



سیستم بازاریابی چیست؟

در این مقاله می‌خوانیم که سیستم بازاریابی چیست و چرا باید سیستم بازاریابی داشته باشیم؟

بسیاری از کسب‌وکارها در بخش بازاریابی‌شان مبتنی بر سیستم نیستند؛ منظور این است که کل عملیات بازاریابی که در ماه انجام می‌شود بستگی به تلاش مدیر آن مجموعه یا تعدادی از کارمندان و همکاران دارد.

اگر سیستم ما این‌گونه باشد درواقع می‌توان گفت اصلاً سیستمی نداریم و اتفاقی که می‌افتد این است که بازاریابی ما کاملاً به حال مدیر و تیم وابسته می‌شود؛ اگر حال تیم خوب نباشد احتمالاً عملیات بازاریابی کاهش پیدا می‌کند یا اگر اتفاقی بیفتد که شرکت برای چند روز تعطیل باشد عملیات بازاریابی متوقف می‌شود، اگر کارمندان چیزی را فراموش کنند مجدد بازاریابی با مشکل مواجه می‌شود.

برای اینکه تمام این مشکلات را حل کنیم تنها راه‌حلش این است که مدیر مجموعه وقت اختصاص دهد و سیستم‌های بازاریابی طراحی کند.

سیستم‌های بازاریابی فرآیندهایی هستند که قدم به قدم باعث می‌شوند فردی جدید بیايد با کسب‌وکار ما کمی آشنا شود، علاقه‌مند شود و در نهایت محصولی را خریداری کند. نکته کلیدی سیستم‌های بازاریابی این است که مبتنی بر فرد نیست؛ بلکه فرآیندهایی است که اگر کل شرکت تعطیل باشد این فرآیندها به صورت برنامه‌ریزی شده و خودکار اتفاق می‌افتد و پیش می‌رود.

مثالی از سیستم بازاریابی در دیجیتال مارکتینگ

فرض کنیم شما محصول خاصی می‌فروشید؛ مثلاً ساعت هوشمند می‌فروشید. یک صفحه‌ای در سایت‌تان درست می‌کنید و خیلی مفصل در مورد ساعت‌های هوشمند، معیارهای خرید، معیارهای انتخاب، مقایسه برندها، قیمت و موارد دیگر را توضیح می‌دهید. که کل این موارد در یک صفحه قرار می‌گیرد و روی سئو این صفحه به اندازه کافی کار می‌کنید. اولین قدم فرآیند سیستم بازاریابی طراحی شد سپس وقتی روی سئو کار کردیم هر روز حتی اگر هیچ‌کدام از اعضای شرکت کاری انجام ندهند افرادی از گوگل جستجو می‌کنند وارد این صفحه می‌شوند. اکنون قدم‌های بعدی این سیستم را هم باید طراحی کنیم؛ یعنی اگر کسی به آن صفحه آمد و مطالب را خواند و خواست خارج شود گام دوم چیست؟

می‌توانیم با یک Popup یا هر روش دیگری از مخاطب بخواهیم اطلاعات تماس خود را بدهد که مثلاً یک ویدیوی ۵ دقیقه‌ای مقایسه ساعت‌های هوشمند برایش ارسال شود و اگر این قدم هم با موفقیت پیش رفت، ایمیل‌های خودکاری ارسال می‌شود و از شخص می‌خواهد کوپن تخفیفی که برایش ارسال شده است را در سایت وارد کند و خرید خود را انجام دهد.

بنابراین یک سیستم ساده بازاریابی ساخته‌ایم که مبنای جذب مخاطب را سئو گذاشته‌ایم؛ یعنی افراد از جستجوی گوگل به سایت ما می‌آیند، برای قدم بعدی که فعال‌سازی یا Activation است از افراد خواستیم که ایمیل یا موبایل خود را بدهند که یک ویدیو رایگان مقایسه محصول دانلود کنند، در قدم بعدی که پول‌سازی است

به افراد پیشنهاد می‌دهیم که یک کوپن تخفیفی است که تا ۷ روز معتبر است و بیاید از آن استفاده کنید و وقتی که خرید انجام شد می‌توانیم یک قدم چهارمی اضافه کنیم به نام «حفظ»، که در آن قدم از افراد بخواهیم بیشتر خریداری کنند یا لوازم جانبی آن ساعت را بخرند یا حداقل بعدها مجدداً از خودمان خرید کنند.

این یک مثال ساده از یک سیستم بازاریابی بود، قدرت یک کسب‌وکار به طراحی و اجرای سیستم‌های بازاریابی وابسته است.

اگر شما بازاریابی کسب‌وکار یا شرکتتان کاملاً مبتنی بر افراد است مطمئن باشید در طول سال اغلب افت خواهید کرد چون ما همیشه حالمان خوب نیست و همیشه تیم ما در بهترین شرایط نیست که بتواند بهترین اقدام‌ها را انجام دهد.

بنابراین اگر واقعاً به فکر رشد درازمدت کسب‌وکار خودتان هستید از همین امروز شروع کنید و با طراحی سیستم‌های ساده بازاریابی و بعد به تدریج با تکمیل کردن و پیچیده‌تر کردن آن، کاری کنید که اگر کسب‌وکارتان حتی برای ۶ ماه تعطیل بود به‌صورت منظم افرادی جذب شوند، فعال شوند، خرید کنند و این فرآیند تا پایان به‌صورت خودکار پیش برود.

پس از امروز روی طراحی و ساخت سیستم‌های بازاریابی وقت و انرژی بیشتری اختصاص دهید.