



از هدایای تبلیغاتی استفاده کنید

به علت پیچیدگی‌های مفهوم تبلیغات، شرکت‌های بسیاری از آن به‌عنوان اصلی‌ترین روش اطلاع‌رسانی به جامعه در مورد محصولات یا خدمات خود استفاده می‌کنند، تا سطح توجه و علاقه‌ی مردم را به آن افزایش دهند و در نهایت میزان فروش را بالا ببرند.

اگرچه تبلیغات برای کسب‌وکارها، یک ضرورت نیست؛ اما بسیاری از شرکت‌ها به آن روی می‌آورند به همین دلیل، شما باید مکان، حجم و سطح تبلیغات خود را برنامه‌ریزی کنید و راهکارهایی برای آن در برنامه‌ی بازاریابی خود مشخص نمایید.

اصول تبلیغات

در هر کسب‌وکاری که فعالیت می‌کنید، درک قوانین تبلیغات برای شما سودآور است. اگر شرکت شما به طراحی و توسعه‌ی برنامه تبلیغاتی خود می‌پردازد یا از مشاوران خارجی در این امر استفاده می‌کند، توجه به اصول ذیل در هر صورت ضروری است.

از یک پیام استفاده کنید: آن دسته از آگهی‌های تبلیغاتی که بالاترین تاثیر گذاری را بر مخاطبان دارند، اغلب یک پیام واحد و مشخص را انتخاب می‌کنند و انتقال می‌دهند؛ تبلیغات شما باید به‌گونه‌ای باشد که بتواند این پیام اصلی را به‌سرعت و در مدتی کمتر از ۳ ثانیه به مخاطبان برساند.

اعتبار آگهی تبلیغات: بی‌اعتمادی به پیام‌های تبلیغاتی ریشه در ماهیت تفکرات بشری دارد. به همین دلیل، ادعاهای شما باید واقعی و معتبر باشد. روی اچ. ویلیامز معتقد است: هر ادعایی که در پیام‌های تبلیغاتی خود بر آن تکیه می‌کنید و مشتری شما به صحت آن اعتقادی نداشته باشد، تنها دور ریختن پول شما است. اگر بتوانید در تهیه‌ی پیام تبلیغاتی خود از بیانات و رضایت مشتریان از محصولات استفاده کنید، اعتبار فعالیت تبلیغاتی شما افزایش می‌یابد.

ابتدا همه چیز را بیازمایید: آزمودن پیام‌های تبلیغاتی می‌تواند در نهایت ساده‌گی، با پرسش از مشتریان در خصوص نظرات و دیدگاه‌های آن‌ها نسبت به یک آگهی تبلیغاتی و تصویر ذهنی آن‌ها از کسب‌وکار انجام شود و نیازی به هزینه‌های کلان برای حصول اطمینان از کیفیت پیام تبلیغاتی نیست.

تماس مشتریان با شرکت را آسان کنید: هر بروشور، ایمیل، نامه و حتی واژگان و ادبیات به‌کاررفته از سوی شرکت شما (در قالب سربرگ، کارت، صورت‌حساب و غیره) باید پر از اطلاعات تماس مشتریان (شماره تلفن، فکس، ایمیل، نشانی شرکت و غیره) با شما باشد. اگر از اشعار تبلیغاتی برای معرفی شرکت خود استفاده می‌کنید آن را در تمامی ابزارهای ارتباطی مشتریان با خود درج کنید.

حس کنجاوی مشتریان را تحریک کنید: امروزه موفق‌ترین تبلیغات آن‌هایی هستند که حس کنجاوی مشتریان را تحریک می‌کنند و آن‌ها را برای برقراری تماس به‌منظور کسب اطلاعات و ارتباط با شرکت ترغیب می‌سازند.

ساده‌ترین تعریف این است که: تبلیغات به معنای درج و نصب اطلاعات (شرکت یا محصول آن) در ازای پرداخت مبلغ معینی، با هدف تاثیر گذاری بر رفتار خرید مصرف‌کنندگان، با ارائه‌ی پیام ترغیب‌کننده برای فروش محصول یا ارائه‌ی خدمتی

است.

قبل از طراحی یک مبارزه تبلیغاتی، مهم‌ترین امر درک مزیت‌ها و محدودیت‌های این شیوه‌ی بازاریابی است.

تبلیغات می‌تواند:

۱. به مشتریان فعلی و بالقوه، کاربردها و منافع محصول یا خدمات را یادآوری کند.
۲. شهرت و اعتبار شما را ارتقا دهد.
۳. مشتریان فعلی شما را برای خرید بیشتر از محصولات و خدمات شما ترغیب کند.
۴. هویت منحصر به فرد شما را تثبیت کند و پایدار سازد.

با وجود این تبلیغات نمی‌تواند:

۱. موج عظیمی از مشتریان را یک‌باره برای کسب‌وکار شما خلق کند.
۲. مشکلاتی همچون نقدینگی یا سودآوری شما را حل کند.
۳. کالاها یا خدمات کم‌ارزش را به فروش رساند.
۴. به ناگهان سطح فروش شرکت شما را با رشد شدیدی روبه‌رو کند.

افزایش اثربخشی تبلیغات با استفاده از هدایای تبلیغاتی

هدایای تبلیغاتی، مکمل و تسهیلگر در اجرای هر مبارزه‌ی تبلیغاتی هستند. بسیاری از شرکت‌ها با ارائه هدایایی کاربردی، مطلوب و اثرگذار بر مشتریان بالقوه این نقش را به بهترین شکل اجرا می‌کنند. از آنجاکه این کالاها، هر روز شما را به مشتریانان یادآوری می‌کنند، بسیار باارزش هستند.

هدایای تبلیغاتی می‌توانند در جهت ارتقای میزان پاسخگویی مشتریان به پیام‌های تبلیغاتی نقش مهمی داشته باشند. استفاده از مشوق‌های تبلیغاتی و هدایای ارزشمند می‌تواند مشتریانی را که با پیام شما، از طریق رادیو، تلویزیون، اینترنت و یا روزنامه‌ها آشنا شدند به شما نزدیک‌تر و آن‌ها را برای برقراری تعامل ترغیب کند.

یکی از رفتارهای طبیعی انسان تصمیم‌گیری برای خریدهای لحظه‌ای در واکنش به گزینه‌های ارزشمند و به‌صرفه است. فروشندگان باتجربه، می‌دانند که بیشتر خریدهای مشتریان تحت تاثیر هیجانات و احساسات آن‌ها شکل می‌گیرد و منطق، نقش کمتری در خریدار دارد. اگر شما بتوانید توجه مشتریان بالقوه را جلب کنید و به علایق و خواسته‌های آن‌ها پاسخ دهید، قادر خواهید بود به‌سرعت بر تصمیم‌گیری‌های خرید آن‌ها تاثیر گذار باشید.

استفاده از هدایای تبلیغاتی به‌عنوان مکمل سایر فعالیت‌های تبلیغاتی، شما را در دستیابی به این قابلیت یاری می‌کند.

["message_box text_color="light]

منبع: کتاب «فروشندگان خاموش»

نویسنده: مایک کارسون

ناشر: سیته

ترجمه: عطیه بطحایی

[message_box/]