ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಸೆಳೆಯುವ ಪಂಚತಂತ್ರಗಳು

1. ಆಯ್ಕೆಯ ಅವಕಾಶ

ಇ–ಕಾಮರ್ಸ್ ತಾಣದ ಹೋಮ್ ಪೇಜ್‌ಗೆ ಬಂದ ತಕ್ಷಣ, ಅವರು ಉತ್ಪನ್ನಗಳತ್ತ ಕಣ್ಣಾಡಿಸುತ್ತಾರೆ. ತಮ್ಮ ಬಜೆಟ್‌ಗೆ, ತಾವು ಬಯಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಇವೆಯೇ ಎಂದು ನೋಡುತ್ತಾರೆ. ಈಗ ಒಂದು 15 ಸಾವಿರ ರೂಪಾಯಿಯ ಮೊಬೈಲ್ ಬೇಕು ಎಂದು ಬಯಸುವುದಾದರೆ, ಮೊಬೈಲ್ ಪೇಜ್‌ಗೆ ಹೋಗುತ್ತಾರೆ. ಮೊತ್ತ, ರ್‍ಯಾಮ್, ಸ್ಟೋರೇಜ್ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಹೀಗೆ ಒಂದಷ್ಟು ವಿವರಗಳನ್ನು ನೀಡಿ ಹುಡುಕಲು ಶುರು ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಒಂದು ಉತ್ಪನ್ನದ ಮೇಲೆ ಕ್ಲಿಕ್ ಮಾಡಿದರೆ, ಅದರ ಎಲ್ಲ ವಿವರಗಳೂ, ವಿಮರ್ಶೆಗಳು, ಸ್ಟಾರ್‌ಗಳೂ ಇವೆಲ್ಲವೂ ಗ್ರಾಹಕನ ನಿರ್ಧಾರದ ಮೇಲೆ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರುತ್ತವೆ. ಒಂದು ಉತ್ಪನ್ನದ ಮುಂದೆ ಅದೇ ರೀತಿಯ ಹತ್ತಾರು ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಹೋಲಿಸಲಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಆಯ್ಕೆಯ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯವು ಗ್ರಾಹಕನನ್ನು ಖುಷಿ ಪಡಿಸುತ್ತದೆ.

2. ಕೃತಕ ಬೇಡಿಕೆ ಸೃಷ್ಟಿ

ಒಂದು ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕೆ ಸಾಕಷ್ಟು ಬೇಡಿಕೆ ಇದೆ ಎಂದು ಬಿಂಬಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಈಗ ಖರೀದಿಸಿದರಷ್ಟೇ ಲಭ್ಯ. ಇಲ್ಲವಾದರೆ ಕಾಯಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ ಎನ್ನುವ ಅಂಶವು ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ತ್ವರಿತವಾಗಿ ಆರ್ಡರ್ ಮಾಡಲು ಪ್ರೇರಣೆ ನೀಡುತ್ತದೆ. ಒಂದೇ ದಿನದಲ್ಲಿ ಡೆಲಿವರಿ, ಎರಡೇ ದಿನದಲ್ಲಿ ಡೆಲಿವರಿ ಎನ್ನುವ ಅಂಶಗಳು ಮುಖ್ಯವಾಗುತ್ತವೆ. 24 ಗಂಟೆಗಳ ಫ್ಲಾಶ್ ಸೇಲ್‌ಗಳು, ಇರುವುದು ಇನ್ನು ಕೇವಲ ಕೆಲವೇ ಐಟಮ್ ಎನ್ನುವ ಘೋಷಣೆಗಳು ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುತ್ತವೆ.

ನಾಳೆಯೇ ಡೆಲಿವರಿ ಬೇಕಾದರೆ ಇವತ್ತು ಬುಕ್ ಮಾಡಿ ಎನ್ನುವ ಅಂಶವು ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಇಂದೇ ಬುಕ್ ಮಾಡುವಂತೆ ಪ್ರೇರೇಪಿಸುತ್ತದೆ.

3. ಬೆಲೆ ಏರಿಸಿ, ಇಳಿಸುವ ತಂತ್ರ

‘ನೀವೀಗ ಶೇ. 43ರಷ್ಟನ್ನು ಉಳಿಸಬಹುದು’, ‘ಈಗ 2000 ರೂಪಾಯಿ ಕಡಿತ’ ಎನ್ನುವ ಆಫರ್‌ಗಳು ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಸೆಳೆಯುತ್ತವೆ. ಮೊದಲೇ ದರಗಳನ್ನು ಏರಿಸಿ, ಹಬ್ಬ ಮತ್ತಿತರ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ರಿಯಾಯಿತಿ ನೀಡುವ ಕಂಪನಿಗಳೂ ಇವೆ. ಹಳೆಯ ದರದ ಮೇಲೆ ಅಡ್ಡಗೆರೆ ಎಳೆದು, ಈಗಿನ ಕಡಿಮೆ ದರವನ್ನು ನಮೂದಿಸಿರುತ್ತಾರೆ. ಬಹಳ ಕಡಿಮೆ ದರಕ್ಕೆ ಉತ್ಪನ್ನ ಖರೀದಿಸಿದ ಸಮಾಧಾನ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸಿಗುತ್ತದೆ.

4. ಸಾಗಣೆ ವೆಚ್ಚ ಇಲ್ಲ

ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ಬಹುತೇಕ ಶಾಪಿಂಗ್ ತಾಣಗಳು ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಸಾಗಣೆಯನ್ನು ಉಚಿತವಾಗಿ ಮಾಡುತ್ತಿವೆ. ಆದರೆ, 1 ಸಾವಿರ ರೂಪಾಯಿಗಿಂತಲೂ ಹೆಚ್ಚಿನ ಮೊತ್ತದ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸಿದರೆ ಸಾಗಣೆ ಉಚಿತ ಎನ್ನುವ ಆಮಿಷವೊಡ್ಡುತ್ತವೆ. ಹೆಚ್ಚಿನ ವಸ್ತುಗಳ ಖರೀದಿಗೆ ಪ್ರೇರಣೆ ನೀಡುತ್ತದೆ.

5. ಮನಿ ಬ್ಯಾಕ್ ಗ್ಯಾರಂಟಿ, ಲೈಫ್ ಟೈಮ್ ವ್ಯಾರಂಟಿ

ಇಂಥ ಆಫರ್‌ಗಳು ಗ್ರಾಹಕರ ಮೇಲೆ ದೊಡ್ಡ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುತ್ತವೆ. ಷರತ್ತುಗಳನ್ನು ಓದುವ ತಾಳ್ಮೆ ಯಾರಿಗೆ ಇರುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಹಕರಲ್ಲಿ ವಿಶ್ವಾಸ ಮೂಡಿಸುವ ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕೆ ಬೇಡಿಕೆ ಹೆಚ್ಚು. ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಸಿಕ್ಕಿರುವ ಫೈವ್ ಸ್ಟಾರ್‌ಗಳು, ಸಕಾರಾತ್ಮಕ ಕಾಮೆಂಟ್‌ಗಳು ಬಹಳ ಮುಖ್ಯ. ■

ಆನ್‌ಲೈನ್ ಶಾಪಿಂಗ್ ಭರಾಟೆಯಲ್ಲಿ ಮನೆ ಮಂದಿಯೆಲ್ಲ ಶಾಪಿಂಗ್ ಹೋಗುವ ಇಂಥ ಸಂಭ್ರಮ ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತಿದೆ

***

ಮೇಲಿನ ಪ್ರಕರಣಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿ. ಆನ್‌ಲೈನ್ ಶಾಪಿಂಗ್‌ನಲ್ಲಿ ನಡೆಯಬಹುದಾದ ವಂಚನೆ ಹಾಗೂ ಅನಗತ್ಯ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸುವಂತೆ ಮಾಡುವ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಶಾಪಿಂಗ್‌ನ ಗೀಳು – ಎರಡನ್ನೂ ಮೇಲಿನ ಉದಾರಹಣೆಗಳು ಸೂಚಿಸುವಂತಿವೆ. ಶಾಪಿಂಗ್ ಗಾಳದ ಬಗ್ಗೆ ಸಾಫ್ಟ್‌ವೇರ್ ಎಂಜಿನಿಯರ್ ಮೇಘನಾ ಹೇಳುವುದನ್ನು ಕೇಳಿ: ‘ಅದೊಂದು ಸಂಜೆ ನನ್ನ ಫೇಸ್‌ಬುಕ್‌ನ ನ್ಯೂಸ್‌ಫೀಡ್‌ನಲ್ಲಿ ಒಂದು ಬ್ಯಾಗ್‌ನ ಚಿತ್ರವನ್ನು ನೋಡಿದೆ. ಬಹಳ ಚೆನ್ನಾಗಿದೆ ಅನ್ನಿಸಿತು. ನಿಮಿಷದಲ್ಲೇ ಆರ್ಡರ್ ಮಾಡುವ ಕೆಲಸವೂ ಆಗಿಹೋಯಿತು. ಆದರೆ, ಬಳಿಕ ನಾನು ಯೋಚಿಸಿದೆ. ಅದು ನನಗೆ ನಿಜಕ್ಕೂ ಬೇಕಾಗಿತ್ತಾ? ನನ್ನನ್ನು ಆ ಕ್ಷಣಕ್ಕೆ ಸೆಳೆದ ಅಂಶ ಯಾವುದು? ಇದರ ಹಿಂದೆ ದೊಡ್ಡ ಸೈಕಾಲಜಿಯೇ ಇದೆ.’ ಯಾವುದು ಆ ಸೈಕಾಲಜಿ?

ನಮಗೆ ಹಣದ ಹರಿವಿನ ಅರಿವಿರಬೇಕು. ನಗದು ವ್ಯವಹಾರಗಳಲ್ಲಿ ಇದು ಸಾಧ್ಯ. ಆದರೆ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಶಾಪಿಂಗ್‌ನಲ್ಲಿ ಭೌತಿಕ ಸ್ಪರ್ಶ ಇಲ್ಲವಾದ ಕಾರಣ ಹಣದ ಮೌಲ್ಯ ನಮಗೆ ಅಷ್ಟಾಗಿ ತಟ್ಟುವುದಿಲ್ಲ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ನೀವು ಮಸಾಲೆದೋಸೆ ತಿನ್ನಲು ಹೋಟೆಲ್‌ಗೆ ಹೋಗುತ್ತೀರಿ. ಅಲ್ಲಿ ಜೇಬಿನಿಂದ 100 ರೂಪಾಯಿ ನೋಟನ್ನು ತೆಗೆದು ಹೋಟೆಲ್‌ನವನಿಗೆ ನೀಡುತ್ತೀರಿ. ಅವನು ಅದನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿ ದೋಸೆಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತಾನೆ. ನಿಮ್ಮ 100 ರೂಪಾಯಿ ನೋಟು ಎಲ್ಲಿಂದ, ಯಾರಿಗೆ, ಏಕೆ ಮತ್ತು ಹೇಗೆ ಹೋಯಿತು ಎನ್ನುವುದು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಅರಿವಾಗುತ್ತದೆ. 100 ರೂಪಾಯಿಗೆ ಬದಲಿಯಾಗಿ ರುಚಿರುಚಿಯಾದ ದೋಸೆ ಸವಿದ ಅನುಭೂತಿಯೂ ನಿಮ್ಮದಾಗುತ್ತದೆ. ಆದರೆ, ಆನ್‌ಲೈನ್ ಶಾಪಿಂಗ್‌ನಲ್ಲಿ ಬಹುತೇಕ ಸಲ

ಶಾಪಿಂಗ್ ಟಿಪ್ಸ್

ಯಾವಾಗಲೂ ಅಧಿಕೃತ ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಜಾಲತಾಣಗಳಲ್ಲೇ ವ್ಯವಹಾರ ಮಾಡಿ. ಅವುಗಳನ್ನೇ ಹೋಲುವ, ಇಲ್ಲವೇ ನಾನಾ ಹೆಸರಿನ ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಜಾಲತಾಣಗಳು ಹುಟ್ಟಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಲೇ ಇರುತ್ತವೆ. ನಿಮ್ಮ ಇ-ಮೇಲ್, ವಾಟ್ಸಾಪ್‌ಗಳಿಗೆ ಬರುವ ಲಿಂಕ್‌ಗಳನ್ನು ಕ್ಲಿಕ್ ಮಾಡುವಾಗ ಹತ್ತು ಸಲ ಯೋಚಿಸಿ. ತದ್ರೂಪಿ ಜಾಲತಾಣಗಳ ಮೂಲಕ ವಂಚನೆಗಳು ನಡೆಯುತ್ತಲೇ ಇವೆ. ■