50 روش تبليغات و بازاريابي براي معماران و طراحان داخلي

مهندس سارا اميركيايي طراح و كارشناس معماري داخلي ( دانشگاه بندر عباس )

50 ways to market your Interior Design business

 By: Sarah Amirkiyaee ( Eng. ، Bs in Interior Architectural – Bandar Abas University )

 info@hastidesigners.com

 1- يك شركت متخصص روابط عمومي استخدام كنيد كه در طراحي و اجراي يك برنامه تبليغاتي معمولي به كمك شما بيايد. از نزديك با متخصصان آن همكاري و از برنامه ها و مواد مورد نياز آنان پشتيباني كنيد .

 2- يا اينكه خودتان يك برنامه بازاريابي و تبليغاتي طراحي كنيد. هزينه هاي خدمات تخصصي تبليغاتي را با هزينه هاي برنامه تبليغاتي خودتان مقايسه كنيد.

 3- يك برنامه واضح طراحي كنيد ، اينكه كجا مي خواهيد برويد و چگونه ؟

 4- يك راه ويژه انتخاب كنيد و همان راه را انجام دهيد. مثلا نامه هاي اختصاصي براي ارسال و پيشنهاد به بازارهاي اختصاصي طراحي كنيد : براي نمونه نامه به شركتهاي خصوصي ، بيمارستانها ، مطب ها ، منازل ، هتلها و . . .

 5- سعي كنيد در تخصص خودتان با تمركز روي يك گروه از مشتري ها يا روي يكسري پروژه هاي خاص متخصص همان رشته يا همان پروژه شويد. با اصطلاحات رشته خودتان آشنا شويد و كالا يا خدمات مورد نياز را خودتان فراهم كنيد.

 6- با همكاران و كارمندان شركت بخصوص بخش بازاريابي و تبليغات بحث و تبادل نظر كنيد. هر كارمندي در شركت مي تواند به شما مشورت دهد و يك مشتري احتمالي را به شما معرفي كند اما مواظب برملا شدن جزييات پروژه ها باشيد.

 7- در مورد مشكلات مشتري تحقيق و تمركز كنيد.

 8-به منظور ارائه و نمايش خوب ازنمونه كارتان نزد مشتري يك بسته خاص طراحي كنيد.

 9- نحوه رفتار و مهارتهاي تحويل و ارائه نمونه كارهاي خود را دوباره كنترل كنيد.

 10- از نمونه كارهاي خود عكس تهيه كنيد و در كاتالوگهاي نمايشگاههاي مختلف براي شركتها به نمايش درآوريد و چاپ كنيد.

 11- يك رزومه كاري ساده و قابل به روز كردن براي خود ايجاد كنيد.

 12- با رسانه هاي مختلف در تماس و تعامل باشيد ( راديو و تلويزيون ، رسانه هاي چاپي مانند روزنامه ها و مجلات تخصصي ، نمايشگاههاي تخصصي و حضور در اينترنت)

 13- به طور مرتب به مطبوعات و در سايت خود اطلاع رساني كنيد . تغييرات افكارو عقايد خود در مورد روشهاي جديد كار ، قراردادهاي جديد با مشتريان ، جوايز و تشويق هاي دريافت شده و يا حتي اعلام موفقيتهايي كه همكاران شما داشته اند از مواردي است كه مي توان مطرح كرد.

 14- در مورد پروژه هاي خود و موفقيتهاي آن در نشريات آگهي كنيد.

 15- يك بروشور در مورد اهداف كاري و نحوه تماس با شما طراحي و چاپ كنيد.

 16- يك كاتالوگ در مورد انواع خدمات و سرويس هاي خود براي مراجعه و استفاده مشتري و دسترسي آسان به آن طراحي كنيد.

 17- براي دستيابي و ملاقات حضوري با تصميم گيرندگان اصلي تلاش كنيد.

 18- در مواجه با مشتري بهترين ظاهر و برخورد ممكن را داشته باشيد.

 19- در هر مسابقه طراحي ومعماري داخلي شركت كنيد.

 20- براي هر يك از موفقيتهاي خود در هر رسانه يك طراحي و شكل ارائه خاص تهيه و تنظيم و ارسال كنيد.

 21- به منظور تفهيم و رساندن سطح و كلاس بالاي كارتان و نشان دادن قدرت حرفه اي و تخصصي خود يك تصوير ذهني ايجاد براي ارائه دادن طراحي كنيد.

 22- در معرض ديد همگان باقي بمانيد و مطمئن شويد كه مشتريان از نحوه ديد و خدمات شما آگاهي كامل دارند.

 23- نامه ها از ابزار قدرتمند تبليغات و بازاريابي محسوب مي شوند و افكار و تخصصهاي شما را نزد مشتري به خوبي معرفي مي كنند . لازم است در طراحي نامه هاي موثر و بدون اشتباه تمام اهتمام خود را به كار گيريد تا بتوانيد مزايا و ويژگيهاي خدمات خود را برجسته و ارائه كنيد.

 24- يك خبرنامه با فواصل ماهنامه يا فصلنامه براي ارسال به مشتري تهيه كنيد.در آن پروژه هاي جديد ، سوابق و تاريخ شركت ، تعامل با ساير صنايع ، اخبار آينده ، تماسهاي خود با ساير سازمانها و نهادها ، پروژه هاي تكميل شده و در حال اجرا كه ممكن است براي مشتريان جالب و آموزنده باشد ، قيد كنيد.

 25- برنامه تبليغاتي و بازاريابي خود را از طريق پست مستقيم تقويت و اجرا كنيد.

 26- سعي كنيد در مورد تخصص خود انواع كتاب ، تحقيق ، مقاله و خبرنامه منتشر كنيد.

 27- سمينار تشكيل دهيد ودر آن با گروههاي مختلف در صنايع مختلف ديدار و گفتگو كنيد.

 28- تا حد ممكن در ساير سمينارها اسپانسر شويد.

 29- شبكه مرجعي براي همكاران ، صنايع و مشتريان ايجاد كنيدو آن را توسعه وتقويت دهيد.

 30- در مورد ليست مورد نياز مشتريان بطور مستقيم با نمايندگان آن كالا مذاكره وچانه زني كنيد.

 31- در ساير نمايشگاهها و سمينارهاي مشابه به طور فعال شركت كنيد.

 32- چشم انداز كاري براي خود پيدا كنيد و آن را براي 500 شركت مهم فعال منطقه خود مطرح كنيد.

 33- رهبران و افراد پر نفوذ مابين مهندسان ساختمان ، افراد مهم در تصميم گيري هاي پروژه هاي دولتي و شركتهاي خصوصي ، دفاتر مهندسان شهري ، شركتهاي معماري ، را پيدا كنيد و سعي كنيد در قراردادهاي بزرگ منطقه اي و چند رشته اي از نظر آنان به دور نباشيد.

 34- با شركتهاي غول و بزرگ در منطقه و جهان براي گرفتن سفارشات كوچك در منطقه و شهر خودتان در تماس باشيد.

 35-در مورد رهبران و افراد بزرگ پر نفوذ هرگز پيش داوري نكنيد . در مقابل ثابت كنيد كه از آنان هميشه استقبال مي كنيد.

 36- با افراد تصميم گيرنده ومهم به طور مرتب تماس هاي روابط عمومي مانند احوالپرسي، موارد دوستانه ،همدردي وهمفكري در مسائل ومشكلات بگيريد و در خلال آن سعي كنيد يك قرار ملاقات به دست آوريد.

 37- سعي كنيد در نشريات مرتبط و كاتالوكهاي نمايشگاهي بروشور خود را بگذاريد ( Insert )

 38- هر سه يا شش ماه در مورد پروژه ها و روشهاي كاري آينده با مشتريان گفتگو كنيد.

 39- در شبكه ارتباطات مشتري هميشه حضور داشته باشيد . اما بخاطر بياوريد هيچ جايگزيني براي ملاقات چهره به چهره وجود ندارد. ( شبكه ارتباطات مشتري به معني نامه نگاري ، ارسال كارت تبريك ، تماس تلفني و ... مي باشد)

 40- در پروژه هاي شهري و عام المنفعه حضور فعال و مناسب داشته باشيد.

 41- ليست تماسي از 250 مشتري بالقوه تهيه كنيد و به طور مرتب براي آنان كارت تبريك بفرستيد يا در تماس باشيد و نامه هاي تشكرآميز بفرستيد تا از حمايتهاي آينده او مطمئن شويد.

 42- روابط خود با مشتري را گسترش دهيد. و همانطور كه نيازهاي آنان تغيير مي كند شما در آن لحظه براي كمك به وي و تغيير آنچه نياز دارد حضور پيداكنيد.

 43- رضايت مشتري را از ياد نبريد و هميشه مشكلات وي را حل كنيد.

 44- هميشه يك روز مشاوره رايگان به10 مشتري برترخود پيشنهاد كنيد.

 45- مابين شركتها و صنايع قديمي به دنبال مشتري هاي جديد باشيد.

 46- روي تكنولوژي هاو منابع جديد سرمايه گذاري كنيد تا ارزشهاي تخصصي خود را بتوانيد در سطح بالاتري معرفي نماييد.

 47- از دانشگاهها و مدارس حرفه اي بازديد كنيد تااز اطلاعات به روز و علمي هر صنعت ونيز طراحان آينده آگاه باشيد.

 48- در منطقه كاري خود پيشنهاد تدريس دهيد.

 49- يك آچارفرانسه واقعي و دائمي در تخصص و رشته كاري خود شويد.

 50- از هر فرصتي براي تبليغات امكانات جديد خود و يا پيدا كردن مشتريان جديد استفاده كنيد.