



عکس: تژنی است

همدلی، همراهی و ارتباط مؤثر

چرا زنان در بازاریابی دیجیتال موفق‌ترند؟

اساس نگارش می‌شود، مواردی که زنان به طور طبیعی در آن‌ها موفق‌تر هستند.

➤ زنان شنوندگان بهتری هستند

بازاریابان دیجیتال در برنامه‌ها و استراتژی‌های خود به طور مداوم به دنبال راهی برای دریافت احساسات، نظرات و ذهنیت مخاطب هستند. حتی کارشناس‌هایی بسیار کارآموده در این حوزه فعالیت می‌کنند که همه هدفشان کشف همین نظرات از طریق تحلیل داده‌هاست. همه این اتفاقات از طریق شنیدن بهتر میسر می‌شود که زنان در آن موفق‌ترند. بر اساس پژوهشی که در سال ۲۰۱۹ در دانشگاه اتاگوی نیوزلند انجام شده است، تعامل بهتری با مخاطب برقرار می‌کنند که این کار در نهایت باعث می‌شود طرف مقابل با اشتیاق بیشتری وارد گفت‌وگو شود. شنیدن مؤثر صحبت‌های مخاطب در دنیای دیجیتال به پاسخ دادن به پرسش‌ها یا مدیریت بخش نظرات شبکه‌های اجتماعی محدود نمی‌شود. شنونده بهتر، سوالات دقیق‌تری خواهد پرسید، از چالش‌های گفتگو آگاه‌تر است و راه‌حل‌های دقیق‌تری برای رفع مشکلات مخاطب ارائه خواهد کرد، مواردی که همه آن‌ها نه در بخش اجرا که در مرحله حیاتی تدوین استراتژی رخ خواهد داد.

اگر در بخش‌های مختلف صنعت دیجیتال مارکتینگ یا بازاریابی دیجیتال حضور دارید حتماً متوجه افزایش حضور زنان در این حوزه شده‌اید. به‌ویژه اگر حوزه‌های مشابه مانند روزنامه‌نگاری، روابط عمومی و سایر حوزه‌های دیجیتال یا بازاریابی را در ۱۰ سال گذشته تجربه کرده باشید تحول در این فضا را دیده‌اید. البته که هنوز تفاوت‌ها در این فضا به‌طور کامل رفع نشده و مهم‌ترین مناصب بیشتر در اختیار مردان است اما وضعیت فعلی تفاوت چشمگیری با گذشته دارد. این وضعیت روبرو به بهبود بیش از هر چیزی مدیون جو و ذات بازاریابی دیجیتال است. در این یادداشت سعی می‌کنم با استفاده از مقاله از سایت Stanez و از روی شواهد علمی، این پرسش را بررسی کنم که چرا راهبری دنیای دیجیتال شده مابیش از هر زمانی در گذشته به زنان نیاز دارد. البته هیچ‌یک از این دلایل نه یک فرضیه اثبات‌شده علمی و نه گزاره‌ای صددرصدی هستند اما به‌طور کلی می‌توان به آن‌ها استناد کرد. دلایل دیگری مانند تجربه، تحصیلات، علم و بسیاری موارد دیگر همه ویژگی‌هایی است که می‌تواند از هر مرد یا زنی یک بازاریاب دیجیتال موفق بسازد. اینجا اما بیشتر به تفاوت‌های ذاتی توجه شده است.



عماد پورشهری
کارشناس
دیجیتال مارکتینگ

➤ همدلی در زنان مؤثرتر است

در کارگاه‌های آموزش بازاریابی دیجیتال، دوره‌های آنلاین و مقدمه بیشتر کتاب‌های آموزشی در این حوزه به اهمیت ارتباطات اشاره شده است. فروش محصول یا خدمات در فضای مجازی (یا حتی حقیقی) نیازمند ایجاد ارتباط است. شما باید نیاز مشتری را بشناسید و آن را حل کنید. به طور سنتی، توانایی‌های ارتباطی زنان بهتر از مردان ارزیابی شده اما پژوهش‌های علمی هم این موضوع را تأیید کرده‌اند.

بر اساس مطالعه‌ای که در دانشگاه صنعتی باندوگ اندونزی انجام شده، زنان ارتباط‌گیرهای موفق‌تری ارزیابی شده‌اند. در واقع زنان و مردان هر دو می‌توانند مهارت‌های ارتباطی مؤثری داشته باشند اما زنان سریع‌تر خود را در جایگاه

مخاطب قرار می‌دهند که این همدلی ارتباط کامل‌تری را ایجاد می‌کند. وبسایت NBC نیز در یادداشتی نوشته میمی نیکلین، نویسنده و فعال اجتماعی، به همین موارد اشاره می‌کند. به عقیده نویسنده این مقاله ۲ عامل باعث افزایش همدلی بهتر زنان می‌شود: اول انتظارات اجتماعی. مهربانی زنان یک کهن‌الگوست و معمولاً در میان عامه مردم بدون هیچ اثبات خاصی پذیرفته می‌شود. این انتظار اجتماعی در نهایت به همین مسئله هم ختم می‌شود. افراد به همین دلیل به زنان اعتماد می‌کنند و نتیجه هم در بیشتر مواقع مطلوب‌تر خواهد شد. دلیل دومی که نویسنده یادداشت به آن اشاره می‌کند تفاوت بیولوژیکی یا هورمونی است.

زنان به طور طبیعی اکسیتوسین بیشتری دارند در حالی که مردان تستسترون بیشتری تولید می‌کنند. هورمون‌هایی که در میزان همدلی ۲ مسیر متفاوت را طی می‌کنند. اولی در فرد، همراه همدلی تری می‌سازد و دومی از میزان آن می‌کاهد. شرکت‌ها و مجموعه‌های مطرح دنیا هزینه‌های هنگفتی را در دنیای شبکه‌های اجتماعی صرف می‌کنند به این امید که بتوانند همراهی مخاطب را به دست بیاورند. ابزارهای متعددی هم برای این کار مورد استفاده قرار می‌گیرد. برای مثال، استراتژیست‌های محتوا در برنامه‌ریزی فعالیت‌های خود از ابزاری استفاده می‌کنند به نام نقشه همدلی که وظیفه‌اش دقیقاً مشخص کردن راه و روش هم‌پیمانه شدن با مخاطب است، یا سفر مشتری که اصولش بر همین