



بازاریابی مستقیم بهترین روش در بازار کنونی

مدت زمان تخمینی برای مطالعه ی این مقاله 5 دقیقه می باشد

مقدمه

بهترین شیوه در بازار کنونی استفاده از بازاریابی مستقیم می باشد. در اینجا می خواهیم ابعاد مختلف بازاریابی مستقیم را تشریح کنیم و ببینیم که این کار چگونه صورت می پذیرد. در مقاله مدیریت در بازاریابی به توضیح بازاریابی مستقیم پرداختیم که یعنی رساندن پیام مناسب از طریق رسانه های مناسب به مخاطب مناسب، و همچنین بیان کردیم که کسب و کار وقتی مشکل دارد یا پیام خوبی بلد نمی تواند تولید کند و یا از رسانه های خوبی استفاده نمی کند و یا مخاطبین هدف خود را به درستی شناسایی نکرده است. حال به تشریح ابعاد مختلف بازاریابی مستقیم در سیستم مدیریتی سازمان می پردازیم

ابعاد مختلف بازاریابی مستقیم

همانطور که می دانیم سه پارامتری که در بازاریابی مستقیم به آن اشاره شد رسانه، مخاطب و پیام می باشد. که ما باید بدانیم که چطور باید از هریک از آنها استفاده کنیم. در این مقاله ما رسانه های تبلیغاتی را برای شما تشریح خواهیم کرد.

رسانه ها

ما باید بدانیم که پیام های خود را از چه رسانه هایی منتقل کنیم. باید دید خود را نسبت به تبلیغات عوض کرده و از زوایای دیگری این کار را انجام دهیم. ما در این مقاله راهکارهای کلاسیک تبلیغاتی را کنار گذاشته و ایده های نو را مطرح خواهیم کرد. و شما نیز نسبت به کسب و کار خود ایده هایی را به کار گیرید تا بتوانید برند خود را به بهترین شکل ممکن به جامعه معرفی کنید.

فاکتورها

می توانیم در فاکتورهای خود برای معرفی محصولات دیگر سازمان استفاده کنیم. و حتی می توانیم پشت فاکتور خود را نیز برای دادن پیشنهادات ویژه و یا استفاده از محصولات رایگان



شرکت استفاده کنیم. ما باید هر طور شده اطلاعاتی از مشتری بدست آورده و روی بازاریابی چند مرحله ای کار کنیم.

استفاده از پاکت های پستی

در پاکت های پستی خود می توانیم پیشنهادات و محصولات دیگر سازمان خود را معرفی کنیم. تخفیفاتی که در نظر می گیریم. سایر خدمات را به او معرفی کنیم. با این کار می توانیم حتی در بازاریابی دهانی استفاده کرده و اطلاعاتی از مشتریان خود بدست آوریم. بهتر است این کار را روی پاکت های پستی خود انجام دهیم که افرادی که تا انتهای رسیدن محصول به دست مشتری به محصول ما بر می خورند این پیام تبلیغاتی ما به آنان رسانده شود. این شیوه ای از بازاریابی مستقیم می باشد.

کارت ویزیت

توصیه من به شما این است که برای خود دو تا کارت ویزیت طراحی کنید. کارت ویزیتی که به معرفی شما می پردازد و دیگری کارت ویزیتی که به معرفی محصولات و خدمات شما می پردازد. شما می توانید پیشنهادات ویژه خود را در کارت های ویزیت به مشتریان ارائه کنید، مثلا دانلود فایل آموزشی رایگان، با این کار هر کسی که به طور غیر مستقیم کارت شما به دست آنان می رسد، ممکن است به نحوی به شما مراجعه کرده و شما می توانید از اطلاعات وی برای بازاریابی آن شخص استفاده کنید.

استفاده از سر رسید

اینگونه معمول شده است که سر رسیدها بیشتر برای نمایش محصولات استفاده می شود و توضیحی راجب محصول به افراد داده می شود. بهترین کار این است که شما می توانید با استفاده از سر رسید ها برای بازاریابی مستقیم استفاده کنید. شما می توانید خدمات و تخفیفات خود را به مناسبت سال جدید در سر رسید خود آورده و آنان را برای خرید محصولات ترغیب کنید. همچنین می توانید افراد زیادی را که این سر رسید را می بینند نیز برای خرید از سازمان خود جذب کنید.

استفاده از سرویس های ایمیل



شما می توانید برای مشتریان خود ایمیل هایی ارسال کرده و پیشنهادات ویژه ای را به آنان بدهید. البته باید این کار به گونه ای انجام شود که ایمیل شما در پوشه ی اسپم ها نرود. شما با این کار به مشتریان خود این پیام را ارسال می کنید که شما برای ما مهم هستید و آنان را به طور مداوم در جریان محصولات و تخفیفات شرکت می گذارید. و می توانید با اینکار یک مشتری را که برای یک بار از شما خرید کرده است به مشتری دائمی خود تبدیل کنید و همچنین حتی می توانید این پیام را به دیگران ارسال کنید که برای کسی که این ایمیل را برای دیگران ارسال کند نیز تخفیفات را در نظر می گیرید.

استفاده از نامه و فکس

برخلاف خیلی که معتقدند نامه ها منسوخ شده اند، اینکار بسیار مفید می باشد. از آنجا که افراد کمی از نامه ها برا تبلیغات خود استفاده می کنند و همچنین کلا برای مکاتبات دیگر از نامه ها در سطح انبوه استفاده نمی شود برای بازاریابی مستقیم شما می توانید اینکار را انجام دهید و این کار شما بسیار به چشم می آید. زیرا ممکن است کسی از این روش برای بازاریابی استفاده نکند. مثلا در نامه ها و فکس های خود محصولات خود را معرفی کرده و تخفیفات که قرار است ارائه شود را به افراد معرفی کرده و از آنان می خواهیم که برای دریافت لیست قیمت یا با ایمیل و یا با شماره تلفن با ما تماس بگیرند.

تبلیغات در تلگرام

تبلیغات در تلگرام که در مقاله مربوط به خودش مفصل به آن پرداخته شده است نیز بسیار موثر می باشد. شما می توانید در عرض چند ثانیه و با هزینه بسیار ناچیز به صورت چندین بار در روز پیام تبلیغاتی خود را به ده ها و یا صدها هزار نفر در روز برسانید، و در این کار اگر شما از پیام تبلیغاتی مناسبی استفاده کنید بازخورد بسیار بالایی خواهید داشت.

تبلیغات در اینستاگرام

این مورد نیز در مقاله مربوط به تبلیغات در اینستاگرام به طور مفصل به آن پرداخته شده است. در این جا لازم است به شما یادآوری کنم که با توجه به افزایش زمان ویدئو های اینستاگرام از 15 ثانیه به 1 دقیقه شما می توانید با استفاده از فنون مذاکره و مقاعدسازی در



این یک دقیقه بهترین پیام را به صدها هزار نفر در عرض چند ثانیه و با کمترین هزینه انتقال داده و شاهد تاثیرات شگرف آن باشید.

سمینار

می توانید از سمینارها برای بازاریابی مستقیم سازمان خود استفاده کنید. استفاده از بروشورها و ارتباط موثر که با افراد می توانید برقرار کنید در سمینارها بسیار مفید می باشد. توجه داشته باشید سمینارهای رایگان کمترین بهره وری و سمینارهای ارزان بیشترین بهره وری را دارد. پس سعی کنید از سمینارهای خود بیشترین بازدهی را داشته باشید.

نکاتی برای استفاده از رسانه های تبلیغاتی در بازاریابی مستقیم

بازاریابی چند مرحله ای

اولین نکته بازاریابی چند مرحله می باشد. باید دقت داشته باشید کسانی که به شما مراجعه می کنند و یا با شما تماس می گیرند لازم نیست در همان ابتدای کار شما پیشنهاد خرید به او بدهید. سعی نکنید محصول خود را به وی بفروشید شما باید طوری کار انجام دهید که افراد از شما خرید کنند. بنابراین ابتدا با ارائه پیشنهادات رایگان به فرد او را برای ادامه همکاری با خود مشتاق کرده، تمایل را در وی ایجاد کرده و سپس خدمات و کالاهای خود را به وی معرفی کنید.

تعدد رسانه ها

نکته بعدی که بسیار مهم است این است که باید بتوانید رسانه های تبلیغاتی خود را به عدد 50 برسانید. این یعنی اینکه باید اینقدر فکر کنید و ایده های خلاقانه مطرح کنید تا بتوانید از هر راهی برای معرفی سازمان خود به جامعه استفاده کرده و کسب درآمد خود را متحول کنید. استفاده از فضای مجازی، اینترنت، پیراهن، کتاب، هدیه و پیشنهادات و... شما باید تا می توانید رسانه های خود را افزایش دهید. وقتی مخاطبان شما را در چند رسانه ببینند به شما اعتماد کرده و نام برند شما را در ذهن خواهند سپرد. بنابراین می توان اشاره کرد که مهمترین کار مدیریت بازاریابی پیدا کردن بهترین رسانه ها می باشد، او باید تلاش کند تا رسانه هایی را پیدا کند که بالاترین میزان بازگشت سرمایه را برای سازمان به همراه داشته باشد.



نتیجه گیری

مدیر بازاریابی برای اینکه بتواند گامی در جهت افزایش ثروت سازمان بردارد باید این قابلیت را داشته باشد تا بتواند بهترین رسانه را برای معرفی محصولات و خدمات خود استفاده کند. اگر فرد این قابلیت را نداشته باشد به مرور سرمایه های شرکت از دست رفته و شرکت از دنیای کسب و کار کنار گذاشته خواهد شد.

تیم آموزشی ماهان تیموری

نویسنده: ماهان تیموری – صابر خلیلی

ارائه دهنده آموزش های کسب و کار ، کارآفرینی ، مدیریت بازاریابی

<http://www.mahanteymouri.ir>