید توجه رو به خودش جلب کند.
- **مثال:** جدید! یا «مخصوص امروز» با پس‌زمینه زرد در کنار محصول.

---

## 78. Brand Color Psychology

### هماهنگی رنگی برند

- **توضیح:** رنگ برند باید با پیام برند همخوان باشد تا ماندگاری و حس آشنایی ایجاد کند.
- **مثال:** برندی که آموزش رشد فردی می‌دهد، بهتره از ترکیب آبی و سبز استفاده کند نه مشکی و خاکستری.

---

✓ دسته 9: تکنیک‌های شناختی و رفتاری (بر پایه عملکرد مغز انسان)

## 79. Anchoring Effect

### تأثیر لنگر ذهنی

- **توضیح:** اولین عدد یا قیمت ارائه‌شده، ذهن مخاطب رو برای مقایسه کالیبره می‌کند.
- **مثال:** قیمت واقعی این دوره ۲ میلیون تومنه، اما فقط امروز با ۷۹۰ هزار تومان می‌تونید داشته باشید.

## 80. Scarcity Bias (خطای کمیابی)

- **توضیح:** انسان چیزهای کمیاب رو با ارزش تر می بینه.
- **مثال:** فقط ۵ ظرفیت باقی مونده. بعد از اون ثبت نام بسته می شه.

---

## 81. Default Bias (ترجیح پیش فرض)

- **توضیح:** انسان تمایل داره گزینه ای رو انتخاب کنه که قبلاً براش تعیین شده.
- **مثال:** گزینه "بسته پیشنهادی ما" به صورت پیش فرض تیک خورده باشه.

---

## 82. Contrast Principle

### تقویت مقایسه ای

- **توضیح:** مقایسه چند انتخاب، باعث جذاب تر شدن گزینه هدف می شه.
- **مثال:** سه پلن قیمت گذاری که وسطی بهترین ارزش رو نشون می ده.

---

## 83. Sunk Cost Fallacy

### خطای هزینه غرق شده

- **توضیح:** وقتی فرد بخشی از زمان یا پولش رو صرف کرده، برای ادامه راحت تر متقاعد می شه.
- **مثال:** الان که تا اینجا خوندی، یعنی واقعاً دنبال تغییر هستی. پس یه قدم دیگه بردار.

---

## 84. Cognitive Ease

### تصمیم ساده شده

- **توضیح:** هر چه قدر فهم و تصمیم گیری راحت تر باشه، احتمال اقدام بالاتره.
- **مثال:** فقط با ۳ کلیک ثبت نامت کامل می شه.

### 85. Loss Aversion (بیزاری از دست دادن)

- **توضیح:** مردم بیشتر از اینکه دنبال سود باشن، از ضرر گریزانن.
- **مثال:** اگه امروز اقدام نکنی، این تخفیف رو برای همیشه از دست می‌دی.

---

### 86. Endowment Effect

#### اثر تملک ذهنی

- **توضیح:** وقتی مخاطب حس کنه چیزی مال خودش شده، براش ارزش بیشتری قائله.
- **مثال:** دسترسی ۷ روزه رایگان - حس کن این دوره مال توئه!

---

### 87. Zeigarnik Effect

#### اثر زیگارنیک

- **توضیح:** کارهای نیمه‌تمام ذهن رو مشغول نگه می‌دارن و باعث بازگشت فرد می‌شن.
- **مثال:** فرایند ثبت‌نامت هنوز کامل نشده... فقط به مرحله مونده.

---

### 88. Peak-End Rule (قانون پیک-پایان)

- **توضیح:** افراد بیشتر پایان یک تجربه و لحظات اوجش رو به خاطر می‌سپارن.
- **مثال:** پایان یک وبینار با یک هدیه غیرمنتظره یا پیام قدرتمند برای ماندگاری بیشتر.

---

✓ دسته 10: تکنیک‌های متقاعدسازی بر پایه زبان بدن و تن صدا

### 89. مکث استراتژیک

- **توضیح:** سکوت در جای درست باعث تأکید و اثرگذاری جمله می‌شه.
- **مثال:** اگه امروز تصمیم نگیری... (مکث ۲ ثانیه)... فردا همین حس بلاتکلیفی رو خواهی داشت.

## 90. Vocal Variety

### بالا و پایین کردن تن صدا

- **توضیح:** تغییر تُن در بخش‌های مهم باعث نگه داشتن توجه ناخودآگاه می‌شه.
  - **مثال:** بالا بردن تُن روی واژه «فقط امروز» و پایین آوردن روی «این فرصت می‌تونه آینده‌تو عوض کنه».
- 

## 91. تماس چشمی متمرکز

- **توضیح:** نگاه مستقیم (نه خیره) اعتماد و صداقت منتقل می‌کنه.
  - **مثال:** هنگام گفتن پیشنهاد، مستقیم به چشم مخاطب نگاه کن.
- 

## 92. حرکات باز دست‌ها

- **توضیح:** باز بودن کف دست‌ها در گفتگو حس شفافیت و اعتماد القا می‌کنه.
  - **مثال:** وقتی می‌گی «می‌خوام همه چیز رو روشن برات توضیح بدم»، کف دستت رو بالا بگیر.
- 

## 93. Mirroring

### تقلید ناخودآگاه

- **توضیح:** کمی شبیه شدن به حرکات و حالت بدن طرف مقابل، حس صمیمیت و اعتماد ایجاد می‌کنه.
  - **مثال:** اگه دست روی میز گذاشته، بعد از چند ثانیه شما هم مشابه همون حالت رو بگیرید.
-

#### 94. لبخند تأییدکننده

- **توضیح:** لبخند صادقانه در حین صحبت باعث آرامش ناخودآگاه و پذیرش بیشتره.
- **مثال:** هنگام گفتن جمله «این دقیقاً چیزی هست که دنبالش بودی»، لبخند بزن.

---

#### 95. تکیه جزئی به جلو

- **توضیح:** خم شدن کمی به سمت جلو در گفتگو نشون دهنده علاقه و توجه عمیق.
- **مثال:** وقتی مخاطب داره شک می‌کنه، کمی به جلو بیای و بگی:  
بذار یه نکته مهم رو بهت بگم

---

#### 96. تن صدای پایدار

- **توضیح:** لحن آرام و کنترل شده باعث حس اطمینان می‌شه، نه عجله و اضطراب.
- **مثال:** هنگام گفتن قیمت یا شرایط، صداتو پایین نگه دار و یکنواخت حرف بزن.

---

#### 97. زبان بدن هماهنگ با پیام

- **توضیح:** اگه زبان بدن با کلمات هم‌راستا نباشه، ناخودآگاه مخاطب مقاومت می‌کنه.
- **مثال:** وقتی می‌گی «کاملاً مطمئنم»، با حالت ایستاده، سر بالا و قاطعیت حرف بزن، نه با صدای لرزان.

---

#### 98. ژست نهایی

- **توضیح:** در پایان گفتگو یا ارائه، یک ژست ثابت داشته باش که پیام نهایی رو ماندگار کنه.
- **مثال:** در پایان، دست روی قلبت بذار و بگو: من این مسیر رو با تمام وجود توصیه می‌کنم

## 99. Hero's Journey

### قهرمان سفرکرده

- **توضیح:** داستانی که از نقطه ضعف شروع می‌شود و با تلاش به پیروزی می‌رسد، قدرت همذات‌پنداری زیادی دارد.
- **مثال:** منم یه زمانی دقیقاً مثل تو بودم. سردرگم، بی‌انگیزه...  
اما با این مسیر زندگی‌م عوض شد.

---

## 100. داستان مشتری موفق

- **توضیح:** بازگو کردن داستان واقعی یکی از مشتری‌ها باعث انتقال اعتماد می‌شود.
- **مثال:** زهرا قبل از این دوره اعتماد به نفس نداشت، ولی الان داره کارگاه آموزشی خودش رو برگزار می‌کنه.

---

## 101. شروع با بحران

- **توضیح:** شروع با یک موقعیت بحرانی ذهن مخاطب رو بلافاصله درگیر می‌کنه.
- **مثال:** ساعت ۲ نصف شب بود. حسابم منفی شده بود.  
با خودم گفتم: یا الان یا هیچ‌وقت!

---

## 102. استفاده از شخصیت منفی

- **توضیح:** معرفی یک عامل بیرونی یا درونی که مانع موفقیت بوده و بعد شکستش.
- **مثال:** اون صدای لعنتی توی ذهنم می‌گفت نمی‌تونم. اما من ثابت کردم می‌تونم.

### 103. داستان ناکامی قبلی

- **توضیح:** گفتن تلاش‌های شکست‌خورده‌ی قبلی، اعتماد مخاطب رو افزایش می‌ده.
- **مثال:** ۴ دوره دیگه شرکت کردم ولی نتیجه نگرفتم، تا اینکه با این روش آشنا شدم.

---

### 104. داستان کشف راز

- **توضیح:** داستانی که در اون یک راز یا راه‌حل خاص کشف می‌شه.
- **مثال:** من توی سفر به ترکیه بود که فهمیدم دلیل پیشرفت اونا چیه... به تکنیک ساده ولی مؤثر!

---

### 105. داستان زندگی مشابه مخاطب

- **توضیح:** وقتی داستان‌ت شبیه زندگی مخاطبه، احساس نزدیکی و اعتماد ایجاد می‌شه.
- **مثال:** منم به مادر با دو تا بچم. فرصت نداشتم، ولی تونستم کسب‌وکارمو آنلاین راه بندازم.

---

### 106. دعوت به ادامه داستان

- **توضیح:** نصفه گفتن داستان باعث ایجاد کنجکاوی و تعامل می‌شه.
- **مثال:** اون روز به تصمیم گرفتم که زندگی‌م رو عوض کرد. تو پست بعدی می‌گم چی بود.

---

### 107. تضاد شخصیتی در داستان

- **توضیح:** نشون دادن تغییر شخصیت از ترسو به شجاع یا منفعل به فعال الهام‌بخشه.
- **مثال:** من همیشه از حرف زدن جلوی جمع فرار می‌کردم... الان مشاور سخنران‌ها شدم.

## 108. پایان احساسی

- **توضیح:** پایان داستان با حس برانگیز، باعث ماندگاری در ذهن مخاطب می‌شه.
- **مثال:** وقتی مامانم گفت بهت افتخار می‌کنم ... فهمیدم که راه رو درست اومدم.

---

✓ دسته 12: تکنیک‌های فروش در لایو، وبینار و ویدیو

## 109. شروع با شوک

- **توضیح:** شروع با یک آمار عجیب یا جمله‌ای تکان‌دهنده
- ذهن مخاطب رو بلافاصله درگیر می‌کنه.
- **مثال:** آیا می‌دونستی ۸۵٪ آدما به درآمد دلخواه‌شون نمی‌رسن؟

## 110. ایجاد طوفان سوالی

- **توضیح:** با چند سوال متوالی باعث می‌شی مخاطب بگه: "آره اینا مشکل منم هست!"
- **مثال:** خسته‌ای از اینکه مدام تلاش می‌کنی ولی نتیجه نمی‌گیری؟ حس می‌کنی زمانت تلف می‌شه؟

## 111. نقشه مسیر سه مرحله‌ای

- **توضیح:** وقتی کل مسیر موفقیت رو در سه مرحله ساده خلاصه می‌کنی، ذهن مخاطب راحت‌تر می‌پذیره.
- **مثال:** فقط کافیه ۳ قدم برداری: آگاهی، آموزش، اقدام.

## 112. دعوت به یادداشت‌برداری

- **توضیح:** وقتی از مخاطب می‌خوای یادداشت‌کنه، هم توجه‌ش بیشتر می‌شه هم پیام تو ماندگارتر.
- **مثال:** این ۳ نکته رو حتماً یادداشت کن چون فقط همینجا می‌شنوی.

### 113. پیش‌فروش ذهنی

- **توضیح:** قبل از معرفی محصول، با جمله‌ای ساده ذهن مخاطب رو آماده کن.
- **مثال:** اگه تا اینجا ویدئو برات مفید بوده، خبر خوب دارم.

---

### 114. داستان نقطه عطف

- **توضیح:** در لایو، نقطه‌ای از زندگی که تغییر کرده رو تعریف کن تا الهام ببخشی.
- **مثال:** اون لحظه که اخراجم کردن... نقطه‌ای بود که همه‌چی شروع شد.

---

### 115. "الان وقتشه"

- **توضیح:** استفاده از جملات محرک برای فعال کردن حس فوریت در تصمیم.
- **مثال:** اگه امسال رو هم مثل قبل بگذرونی، کی قراره تغییر کنی؟ الان وقتشه.

---

### 116. درگیر کردن مستقیم مخاطب

- **توضیح:** با اسم بردن، پرسیدن سوال یا گفتن "بنویسید"، مخاطب درگیر می‌مونه.
- **مثال:** تو که الان تو لایو، بنویس ببینم چند وقته دنبال تغییری؟

---

### 117. اعلام جایزه یا هدیه پایانی

- **توضیح:** این تکنیک باعث می‌شه مخاطب تا آخر لایو یا ویدئو بماند.
- **مثال:** تا پایان این لایو یه هدیه خاص برات دارم. حتماً بمون.

## 118. دعوت به تصمیم‌گیری فوری

- **توضیح:** با انرژی و لحن مناسب، مخاطب رو به اقدام آتی دعوت می‌کنی.
- **مثال:** اگه دلت تغییر می‌خواد، همین الان اقدام کن.  
نه فردا. نه هفته بعد. همین الان.

✓ دسته 13: تکنیک‌های فروش از طریق پیام (چت، دایرکت، واتساپ، تلگرام)

## 119. پیام دو مرحله‌ای

- **توضیح:** ابتدا پیام کوتاه و سوال محور می‌فرستی تا تعامل شروع شه، بعد پیام اصلی.
- **مثال:** پیام اول: «سلام وقتتون بخیر، شما هنوز در حال جست‌وجوی راه‌اندازی کسب‌وکار هستین؟  
پیام دوم: ما به دوره‌ای داریم که با روزی ۳۰ دقیقه می‌تونی شروع کنی.

## 120. پیام تأییدگر

- **توضیح:** اول مخاطب رو تأیید کن تا گاردش پایین بیاد، بعد پیشنهاد بده.
- **مثال:** کاملاً درک می‌کنم که شرایط سخته، ولی خیلی‌ها با همین مسیر تغییر کردن.

## 121. پیشنهاد سؤال‌کننده

- **توضیح:** به جای معرفی مستقیم، سوالی بپرس که جوابش محصولتو ایجاب کنه.
- **مثال:** اگه به روش ساده برای یادگیری سریع‌تر وجود داشته باشه، امتحانش می‌کنی؟

## 122. فشار معکوس در چت

- **توضیح:** با عقب‌نشینی ظاهری، باعث تحریک ناخودآگاه برای جلو آمدن می‌شی.
- **مثال:** البته شاید این دوره برای شما مناسب نباشه، چون افراد متعهد دنبال می‌کنن.

### 123. تایید مخالفت

- **توضیح:** اگر مخاطب مقاومت نشون داد، با تأییدش شروع کن.
- **مثال:** حق دارین که تردید داشته باشین. خیلیا اولش این حس رو داشتن.

---

### 124. زمان بندی پاسخ

- **توضیح:** بلافاصله بعد از پیام مخاطب جواب نده تا حس اهمیت تقویت شه.
- **مثال:** چند دقیقه صبر کن، بعد جواب بده با جمله ای مثل: «ببخشید دیر پاسخ دادم، داشتم برای یکی از هنرجوها نمونه تمرین آماده می کردم».

---

### 125. پاسخ "بسته ای"

- **توضیح:** همیشه بعد از پاسخ، یه سؤال اضافه کن تا گفتگو ادامه پیدا کنه.
- **مثال:** بله، کلاس ها آنلاین هستن. شما تا حالا تجربه کلاس آنلاین آموزشی داشتن؟

---

### 126. تصویرسازی متنی

- **توضیح:** با کلمات تصویری، مخاطب رو در موقعیت موفقیت قرار بده.
- **مثال:** فقط تصور کن چند ماه دیگه بتونی پروژه بگیری و از خونه درآمد داشته باشی.

---

### 127. ساخت اعتماد با ارسال نمونه یا نظر مشتری

- **توضیح:** فرستادن اسکرین شات رضایت مشتری یا فایل نمونه، ناخودآگاه رو آرام می کنه.
- **مثال:** اینم پیام یکی از افرادی که دقیقا با همین شرایط شروع کرد» 📄

## 128. پایان باز در پیام

- **توضیح:** با پرسش یا جمله‌ای نیمه‌کاره، مخاطب رو وادار به پاسخ می‌کند.
- **مثال:** آگه بخوای همین امروز شروع کنی، فقط لازمه که.

✓ دسته 14: تکنیک‌های فروش در صفحه فروش، کپشن، لندینگ و توضیحات محصول

## 129. فقط به درد کی می‌خوره

- **توضیح:** با محدود کردن مخاطب، باعث افزایش ارزش و احساس خاص بودن می‌شی.
- **مثال:** این محصول فقط برای کسانی که واقعاً می‌خوان از روزمرگی خلاص بشن.

## 130. شروع با زخم

- **توضیح:** جمله اول رو با اشاره به یک درد یا مشکل شروع کن تا مخاطب متوجه شه این صفحه برای اونه.
- **مثال:** آگه هر شب با استرس و حس عقب‌افتادگی می‌خوابی، این متن برات نوشته شده.

## 131. معرفی دشمن مشترک

- **توضیح:** وقتی مخاطب احساس کنه با تو در یک جبهه‌ست، اعتمادش بیشتر می‌شه.
- **مثال:** آگه خسته‌ای از دوره‌های پر از وعده و بی‌نتیجه، بدون که اینجا فرق داره.

## 132. تیر نتیجه‌محور

- **توضیح:** به جای معرفی ویژگی‌ها، مستقیم نتیجه‌ای که مخاطب می‌خواد رو بگو.
- **مثال:** ۳ برابر سریع‌تر یاد بگیر بدون اینکه ساعت‌ها وقت تلف کنی.

### 133. تصویر ذهنی از آینده

- **توضیح:** کاری کن مخاطب خودش رو بعد از استفاده از محصول ببینه.
- **مثال:** فقط تصور کن چند ماه بعد، وقتی اولین درآمد آنلاین تو دریافت کردی.

---

### 134. سوال متوقف کننده

- **توضیح:** سوالی مطرح کن که ذهن مخاطب رو ناگهانی درگیر کنه.
- **مثال:** تا کی می خوای فقط آرزو کنی؟

---

### 135. بولت پوینت های تحریک کننده

- **توضیح:** به جای توضیح بلند، از نکات کوتاه ولی اثرگذار استفاده کن.
- **مثال:**
  - ◆ فقط ۱۵ دقیقه در روز
  - ◆ حتی اگر هیچ تجربه ای نداری
  - ◆ بدون نیاز به سرمایه اولیه

---

### 136. "چی به دست میاری" + "چی از دست می دی"

- **توضیح:** همزمان مزایا و ترس از دست دادن رو نشون بده.
- **مثال:** همین حالا ثبت نام کن تا به مسیر موفقیت پیوندی - فردا ممکنه ظرفیت پر شده باشه.

---

### 137. لحن محاوره ای و نزدیک

- **توضیح:** استفاده از لحن صمیمی ناخودآگاه رو آرام می کنه و حس نزدیکی می ده.
- **مثال:** ببین... این محصول برای کسیه که دیگه نمی خواد دور خودش بچرخه.

### 138. "تو نیستی، مشکل از روشه"

- **توضیح:** مسئولیت رو از دوش مخاطب برمی‌داری و تقصیر رو به روش‌های اشتباه نسبت می‌دی.
- **مثال:** «تو تنبل نیستی... فقط تا الان روش درستی بهت یاد ندادن.

✓ دسته 15: تکنیک‌های فروش مبتنی بر روان‌شناسی رنگ، فونت و دیزاین (ویژوال مارکتینگ)

### 139. رنگ قرمز برای ایجاد فوریت

- **توضیح:** رنگ قرمز ناخودآگاه به مغز سیگنال فوریت و هشدار می‌فرسته که باعث تحریک تصمیم‌گیری سریع می‌شه.
- **مثال:** دکمه «خرید فوری» یا «ثبت‌نام» با رنگ قرمز طراحی کن.

### 140. رنگ آبی برای اعتمادسازی

- **توضیح:** رنگ آبی حس آرامش و اعتماد ایجاد می‌کنه و در سایت‌ها و اپلیکیشن‌های بانکی زیاد استفاده می‌شه.
- **مثال:** بک‌گراند یا هدر صفحه فروش که رنگ آبی داشته باشه، حس اطمینان به محصول می‌ده.

### 141. استفاده از فونت خوانا و بزرگ

- **توضیح:** فونت واضح و سائز بزرگ‌تر باعث می‌شه پیام سریع‌تر و راحت‌تر منتقل بشه و حواس مخاطب پرت نشه.
- **مثال:** تیترها و جملات کلیدی رو با فونت‌های sans-serif و حداقل سائز ۱۸ بنویس.

## 142. White Space

### فضای سفید

- **توضیح:** فضای خالی بین المان‌ها باعث می‌شود چشم مخاطب راحت‌تر پیام رو دریافت کنه و صفحه شلوغ نباشه.
  - **مثال:** اطراف دکمه خرید یا تیتراژ، فضای کافی بذار تا بیشتر به چشم بیاد.
- 

## 143. کنتراست بالا برای جلب توجه

- **توضیح:** استفاده از رنگ‌هایی که کنتراست بالایی دارن (مثل زرد روی مشکی) جلب توجه می‌کنن.
  - **مثال:** فقط امروز! با رنگ زرد روی پس‌زمینه مشکی نوشته بشه.
- 

## 144. استفاده از تصاویر انسانی

- **توضیح:** تصویر افراد واقعی و به خصوص صورت و چشم‌ها، حس همذات‌پنداری و اعتماد رو افزایش می‌ده.
  - **مثال:** استفاده از عکس‌هایی که مشتری‌ها یا تیم پشت صحنه رو نشون می‌ده.
- 

## 145. حرکت و انیمیشن‌های نرم

- **توضیح:** استفاده از انیمیشن‌های ملایم و حرکت در صفحه باعث جذب نگاه می‌شه بدون مزاحمت.
  - **مثال:** دکمه‌های شناور یا افکت‌های ظاهر شدن تدریجی.
- 

## 146. رنگ سبز برای حس موفقیت و تایید

- **توضیح:** رنگ سبز حس مثبت، پیشرفت و تایید رو منتقل می‌کنه.
- **مثال:** پیام‌های تایید یا علامت‌های تیک با رنگ سبز باشن.

## 147. Color Harmony

### هماهنگی رنگ‌ها

- **توضیح:** انتخاب رنگ‌های هماهنگ و متناسب با هم باعث می‌شود صفحه حرفه‌ای‌تر و دلپذیرتر باشد.
- **مثال:** استفاده از پالت‌های رنگی از پیش طراحی‌شده مثل رنگ‌های پاستلی یا مکمل.

---

## 148. قرار دادن دکمه CTA در نقاط طلایی

- **توضیح:** دکمه‌های دعوت به اقدام باید در نقاطی قرار بگیرند که چشم بیشتر به اون‌ها جذب می‌شود، مثلاً بالای صفحه و نزدیک محتوای مهم.
- **مثال:** دکمه «خرید کن» درست بعد از توضیح اصلی و تیتر مهم.

---

✓ دسته 16: تکنیک‌های فروش بر اساس زبان بدن و ارتباط چشمی (فروش حضوری و ویدیویی)

## 149. ارتباط چشمی قوی و متعادل

- **توضیح:** نگاه مستقیم اما نه خیره‌کننده، حس اعتماد و صمیمیت ایجاد می‌کند.
- **مثال:** هنگام معرفی محصول، به چشمان مخاطب نگاه کن، ولی گهگاه نگاهت رو کوتاه کن.

---

## 150. لبخند واقعی

- **توضیح:** لبخند طبیعی و صادقانه باعث می‌شود مخاطب احساس راحتی کند و به تو اعتماد کند.
- **مثال:** هنگام شروع جلسه فروش، لبخند بزن و با انرژی باش.

---

## 151. استفاده از دست‌ها برای تأکید

- **توضیح:** حرکات دست به صورت کنترل‌شده، جملات مهم را پررنگ‌تر می‌کند.
- **مثال:** وقتی نکته کلیدی را می‌گویی، دستت را به آرامی بالا ببر.

## 152. نشستن یا ایستادن روبه‌روی مشتری با زاویه کمی

- **توضیح:** روبه‌روی مستقیم و کمی زاویه‌دار بودن، حالت دوستانه و باز بودن را نشان می‌دهد.
  - **مثال:** به جای اینکه کاملاً روبرو بایستی، کمی زاویه بدن، راحتی را القا می‌کند.
- 

## 153. کنترل نفس و آرامش

- **توضیح:** نفس عمیق و آرام به کنترل اضطراب کمک کرده و اعتماد به نفس نشان می‌دهد.
  - **مثال:** قبل از شروع صحبت، چند نفس عمیق بکش.
- 

## 154. تقلید ملایم زبان بدن مخاطب

- **توضیح:** به صورت ناخودآگاه، تقلید ملایم حرکات مخاطب باعث ایجاد حس نزدیکی می‌شود.
  - **مثال:** اگر مشتری دستش را روی میز گذاشت، تو هم دستت را مشابه قرار بده.
- 

## 155. Personal Space

### حفظ فاصله مناسب

- **توضیح:** رعایت فاصله مناسب باعث می‌شود، مخاطب راحت باشد و احساس فشار نکند.
  - **مثال:** حداقل یک متر فاصله نسبت به مشتری حفظ کن.
-

### 156. نگاه به نقاط مثبت چهره مشتری

- **توضیح:** نگاه به چشم‌ها یا لبخند مشتری، حس علاقه و احترام را منتقل می‌کند.
- **مثال:** هنگام گوش دادن، به آرامی به چشم‌ها نگاه کن.

---

### 157. استفاده از سکوت استراتژیک

- **توضیح:** سکوت در لحظه‌های کلیدی، مشتری را وادار به فکر کردن و پاسخ دادن می‌کند.
- **مثال:** بعد از گفتن قیمت یا مزیت مهم، چند ثانیه سکوت کن.

---

### 158. راست‌قامت بودن

- **توضیح:** ایستادن یا نشستن با قامت راست، اعتماد به نفس و قدرت را نشان می‌دهد.
- **مثال:** هنگام صحبت، شانه‌ها را عقب بده و صاف بنشین.

---

✓ دسته 17: تکنیک‌های فروش روانشناسی زمان و فرصت FOMO و Urgency

### 159. FOMO

• Fear of Missing out

- **توضیح:** ایجاد حس ترس از دست دادن فرصت یا محصول محدود باعث تحریک سریع تصمیم‌گیری می‌شود.
- **مثال:** ظرفیت این دوره فقط ۲۰ نفر است و همین حالا چند نفر ثبت‌نام کردند.

### 160. شمارش معکوس

- **توضیح:** نمایش زمان باقی مانده برای ثبت نام یا تخفیف، ذهن را وادار به تصمیم گیری سریع می کند.
- **مثال:** تا پایان امروز فقط ۵ ساعت و ۱۲ دقیقه فرصت داری.

---

### 161. محدودیت تعداد

- **توضیح:** اعلام محدود بودن تعداد محصول یا ثبت نام، حس کمبود ایجاد می کند.
- **مثال:** فقط ۱۰ عدد از این محصول موجود است.

---

### 162. قیمت گذاری پلکانی

- **توضیح:** قیمت ها به مرور افزایش می یابند و این باعث می شود مشتریان زودتر خرید کنند تا قیمت پایین تر را بگیرند.
- **مثال:** قیمت امروز ۵۰۰ هزار تومان، فردا ۶۰۰ هزار تومان.

---

### 163. تخفیف زمان دار

- **توضیح:** تخفیف هایی که فقط در یک بازه زمانی مشخص اعتبار دارند، خرید را تحریک می کند.
- **مثال:** تخفیف ۳۰٪ فقط تا ساعت ۲۴ امشب.

---

### 164. اعلام اتمام نزدیک محصول

- **توضیح:** اعلام اینکه محصول به زودی تمام می شود، حس فوریت ایجاد می کند.
- **مثال:** تعداد باقی مانده محصول: ۳ عدد.

### 165. استفاده از زبان فوریتی در پیام‌ها

- **توضیح:** به کار بردن کلمات فوری و محدود باعث می‌شود مخاطب سریع‌تر تصمیم بگیرد.
- **مثال:** همین الان ثبت‌نام کن.

---

### 166. Event Marketing

#### ایجاد رویداد ویژه

- **توضیح:** ایجاد رویدادهای زمان‌دار مثل وبینار یا فروش ویژه باعث تمرکز مشتری می‌شود.
- **مثال:** فروش ویژه فقط در روز وبینار.

---

### 167. یادآوری نهایی

- **توضیح:** یک یادآوری نهایی قبل از پایان فرصت، ترغیب‌کننده خرید است.
- **مثال:** فقط ۳۰ دقیقه باقی مانده.

---

### 168. استفاده از تایمر در صفحه فروش

- **توضیح:** نمایش تایمر شمارش معکوس روی صفحه فروش، حس فوریت ایجاد می‌کند.
- **مثال:** تایمر دیجیتال کنار دکمه خرید که زمان باقی‌مانده را نشان می‌دهد.

## ✓ دسته 18: تکنیک‌های فروش مبتنی بر اعتمادسازی و اجتماعی شدن

### 169. Social Proof (اثبات اجتماعی)

- **توضیح:** نشان دادن اینکه دیگران هم از محصول استفاده کرده‌اند و راضی‌اند، اعتماد می‌آورد.
- **مثال:** بیش از ۵۰۰۰ نفر این دوره را گذرانده‌اند.

---

### 170. معرفی نظرات مشتریان

- **توضیح:** استفاده از کامنت‌ها و نقدهای واقعی مشتریان به اعتبار برند کمک می‌کند.
- **مثال:** نمایش نظرات مثبت همراه با عکس مشتریان.

---

### 171. استفاده از مهرهای اعتماد و نشان‌های معتبر

- **توضیح:** قرار دادن لوگوی گواهی‌ها و استانداردها در صفحه فروش، حس امنیت می‌دهد.
- **مثال:** نشان نماد اعتماد الکترونیک در سایت فروش.

---

### 172. قصه‌گویی از مشتریان موفق

- **توضیح:** داستان‌های واقعی و ملموس از موفقیت مشتریان، باورپذیری را بالا می‌برد.
- **مثال:** مهسا با همین دوره توانست درآمدش را دو برابر کند.

---

### 173. نمایش تعداد فروش

- **توضیح:** اعلام تعداد فروش بالا، باعث جلب اعتماد و حس اطمینان می‌شود.
- **مثال:** تا امروز بیش از ۱۰ هزار بسته به فروش رفته.

#### 174. استفاده از ویدیوهای رضایت مشتری

- **توضیح:** ویدیوهای کوتاه از مشتریان راضی، تأثیر عمیق‌تری نسبت به متن دارد.
- **مثال:** ویدیویی از مشتری که از محصول تعریف می‌کند.

---

#### 175. ضمانت بازگشت وجه

- **توضیح:** ارائه ضمانت بازگشت پول، ریسک خرید را کاهش می‌دهد و اعتماد را بالا می‌برد.
- **مثال:** اگر راضی نبودید، ۷ روز پولتان را پس می‌گیریم.

---

#### 176. معرفی تیم پشت صحنه

- **توضیح:** معرفی تیم یا افراد پشت محصول حس انسانی و اعتماد را افزایش می‌دهد.
- **مثال:** معرفی اعضای تیم با عکس و بیوگرافی کوتاه.

---

#### 177. پاسخ به سوالات متداول (FAQ)

- **توضیح:** پاسخ‌دهی شفاف به سوالات متداول، شک و تردید را کاهش می‌دهد.
- **مثال:** بخش سوالات رایج درباره محصول و نحوه استفاده.

---

#### 178. استفاده از اعداد و آمار دقیق

- **توضیح:** ارائه آمار و اعداد واقعی، اعتماد مخاطب را بیشتر جلب می‌کند.
- **مثال:** ۹۸٪ مشتریان از این محصول رضایت کامل داشتند.

**179. استفاده از کلمه "جدید"**

- **توضیح:** کلمه «جدید» باعث جلب توجه و تحریک کنجکاوی می‌شود.
- **مثال:** محصول جدید ما همین امروز عرضه شد.

**180. استفاده از کلمه "رایگان"**

- **توضیح:** این کلمه یکی از قوی‌ترین محرک‌های خرید است و حس ارزشمندی ایجاد می‌کند.
- **مثال:** با خرید این محصول، مشاوره رایگان دریافت کنید.

**181. کلمه «شما» (مخاطب مستقیم)**

- **توضیح:** خطاب مستقیم باعث افزایش ارتباط و احساس اهمیت می‌شود.
- **مثال:** این محصول مناسب شماست.

**182. تکنیک استفاده از کلمه "فقط"**

- **توضیح:** این کلمه حس محدود بودن را القا می‌کند.
- **مثال:** فقط تا پایان امروز این قیمت معتبر است.

**183. استفاده از کلمه «چطور» (تحریک کنجکاوی)**

- **توضیح:** این کلمه باعث می‌شود مخاطب تمایل داشته باشد، اطلاعات بیشتری کسب کند.
- **مثال:** چطور می‌توانید درآمدهای خود را دو برابر کنید؟

#### 184. استفاده از کلمه "زیاد"

- **توضیح:** به مخاطب القا می‌کند که چیزی ارزشمند و فراوان است.
- **مثال:** این محصول مزایای زیادی دارد.

---

#### 185. استفاده از کلمه "همین الان"

- **توضیح:** ایجاد حس فوریت و عمل سریع را تشویق می‌کند.
- **مثال:** همین الان ثبت‌نام کنید.

---

#### 186. استفاده از کلمه "تضمین شده"

- **توضیح:** حس اطمینان و اعتماد را بالا می‌برد.
- **مثال:** نتایج تضمین شده با این محصول.

---

#### 187. استفاده از کلمه "شگفت‌انگیز"

- **توضیح:** باعث جلب توجه و ایجاد انتظار مثبت می‌شود.
- **مثال:** شگفت‌انگیزترین تخفیف سال.

---

#### 188. استفاده از کلمه "راز"

- **توضیح:** تحریک کنجکاوی و حس دسترسی به اطلاعات خاص و مخفی.
- **مثال:** راز موفقیت کسب و کارهای بزرگ را کشف کنید.

189. سوال باز

- توضیح: سوالاتی که جواب بله یا خیر ندارند و باعث شروع گفتگو و تفکر می‌شوند.
- مثال: چگونه دوست دارید کسب و کارتان در 6 ماه آینده باشد؟

190. سوال متقاعدکننده

- توضیح: سوالاتی که مشتری را به سمت تایید مزایا و ارزش محصول هدایت می‌کنند.
- مثال: اگر با این محصول بتوانید درآمدهای خود را افزایش دهید، چقدر برایتان مهم است؟

191. سوال شرطی

- توضیح: سوال‌هایی که شرطی و فرضی هستند و مخاطب را به تصویر کشیدن نتایج مثبت وادار می‌کنند.
- مثال: اگر این محصول مشکلات شما را حل کند، چه احساسی خواهید داشت؟

192. سوال معکوس

- توضیح: سوالی که نظر مشتری را می‌پرسد و او را درگیر بحث می‌کند.
- مثال: شما فکر می‌کنید بزرگ‌ترین چالش در فروش چیست؟

193. استفاده از سکوت پس از سوال

- توضیح: پس از پرسیدن سوال، سکوت کردن باعث می‌شود، مشتری بیشتر فکر کند و پاسخ کامل‌تری بدهد.
- مثال: بعد از پرسیدن «چه انتظاری از این محصول دارید؟» چند ثانیه سکوت کن.

#### 194. سوال درباره تجربیات قبلی

- **توضیح :** سوال در مورد تجربیات قبلی مشتری، به شما کمک می‌کند نیازهای واقعی را بفهمید.
- **مثال :** قبلاً چه محصولاتی برای این مشکل استفاده کرده‌اید؟

---

#### 195. سوال درباره ترس‌ها و نگرانی‌ها

- **توضیح :** مطرح کردن ترس‌ها و نگرانی‌های مشتری به رفع شک‌ها کمک می‌کند.
- **مثال :** بزرگ‌ترین نگرانی شما در خرید این محصول چیست؟

---

#### 196. سوال درباره مزایا و نتایج مورد انتظار

- **توضیح :** سوال کردن درباره خواسته‌ها و انتظارات مشتری، تمرکز گفتگو را روی ارزش محصول می‌گذارد.
- **مثال :** چه نتیجه‌ای از استفاده این محصول می‌خواهید؟

---

#### 197. سوال برانگیز احساسات مثبت

- **توضیح :** سوالی که مخاطب را به یاد تجربه‌های مثبت و خوشایند می‌اندازد.
- **مثال :** یادتان هست آخرین باری که از خرید راضی بودید چه احساسی داشتید؟

---

#### 198. سوال «چرا» برای کشف انگیزه‌ها

- **توضیح :** سوال «چرا» باعث می‌شود مشتری دلیل اصلی خرید را بهتر درک کند و متقاعد شود.
- **مثال :** چرا الان می‌خواهید این محصول را تهیه کنید؟

## 199. توکل به رزاق بودن خداوند

### • توضیح:

باور به اینکه خداوند رزاق و روزی‌رسان است، آرامش درونی و ذهن بازتری در فرایند فروش به شما می‌دهد. وقتی فروش را فقط به مهارت‌های خود محدود نمی‌کنید و رزق را از جانب خدا می‌بینید، فشار روانی کمتر می‌شود و اعتماد به نفس و تمرکز شما در مذاکره بالاتر می‌رود.

### • مثال:

در جلسه فروش با خودت تکرار کن: «من تمام تلاشم را می‌کنم، اما روزی‌دهنده اصلی خداوند است.» با این باور آرام‌تر مذاکره می‌کنی و مشتری نیز این آرامش را ناخودآگاه احساس می‌کند و حس اعتماد بیشتری نسبت به شما پیدا می‌کند.

---

## 200. نیت خیر در خدمت‌رسانی

### • توضیح:

اگر نیت اصلی شما از فروش، کمک واقعی به مشتری و بهبود زندگی او باشد، انرژی مثبت این نیت در کلمات، رفتار و حتی نگاه شما جاری می‌شود و تأثیر عمیقی روی ناخودآگاه مشتری می‌گذارد. مشتری ناخودآگاه حس می‌کند که شما واقعاً به نفع او پیشنهاد می‌دهید و احتمال خرید بسیار افزایش می‌یابد.

### • مثال:

قبل از تماس یا مذاکره فروش، در دل بگو: «خدایا کمکم کن بهترین پیشنهاد را به نفع مشتری ارائه کنم.» همین نیت، لحن و رفتار شما را مهربان‌تر و صادقانه‌تر می‌کند و اعتماد مشتری را جلب می‌کند.

**شاد و سلامت و ثروتمند باشید.**

**تیم تولید محتوای مجموعه آموزشی بهارمن**