

بازاریابی برای مسائل روز

منبع: www.articlesbase.com
مترجم: تهیه شده مولا



بازاریابی برای سال ۲۰۱۱: چرا تبلیغات چاپی مؤثر نیستند

ششویه های تبلیغات که تا به امروز به کار گرفته شده اند بی تردید برای بازاریابی در سال ۲۰۱۱ مؤثر نخواهند بود.

که اگر یک شرکت کوچک می توانست با تبلیغات محلی به کارش ادامه دهد اکنون با همان روش قبل بی شک قادر به دوام در بازار سراسری رقابت ضرورت ایجاد شده برای کسب و کارهای کوچک، جهت رقابت در برابر شرکت های بزرگ در حوزه ی بین المللی باعث گردیده تا کارآفرینان یکی از نامناسب ترین روش های تبلیغات برای کسب و کار کوچک همان تبلیغات چاپی، نظیر روزنامه و مجله است.

تبلیغات چاپی - خواننده ی محدود

از آنجایی که به شدت از خوانندگان این شکل تبلیغات کاسته شده، بالطبع چنانچه بر تبلیغات چاپی اصرار داشته باشید از مشتریان کالاها و خدمات شما کم می شود.

اگر یک محصول ویژه عرضه می کنید و نیاز به دستیابی به مخاطبین ویژه دارید، آنگاه یک مجله که صرفاً جهت مخاطبین همان صنف خاص تهیه می شود مفید واقع خواهد شد. اما در صورتیکه تلاش شما رسیدن به گستره های از مشتریان عام است، شک نکنید که با تبلیغ چاپی پول خود را هدر داده اید. ششویه های نوی بازاریابی، در ضمن کمک به قابل رویت شدن کسب و کارتان، این امکان را برای شما فراهم می کنند تا به حلقه ی به مراتب بزرگ تری از مخاطبین برسید.

آگهی های چاپی - هزینه ی بالا

عمدتاً آگهی های چاپی هزینه ی گزافی به همراه دارند و با این وصف مثلاً یک کارآفرین متوسط، به زحمت قادر به پرداخت هزینه ی یک آگهی کوچک خواهد بود.

حالا به جای اینکه پول خود را بر ششویه های گران و محدود جهت جلب توجه مخاطبین صرف کنید، بهتر است آن به یک برنامه ی منظم تبلیغاتی اختصاص دهید به گونه ای که کسب و کار شما از حداکثر قابلیت رویت برخوردار گردد.

آگهی چاپی - فاصله ی زمانی بین سفارش چاپ و دریافت بازخورد

بسته به اینکه چه رسانه ای را برگزینید - مجله یا روزنامه - ممکن است مدت زمان بین سفارش چاپ و دریافت نتیجه درج آگهی، طولانی باشد. این مدت زمان برای مجله ۳ الی ۶ ماه است و در این حالت اگر فعالیت موسسه ی شما در جریان باشد یعنی زمان ارزشمندی را از دست داده اید. البته



فاصله ی زمانی ذکر شده برای روزنامه معمولاً کوتاهتر بوده ولی ماندگاری آن در مقایسه با مجله کمتر به نظر می رسد.

آگهی چاپی - کیفیت های مختلف چاپ و محل های متفاوت درج بر واضح است که غالباً سفارش دهنده ی آگهی، بر کیفیت چاپ و بنا موقعیت درج، اختیار اندکی دارد. روزنامه ها از لحاظ کیفیت روزنامه ها، رتبه ی اول را داشته، و برای موقعیت های ممتاز نیز در کیفیت چاپ در مجلات بهتر است تعیین می شود.

درج آگهی، در آنها هم به حدفاصلی گران تعیین شده اند. برای یک صاحب کار هوشمند، بسیار دشوار است تا هزینه ی این تبلیغات را توجیه نماید، به خصوص اگر به تازگی کسب و کارش را آغاز کرده باشد.

تبلیغات چاپی به مثابه ی دایناسور در دنیای بازاریابی هستند (همه به آن ها احترام می گذارند لیکن اندک اندک منسوخ می شوند). برنامه های بازاریابی اینترنتی چون بلافاصله شما را با مخاطبین بین المللی در تماس قرار می دهند، به سرعت قابل بهره برداری می باشند. این برنامه ها در قیاس با روش های قدیمی تر بازاریابی، بالاخص تبلیغات چاپی، ارزان تر و کارآمدتر محسوب می شوند.

منبع: www.articlesbase.com