



بازاریابی شفاهی

مردم عاشق حرف زدن و تقسیم نظراتشان هستند. آنها همچنین دوست دارند که درباره دیگران و ایده‌های جدید حرف بزنند. همین‌طور در مورد چیزهای خریدنی، از کالاهای بانمک و خنده‌دار گرفته تا چیزهایی که چندان هیجان‌انگیز نیستند. قبلاً درباره بازاریابی شرکت به شرکت و مشتری شنیده‌اید. بازاریابی شفاهی به مردم واقعی که با هم حرف می‌زنند - مشتری به مشتری - مربوط می‌شود.

بازاریابی شفاهی در واقع نوعی سرویس‌دهی به مشتریان است که باعث می‌شود آنها در مورد شما به دوستانشان توصیه کنند. همچنین درباره کالاهای فوق‌العاده‌ای است که مردم دوست دارند آنها را به دیگران هم نشان بدهند.

هیچ‌چیز قابل مقایسه با این نیست که کالایی آنقدر خاص و جالب ارائه کنید که مردم نتوانند از حرف زدن درباره آن خودداری کنند و هیچ‌چیز بهتر از این نیست که مشتریان، حمایت از کالا یا شرکت موردعلاقه‌شان را وظیفه خود بدانند.

قانون اول: جلب توجه کنید

هیچکس درباره شرکت‌ها، کالاها و آگهی‌های معمولی و کسالت‌آور حرف نمی‌زند. اگر می‌خواهید مردم راجع به شما حرف بزنند، باید یک کار جالب انجام دهید. اگر جالب نباشید، هرگز کسی یک دقیقه هم درباره شما مکالمه نخواهد کرد. کلام خود شما هم برنیامده، خاموش خواهد شد و بدون اینکه اثری از آن باقی بماند، محو خواهد شد. قبل از اینکه یک آگهی جدید سفارش دهید یا یک محصول جدید عرضه کنید یا یک غذای جدید به لیست غذای رستوران‌تان اضافه کنید، از خودتان بپرسید: «آیا کسی در مورد این غذا به دوستانش چیزی خواهد گفت؟»

قبل از اینکه آگهی و تبلیغ دیگری سفارش دهید، یک دقیقه تامل کنید. به این فکر کنید که چقدر پول صرف خواهید کرد. به این فکر کنید که شما و هزاران نفر دیگر در سراسر دنیا، چند بار از مقابل صدها آگهی گذشته‌اید، بدون اینکه حتی متوجه آن‌ها بشوید. پس آگهی جدید سفارش ندهید، مگر اینکه چیزی باشد که واقعا ارزش حرف زدن داشته باشد.

قانون دوم: آن را آسان کنید

نقل کلامی، تنبل است. اگر می‌خواهید به جایی برسید، باید آن را هل بدهید. برای این منظور، باید دو کار انجام دهید: یک پیام بسیار ساده پیدا کنید و در انتشار آن به مردم کمک کنید. با یک جمله آسان که همه به راحتی آن را حفظ کنند، شروع کنید؛ مثل: «اینجا نان خامه‌ای تازه سرو می‌شود»، یا «در زمان انتظارتان برای میز خالی، نوشیدنی و خوراکی سرو می‌کنیم».

قانون سوم: مردم را راضی کنید

مشتریان رضایتمند، بهترین تبلیغ‌کنندگان برای شما هستند. خوشحالشان کنید. کالاهای جالب و خوش کیفیت درست کنید و خدمات و سرویس خوب ارائه دهید.

برای مشتریان، تجربه‌ای به یادماندنی بسازید. مشکلات را حل کنید. در سرویس‌دهی سنگ تمام بگذارید و خلاصه، کاری کنید که مردم را به هیجان بیاورید و در آن‌ها اشتیاق سفارش به دوستانشان را برانگیزید.

اگر مردم شما را دوست داشته باشند، با دوستانشان درباره شما حرف خواهند زد. آن‌ها می‌خواهند که دوستانشان هم از چیزی که شما عرضه می‌کنید، لذت ببرند. از خوشحال کردن مردم، بیشتر از هر روش دیگری، نقل کلامی خواهید گرفت.

قانون چهارم: اعتماد و احترام کسب کنید

اگر مورد احترام نباشید، کلام مثبتی به دست نخواهید آورد. هیچ‌کس درباره شرکتی که دوست ندارد یا به آن اعتماد ندارد، سخن خوبی نخواهد گفت و به دوستانش معرفی نخواهد کرد که مبدا شرمنده شود.

اصول اخلاقی را در نظر بگیرید. با مشتریان خوب رفتار کنید. با آن‌ها حرف بزنید و احتیاجاتشان را برآورده کنید.

برای بازاریابی شفاهی باید کاری کنید که مردم با غرور، تجربه کار یا معامله با شما را برای هرکس که می‌شناسند، تعریف کنند.

در زیر دلایلی که مردم را به حرف زدن ترغیب می‌کند آورده شده است:

آن‌ها شما و کالای شما را دوست دارند

مردم به این علت حرف می‌زنند که شما کاری کرده یا چیزی فروخته‌اید که آن‌ها را به حرف زدن ترغیب کرده است. آن‌ها کالاهای شما را دوست دارند و از نحوه برخورد شما با مشتریان خوشحالند. شما یک کار جالب انجام داده‌اید.

اصل این است که به آن‌ها سوژه‌ای برای حرف زدن بدهید. شما هر قدر جالب‌تر باشید، سخنگویان بیشتر به حرف زدن ترغیب خواهند شد. مشتریان بی‌دلیل به شما

علاقه‌مند یا متنفر (یا دارای احساس خنثی) نخواهند شد.

اگر کالاهای شما ارزش حرف زدن داشته باشند، توصیه بیشتری از جانب مردم خواهند گرفت. اگر کالایتان را جنجالی‌تر بسازید، مستقیماً وارد سوژه‌های بحث و گفت‌وگوی مردم می‌شود.

اینکه می‌گوییم به مردم سوژه‌ای برای حرف زدن بدهید، یعنی اینکه در نحوه معرفی و ارائه کالاها، خدمات و شرکتتان، نوآوری کنید. صرف وجود شرکت شما به تنهایی دلیلی برای حرف زدن مردم نیست.

حتی پرشورترین هواداران شما هم برای ادامه توجه و علاقه، مرتب به چیزهای جدید نیاز دارند. لازم نیست که همیشه به دنبال تدابیر هوشمندانه باشید. فقط باید سوژه را داغ نگه دارید.

حرف زدن به آن‌ها احساس خوبی می‌دهد

زمانی که به دیگران توصیه می‌کنیم چه چیزهایی بخرند، در واقع داریم معلوماتمان را به رخ می‌کشیم. ما می‌خواهیم هوشمند جلوه کنیم. بسیاری از مردم از اینکه در زمینه مورد علاقه‌شان، متخصص و صاحب‌نظر باشند، لذت می‌برند.

و حالا با وبلاگ‌ها و جوامع مجازی، این نوع ارتباط کلامی به سطح بالاتری رسیده است. مردم در اینترنت معلومات خود را نشان می‌دهند و با دیگران قسمت می‌کنند.

برخی از مردم آنقدر در مورد دانسته‌هایشان اشتیاق دارند که دوست دارند دیگران را هم در این لذت، شریک کنند. آن‌ها از اینکه مردم، نام تجاری درستی را انتخاب نکرده‌اند یا کالای پست‌تری را خریده‌اند، ناراحت می‌شوند.

این‌ها همان افرادی هستند که وقتی شما در فروشگاه‌های مشغول خرید هستید، نزد شما می‌آیند و به شما خرید کالاهایی را توصیه می‌کنند که به عقیده‌شان، در دنیا بهترین هستند.

سعی کنید این قبیل مشتریان را شناسایی کنید و با دادن خدماتی فراتر از سایر مشتریان آن‌ها را در حلقه خودی‌ها وارد کنید.

احساس ارتباط با گروه

تمایل به عضویت در یک گروه، یکی از قوی‌ترین احساسات بشر است. ما به شدت خواهان داشتن ارتباط با دیگران هستیم.

زمانی که شور و هیجانات خود را با گروهی از افراد با سلیقه مشترک، قسمت می‌کنیم، به ما احساس رضایت خاطر می‌دهد. ما با افرادی که طرفدار تیم فوتبال یا گروه موسیقی مورد علاقه‌مان هستند، احساس پیوند داریم و همین‌طور با کسانی که در انتخاب خودرو یا لباس با ما هم سلیقه هستند. باید کاری کنید که افراد احساس تمایز کنند، گویی عضوی از خانواده شرکت هستند.

چند راهکار در بازاریابی شفاهی

کالاهای فوق‌العاده

کالاهای خوب و فوق‌العاده می‌توانند کلامی ماندگار و قابل دوام بیافرینند که موقعیت شرکت را تغییر می‌دهد. کالاهای وسوسه‌انگیز درست کنید و مطمئن باشید که مردم برای همیشه، درباره شما حرف خواهند زد.

خدمت‌رسانی درجه یک به مشتری

وقتی شما کار خاصی برای مشتریانتان انجام دهید، به طور قطع دیده خواهید شد، چون شرکت‌های کمی، زحمت انجام این‌گونه خدمات را به خود می‌دهند. این روزها که خدمت‌رسانی خوب به مشتری کمیاب شده است، هر گونه عمل خلاقانه و محترمانه یا گشاده دستی، حتما موضوع گفت‌وگو خواهد شد.

منحصربه‌فرد بودن

خاص باشید. سعی کنید سوژه‌هایی بیافرینید که فقط به شما و حرفه شما مربوط باشند. این کار تا حدی شبیه ایده کلاسیک بازاریابی، یعنی جایگاه‌سازی است. جایگاه‌سازی یعنی اشغال کردن یک جایگاه ویژه و منحصربه‌فرد در ذهن مشتری.

هدایا و یادگاری‌های تبلیغاتی

هیچ‌گاه نگذارید کسی دست خالی از پیش شما برود. به خریدارتان چیزی بدهید که در کیفش بگذارد و بعدا به دوستش، خانواده یا همکارانش نشان دهد. کمترین کاری که می‌توانید انجام دهید، گذاشتن کارت ویزیت و بروشورهای تبلیغاتی جیبی در روی میزهای فروش است یا اگر با مشتری رودررو برخورد ندارید گذاشتن آن‌ها در بسته محصولی که برایشان ارسال می‌کنید است. کار بهتر این است که یک چیز جالب یا حتی خوردنی در بسته‌های آن‌ها بگذارید.

یک کار خنده‌دار

این روزها تجارت خیلی جدی شده است. بر لب‌های مردم لبخند بنشانید؛ آنگاه آن‌ها درباره شما حرف خواهند زد.