



فروشندگان خاموش

مشتریان به شما احتیاج دارند

اولین و مهم‌ترین گام در جهت اجرای برنامه پیشبرد فروش، درک عمیق و پذیرش این واقعیت است که: مشتریان فعلی و بالقوه‌تان به شما نیاز دارند. هرگز احساس نکنید که با طراحی چنین برنامه‌ای به زندگی مشتریان آینده خود تعدی می‌کنید. برای لحظه‌ای چشمان خود را ببندید و دنیایی بدون تبلیغات را در نظر بگیرید. در چنین دنیایی چگونه می‌توان بهترین و مناسب‌ترین کالاها و خدمات را انتخاب کرد؟ چگونه می‌توان بهترین مکان را برای خرید شناسایی کرد؟

تبلیغات سیل عظیمی از اطلاعات و ایده‌ها را در جامعه جاری می‌سازد، اگرچه برخی از این اطلاعات و ایده‌ها ممکن است از سوی افراد به درستی درک نشود یا اهمیت و ارزش آن مورد توجه قرار نگیرد. همواره با این رویکرد به مشتریان بالقوه خود بنگرید که با فعالیت‌های خود به آن‌ها لطف می‌کنید و به یاری آن‌ها می‌شناابید. شما به راحتی کالاها و خدمات خود را به آن‌ها معرفی می‌کنید، به این ترتیب، در اثر تلاش‌های شما آن‌ها مجبور نیستند برای تهیه خواسته‌ها و تامین نیازهایشان به

زحمت بیفتند.

شما با استفاده از هدایای تبلیغاتی بر پایه چنین رویکردی به مشتریان بالقوه خود یادگیری‌های کاربردی را هدیه می‌دهید که می‌توانند با حفظ، نگهداری و استفاده مستمر از آن‌ها، کالاها و خدمات و نام و نشان تجاری شما را به یاد آورند. هیچ مشتری‌ای، آگهی چاپی یا نامه‌های تبلیغاتی شرکت‌ها را نزد خود نگه نمی‌دارد؛ اما ارائه یک تقویم که اطلاعات تماس با شما بر روی آن درج شده باشد می‌تواند در تمام طول سال، شما را در یک قدمی مشتریان نگه دارد. آیا نیاز به ذکر نمونه‌های بهتری هست؟ جاسوئیچی یکی از هدایایی است که می‌تواند به راحتی نام شما را در ذهن مشتریان حک کند.

حتی زمانی که مشتریان با اضطراب به دنبال خودکاری برای نوشتن اطلاعات مهم هستند و خودکار هدیه شده از طرف شما را در گوشه‌ای از کیف خود می‌یابند، شما نقش یک ناجی را بازی کرده‌اید و در عین حال اصلی‌ترین نکات را در مورد شرکت خود به آن‌ها ارائه کرده‌اید.

برای ارزش فعالیت تبلیغاتی، اغلب از معیاری تحت عنوان هزینه هر بار تاثیرگذاری بر مشتریان استفاده می‌شود؛ به عنوان مثال اگر آگهی تبلیغاتی خود را در روزنامه درج کنید، تعداد دفعات مشاهده آن روزنامه از سوی مخاطبان، تعداد دفعات تاثیرگذاری است که بابت آن بهایی را پرداخته‌اید؛ با وجود این اگرچه آگهی‌های تبلیغاتی در روزنامه‌ها اغلب در دسترس تعداد زیادی از مردم قرار می‌گیرد اما نمی‌تواند مانند هدایای تبلیغاتی به صورت مکرر برای مشتریان بالقوه شرکت اثرگذار باشد؛ بنابراین زمانی که صحبت از هزینه هر بار تاثیرگذاری بر مشتریان به میان می‌آید، می‌توان هدایای تبلیغاتی را به عنوان اثربخش‌ترین و عالی‌ترین ابزارها برشمرد.

روابط عمومی

انجمن روابط عمومی امریکا همواره بر این نکته تاکید دارد که شهرت و محبوبیت فعالیت‌های روابط عمومی، زمینه‌ساز فروش کالاها و خدمات شرکت‌ها است.

فعالیت‌های روابط عمومی در اصل با تقویت انگیزه‌های درون سازمانی، ایجاد روحیه تیمی در میان کارکنان و تقویت تعاملات مثبت میان نمایندگان سازمان و عموم جامعه، دستیابی به این هدف را امکان‌پذیر می‌سازد. سازمان‌ها می‌توانند با طراحی و اجرای برنامه‌های روابط عمومی، متمرکز بر جامعه درون سازمانی در بروز رفتارهای مثبت اثرگذار باشند و عملکردهای برتر کارکنان را مورد قدردانی قرار دهند، همچنین راه‌حلهایی را در زمینه مسائل و مشکلات مورد توجه جامعه معرفی کنند. فعالیت‌های مثبت روابط عمومی می‌تواند به اشکال و شیوه‌ها و مناسبت‌های مختلفی انجام گیرد:

حمایت از موسسات عام‌المنفعه و انگیزه‌های سیاسی و فرهنگی می‌تواند شهرت و اعتبار شرکت یا سازمان را در نگاه جامعه ارتقا دهد. حمایت از رویدادهایی نظیر سمینارهای علمی و مورد توجه جامعه، رویدادهای ورزشی و غیره نیز با استفاده مناسب از هدایای تبلیغاتی مثل دفترچه یادداشت، خودکار، پوشه و غیره (که البته نام و اطلاعات مربوط به شرکت روی آن‌ها درج شده باشد) می‌تواند اثربخشی این فعالیت‌ها را دو چندان سازد.

با بهره جستن از هدایای تبلیغاتی مورد نیاز مخاطبان، در فعالیت‌های روابط عمومی خود، اثربخشی آن‌ها را افزایش دهید.

برنامه بازاریابی شما

بسیاری از صاحبان کسب‌وکار، به اشتباه بر این باورند که تنها با درج آگهی تبلیغاتی خود در یک روزنامه یا با پخش یک پیام تبلیغاتی از طریق شبکه‌های رادیو یا تلویزیون، مشتریان به طور خودکار گروه گروه برای خرید کالا و خدمات آن‌ها مراجعه خواهند کرد. شاید این نکته تا حدودی صحیح باشد و برخی از افراد با شناخت محصول یا خدمت شما صرفاً از روی کنجکاوی تصمیم به امتحان کردن آن بگیرند؛ اما صدها یا هزاران نفر از مشتریان بالقوه، هرگز با این روش، اطلاعاتی در مورد محصول یا کسب‌وکار شما نخواهند یافت.

به همین دلیل طراحی یک برنامه یکپارچه بازاریابی به منظور حصول اطمینان از اثربخشی، جامعیت و کنترل هزینه‌ها ضروری است. به خاطر داشته باشید که هدف شما، تنها جذب و حفظ گروه ثابتی از مشتریان وفادار نیست بلکه باید درصد افزایش تعداد مشتریان خود از طریق شناسایی، جذب مشتریان جدید و بدین ترتیب کاهش مخاطره ناشی از تحولات در محیط بازار بر کسب‌وکار خود باشید.