



تبلیغات مستقیم در کسب و کارهای کوچک

تبلیغ مستقیم محتوایی است که مخاطب را ترغیب به اقدام می‌کند. شما باید محتوایی طراحی و درست کنید که می‌تواند متن، عکس، فیلم و... باشد. هدف این است که مخاطبان شما «اقدام» کنند.

منظور از اقدام این است که مخاطب می‌تواند با شما تماس بگیرد و سوالات بیشتری را از شما بپرسد، اقدام می‌تواند سفارش آن محصول یا خدمت باشد یا می‌تواند این باشد که شخص به وبسایت شما بیاید و ایمیل خود را به شما بدهد.

بنابراین این شما هستید که تصمیم می‌گیرید، مخاطب دقیقا چه نوع اقدامی انجام دهد و متناسب با آن اقدام محتوایی را طراحی می‌کنید تا به هدف خود برسید.

اغلب تبلیغاتی که در مجلات و روزنامه‌ها می‌بینید به هیچ وجه تبلیغ مستقیم نیست؛ یعنی مخاطب را به هیچ اقدامی دعوت نمی‌کند و این یکی از بزرگ‌ترین اشتباهات صاحبان کسب و کار و مدیران است که در آن تبلیغ از مخاطبشان هیچ چیزی نمی‌خواهند. اگر چیزی از مخاطب نخواهید پس تبلیغ مستقیم انجام نمی‌دهید و

نمی‌توانید توقع بازگشت سرمایه مثبت داشته باشید.

چرا تبلیغ مستقیم؟

سه دلیل مهم وجود دارد که به‌عنوان یک کسب‌وکار کوچک بهتر است به سراغ تبلیغات مستقیم بروید.

۱. باعث اقدام سریع

به‌عنوان یک کارآفرین یا صاحب کسب‌وکار کوچک احتمالاً آن‌قدر بودجه ندارید که الان سرمایه‌گذاری کنید و ۱۰ سال بعد این سرمایه‌گذاری نتیجه بدهد.

اغلب افراد توقع دارند اگر امروز تبلیغی انجام می‌دهند تا یک ماه پول تبلیغ برگردد تا بتوانند با همان بازگشت پول، تبلیغات دیگری را انجام دهند. تبلیغات مستقیم تبلیغاتی است که خیلی سریع سرمایه را برمی‌گرداند و می‌توانید از این فرصت به‌خوبی استفاده کنید.

۲. قابلیت سنجش

اگر می‌خواهید کسب‌وکارتان یک روند صعودی با شیب بسیار تند به خودش بگیرد و هر روز رشد کند، شما باید وسواس بسیار زیادی روی اعداد کسب‌وکارتان داشته باشید. تمام مدیران موفق هر روز معیارها یا عددهایی را بررسی می‌کنند، می‌سنجند و سعی می‌کنند آن اعداد را تغییر دهند؛ مثلاً اگر یک کسب‌وکار کوچک دارید حتماً مهم است که بدانید در روز چند تماس تلفنی ورودی دارید؛ یعنی در روز چند نفر با شما تماس می‌گیرند و درخواست محصولی را می‌کنند صرف‌نظر از اینکه آن تماس منجر به فروش شود یا خیر؟

شاید یک معیار یا عدد مهم دیگر تعداد فروش‌های روزانه است. اگر این دو عدد را به دست بیاورید، می‌توانید این موضوع را بسنجید که چند درصد افرادی که تماس می‌گیرند تبدیل به خریدار می‌شوند و وقتی این اعداد جلوی چشمتان باشد هدف بعدی می‌تواند این باشد که چطور این درصد را افزایش دهید.

پس تا اینجا متوجه شدید که اعداد و ارقام در کسب و کار بسیار مهم است. خبر خوب این است که در تبلیغات مستقیم شما همیشه می‌توانید دقیقاً بسنجید که بازدهی تبلیغات شما چقدر و چطور بوده است؟

مسئله در تبلیغات برندسازی این کار امکان‌پذیر نیست. فرض کنید شما یک بیلبوردی را در یک جای شهر نصب کرده‌اید و افراد زیادی در روز آن را می‌بینند، دقیقاً نمی‌توانید بررسی کنید و متوجه شوید که چند نفر از خریداران شما نتیجه این بیلبورد هستند. به عبارت دیگر نمی‌توانید تشخیص دهید اثربخشی این بیلبورد بر افزایش فروش شما دقیقاً چقدر است، ولی در تبلیغات مستقیم همیشه این امکان وجود دارد.

۳. بازگشت سرمایه بالا

باید به تبلیغات مستقیم به دید یک سرمایه‌گذاری زود بازده نگاه کنید. شما اغلب می‌توانید پولی را صرف تبلیغ کنید ولی در کمتر از یک ماه کل پولتان برگردد و در کنار آن یک سود قابل توجهی نصیب کسب و کار شما شود.