

هرچقدر استراتژی جمعی برای بازاریابی داشته باشید، باز از دانستن نکاتی جهت هدف گیری دقیق مشتریان محصولات و خدمات تن بی نیاز نخواهید بود. در ذیل هفتاد و سه نکته بازاریابی برای کلیه کسب و کارهای خرد و کلان ارائه می‌گردد.

ایده های کلی

- نگذارید روزتان بدون پرداختن به حداقل يك فعاليت بازاریابی شب شود
- درصدی از درآمد نخالص خود را به عنوان بودجه سالیانه بازاریابی تعیین کنید
- هر سال اهداف خاص بازاریابی را تعیین و هر سه ماه يك بار آنها را ارزیابی و تنظیم نمایید
- يك پوشه برای نگهداری ایده های بازاریابی اختصاص دهید
- هر روز و هر ساعت کارت ویزیت را همراه تان داشته باشید

بازار هدف

- نسبت به تحولاتی که شاید روی بازار هدف محصول یا استراتژی بازاریابی شما تاثیر بگذارد، هوشیار باشید
- مطالعات تحقیق بازاریابی درباره حرفه، صنعت، محصول و گروه های بازار هدف خود را بخوانید
- آگهی های رقبای خود را گردآوری کنید و با مطالعه آنها، اطلاعاتی درباره استراتژی، ویژگی ها و مزایای محصولات آنها به دست آورید
- از مشتریان بپرسید چرا شما را انتخاب کردند و خواستار توصیه هایی برای بهبود کیفیت شوید
- از مشتریان سابق بپرسید چرا شما را رها کردند

توسعه محصول

- يك محصول جدید ارائه دهید
- نسخه ای ساده تر، ارزان تر یا کوچک تر از محصول خود پدید آورید
- نسخه ای شکیل تر، گران تر، سریع تر یا بزرگتر از محصول خود ارائه دهید

آموزش ، منابع و اطلاعات

- برای کارکنان خود يك صندوق پیشنهادات بگذارید
- در سمینارهای بازاریابی حضور یابید
- کتاب های بازاریابی را بخوانید
- مشترك نشریات مکتوب و اینترنتی بازاریابی شوید
- هر ماه يك جلسه بازاریابی با کارکنان یا مباحثان خود بگذارید تا درباره استراتژی و وضعیت بازاریاب بحث کنید و ایده های تازه بگیریید
- يك مشور بازاریابی جهت همفکری استخدام کنید

قیمت گذاری و پرداخت

- ساختار قیمت گذاری تان را تجزیه و تحلیل کنید و ببینید کجای آن نیاز به اصلاح و تنظیم دارد
- به مشتریان ثابت، هدیه دهید
- در زمانهای خاص محصول ویژه با تخفیف ارائه نمایید

ارتباطات بازاریابی

- برای مشتریان کنونی و بالقوه تان يك خبرنامه منتشر کنید.
- بروشوری از محصولات و خدمات تان را چاپ کنید.
- همراه بروشورهای خود يك برگه نظرسنجی بگنجانید که پول تمبرش را شما پرداخته اید. بدین ترتیب می توانید بتزخورد ارزشمندی از مشتریان دریافت کنید.
- بدانتان باشد کارت ویزیت درون جعبه کارایی ندارد، حتما آن را پخش کنید. به هر مشتری بالقوه نو کارت ویزیت و بروشور بدهید تا یکی را نگه دارد و دیگری را به دوستانش بدهد.
- برای هر کدام از بخش های بازار هدف تان يك کارت ویزیت و بروشور خاص طراحی کنید، (مثلا یکی برای (سازمان ها و نهادهای دولتی و یکی برای کاسب کارها و مصرف کنندگان).
- يك پوستر یا تقویم با آرم شرکت تان چاپ کنید و به مشتریان هدیه بدهید.
- روی سرپرگ، برگه های فاکس یا صورتحساب، شعار یا جمله ای در وصف فعالیت خود به چاپ برسانید.
- در بروشورهای خود نظرات مثبت مشتریان درباره کالا و خدمات خود را به چاپ برسانید.
- برای بازاریابی به شیوه پست مستقیم از پاکت های رنگی یا بزرگ استفاده کنید تا کنجگوی گیرنده را برانگیزد.

رابطه با رسانه ها

- از انتشار نشریات و سایت های جدید متوجه شوید تا اخبار خود را به رسانه و فرد مناسب بفرستید.
- در سایتها و فروم ها و روزنامه های عادی یا اقتصادی و نشریات تخصصی مطلب بنویسید.
- مقاله ای به قلم خود چاپ کنید و نسخه های آن را برای همکاران تان بفرستید و یا در فروم ها منتشر کنید.
- بکصدمین، پانصدمین یا یکصد هزارمین مشتری خود را در سایت خود معرفی کنید.
- يك جایزه سالیانه به راه اندازید و آن را در بوق و کرنا کنید. مثلا می توانید به بهترین کارمند سال شرکت یا سازمان خود جایزه بدهید.
- اخبار خود را همراه عکس مربوطه به مطبوعات و سایتها بفرستید.
- مرتبا سایتها و روزنامه ها و مجلات را برای یافتن فرصت های روابط عمومی بخوانید.
- برای سایتها و مطبوعات مقالات «راهنما» درباره حوزه تخصصی کسب و کارتان بفرستید.

خدمات مشتری و رابطه با مشتری

- از مشتریان تان بخواهید که بتزگردند.
- تماس های تلفنی مشتریان را بدون فوت وقت پاسخ دهید.
- روی دستگاه پیامگیر تلفن، اطلاعات مهم مانند ساعات کار شرکت، مکان و فرد پاسخگو را ضبط کنید.
- روی دستگاه پیامگیر تلفن، پیامی بیاماندنی یا «نکته روز» را ضبط نمایید.
- برای مشتریان تان نمایش یا هر رویداد جالب دیگر را سازماندهی کنید یا بلیت تئاتر و سینما و... برایشان بفرستید.
- در دفترتان با حضور مشتریان يك سمینار برگزار کنید.
- تشکرنامه های دستنویس خوش خط برای مشتریان بفرستید. می توانید برای جشن تولدشان یا سایر مناسبت های سال، کارت تبریک ارسال کنید.
- مقالات جالب را کپی کنید و همراه کارت ویزیت و بروشورتان برای مشتریان کنونی یا بالقوه بفرستید.
- بخشی از وب سایت خود را به نظرات مشتریان اختصاص دهید.

تبلیغات

- در فصل های اوج فعالیت تجاری برای کسب و کارتان تبلیغ کنید.

- يك ايميل و شماره تلفن راحت و بيد ماندنی بگيريد.
- برای سایت اینترنتی خود، آدرس بيدمانندی انتخاب کنید و آن را در کلیه ارتباطات بازرگانی قيد نماييد.
- از طريق پست مستقيم، كسب و كار خود را مشتركاً با ساير حرفه ای ها تبليغ كنيد.
- در يك دايركتوری ویژه يا كتاب زرد تبليغ نماييد.
- در همه سايتهاي كه تبليغ رايجان ميپذيرند تبليغ كنيد.
- به منظور دستيابي به بازارهای خارجي، آگهی دو يا چند زبانه چاپ كنيد. اين آگهی را در نشریه ای پرمخاطب قرار دهيد.
- به مشتریان خود هداياي تبليغاتی نظير خودكار، پدموس يا ماگ بدهيد.
- درون پاكِت نامه يا مرسولات پستی، چیزی برجسته بگذاريد تا كنجكوی گیرنده تحريك شود.
- برجسب های جالبی برای نصب روی شیشه اتومبيل طراحی و بين مشتریان توزیع كنيد.
- آگهی های خود را كنگذاری و نتایج شان را دنبال كنيد.
- حامی مالی يك مسابقه ورزشی يا برنامه رانيوبي و تلویزیونی شويد.

رویدادهای ویژه

- در دبیرستان ها سخنرانی كنيد و به دانشجويان درباره حرفه آینده شان توصیه كنيد.
- بخشی از وقت و پول خود را به سازمان های خیریه يا غيرانتفاعی اختصاص دهيد و نتایج آن را در مطبوعات و سايتها به چاپ برسانيد.
- يك سی دی يا فيلم آموزشی درباره خدمات خود تهیه كنيد و رايجان توزیع نماييد.
- كتاب تالیف كنيد .

ایده های فروش

روزنامه ها و نشریات تخصصی را برای به دست آوردن فرصت های تازه تجاری و آگاهی یافتن از عزل و نصب های شرکت ها بخوانيد.

- شعارها و استراتژی های بازاریابی تان را به اطلاع وكيل، حسابدار، بانكدار، تعمیركار و كانون تبليغاتی تان برسانيد و بدین ترتیب نیروی فروش خود را به رايجان گسترش دهيد.
- ساعات فعالیت خود را افزایش دهيد.
- حتی در ایام تعطیل گروهی را جهت ارائه خدمات به مشتریان اختصاص دهيد.
- نمونه های محصولات خود را در دفترتان به نمایش بگذاريد.
- به مشتریان سابق تلفن بزنيد ، ايميل بزنيد و يا برایشان نامه بفرستيد تا آنها را دوباره جذب كنيد.
- از طريق اینترنت سفارش بگيريد.
- به مشتریان اینترنتی خود اطمینان دهيد كه سیستم امنیتی سایت شما قابل اعتماد است.
- از زمان پاسخگویی به سفارش ها بكاھيد و روند سفارش مجدد را تسهیل كنيد.

نوشته : جویس بوسك *Joyce Bosc*