

有趣才是王道

09-13

當大多數公司推出新的商品或服務，他們試圖用朗朗上口的口號和絢麗耀眼的廣告活動說服人們購買產品。但是，當福斯汽車發表其最新的創新產品時，他們決定採取不同的路線。

在基於改變人們行為最好的方式就是把他們的決策過程變成遊戲的前提下，福斯汽車決定發起一項名為「趣味理論」的比賽。這場競賽鼓勵人們提交自己讓日常生活多了幾分樂趣的概念影片。為了讓使用者走樓梯而不使用電扶梯，有人就建議把每一階樓梯變成鋼琴的琴鍵。所以任何時候，只要有人踏上黑白鍵的樓梯就會產生樂音。結果，使用樓梯的人數增加 66%。在另一例子中，測速照相機樂透被創造出來以作為讓人們停止超速的誘因。每位被照到未超速的駕駛人即有資格得到獎金，而這項實驗的結果是，在有樂透測速照相機拍攝的路口，車速降低了 22%。

總而言之，「趣味理論」的競賽已經是個大成功。它催生了 700 多支使用者自製的影片。其中有許多短片變得受到歡迎，而且這項活動已經讓該公司有超過 2,000 萬人次的 YouTube 點閱率。憑藉其富創造性的活動，福斯汽車表示，如果希望人們為了更好而做出改變，真正需要的就只是樂趣。