۵ استراتژی برای ایجاد تقاضای بیشتر محصولات

ایجاد تقاضا برای محصولات چیزی فراتر از ارائه آن‌ها به بازار است. باید تحقیقاتی انجام دهید، نیازهای مشتریان را مشخص کنید، خود را به‌عنوان رهبر صنعتتان مطرح کنید و مدام ارزش محصولات خود را ثابت کنید.

متخصصین صنعت قبلا این موضوع را دریافته‌اند. در هنگام معرفی محصول و پس از آن، باید تلاش‌های مختلفی انجام دهید تا کنجکاوی مصرف‌کنندگان را برانگیزد و آن‌ها را جذب کند. در اینجا به پنج موردی اشاره می‌کنیم که باید در این راستا انجام دهید:

۱. به تحقیقات بازار توجه کنید

شرکتتان باید با تحقیق، نیازها و خواسته‌های مشتریان را شناسایی کند، باید گروه‌ها و بازخوردهای آن‌ها در رسانه‌های اجتماعی و پیغام‌هایی که در وب‌سایت شرکت قرار می‌گیرد را بررسی کند. اگر دیدید مسائل خاصی در حال بروز است، شاید نشان از نیاز به تولید محصولی جدید برای حل آن مشکل دارد.

۲. مطالبی درخشان تولید کنید

اگر کار خود را تازه شروع کرده‌اید، کسب‌وکارتان باید محصول جدید خود را تبلیغ کرده و با مطالبی اطلاع‌رسان و آموزشی ثابت کند که حلال مشکلی است که مصرف‌کنندگان در حال حاضر از آن رنج می‌برند. مشخصات جمعیت‌شناختی بازار هدف خود را مشخص کنید و ببینید در کدام رسانه‌های اجتماعی و در کدام بخش آنلاین فعال هستند. مطالب شما باید مشتریان را سرگرم کرده و آن‌ها را از ارزش محصولتان آگاه کند.

یک ویدیوی روشنگرانه مرتبط با کسب‌وکارتان منتشر کنید یا ویدیوی خنده‌داری که مردم آن را با دوستانشان به اشتراک بگذارند. یک جدول یا نمودار اطلاع‌رسان منتشر کنید که درباره مساله‌ای مرتبط به مصرف‌کنندگان آموزش دهد یا از مدیر ارشد خود بخواهید که مطلبی در وبلاگ شرکت بگذارد که شامل مطالبی درباره صنعت باشد. با تولید مطالب باکیفیت به شکلی منظم موجب ایجاد اعتماد در مخاطبان خود می‌شوید و با این ارتباطات جدید، فروش خود را در حد ایده‌آلی افزایش خواهید داد.

۳. به نظرات مشتریان توجه کنید

در وب‌سایت خود، در صفحات محصول و هر جای دیگر، نظرات مشتریان را برجسته کنید. مشتریان به معرفی‌نامه‌ها و نظرات مشتریان مشابه خود اعتماد می‌کنند. پیمایشی نشان داده که ۷۸ درصد مشتریان آمریکایی بین ۱۸ تا ۶۴ سال که به‌صورت آنلاین خرید می‌کنند، قبل از خرید هر محصول نظرات سایر مشتریان درباره آن را می‌خوانند.

اگر نظرات بد زیادی درباره محصول شما وجود داشته باشد، مشتریان برای خرید از رقبایتان تردید نخواهند کرد. به همین دلیل است که کارمندان باید از مشتریانی که تجربه‌ای منفی از محصول شما دارند، عذرخواهی کرده و فورا به هر بازخوردی پاسخ

دهند. همچنین باید نظرات آن‌ها را پیگیری و تحلیل کنید تا بتوانید محصولتان را ارتقا دهید.

۴. به مشتریان جدید پیشنهاد ویژه دهید

روش دیگر ترغیب مصرف‌کنندگان به امتحان محصول برای نخستین‌بار، این است که نرخی تخفیفی یا ویژه به آن‌ها ارائه دهید. شاید مشتریان در ابتدای کار علاقه‌ای به امتحان یک محصول با قیمت کامل نداشته باشند. اگر محصول خود را با قیمتی کمتر از رقبا ارائه دهید، شاید به امتحان آن علاقه نشان دهند.

وقتی مشتریان محصولتان را دریافت کرده و آن را مفید یافتند، احتمال بیشتری وجود دارد که به خرید دوباره آن با قیمت کامل ترغیب شوند. باید روشن کنید که این کار فقط یک‌بار انجام می‌شود، زیرا مطمئنا نمی‌خواهید که مشتریان هنگام خرید دوباره آن محصول قیمت را متفاوت ببینند و از خریدش منصرف شوند.

۵. باشگاه مشتریان خاص ایجاد کنید

وقتی شخصی به مشتری دائم شما تبدیل شد، باید به او پاداش دهید و کاری کنید که احساس کند قدردانش هستید. برای این مشتریان وفادار، یک باشگاه مشتریان خاص ایجاد کنید و آن‌ها را در جریان پیشرفت‌های خاص قرار دهید، کاری کنید که قبل از انتشار اخبار و رازهای شرکت در رسانه‌های عمومی از آن‌ها آگاه شوند و طوری با آن‌ها ارتباط برقرار کنید انگار بخشی از فرایند تکمیل محصولاتتان هستند. نظراتشان را جویا شوید و آن‌ها را تشویق کنید که تحقیقاتی برایتان انجام دهند.

خطوط هوایی ویرجین به مشتریان وفادار خود یک سیستم ردیفی ارائه می‌دهد که خدماتی ویژه مثل تخفیف، پذیرش سریع‌تر هنگام سوار شدن به هواپیما و اولویت در سوار شدن به هواپیما بر اساس جایگاهشان را ارائه می‌دهد. بولوکو که یک رستوران زنجیره‌ای در نیوانگلند است، در ازای ۵۰ دلار خرید، یک مورد از منو را به

انتخاب مشتری رایگان ارائه می‌کند.

وقتی برای ایجاد تقاضا در مشتریان تلاش می‌کنید، باید بدانید هیچ‌کس به حرف شما گوش نمی‌کند مگر اینکه مفید بودن خود را اثبات کنید. همیشه نیازهای مشتریان را در ذهن داشته باشید و تامین آن‌ها را هدف خود قرار دهید.

شرکت شما چگونه برای محصولات و خدمات خود تقاضا ایجاد می‌کند؟