

توصیه های بازاریابی به شرکت های کوچک معماری

● گردآوری و تالیف: مهندس سارا امیرکیایی

(کارشناس طراحی داخلی - دانشگاه بندرعباس)

www.hastidesign.com

شرکت های کوچک معماری آهسته آهسته کنار می روند و از رقابت با شرکت های رسمی بزرگ تر باز می مانند. این موضوع، اهمیت و ضرورت داشتن طرح بازاریابی کارآمد و روش اجرایی موثر را در موفقیت شرکت های کوچک فعلی روشن می کند. بعضی از این شرکت ها مسیر ویژه ای برگزیده اند تا در آن تخصص یابند. سایر شرکت ها به موسسات دیگری پیوسته اند تا بتوانند به کار خود ادامه دهند. این در حالی است که با داشتن یک طرح بازاریابی کارآمد آن ها می توانند بسیار راحت تر به اهداف اصلی خود دست یابند.

توصیه هایی به شرکت های کوچک معماری جهت بازاریابی

موثر:

- استفاده از اینترنت روشی مناسب برای این شرکت ها محسوب می شود. از طریق ایجاد یک وب سایت پرمحتوا با ظاهری خوشایند و جذاب که به راحتی بازدیدکنندگان را راهنمایی کند، می توان تعداد زیادی مشتری جذب کرد. شما می توانید شرکت خود را در معرض دید کلیه کاربران اینترنت در سراسر دنیا قرار دهید. اگر در وب سایت تان سیستم جستجو با کلمات کلیدی را نیز طراحی کنید، سایت شما با استفاده از این سیستم توسط مشتریان احتمالی، به نمایش در خواهد آمد که باعث بازاری شدن هرچه بیشتر آن می شود.

- شما همچنین می توانید سرویس خبرنامه رایگان راه اندازی کنید و از بازدید کنندگان بخواهید در آن مشترک شوند. از طریق این خبرنامه مشتریان احتمالی تان را از خدمات خود آگاه می سازید و با آن ها در ارتباط خواهید بود.

- از مشتریان رضایت مند خود بخواهید پیام قدردانی خود را در وب سایت تان به نمایش بگذارند، چرا که این پیام ها ممکن است موجب جلب توجه دیگر مشتریان به شرکت شما شود.

- بازاریابی از طریق ارسال ایمیل روشی بسیار مقرون به صرفه و راحت برای فروش خدمات شما به طور آنلاین می باشد.

- به کارگیری آگهی هایی تبلیغاتی که با دقت طراحی شده اند و پیام صحیح را به مشتری منتقل می کنند، مزایای انتخاب شرکت شما را به مشتریان شرح دهد. رادیو، تلویزیون، روزنامه، روزنامه های رایگان و مجلات می توانند وسیله های خوبی برای تبلیغ خدمات شما باشند. شایان ذکر است که تبلیغات تان باید پیوسته و به طور مداوم انجام شود. پیشنهاد می کنیم میزان تاثیرگذاری چاپ تبلیغات تان

در مجلات مرتبط با دکوراسیون داخلی منازل یا ساختمان را امتحان کنید. هم چنین آن دسته از آگهی های بازرگانی آموزنده تلویزیون که شرکت شما را قابل اطمینان و توانا نشان دهد نیز می تواند کمک بزرگی برایتان باشد.

- به موسسات دیگری که حرفه شما مکمل فعالیت آن هاست بپیوندید تا آن ها بتوانند به شما مراجعه کنند و از شما کارمزد بگیرند. - در زمینه فعالیت های خارج از شرکت با مشاورین املاک محلی در ارتباط باشید چرا که ممکن است شما را به افرادی که نیازمند خدمات شما هستند معرفی کنند.

- از آنجائیکه هیچ چیز با تبلیغات دهان به دهان قابل قیاس نیست، عالی ترین خدمات را به مشتریان ارائه دهید. شرکت شما باید قابل اطمینان و با تجربه به نظر برسد و به مشتریان قول کار با کیفیت داده شود. حواستان باشید که به عهد خود وفا کنید.

- تحقیقات بازاریابی و تجزیه و تحلیل های رقابتی باید دائماً انجام شود تا از سایر رقبای خود جلوتر باشید و بتوانید با طرح های آن ها مقابله کنید.

- بهتر است شنیده های مشتریان راجع به خودتان را دنبال کنید چون این پیگیری می تواند به شما کمک کند به یافته های ارزشمندی در رابطه با اینکه کدام رسانه ی تبلیغاتی در معرفی شما موثر بوده و یا تبلیغات کدام بخش چندان اثری نداشته، دست یابید. در این صورت می توانید بودجه ی مناسبی را به رسانه ی دیگری اختصاص دهید.

- شما می توانید این نکات و نکات مختلف دیگری را در جهت جذب مشتری برای شرکتتان به کار بندید. اگر لازم باشد حتی می توانید از خدمات مشاورین حرفه ای بازاریابی و نرم افزار مدیریت تجاری برای اداره و گسترش حرفه تان بهره جویید.