9 توصيه بازاريابي براي كسب و كارهاي كوچك

سعي كنيد در تمام نامه هائي كه براي مشتري خود مي فرستيد، از دست نوشته و يا مهرهاي مخصوص يا برچسب هاي خاص استفاده كنيد.كسب و كارهاي كوچك بدليل ماهيتشان نمي توانند از روشهاي پر هزينه تبليغاتي براي معرفي خود و محصولاتشان استفاده نمايند. بنابراين بازاريابي اين كسب و كارها بايستي بدنبال روشهاي كم هزينه تر باشند. در اين مقاله سعي شده است كه روشهاي كم هزينه كه الزاما الكترونيكي نيستند ، معرفي شوند.

 بايد به اين نكته توجه داشت كه شما مي توانيد مشابه اين روشها را براي بازاريابي الكترونيكي هم مورد استفاده قراردهيد.

 ۱) بهترين آگهي هاي خود را بصورت كارت چاپ كرده و براي مشتريان خود در بازار هدف خود ارسال كنيد.

 مشتريان كارتهائي را مي خوانند كه كوتاه و خلاصه باشد. يك آگهي كوچك روي يك كارت پستال مي تواند بازديدكنندگان زيادي را به وب سايت شما بياورد و اين خود مي تواند باعث افزايش فروش شما شود. هزينه اينكار معمولا زياد نيست.

 ۲) معمولا يك روش بازاريابي هميشه براي همه كسب و كارها موفق نيست، بنابراين روشهاي بازاريابي خود را مرتب عوض كنيد و در استفاده از اين روشها خلاق باشيد.

 مشتريان شما اگر متن آگهي شما عوض نشود خسته مي شوند، البته خود شما هم از اين يكنواختي خسته خواهيد شد. بازاريابي مي تواند مفرح باشد بنابراين از مزيتهاي استفاده از روشهاي متنوع بازاريابي براي برقراري ارتباط با مشتريان باارزش خود استفاده كنيد. اما در انتخاب روشهاي بازاريابي خود دقت كنيد. هميشه براي يك بازاريابي موفق بايد بر اساس يك طرح بازاريابي عمل كرد. سعي كنيد در طرح بازاريابي خود از روشهاي متنوع استفاده كنيد. هميشه نظر مشتريان خود را در مورد روشهائي كه بكار برده ايد جويا شويد اين نظريات مي توانند موفقيت طرح بازاريابي شما را تضمين كند..

 3) جواب تلفنهاي خود را متفاوت بدهيد.

 سعي كنيد كه سفارشهاي خاصي را در هربار جواب دادن تلفن ، به مشتري خود ارائه كنيد. بعنوان مثال مي توانيد بگوئيد " روز بخير؛ من ... هستم . دوست داريد با سرويس جديد ما آشنا شويد." تلفن كننده مجبور مي شود كه از شما در مورد اين سرويسها سوال كند. بيشتر شركتها پيامهائي را از پيش ضبط شده دارند كه وقتي مشتري پشت خط مي ماند آنها را براي مشتري پخش ميكنند. شما مي توانيد اينكار را خودتان انجام دهيد. از نظر مشتري تفاوتي ندارد كه اين پيام از قبل ضبط شده يا اينكه زنده ارائه شده است.

 براي استفاده از اين روش مطمئن شويد كه پيام شما براي مشتريان شما جذاب باشد. اگر مشتري شما از راه دور تماس مي گيرد، با ارائه آگهي هاي طولاني وقت و پول مشتري خود را به هدر ندهيد.

 4) استفاده از دست نوشته

 سعي كنيد در تمام نامه هائي كه براي مشتري خود مي فرستيد، از دست نوشته و يا مهرهاي مخصوص يا برچسب هاي خاص استفاده كنيد. توجه داشته باشيد كه دست نوشته اي روي نامه در اولين بار كه نامه ديده مي شود خوانده مي شوند. به خاطر داشته باشيد اين نوشته در صورتي بطور كامل خوانده مي شوند كه خلاصه و كوتاه باشند بطوريكه بيننده بتواند آن را در كمتر از ده ثانيه بخواند.

 5) يك پيشنهاد فروش براي مشتري خود كه تازه از شما خريد كرده است بفرستيد.

 اگر بعنوان مثال مشتري شما لباسي را از شما خريده است، مي توانيد نامه اي براي او بفرستيد و ضمن تشكر از خريد قبلي به اطلاع او برسانيد كه براي خريد بعدي بطور مثال از تخفيف بيست درصدي برخوردار است. براي اينكه بتوانيد اين پيشنهاد را به فروش نزديك كنيد، براي پيشنهاد خود زمان تعيين كنيد.

 6) خبرنامه

 آيا مي دانيد هزينه فروش به يك مشتري جديد شش برابر بيشتر از فروش به مشتري قديمي است؟ شما با استفاده از خبرنامه مي توانيد بازاريابي خود را بر روي مشتريان قديمي خود متمركز كنيد. اگر هزينه خبرنامه چاپي براي شما زياد است، مي توانيد با استفاده از پست الكترونيك اينكار را با هزينه بسيار پائيني انجام دهيد. هميشه در خبر نامه خود مي توانيد پيشنهاد فروش ويژه اي را به مشتري قبلي خود ارائه كنيد.

 7) بازاريابي عمومي

 اگر فكر مي كنيد كه قادر به تحمل هزينه بازاريابي به تنهائي نيستيد، به دنبال شريكي باشيد كه محصول او هم مناسب مشتري شما باشد يا اينكه محصولات شما مكمل يكديگر باشد. با ارائه طرح بازاريابي مشترك مي توانيد در هزينه هاي بازاريابي صرفه جوئي كنيد. علاوه براي با اين روش سرويس بهتري را هم به مشتريان خود ارائه مي كنيد.

 8) خودتان را به ديگران بشناسيد

 آگهي هاي و بروشورهاي خود را در تمام نامه هاي ارسالي شركت خود قرار دهيد. اينكار هزينه زيادي براي شما ندارد و شما از نتيجه كار قطعاً متعجب خواهيد شد كه ببينيد اين پيشنهادهاي شما به دست چه افرادي مي رشد و سفارش خريد به شما مي دهند.

 9) سمينار

 ارائه سمينار در زمينه كار خودتان يا شركت در سمينارهاي مرتبط مي تواند نقش بسيار زيادي در معرفي كسب و كار شما داشته باشد. اگر مي خواهيد سميناري در محل كار خود برگزار كنيد، بخاطر داشته باشيد كه ارائه يك سمينار رايگان نمي تواند مشتريان شما را جذب كند. دريافت هزينه جزئي علاوه بر اينكه مقداري از هزينه هاي سمينار را پوشش مي دهد مي تواند در جذب مخاطب هم به شما كمك كند. البته چنين سمينارهائي بايد بسيار با كيفيت و با برنامه ريزي ارائه شوند.