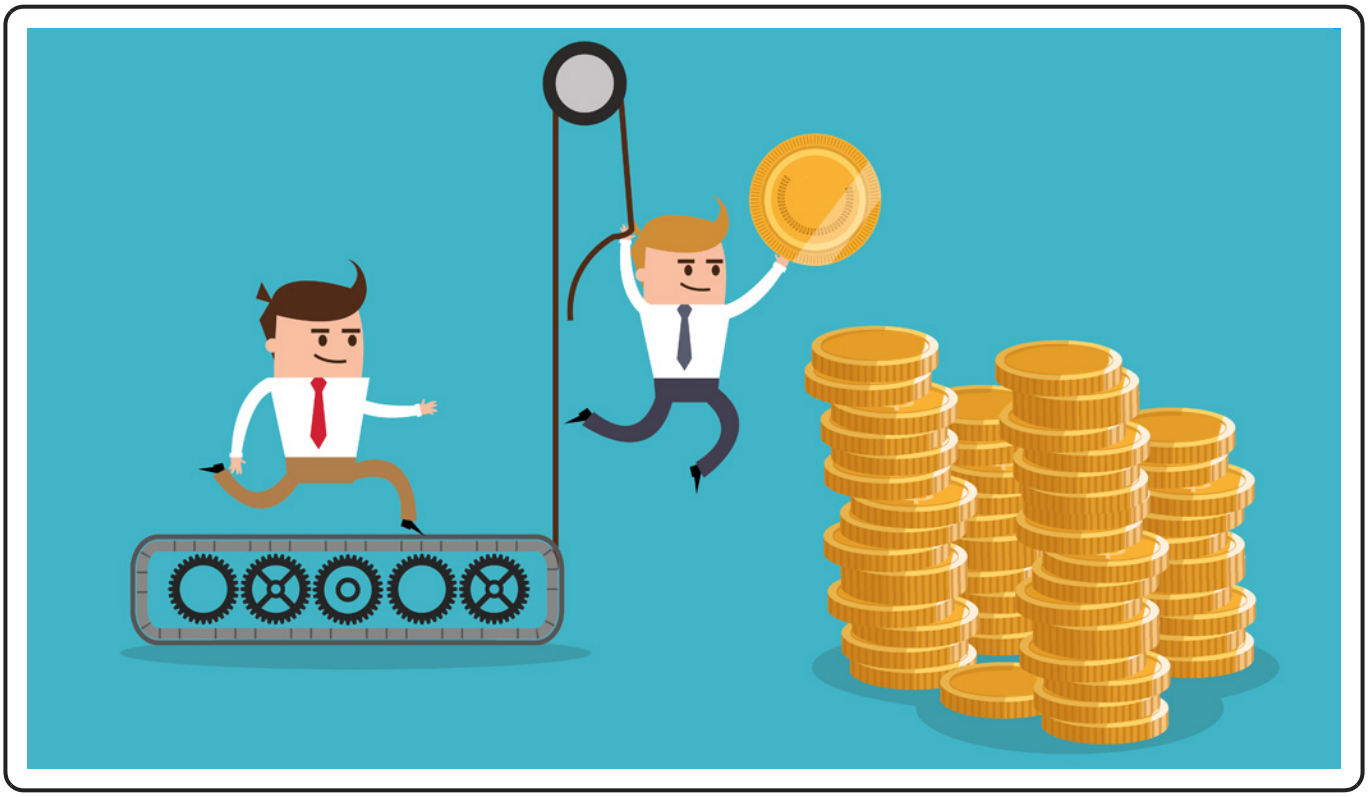

۱۰۰ ایده بازاریابی برای تجارت سودآور

ایده‌های کلی

۱. نگذارید روزتان بدون پرداختن به حداقل یک فعالیت بازاریابی شب شود.

۲. درصدی از درآمد ناخالص خود را به عنوان بودجه سالیانه بازاریابی تعیین کنید.

۳. هرسال اهداف خاص بازاریابی را تعیین و هر سه ماه یک‌بار آن‌ها را ارزیابی و تنظیم نمایید.

۴. یک پوشه برای نگهداری ایده‌های بازاریابی اختصاص دهید.

۵. هر روز و هر ساعت کارت ویزیت را همراهتان داشته باشید.

۶. یک سنجاق‌سینه شخصی با آرم شرکت‌تان طراحی کنید و در جلسات به کت خود بزنید.

بازار هدف

۷. نسبت به تحولاتی که شاید روی بازار هدف، محصول یا استراتژی بازاریابی شما تاثیر بگذارد، هوشیار باشید.

۸. مطالعات تحقیق بازاریابی درباره حرفه، صنعت، محصول و گروه‌های بازار هدف خود را بخوانید.

۹. آگهی‌های رقبای خود را گردآوری کنید و با مطالعه آن‌ها، اطلاعاتی درباره استراتژی، ویژگی‌ها و مزایای محصولات آن‌ها به دست آورید.

۱۰. از مشتریان بپرسید چرا شما را انتخاب کردند و خواستار توصیه‌هایی برای بهبود کیفیت شوید.

۱۱. از مشتریان سابق بپرسید چرا شما را رها کردند.

۱۲. بازار جدیدی شناسایی کنید.

۱۳. به یک فهرست پستی مربوط به حرفه‌تان بپیوندید.

توسعه محصول

۱۴. یک خدمت، تکنیک یا محصول جدید ارائه دهید.

۱۵. نسخه‌ای ساده‌تر، ارزان‌تر یا کوچک‌تر از محصول یا خدمت خود پدید آورید.

۱۶. نسخه‌ای شکیل‌تر، گران‌تر، سریع‌تر یا بزرگ‌تر از محصول یا خدمت خود ارائه دهید.

۱۷. خدمات خود را به‌روزرسانی کنید.

آموزش، منابع و اطلاعات

۱۸. یک تیم مشاوره در زمینه بازاریابی و روابط عمومی مرکب از همکاران و صاحبان کسب‌وکارهای مشابه را گرد هم آورید و به تبادل اندیشه و مسائل صنفی بپردازید.

۱۹. برای کارکنان خود یک صندوق پیشنهادات بگذارید.

۲۰. در سمینارهای بازاریابی حضور یابید.

۲۱. کتاب‌های بازاریابی را بخوانید.

۲۲. مشترک نشریات مکتوب و اینترنتی بازاریابی شوید.

۲۳. هر ماه یک جلسه بازاریابی با کارکنان یا مباشران خود بگذارید تا درباره استراتژی و وضعیت بازار بحث کنید و ایده‌های تازه بگیرید.

۲۴. به انجمن یا سازمان‌های مرتبط با حرفه‌تان ملحق شوید.

۲۵. یک پوشه را برای یافتن طراح، نویسنده و سایر حرفه‌ای‌های بازاریابی کنار بگذارید.

۲۶. یک مشاور بازاریابی جهت هم‌فکری استخدام کنید.

۲۷. «سفری خلاق» به شهر یا کشوری مترقی داشته باشید تا تکنیک‌های بازاریابی آنجا را یاد بگیرید.

قیمت‌گذاری و پرداخت

۲۸. ساختار قیمت‌گذاری‌تان را تجزیه‌وتحلیل کنید و ببینید کجای آن نیاز به اصلاح و تنظیم دارد.

۲۹. به مشتریان امکان دهید با کارت اعتباری پرداخت کنند.

۳۰. به مشتریان ثابت، تخفیف دهید.

۳۱. شگردهای معامله پایاپای را بیاموزید. به اعضای برخی باشگاه‌ها، گروه‌های حرفه‌ای و سازمان‌ها در مقابل تبلیغ محصولات و خدمات شما در نشریاتشان تخفیف بدهید.

۳۲. برای «پرداخت‌های سریع» و نقد، تخفیف قائل شوید و از مشتریان ثابت به صورت قسطی پول بگیرید.

ارتباطات بازاریابی

۳۳. برای مشتریان کنونی و بالقوه‌تان یک خبرنامه منتشر کنید.

۳۴. بروشوری از محصولات و خدمات‌تان را چاپ کنید.

۳۵. همراه بروشورهای خود یک برگه نظرسنجی بگنجانید که پول تمبرش را شما پرداخته‌اید. بدین ترتیب می‌توانید بازخورد ارزشمندی از مشتریان دریافت کنید.

۳۶. یادتان باشد کارت ویزیت درون جعبه کارایی ندارد، حتما آن را پخش کنید. به هر مشتری بالقوه دو کارت ویزیت و بروشور بدهید تا یکی را نگه دارد و دیگری را به دوستانش بدهد.

۳۷. برای هرکدام از بخش‌های بازار هدفتان یک کارت ویزیت و بروشور خاص طراحی کنید، (مثلا یکی برای سازمان‌ها و نهادهای دولتی و یکی برای کاسب‌کارها و مصرف‌کنندگان)

۳۸. یک پوستر یا تقویم با آرم شرکت‌تان چاپ کنید و به مشتریان هدیه بدهید.

۳۹. روی سربرگ، برگه‌های فکس یا صورت‌حساب، شعار یا جمله‌ای در وصف فعالیت خود به چاپ برسانید.

۴۰. در بروشورهای خود نظرات مثبت مشتریان درباره کالا و خدمات خود را به چاپ برسانید.

۴۱. یک فهرست پستی جدید را امتحان کنید. اگر به ثمر ننشست، آن را به فهرست‌های کنونی پست مستقیم خود بیفزایید یا به فکر کنار گذاشتن فهرستی بیافتید که توقعات شما را برآورده نمی‌کند.

۴۲. برای بازاریابی به شیوه پست مستقیم از پاکت‌های رنگی یا بزرگ استفاده کنید یا نامه‌هایی را روی کاغذ سفید بدون خط بفرستید تا کنجکاوی گیرنده را برانگیزد.

رابطه با رسانه‌ها

۴۳. از انتشار نشریات جدید متوجه شوید تا اخبار خود را به رسانه و فرد مناسب بفرستید.

۴۴. در روزنامه‌های عادی یا اقتصادی و نشریات تخصصی مطلب بنویسید.

۴۵. مقاله‌ای به قلم خود چاپ کنید و نسخه‌های آن را برای همکارانتان بفرستید.

۴۶. در تنظیم اخبار فعالیت شرکت خود کوشا باشید و آن‌ها را به موقع و چندین بار برای مطبوعات ارسال کنید.

۴۷. یک‌صدمین، پانصدمین یا یک‌صد هزارمین مشتری خود را در مطبوعات معرفی کنید.

۴۸. یک جایزه سالیانه به راه اندازید و آن را در بوق و کرنا کنید. مثلا می‌توانید به بهترین کارمند سال شرکت یا سازمان خود جایزه بدهید.

۴۹. در زمینه رسانه و روابط عمومی آموزش ببینید یا مطالبی درباره آن بخوانید.

۵۰. در برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی حضور یابید.

۵۱. در مورد صنعت یا تخصص خود سفارش یک برنامه تلویزیونی بدهید و آن را به شبکه محلی خود بدهید تا به عنوان یک برنامه عادی پخش کند.

۵۲. نامه‌ای به سردبیر روزنامه یا مجله محلی‌تان بنویسید و او را به ناهار دعوت

کنید.

۵۳. اخبار خود را همراه عکس مربوطه به مطبوعات بفرستید.

۵۴. مرتبا روزنامه‌ها و مجلات را برای یافتن فرصت‌های روابط عمومی بخوانید.

۵۵. برای مطبوعات مقالات «راهنما» درباره حوزه تخصصی کسب‌وکارتان بفرستید.

۵۶. در صنعت خود تحقیق کنید و پس از کشف یافته‌ای مهم، آن را در اختیار مطبوعات بگذارید.

خدمات مشتری و رابطه با مشتری

۵۷. از مشتریانتان بخواهید که بازگردند.

۵۸. تماس‌های تلفنی مشتریان را بدون فوت وقت پاسخ دهید.

۵۹. روی دستگاه پیام‌گیر تلفن، اطلاعات مهم مانند ساعات کار شرکت، مکان و فرد پاسخگو را ضبط کنید.

۶۰. روی دستگاه پیام‌گیر تلفن، پیامی به‌یادماندنی یا «نکته روز» را ضبط نمایید.

۶۱. برای مشتریانتان نمایش یا هر رویداد جالب دیگر را سازمان‌دهی کنید یا بلیت تئاتر و سینما و... برایشان بفرستید.

۶۲. در دفترتان با حضور مشتریان یک سمینار برگزار کنید.

۶۳. تشکرنامه‌های دست‌نویس خوش‌خط برای مشتریان بفرستید. می‌توانید برای جشن تولدشان یا سایر مناسبت‌های سال، کارت تبریک ارسال کنید.

۶۴. مقالات جالب را کپی کنید و همراه کارت ویزیت و بروشورتان برای مشتریان کنونی یا بالقوه بفرستید.

۶۵. بخشی از وب‌سایت خود را به مشتریان اختصاص دهید.

۶۶. هرازگاهی دکور محل ملاقات خود با مشتریان را از نو طراحی کنید.

شبکه رابط‌ها و تبلیغ دهان‌به‌دهان

۶۷. به یک اتاق بازرگانی یا سایر سازمان‌های مرتبط بپیوندید.

۶۸. بروشور خود را برای اعضای سازمان‌هایی که عضویتشان را دارید، بفرستید.

۶۹. در ایام تعطیل، میهمانی تجاری بگیرید.

۷۰. پس از شرکت در یک همایش، برای شرکت‌کنندگان آن نامه بفرستید.

تبلیغات

۷۱. در فصل‌های اوج فعالیت تجاری برای کسب‌وکارتان تبلیغ کنید.

۷۲. یک شماره تلفن راحت و به یادماندنی بگیرید.

۷۳. برای سایت اینترنتی خود، آدرس به یادماندنی انتخاب کنید و آن را در کلیه ارتباطات بازرگانی قید نمایید.

۷۴. از طریق پست مستقیم، کسب‌وکار خود را مشترکا با سایر حرفه‌ای‌ها تبلیغ کنید.

۷۵. در یک دایرکتوری ویژه یا کتاب زرد تبلیغ نمایید.

۷۶. به منظور دستیابی به بازارهای خارجی، آگهی دو یا چند زبانه چاپ کنید. این آگهی را در نشریه‌ای پرمخاطب قرار دهید.

۷۷. به مشتریان خود هدایای تبلیغاتی نظیر خودکار، پد ماوس یا ماگ بدهید.

۷۸. درون پاکت‌نامه یا مرسولات پستی، چیزی برجسته بگذارید تا کنجکاوی گیرنده تحریک شود.

۷۹. مقابل پیاده‌رو دفترتان به کمک لیزر یک پیام تبلیغاتی بتابانید.

۸۰. برچسب‌های جالبی برای نصب روی شیشه اتومبیل طراحی و بین مشتریان توزیع کنید.

۸۱. آگهی‌های خود را کدگذاری و نتایجشان را دنبال کنید.

۸۲. تابلو ساختمانتان و تابلوهای راهنمای داخلی و خارجی آن را بهبود ببخشید.

۸۳. اگر فکر می‌کنید آرم شرکت شما منسوخ شده است، آن را از نو رنگ‌آمیزی کنید.

۸۴. حامی مالی یک مسابقه ورزشی یا برنامه رادیویی و تلویزیونی شوید.

رویدادهای ویژه

۸۵. در نمایشگاه‌های مربوط به حرفه‌تان، حتما یک غرفه بگیرید.

۸۶. همراه سازمان‌های غیرانتفاعی، مانند موسسات حمایت از کودکان معلول، اسپانسر یک برنامه یا ضیافت شوید.

۸۷. در دبیرستان‌ها سخنرانی کنید و به دانشجویان درباره حرفه آینده‌شان توصیه کنید.

۸۸. خیابانی در منطقه جغرافیایی‌تان انتخاب و اعلام کنید که نظافت آن را سازمان یا شرکت شما بر عهده می‌گیرد. رهگذران با دیدن نام و آرم شما، متوجه اقدام پسندیده‌تان خواهند شد.

۸۹. بخشی از وقت و پول خود را به سازمان‌های خیریه یا غیرانتفاعی اختصاص دهید و نتایج آن را در مطبوعات به چاپ برسانید.

۹۰. یک سی‌دی یا فیلم آموزشی درباره خدمات خود تهیه کنید.

۹۱. کتاب تالیف کنید.

ایده‌های فروش

۹۲. روزنامه‌ها و نشریات تخصصی را برای به دست آوردن فرصت‌های تازه تجاری و آگاهی یافتن از عزل و نصب‌های شرکت‌ها بخوانید.

۹۳. شعارها و استراتژی‌های بازاریابی‌تان را به اطلاع وکیل، حسابدار، بانکدار، تعمیرکار و کانون تبلیغاتی‌تان برسانید و بدین ترتیب نیروی فروش خود را به رایگان گسترش دهید.

۹۴. ساعات فعالیت خود را افزایش دهید.

۹۵. حتی در ایام تعطیل گروهی را جهت ارائه خدمات به مشتریان اختصاص دهید.

۹۶. نمونه‌های محصولات خود را در دفترتان به نمایش بگذارید.

۹۷. به مشتریان سابق تلفن بزنید یا برایشان نامه بفرستید تا آن‌ها را دوباره جذب کنید.

۹۸. از طریق اینترنت سفارش بگیرید.

۹۹. به مشتریان اینترنتی خود اطمینان دهید که سیستم امنیتی سایت شما قابل‌اعتماد است.

۱۰۰. از زمان پاسخگویی به سفارش‌ها بکاهید و روند سفارش مجدد را تسهیل کنید.