



ده توصیه بازاریابی برای کسب و کارهای کوچک

کسب و کارهای کوچک بدلیل ماهیتشان نمی توانند از روشهای پر هزینه تبلیغاتی برای معرفی خود و محصولاتشان استفاده نمایند. کدیران بازاریابی این کسب و کارها بایستی بدنبال روشهای کم هزینه تر باشند. در این مقاله سعی شده است که روشهای کم هزینه که الزاما الکترونیکی نیستند ، معرفی شوند. شما می توانید مشابه این روشها را برای بازاریابی الکترونیکی هم مورد استفاده قرار دهید.

۱- بهترین آگهی های خود را بصورت کارت چاپ کرده و برای مشتریان خود در بازار هدف خود ارسال کنید.

مشتریان کارتتهایی را می خوانند که کوتاه و خلاصه باشد. یک آگهی کوچک روی یک کارت پستال می تواند بازدیدکنندگان زیادی را به وب سایت شما بیاورد و این خود می تواند باعث افزایش فروش شما شود. هزینه اینکار معمولا زیاد نیست.

۲- یک روش بازاریابی معمولا برای همیشه برای همه کسب و کارها موفق نیست، بنابراین روشهای بازاریابی خود را مرتب عوض کنید و در استفاده از این روشها خلاق باشید.

مشتریان شما اگر متن آگهی شما عوض نشود خسته می شوند، البته خود شما هم از این تکرار خسته خواهید شد. بازاریابی می تواند مفرح باشد بنابراین از مزیتهای استفاده از روشهای متنوع بازاریابی برای برقراری ارتباط با مشتریان باارزش خود استفاده کنید. اما در انتخاب روشهای بازاریابی خود دقت کنید. همیشه برای یک بازاریابی موفق باید بر اساس یک طرح بازاریابی عمل کرد. سعی کنید در طرح بازاریابی خود از روشهای متنوع استفاده کنید. همیشه نظر مشتریان خود را در مورد روشهایی که بکار برده اید جویا شوید این نظریات می توانند موفقیت طرح بازاریابی شما را تضمین کند.

۳- کمک به مشتریان برای یافتن محصولات و خدمات مناسب

اگر می خواهید برای مشتری خود بروشور معرفی محصولات را بفرستید، می توانید بروشور یا کارت محصول یا خدماتی را که فکر می کنید برای مشتری شما مفید است را هم بفرستید. اینکار می تواند به مشتری شما در یافتن محصولات مناسب کمک زیادی بکند و مشتری شما را راضی نگه دارد. اگر نگران فروش محصول خود هستید می توانید قبل از اینکار با تولید کننده آن محصول هماهنگی کنید و از این فرصت استفاده کنید. مثلا درصدی از فروش را برای خود در نظر بگیرید یا اینکه تخفیف خاصی را برای مشتری خود از فروشنده بگیرید.

۴- جواب تلفنهای خود را متفاوت بدهید.

سعی کنید که سفارشهای خاصی را در هربار جواب دادن تلفن ، به مشتری خود ارائه کنید. بعنوان مثال می توانید بگوئید " روز بخیر؛ من ... هستم . از من درباره سرویسهای جدید سوال کنید." تلفن کننده مجبور می شود که از شما در مورد این سرویسها سوال کند. بیشتر شرکتهای پیامهائی را از پیش ضبط شده دارند که وقتی مشتری پشت خط می ماند آنها را برای مشتری پخش میکنند. شما می توانید اینکار را خودتان انجام دهید. از نظر مشتری تفاوتی ندارد که این پیام از قبل ضبط شده یا اینکه زنده ارائه شده است.

برای استفاده از این روش مطمئن شوید که پیام شما برای مشتریان شما جذاب باشد. اگر مشتری شما از راه دور تماس می گیرد، با ارائه آگهی های طولانی وقت و پول مشتری خود را به هدر ندهید.



۵- استفاده از دست نوشته

سعی کنید در تمام نامه هائی که برای مشتری خود می فرستید، از دست نوشته و یا مهرهای مخصوص یا برجسب های خاص استفاده کنید. توجه داشته باشید که دست نوشته ای روی نامه در اولین بار که نامه دیده می شود خوانده می شوند. به خاطر داشته باشید این نوشته در صورتی بطور کامل خوانده می شوند که خلاصه و کوتاه باشند بطوریکه بیننده بتواند آنرا در کمتر از ده ثانیه بخواند.

۶- یک پیشنهاد فروش برای مشتری خود که تازه از شما خرید کرده است بفرستید.

اگر بعنوان مثال مشتری شما لباسی را از شما خریده است، می توانید نامه ای برای او بفرستید و ضمن تشکر از خرید قبلی به اطلاع او برسانید که برای خرید بعدی بطور مثال از تخفیف بیست درصدی برخوردار است. برای اینکه بتوانید این پیشنهاد را به فروش نزدیک کنید، برای پیشنهاد خود زمان تعیین کنید.

۷- خبرنامه

آیا می دانید هزینه فروش به یک مشتری جدید شش برابر بیشتر از فروش به مشتری قدیمی است؟ شما با استفاده از خبرنامه می توانید بازاریابی خود را بر روی مشتریان قدیمی خود متمرکز کنید. اگر هزینه خبرنامه چاپی برای شما زیاد است، می توانید با استفاده از پست الکترونیک اینکار را با هزینه بسیار پائینی انجام دهید. همیشه در خبر نامه خود می توانید پیشنهاد فروش ویژه ای را به مشتری قبلی خود ارائه کنید.

۸- بازاریابی مشترک

اگر فکر می کنید که قادر به تحمل هزینه بازاریابی به تنهایی نیستید، بدنبال شریکی باشید که محصول او هم مناسب مشتری شما باشد یا اینکه محصولات شما مکمل یکدیگر باشد. با ارائه طرح بازاریابی مشترک می توانید در هزینه های بازاریابی صرفه جوئی کنید. علاوه برای این روش سرویس بهتری را هم به مشتریان خود ارائه می کنید.

۹- بروشورها و آگهی های خود را در تمام نامه های ارسالی شرکت خود قرار دهید. اینکار هزینه زیادی برای شما ندارد و شما از نتیجه کار قطعاً متعجب خواهید شد که ببینید این پیشنهادهای شما به دست چه افرادی می رشد و سفارش خرید به شما می دهند.

۱۰- سمینار

ارائه سمینار در زمینه کار خودتان یا شرکت در سمینارهای مرتبط می تواند نقش بسیار زیادی در معرفی کسب و کار شما داشته باشد. اگر می خواهید سمیناری در محل کار خود برگزار کنید، بخاطر داشته باشید که ارائه یک سمینار رایگان نمی تواند مشتریان شما را جذب کنید. دریافت هزینه جزئی علاوه بر اینکه مقداری از هزینه های سمینار را پوشش می دهد می تواند در جذب مخاطب هم به شما کمک کند. البته چنین سمینارهایی باید بسیار با کیفیت و با برنامه ریزی ارائه شوند .