

مقدمه

قرعه کشی و اهدای جوایز یکی از روش های بازاریابی محسوب می شود. قرعه کشی به عمل اهدای جوایز بصورت تصاوفی گفته می شود. این کار معمولا برای مسابقه ها و به منظور انتخاب جوایز توسط خود مسابقه دهنده، مجری یا از طریق نرم افزار می باشد. قرعه کشی و اهدای جوایز می تواند برای یک کسب و کار مناسب باشد اما باید بتواند با مشتری ارتباط موثر برقرار کند. این ارتباط باید بگونه ای انجام گیرد تا بتواند قلب مشتری را فتح کند و او را ترغیب به خرید کند. این کار در بازاریابی و فروش استفاده می شود. دانستن اینکه قرعه کشی و اهدای جوایز چطور می تواند برای کسب و کار ما مفید باشد چیزی است که در این مقاله متوجه می شوید. ما این مقاله را به شما پیشنهاد می کنیم.

انواع قرعه کشی و اهدای جوایز

1 کارتی یا پاکتی

در این روش، گزینه هایی روی کارت یا داخل پاکت نوشته شده است. شرکت کننده، یکی از آن ها را انتخاب می کند و جایزه خود را بر می دارد. ایم روش معمولا برای مسابقه های حضوری انجام می شود.

2 گردونه

در این روش، شماره هایی بر روی توپ یا در داخل توپ قرار دارد که مجری بر حسب حضاری که وجود دارند، اقدام به برداشتن توپ می کند تا به یک عدد برسد. این روش برای برنامه های حضوری استفاده می شود.

3 از راه دور

این روش معمولا در برنامه های تلویزیونی استفاده می شود. زمانی که فرد از نزدیک حضور ندارد، این ارتباط از طریق تماس تلفنی ایجاد می شود. در برنامه، گزینه هایی به فرد داده می شود که فرد، یا خود انتخاب می کند یا نرم افزار مخصوص قرعه کشی و اهدای جوایز، بصورت اتفاقی انتخاب می کند.

4کشویی

این روش در برنامه های تلویزیونی انجام می شود. جعبه هایی وجود دارد که در داخل آن، یا خود جایزه وجود دارد یا اسم آن.

هدف از قرعه کشی و اهدای جوایز

شما باید برای قرعه کشی و اهدای جوایز خود، هدف مشخصی تعیین کنید و بر اساس آن برنامه ریزی کنید. این اهداف می تواند شامل موارد زیر باشد:

1فروش

قرعه کشی و اهدای جوایز می تواند به قصد افزایش فروش انجام شود. این کار باعث می شود تا مشتری ترغیب به خرید شود. اینکه مشتری ببیند که کسانی که از محصول شما استفاده کرده اند ممکن است چه مزایایی در انتظارشان باشد، قطعاً در موقع خریدشان، محصول شما را هم در نظر می گیرند.

2شناساندن

وقتی شرکتی تازه وارد به بازار هستید، قرعه کشی و اهدای جوایز می تواند ایده خوبی برای بمب خبری ایجاد کردن، باشد. هر چه قرعه کشی و اهدای جوایز، بزرگتر و رسانه ای تر باشد، بمب خبر بزرگتری خواهید داشت و بیشتر شناخته می شوید.

3یادآوری

اینکه به مشتریان خود نشان دهید که هنوز هستید و اینکه خود را در بازار نیز نشان دهید، می تواند یادآور این باشد که بهتر و برتر از بقیه رقبا هستید.

4نقدینگی

قرعه کشی و اهدای جوایز، وسیله ای برای تامین نقدینگی برای شرکت ها و موسسات می باشد چون از این طریق مصرف کننده را ترغیب به افزایش خرید می کنند.

مزایای قرعه کشی و اهدای جوایز

1 کار اصلی قرعه کشی و اهدای جوایز، ایجاد پیام در ذهن مصرف کنندگان می باشد. شما هر چه پیام قوی تری در ذهن مصرف کننده ایجاد کنید خود را در دل مشتری بیشتر جا می کنید.

2 قرعه کشی و اهدای جوایز اگر بصورت صحیحی انجام شود می تواند در فروش هیجان ایجاد کند و هیجان ایجاد کردن یعنی احساسی کردن. افراد زمانی خرید می کنند که احساسی شوند. در قرعه کشی و اهدای جوایز، خبری از خرید کردن نیست زیرا خرید کردن قبلا انجام گرفته است. قرعه کشی و اهدای جوایز کمک می کند تا بعد از این رویداد، اقدام به خرید کردن افزایش یابد.

3 افزایش دیده شدن. هر چه قرعه کشی و اهدای جوایز در طول سال بیشتر باشد، میزان دیده شدن شما بیشتر می شود. این کار شما نوعی احترام قائل شدن برای مشتری است و آن ها این موضوع را در خرید حتما در نظر می گیرند.

ویژگی جوایز

ما در مقاله هدایای تبلیغاتی گفتیم که یک هدیه باید چه ویژگی هایی داشته باشد. آم هدیه در مقیاسی خیلی کوچکتز از جوایز اهدایی در قرعه کسی می باشد. معمولا جوایز اهدایی در قرعه کشی در دسته بندی های مختلفی وجود دارند. جایزه نفر اول از همه گرانقیمت تر است و این روند، رو به کاهش است. هر چه به دسته بندی های پایین تر می رویم، از ارزش جوایز کم می شود و در مقابل، به تعداد نفرات اضافه می شود.

حتما در نظر داشته باشید که جوایز اهدایی در قرعه کشی باید در سطح خیلی بالاتری نسبت به یک هدیه معمولی باشد به طوری که بتواند مصرف کننده را به هیجان بیندازد.

از گذشته، قرعه کشی و اهدای جوایز کاری رایج بوده است. اما اولین بار در سال 81، بانک ملت قرعه کشی در سطح کلان انجام داد. جایزه آن، یک دستگاه خودروی بنز بود که توانست در مدت کوتاهی، مبلغی میلیاردی به ذخیره پولی این بانک اضافه کند.

پاسخ به چند سوال

1 آیا قرعه کشی و اهدای جوایز می تواند باعث افزایش فروش شود؟

مطمئناً این کار منجر به افزایش فروش می شود. جوایز چیزی است که افراد را احساسی می کند پس به آن **شک نکنید**. قرعه کشی و اهدای جوایز، حتی اگر برای یک **برند** جدید باشد، مصرف کنندگان را می تواند ترغیب به، یکبار استفاده از یک محصول کند.

2 آیا کسانی که بواسطه قرعه کشی و اهدای جوایز برای اولین بار، محصولی را مصرف کرده اند، می توانند مشتری دائمی شوند؟

قطعاً خیر. ولی این کار می تواند روشی برای جذب مشتری باشد. معمولاً مصرف کنندگان از تنوع خوششان می آید پس از یک محصول جدید هم خوششان می آید، ولی قبل از آن باید در ذهنشان جایی داشته باشد. محصول خوب و تبلیغات خوب می تواند به این کار کمک کند.

3 چگونه بوسیله قرعه کشی با اهدای جوایز، مصرف کنندگان را وفادار کنیم؟

در فروش به مشتری، به عنوان یک فروشنده **نباشید**. یک مشاور باشید. مشتری باید حس اعتماد داشته باشد تا در خرید خیالش از همه نظر راحت باشد. این حس اعتماد باید در قرعه کشی با اهدای جوایز هم وجود داشته باشد.

نتیجه گیری

1 قرعه کشی و اهدای جوایز برای شرکت هایی که تازه وارد بازار شده اند و شرکت هایی که قصد دیده شدن در بازار دارند مناسب می باشد.

2 قرعه کشی و اهدای جوایز بوسیله ایده های خلاقانه می تواند اثرگذاری آن را چندین برابر کند.

3 قرعه کشی و اهدای جوایز، تنهای یکی از انواع بازاریابی می باشد. از روش های دیگر نیز استفاده کنیم. از جمله: بازاریابی با تلگرام، بازاریابی در اینستاگرام، بازاریابی پیامکی، بازاریابی با تلفن، بازاریابی حضوری، بازاریابی با ایمیل و...