



ده توصیه بازاریابی برای کسب‌وکارهای کوچک

کسب‌وکارهای کوچک به دلیل محدودیت‌هایی که در بودجه خود دارند، امکان استفاده از روش‌های بازاریابی پرهزینه را ندارند؛ بنابراین استفاده از روش‌های کم‌هزینه می‌تواند بسیار مفید باشد. در این مقاله سعی شده است که تعدادی از این روش‌ها به صورت مختصر معرفی شوند.

۱. بهترین آگهی‌های خود را به صورت کارت چاپ کنید و برای مشتریان خود در بازار هدف خود ارسال کنید

مشتریان کارت‌هایی را می‌خوانند که کوتاه و خلاصه باشد. یک آگهی کوچک روی یک کارت پستال می‌تواند مشتریان زیادی را به سمت محصول شما جلب کند و این خود می‌تواند باعث افزایش فروش شما شود. هزینه این کار معمولاً زیاد نیست.

۲. یک روش بازاریابی معمولاً برای همیشه برای همه کسب‌وکارها موفق نیست، بنابراین روش‌های بازاریابی خود را مرتب عوض کنید و در استفاده از این روش‌ها خلاق باشید

اگر متن آگهی شما عوض نشود، مشتریان شما خسته می‌شوند، البته خود شما هم از این تکرار خسته خواهید شد. بازاریابی می‌تواند مفرح باشد بنابراین از مزیت‌های استفاده از روش‌های متنوع بازاریابی برای برقراری ارتباط با مشتریان با ارزش خود استفاده کنید؛ اما در انتخاب روش‌های بازاریابی خود دقت کنید. همیشه برای یک بازاریابی موفق باید بر اساس یک طرح بازاریابی عمل کرد. سعی کنید در طرح بازاریابی خود از روش‌های متنوع استفاده کنید. همیشه نظر مشتریان خود را در مورد روش‌های به کار برده شده جویا شوید. این نظریات می‌توانند موفقیت طرح بازاریابی شما را تضمین کند.

۳. کمک به مشتریان برای یافتن محصولات و خدمات مناسب

اگر می‌خواهید برای مشتری خود بروشور معرفی محصولات را بفرستید، می‌توانید بروشور یا کارت محصول یا خدماتی را که فکر می‌کنید برای مشتری شما مفید است را هم بفرستید. این کار می‌تواند به مشتری شما در یافتن محصولات مناسب کمک زیادی بکند و مشتری شما را راضی نگه دارد. اگر نگران فروش محصول خود هستید می‌توانید قبل از این کار با تولیدکننده آن محصول هماهنگی کنید و از این فرصت استفاده کنید؛ مثلاً درصدی از فروش را برای خود در نظر بگیرید یا اینکه تخفیف خاصی را برای مشتری خود از فروشنده بگیرید.

۴. جواب تلفن‌های خود را متفاوت بدهید

سعی کنید که سفارش‌های خاصی را در هر بار جواب دادن تلفن، به مشتری خود ارائه کنید. به عنوان مثال می‌توانید بگویید: «روز بخیر؛ من ... هستم. از من درباره

خدمات جدید سوال کنید.» تماس‌گیرنده مجبور می‌شود که از شما در مورد این خدمات سوال کند. بیشتر شرکت‌ها پیام‌هایی را از پیش ضبط شده دارند که وقتی مشتری پشت خط می‌ماند آن‌ها را برای مشتری پخش می‌کنند. شما می‌توانید این کار را خودتان انجام دهید. از نظر مشتری تفاوتی ندارد که این پیام از قبل ضبط شده است یا اینکه زنده ارائه می‌شود. برای استفاده از این روش مطمئن شوید که پیام شما برای مشتریان شما جذاب باشد. اگر مشتری شما از راه دور تماس می‌گیرد، با ارائه آگهی‌های طولانی، وقت و پول مشتری خود را به هدر ندهید.

۵. استفاده از دست‌نوشته

سعی کنید در تمام نامه‌هایی که برای مشتری خود می‌فرستید، از دست‌نوشته یا مهرهای مخصوص یا برچسب‌های خاص استفاده کنید. توجه داشته باشید که دست‌نوشته روی نامه در اولین بار و اولین نگاه، خوانده می‌شود. به خاطر داشته باشید این نوشته در صورتی به طور کامل خوانده می‌شود که خلاصه و کوتاه باشد به طوری که بیننده بتواند آن را در کمتر از ده ثانیه بخواند.

۶. یک پیشنهاد فروش برای مشتری خود که تازه از شما خرید کرده است، بفرستید

اگر به عنوان مثال مشتری شما لباسی را از شما خریده است، می‌توانید نامه‌ای برای او بفرستید و ضمن تشکر از خرید قبلی به اطلاع او برسانید که برای خرید بعدی به طور مثال از تخفیف ۲۰ درصدی برخوردار است. برای اینکه بتوانید این پیشنهاد را به فروش نزدیک کنید، برای پیشنهاد خود زمان تعیین کنید.

۷. خبرنامه

آیا می‌دانید هزینه فروش به یک مشتری جدید شش برابر بیشتر از فروش به مشتری قدیمی است؟ شما با استفاده از خبرنامه می‌توانید بازاریابی خود را بر روی مشتریان قدیمی خود متمرکز کنید. اگر هزینه خبرنامه چاپی برای شما زیاد است، می‌توانید با استفاده از پست الکترونیک این کار را با هزینه بسیار پایینی انجام دهید. همیشه در خبرنامه خود می‌توانید پیشنهاد فروش ویژه‌ای را به مشتری قبلی خود ارائه کنید.

۸. بازاریابی مشترک

اگر فکر می‌کنید که قادر به تحمل هزینه بازاریابی به تنهایی نیستید، به دنبال شریکی باشید که محصول او هم مناسب مشتری شما باشد یا اینکه محصولات شما مکمل یکدیگر باشد. با ارائه طرح بازاریابی مشترک می‌توانید در هزینه‌های بازاریابی صرفه‌جویی کنید. علاوه بر این با این روش سرویس بهتری را هم به مشتریان خود ارائه می‌کنید.

۹. بروشورها و آگهی‌های خود را در تمام نامه‌های ارسالی شرکت خود قرار دهید

این کار هزینه زیادی برای شما ندارد و شما از نتیجه کار قطعاً متعجب خواهید شد که ببینید این پیشنهادهای شما به دست چه افرادی می‌رسد و سفارش خرید به شما می‌دهند.

۱۰. ارائه سمینار تخصصی

ارائه سمینار در زمینه کار خودتان یا شرکت در سمینارهای مرتبط می‌تواند نقش بسیار زیادی در معرفی کسب‌وکار شما داشته باشد. اگر می‌خواهید سمیناری در محل کار

خود برگزار کنید، به خاطر داشته باشید که ارائه یک سمینار رایگان نمی‌تواند مشتریان شما را جذب کند. دریافت هزینه جزئی علاوه بر اینکه مقداری از هزینه‌های سمینار را پوشش می‌دهد می‌تواند در جذب مخاطب هم به شما کمک کند. البته چنین سمینارهایی باید بسیار باکیفیت و با برنامه‌ریزی ارائه شوند.