

بازاریابے آن چیزے کہ همه مے گویند نیست



موسسه فرهنگ اقتصادی فکر برتر

www.mh7.ir

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های: کسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیک، خلاقیت و موفقیت

بازاریابی آن چیزی که همه می گویند نیست

با تشکر از تهیه این کتاب الکترونیکی

شما حق تغییر محتویات این کتاب الکترونیکی را ندارید.

ولی...

شما می توانید آن را برای دانلود در سایت خود قرار دهید.

شما می توانید آن را برای دیگران ارسال کنید.

شما می توانید آن را به همراه محصولات خود به دوستان و مشتریان خود ارائه

دهید.

در صورت استفاده از محتویات این کتاب لطفا نام سایت www.mh7.ir را نیز

ذکر فرمایید.

تمامی حقوق مادی و معنوی این محصول متعلق به موسسه فرهنگی

اقتصادی فکر برتر می باشد.

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های : کسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیک، خلاقیت و موفقیت

بازاریابے آن چیزے کہ ہماہ مے گویند نیست



تہیہ وتنظیم : حسین اکبرپور

- ❖ کارشناس آموزش و مشاوره در زمینه طراحی کسب و کار، کارآفرینی، سرمایه گذاری، مدیریت فروش وبازاریابی، تجارت الکترونیک
- ❖ مدیرعامل موسسه فرهنگی اقتصادی فکربرتر
- ❖ طراحی وراه اندازی بیش از ۵۸۰۰ کسب و کار کوچک ومتوسط در زمینه های مختلف برای کاربران فعال در شبکه کسب و کار فکربرتر

hoseinakbarpur@yahoo.com

fekrebartarmail@gmail.com

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

درزمینه های : کسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش وبازاریابی، تجارت الکترونیک، خلاقیت وموفقیت

بازاریابی آن چیزی که همه می گویند نیست

اگر بخواهیم درباره اصول بازاریابی صحبت کنیم، بلافاصله مبانی و نکاتی خاص به ذهنمان می آیند که بسیار درباره شان شنیده ایم یا در کسب و کارمان به کار برده ایم. شناسایی بازار هدف، تبلیغات گسترده، بهره گیری از توصیه*های مشاوران و مربیان بازاریابی و کسب و کار به همراه مدیریت منابع مالی، از این دست نکات هستند. ولی در این بین جزئیات ریزی هم وجود دارند که می توان آن ها را زیرمجموعه ای از اصول پایه و کلی دانست. ظرایف مزبور در متن قواعد اصلی جای گرفته اند و بسیاری اوقات از نظرها پنهان می مانند. بازاریابان متعددی از آنها غافل شده علی رغم تدوین طرحی

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های : کسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیک، خلاقیت و موفقیت

بازاریابی آن چیزی که همه می گویند نیست

مناسب و مطابق با اصول پایه، موفق نمی شوند. در این جا بعضی از مهمترینشان را خواهیم آورد :

۱- بازار کسب و کار مدام در حال تغییر است و عده ای از کسب و کارها هستند که از این دگرگونی ها بسیار متاثر شده تا مرز فروپاشی پیش رفته، گاه مجبور می شوند از ادامه راه منصرف شوند. یکی از تاکتیک های مقاومت در مقابل تغییر و تحولات بازار، بهره گیری از روش های متعدد بازاریابی و عرضه چند محصول و چند نوع خدمات است. زمانی که یکی از کالاها و خدمات شما فروش نرود و بازارش کساد باشد، گزینه یا گزینه های دیگری هم هستند که کسب و کارتانرا نجات دهند.

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های : کسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیک، خلاقیت و موفقیت

بازاریابی آن چیزی که همه می گویند نیست

این نکته در مورد روش های بازاریابی هم بدین ترتیب صدق می کند.

۲- جذب مشتری جدید مهم است ولی آن کسی که می تواند هم خودش مشتری جدید باشد و هم مشتریان احتمالی را جلب نماید، همین مشتری و خریدار کنونی است. همواره با آنها در تماس باشید و با تهیه فرآورده های جدید و عرضه خدمات نوین، یک بار دیگر مشتری جدید خلق کنید. به علاوه رضایتمندی و خرسندی این ها، پروسه قدرتمند تبلیغات کلامی و دهان به دهان مشتریان را به کار می اندازد.

۳- اغراق را کنارگذارید و به هیچ وجه اعداد و ارقام و نتایج شگفت انگیز اعلام نکنید- حتی اگر درست باشند.

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های : کسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیک، خلاقیت و موفقیت

بازاریابی آن چیزی که همه می گویند نیست

وقتی که مردم این نتایج را بشنوند، تردید پیدا می کنند و آن ها را دروغ می پندارند. شک و تردید مشتریان بالقوه هم یعنی کاهش فروش.

۴- زمانی که می خواهید اعداد و ارقامی اعلام کنید، صورت اعشاری را به کاربگیرید. مثلاً عبارت «مشتریان ما توانستند ۲۷/۷ درصد از حقوق ماهیانه شانرا پس انداز کنند که ...» از جمله «مشتریان ما توانستند ۲۰ درصد از ...» باور پذیرتر است. اعشار حکایت از دقت دارند. حتی اگر نتیجه محاسبات شما همان ۲۰ درصد است، باز هم این عدد را به کار نبرید. وقتی که خریداران و مشتریان بالقوه رقمی اعشاری را می بینند، این طور به ذهنشان می آید که این شرکت برای

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

درزمینه های : کسب وکار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیک، خلاقیت و موفقیت

بازاریابی آن چیزی که همه می گویند نیست

مشتریانش ارزش قایل بوده نتایج کارهای خودشان و سود و زیانمشتریانش را به دقت محاسبه و بررسی کرده است.

۵- هر کسبو کاری محصولات و خدماتش را به مشتریان هدف عرضه می کند تا خریداران کسب و کارش را جذب نماید. ولی همه آن ها موفق نشده به فروش دلخواه و لازم نمی رسند. زمانی عرضه یک کالا و خدمات به خرید آن تبدیل می شود که مشتری نتواند مقابل آن تاب بیاورد و مقاومت کند. «تخفیف» کلیدی است که می تواند معمای بسیاری از عرضه های ناموفق را حل کند. وقتی که شما بسته ای از محصولاتتان را با قیمتی پایین تر از مجموع قیمت های آنان، ارائه می

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های : کسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیک، خلاقیت و موفقیت

بازاریابے آن چیزے کہ ہمہ مے گویند نیست

کنید، مشتری سخت علاقه مند شده امکان این که از شما خرید کند بالا می رود. تخفیف و قیمت پایین، وجود چند کالای مکمل در یک بسته و هدیه ای کوچک به عنوان تشکر از خرید، انگیزه های نیرومندی برای مشتری بالقوه هستند تا کیف پولش را باز کند و این بسته «فوق العاده» را به خانه ببرد.

۶- اگر حلقه هایی از عرضه های مکمل را پشت سرهم عرضه کنید، خالی از فایده نخواهد بود. سری اول از عرضه یک کالا و خدمات که با تخفیف و مزایایی ویژه ارائه می شود، تا روز و تاریخ معینی ادامه خواهد داشت. پس از آن رشته دیگری از کالا و خدمات متفاوتی که با محصولات قبلی مرتبط است. این دوره

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

درزمینه های : کسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیک، خلاقیت و موفقیت

بازاریابی آن چیزی که همه می گویند نیست

همدر بازه زمانی مشخصی جریان خواهد داشت. مشتریانی در دوره نخست هم خرید کرده اند، از تخفیف بیشتری برخوردار خواهند شد، این روند همچنان ادامه خواهد داشت. به این ترتیب کارتان راحت تر خواهد شد. نیازی به ابداع کالا و خدمات جدید نخواهید داشت، هم مشتریان کنونی را حفظ می کنید و هم مشتریان بالقوه را به خریدار.

۷- در مطالعات و مقالات بازاریابی همواره از «بازار هدف» صحبت می شود و بر اهمیت انتخاب درست و مناسب آن تاکید بسیار دارند. ممکن است که شما بازار هدفی انتخاب نموده باشید و حتی مشتریان بالقوه زیادی هم به کسب و کارتان علاقه نشان دهند ولی

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های : کسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیک، خلاقیت و موفقیت

بازاریابے آن چیزے کہ ہمہ مے گویند نیست

بزرگترین مشکل اینست که آن ها نمی توانند چیزی بخرند چون پول کافی ندارند! این نشانی دهد که بازار هدف را درست انتخاب نکرده اید. علاقه و توجه و نیازمشتریان احتمالی وقتی کارساز خواهد شد که آن ها توان مالی خرید را داشته باشند.

۸- اگر می خواهید برنده باشید باید متمایز باشید. مشتریان کسب و کاری را انتخاب می کنند که با دیگری که اطراف خود می بینند، فرق داشته باشند، تفاوت در قیمت، کیفیت کالا، شیوه عرضه خدمات، نحوه پرداخت، وجود سرویس تحویل کالا، خدمات پس از فروش، سیستم پاسخگوی تلفنی و گارانتی از

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های: کسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیک، خلاقیت و موفقیت

فاکتورهایی هستند که می توانند مشتری بالقوه را از فروشگاه رقیب به سوی شما بکشاند و برعکس.

۹- پیام های تبلیغاتی، ایمیل های پاسخ به مراجعان، کارت پستال هایی که برایشان می فرستید و پیام های تبریک مناسبت های خاص و آگهی های بازاریابی، برای علاقه مند کردن مشتریان به کار می روند. اگر مشتری حس کند که این گفته هافقط برای «او» نوشته شده اند و این اوست که برای این کسب و کار مهم است، بیشتر علاقه مند خواهد شد. یک متن رسمی که فقط اطلاعات داده باشد، تاثیری به مراتب کمتر خواهد داشت. بنابراین می توانید قدری از چهارچوب قواعد

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های : کسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیک، خلاقیت و موفقیت

بازاریابے آن چیزے کہ ہمہ مے گویند نیست

رسمی نگارش پافراتر بگذارید و به شیوه ای شخصی تر بنویسید.

۱۰- پروسه های بازاریابی و تبلیغاتی هرگز دربار اول جواب نمی دهند. چرا که ممکن است روش اشتباهی در پیش گرفته باشید یا بدتر از آن بازار هدفتان نادرست باشد. یا رقیبان خیلی از شما قویتر باشند و باید مدت ها به سختی تلاش کنید تا به خواسته تان برسید. یکی از روش های پیگیری اینست که نام و نشانی ایمیل یا آدرس پستی مشتریان بالقوه ای که در ابتدا با آنها ارتباط برقرار کردید را ثبت کرده با آنها در تماس باشید. امتیازات، تخفیف ها، کالاها و خدمات جدید و گارانتی و... را به آنها معرفی کنید. در فواصل زمانی منظمی خود

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های : کسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیک، خلاقیت و موفقیت

بازاریابے آن چیزے کہ ہمہ مے گویند نیست

را به این مشتریان بالقوه نشان داده ناامید نشوید.
پشتکار و دقت و صبر، از مشخصات برجسته یک بازاریاب
موفق است

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

درزمینه های : کسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیک، خلاقیت و موفقیت