



### ۳ روش ساخت پیشنهاد ویژه!

این مقاله درباره ۳ روش ساخت پیشنهاد ویژه است و توضیح دهد که چگونه می‌توانیم یک پیشنهاد ویژه طراحی کنیم و ۳ روش مشخص این کار را هم به شما می‌گوییم، تا بتوانید فروشتان را بلافاصله افزایش دهید.

یکی از کلیدی‌ترین جملات در بازاریابی این است که مردم بیشتر، پیشنهادها را می‌خرند تا محصولات را! یعنی به هیچ‌وجه کافی نیست که شما فقط در سایت‌تان، در رسانه‌های آفلاین‌تان یا در فروشگاه فیزیکی‌تان محصولاتی را داشته باشید و منتظر باشید که مردم بیایند و این محصولات را بخرند.

اغلب خریدها زمانی اتفاق می‌افتد که ما به خریداران احتمالی یک پیشنهاد ویژه توصیه می‌کنیم و به افراد می‌گوییم که اگر در این زمان مشخص یا اگر در این شرایط مشخص خریدتان را انجام دهید مزایای خاصی دریافت خواهید کرد.

## پیشنهاد ویژه

تعریف دقیق پیشنهاد ویژه این است: «پیشنهادی است که به خریداران احتمالی می‌دهیم که در آن پیشنهاد، یک مزیت بزرگ نهفته است و در کنار آن یک محدودیتی وجود دارد و این محدودیت می‌تواند این باشد که فقط اگر تا ۳ روز خرید کنید، این مزیت را می‌توانید دریافت کنید یا فقط ۵ نفر اولی که این خرید را انجام دهند می‌توانند از این مزیت خاص استفاده کنند».

بنابراین کل طراحی فروش ویژه به این برمی‌گردد که چگونه مزایایی را به مشتری ارائه کنیم که از دید مشتری خیلی بزرگ و ارزشمند باشد و حاضر باشد که خرید خود را انجام دهد.

یک تعریف دیگری از فروش ویژه می‌خواهم ارائه کنم؛ فروش ویژه یا پیشنهاد ویژه هر پیشنهادی است که مشتری احساس کند بازگشت سرمایه خیلی خوبی دارد. ما هر وقت بتوانیم به خریداران نشان دهیم که این خرید از ما بازگشت سرمایه بسیار خوبی دارد بدون اینکه زحمت زیادی بکشیم و بدون اینکه تبلیغات زیادی بکنیم، می‌توانیم این فروش را انجام دهیم.

## ۳ روش ساخت پیشنهاد ویژه

### ۱. لحاظ کردن تخفیف قابل توجه

اولین ایده این است که تخفیف قابل توجهی را روی محصولات خودمان لحاظ کنیم. این رایج‌ترین نوع پیشنهادهای ویژه‌ای است که همه کسب‌وکارها استفاده می‌کنند؛ مثلاً بگوییم که اگر تا سه‌شنبه ساعت ۸ شب این محصول را خرید کنید می‌توانید از ۳۰ درصد تخفیف بهره‌مند شوید.

مشکل این روش آن است که بسیاری از محصولات ما طوری است که آنقدر حاشیه سودشان زیاد نیست که بتوانیم مثلاً ۵۰ درصد تخفیف دهیم؛ فرض کنید شما تلویزیون می‌فروشید شاید نتوانید حتی ۱۰ درصد تخفیف دهید؛ پس یا از این راهکار

نمی‌توانید استفاده کنید و سراغ راهکارهای بعدی می‌روید یا راه دیگری نیز وجود دارد و آن هم اصطلاحاً باندل کردن است؛ یعنی این تلویزیون را همراه با یک میز تلویزیون، همراه با یک سیستم صوتی خانگی یا سینمای خانگی با هم می‌فروشیم و الان دستانمان بازتر است که تخفیف بدهیم.

## ۲. خرید بهترین هدیه با مبلغ تخفیف

دومین روش ساختن پیشنهاد ویژه این است که ما ببینیم چقدر می‌توانیم به خریدارمان تخفیف بدهیم و با آن مبلغی که می‌خواهیم تخفیف بدهیم بهترین هدیه یا جایزه ممکن را برای خریدار تهیه کنیم و در تبلیغ و پیام بازاریابی خودمان بگوییم که اگر این محصول را بخرید این هدیه را دریافت خواهید کرد.

فرض کنید ما محصولی می‌فروشیم که ۵۰۰ هزار تومان است و ما می‌توانیم ۲۰ درصد تخفیف بدهیم؛ یعنی می‌توانیم ۱۰۰ هزار تومان تخفیف دهیم. یک راه هوشمندانه این است که فکر کنیم با ۱۰۰ هزار تومان بهترین و جذاب‌ترین جایزه‌ای که می‌توانیم خودمان خریداری کنیم و همراه محصول به خریدار بدهیم چه چیزی است و همین کار را انجام دهیم که اغلب باعث حیرت خریداران می‌شود و خیلی ذوقزده می‌شوند و از پیشنهاد ویژه ما استقبال می‌کنند.

## ۳. خرید چند هدیه کوچک با مبلغ تخفیف

سومین روش ساختن پیشنهاد ویژه این است که مجدد ببینیم ما چقدر می‌توانیم تخفیف دهیم و مبلغ این تخفیف را به جای اینکه تبدیل کنیم به یک هدیه بزرگ تبدیل کنیم به چند هدیه کوچکی که همزمان به خریدار خودمان می‌دهیم.

این هم یک روش عالی است؛ چون برای بسیاری از خریداران تعداد هدایایی که دریافت می‌کنند مهم است و فقط کیفیت و بزرگی هدایایی که دریافت می‌کنند مهم نیست.

عده‌ای با این نوع پیشنهادهای جذب می‌شوند؛ پس اگر در مثال قبلی ما محصولمان ۵۰۰ هزار تومان است و می‌خواهیم ۲۰ درصد تخفیف دهیم می‌توانیم ۵ هدیه ۲۰ هزار تومانی بخریم که جمع آن ۱۰۰ هزار تومان می‌شود و آن را همراه محصول اصلی خودمان پیشنهاد کنیم.

آخرین نکته این است که ما می‌توانیم ترکیبی از این روش‌ها را استفاده کنیم مثلاً اگر می‌خواهیم ۲۰ درصد تخفیف دهیم، می‌توانیم ۱۰ درصد را به صورت تخفیف لحاظ کنیم و ۱۰ درصد باقیمانده را جایزه یا هدیه‌ای بخریم که به خریداران بدهیم.

مهارت شما به عنوان یک بازاریاب این است که هر روز بتوانید پیشنهادهای ویژه خوب طراحی کنید و این پیشنهادهای ویژه در حدی جذاب باشد که خریداران شما بلافاصله از آن استقبال کنند و محصولات شما را بخرند.

پس همیشه یادتان باشد که مردم پیشنهادهای را می‌خرند نه محصولات را!