



۱۵ نمونه پیامک تبلیغاتی برای جذب مشتریان بیشتر

تبلیغات فروش برای چندین دهه بسیار موفق و نتیجه‌بخش بوده است. شما هم می‌توانید راه‌های موثری برای تبلیغ کسب‌وکار خود با هر اندازه‌ای بیابید. از ارائه کوپن‌های تخفیف گرفته تا هدایای ویژه معلمان تا تبلیغات مشترک با کسب‌وکارهای مکمل، روش‌های مختلفی برای همه وجود دارد. هیچ محدودیتی برای طراحی استراتژی‌های تبلیغاتی با هر بودجه‌ای وجود ندارد. برای آشنایی بیشتر با تبلیغات فروش و اهمیت استفاده از بازاریابی پیامکی، ۱۵ ایده خلاقانه زیر را بخوانید تا بتوانید مشتریان بیشتری را به کسب‌وکارتان علاقه‌مند کنید.

تبلیغات فروش چیست؟

تبلیغات فروش یک روش بازاریابی کوتاه‌مدت است که باعث ایجاد فوریت و افزایش فروش می‌شود. مشتریان اغلب از لحاظ عاطفی آن‌قدر به خریدهایشان وابسته هستند که ترجیح می‌دهند بهترین محصول را به آن‌ها بفروشید تا این‌که بخواهند

قیمت کمتری برای کالا یا خدمات ضعیف پردازند. ارائه تبلیغات فروش یا اجرای روش فروش فوری راه‌هایی عالی برای افزایش فروش در فصل‌ها و روزهای رکود و کمبود مشتری یا در زمان‌هایی است که کالای زیادی در انبار دارید و به هر دلیلی می‌خواهید انبارهایتان را خالی کنید.

چرا باید از یک متن تبلیغاتی برای بازاریابی استفاده کنیم؟

ایمیل مارکتینگ برای سال‌ها گزینه مورداستفاده همه بوده است، اما بعضی کسب‌وکارها به این واقعیت پی برده‌اند که در این دنیای اشباع از تبلیغات که هر روز هم بر تعداد آن‌ها افزوده می‌شود، فقط یک مورد وجود دارد که مردم نمی‌توانند آن را نادیده بگیرند: این مورد ایمیل نیست، بلکه یک متن و پیامک تبلیغاتی است. اکثر مردم آن‌قدر ایمیل‌های اسپم دریافت می‌کنند که دیگر توجهی به اینباکس خود ندارند و فقط حدود ۲۰ درصد ایمیل‌ها باز می‌شوند، اما ۹۸ درصد متن‌های تبلیغاتی و پیامک‌ها در عرض سه دقیقه باز می‌شوند.

نرخ بی‌نظیر بازکردن پیامک‌ها، آن را به یک کانال ارتباطی عالی تبدیل می‌کند و باید آن را به برنامه بازاریابی کسب‌وکارتان اضافه کنید. ارسال پیامک تبلیغاتی به کسب‌وکارتان فرصت می‌دهد تا پیام‌های واضح و مختصری ارائه دهد که باز شوند، خوانده شوند و مخاطبان بر اساس آن‌ها اقدام کنند. به‌علاوه، بازاریابی پیامکی یک گفتگوی دوطرفه ایجاد می‌کند که در آن مشتریان به راحتی می‌توانند پاسخ دهند و سوال بپرسند.

انواع مختلفی از پیام‌های تبلیغاتی وجود دارد که می‌توانید از بین آن‌ها انتخاب کنید. درحالی‌که روابط عمومی کم‌هزینه‌ترین روش برای معرفی کسب‌وکارتان است، اما همیشه موثرترین یا آسان‌ترین روش نیست. از سوی دیگر، ارسال پیامک هم ارزان و هم آسان است. بعضی از بهترین انواع تبلیغات فروش پیامکی عبارتند از فروش فوری، تخفیف وفاداری، تبلیغات فصلی، اعلام محصولات جدید و پیشنهادهای خاص برای روز تولد افراد. در ادامه ۱۵ نمونه پیامک تبلیغاتی را به شما معرفی می‌کنیم:

۱. تبلیغات عمومی

قبل از اینکه به انواع خاص تبلیغات فروش بپردازیم، یک دقیقه عمومی‌تر به آن‌ها فکر کنید. هدف از تبلیغات فروش چیست؟ همه انواع تبلیغات فروش برای کسب‌وکار خاص شما مناسب نیستند. گاهی به‌جای ارائه تخفیف برای یک کالای خاص، بهتر است تبلیغ عمومی‌تری ارائه دهید. مثلاً، می‌توانید برای همه محصولات یا خدماتتان ۱۰ درصد تخفیف ارائه دهید. این روشی عالی برای ساده‌سازی فرایند است که نیازی به تفکر و برنامه‌ریزی زیاد ندارد. شاید زمان کافی برای طراحی یک تبلیغ فروش خاص یا خلاقانه نداشته باشید. اشکالی ندارد. هر کاری زمان و مکان مناسب خودش را می‌طلبد.

مثال: «از امروز تا آخر ماه روی همه محصولات و خدمات ۱۰ درصد تخفیف بگیرید! این پیام را هنگام خرید به فروشنده نشان دهید.»

۲. ارائه کوپن

ارائه تخفیف به مشتریان می‌تواند برای صاحب کسب‌وکار ترسناک باشد، زیرا نمی‌خواهد این اقدام بر سود شرکت اثر منفی بگذارد، اما استراتژی مناسب و استفاده از کوپن‌ها می‌توانند سود شما را به میزان قابل‌توجهی افزایش دهد. باتوجه‌به آمار سایت واچر کلا، ۵۷ درصد خریداران می‌گویند که بدون کوپن خرید نمی‌کنند و ۹۱ درصد می‌گویند پس از دریافت کوپن حتماً برای خرید به یک خرده‌فروش مراجعه می‌کنند. بنابراین کوپن‌ها یک راه عالی برای تشویق مشتریان به خرید است و آن‌ها را به مشتریان وفادارتری تبدیل می‌کند.

شاید با خود فکر کنید که چگونه می‌توانم کوپن را از طریق بازاریابی پیامکی ارسال کنم؟ با این‌که معمولاً فکر می‌کنیم کوپن‌ها کاغذی هستند، از طریق پست ارسال می‌شوند و سپس توسط مشتریان دانه‌دانه می‌شوند، اما می‌توانند شکل‌های

دیجیتالی مختلفی هم داشته باشند. مثلا، کدهای QR یک راه عالی برای ارسال کوپن‌های دیجیتال به مشتریان هستند. استفاده از کدهای QR بسیار ساده است و به جستجو یا برش نیاز ندارند. وقتی کدهای QR برای اولین بار وارد صحنه شدند، افراد مجبور بودند اپلیکیشنی را دانلود کنند و سپس از آن‌ها استفاده کنند، اما اکنون همه می‌توانند با دوربین گوشی کد QR را اسکن کنند و در نتیجه ارسال کوپن‌های تبلیغاتی دیجیتال در موبایل بسیار آسان است.

مثال: «برای استفاده از تخفیف ۳۰ درصدی خود در [محصول یا خدمات]، کد QR زیر را هنگام خرید به فروشنده نشان دهید!»

۳. فروش فوری

فروش فوری مشابه انواع دیگر تبلیغات فروش آنلاین است، اما سه تفاوت عمده با آن‌ها دارد:

۱. تخفیف یا تبلیغ آن معمولا بسیار بهتر از چیزی است که آن کسب‌وکار ارائه می‌دهد.
۲. بازه زمانی فروش بسیار کوتاه‌تر از حد معمول است.
۳. معمولا گزینه‌های محدودی از موارد تبلیغ‌شده برای فروش وجود دارد.

مثال: «فقط ۳ ساعت وقت دارید! موارد محدود باقی‌مانده از کلکسیون فصل گذشته را خریداری کنید: [لینک].»

۴. تبلیغات BOGO (یکی بخر یکی ببر)

یکی از بهترین نمونه‌های تبلیغات فروش، تبلیغات بوگو یا یکی بخر یکی ببر است. این نوع تبلیغات روشی عالی برای تشویق مشتریان به خرید است و معمولا روی محصولات ارزان‌تر انجام می‌شود تا مردم را تشویق کند که به فروشگاه شما بیایند یا

از وبسایتتان بازدید کنند. به احتمال زیاد آن‌ها علاوه بر کالای بوگو، محصولات دیگری هم خریداری می‌کنند.

۵. تبلیغ برنامه وفاداری

برنامه‌های وفاداری یک استراتژی است که بعضی کسب‌وکارها برای تبدیل خریداران به مشتریان همیشگی از آن استفاده می‌کنند، زیرا جذب یک مشتری جدید حدود ۵ برابر بیشتر از حفظ مشتری موجود هزینه می‌برد.

مثال: «به برنامه وفاداری ما بپیوندید تا پیشنهادهای جدید و اختصاصی را در مورد جدیدترین و بهترین محصولات به محض ورود به بازار دریافت کنید! برای عضویت به لینک زیر مراجعه کنید: [لینک]».

۶. تبلیغ مشترک

همکاری بین فیلم مردان ایکس و رستوران رد رابین در سال ۲۰۱۳ نمونه شگفت‌انگیزی از تبلیغات مشترک فروش است. در طول مدت محدود تبلیغ این فیلم، رد رابین یک همبرگر خاص ارائه می‌داد که به آن همبرگر مردان ایکس می‌گفتند. این رستوران به افرادی که بلیط فیلم سینمایی مردان ایکس را خریده بودند، نوشیدنی رایگان هم می‌داد. این کمپین برای دو طرف سودمند بود و منجر به افزایش فروش هر دو برند شد. این نوع همکاری‌ها می‌تواند برندگان را فراگیر کند و کمک کند که نه تنها از مخاطبان همیشگی خود سود کسب کنید، بلکه از مخاطبان برند مقابل هم بهره‌برداری کنید. این روش خریداران احتمالی را با محصولاتتان آشنا می‌کند و احتمال تبدیل خریداران به مشتریان همیشگی را افزایش می‌دهد.

۷. پیشنهادهای فصلی

تبلیغات فصلی فرصتی عالی برای چسباندن نان به تنور داغ است. در زمان‌های معینی از سال، مردم نیازهای خاص‌تر و فوری‌تری دارند که باید آن‌ها را برطرف کنند. شاید در حال خرید لحظه آخری، برای تعطیلات هستند یا می‌خواهند قبل از نوروز هدیه ویژه‌ای برای مادرشان بخرند. تبلیغات فصلی، فرصت بزرگی برای کسب‌وکار شما است تا پیامک تبلیغاتی ارسال کنید و فروشتان را افزایش دهید.

مثال: «آنجا هوا خیلی گرم است! با خرید مجموعه داغ تابستانی ما برای تعطیلات ساحلی پیش رو آماده شوید! [لینک]»

۸. ارائه نمونه‌های رایگان

فروشگاه‌هایی مثل کاستکو و هول‌فودز به همه نمونه‌های رایگان می‌دهند، حتی اگر آن فرد از فروشگاه خرید نکرده باشد. بعضی افراد دوست دارند قبل محصولات آن‌ها را آزمایش کنند و با این روش به هدفشان می‌رسند. درحالی‌که این روش در مورد مواد غذایی (هم در سوپرمارکت‌ها و هم در بازارهای محلی کشاورزان) خیلی خوب جواب می‌دهد، اما اسپاها و سالن‌های زیبایی هم می‌توانند از آن استفاده کنند، مثلاً اشانتیون لوسیون، عطر یا محصولات بهداشتی به مشتریان ارائه دهند. مردم محصولات را دوست دارند که می‌توانند قبل از خرید آزمایش کنند. پیامک‌های تبلیغاتی یک راه عالی برای معرفی محصولات جدید به افرادی است که قبلاً به آن‌ها توجه نکرده‌اند و مشتریان جدید را به خرید تشویق می‌کند.

مثال: «قبل از خرید امتحان کنید! فقط این آخر هفته فرصت دارید. از این فرصت استفاده کنید و پیش از خرید محصولات شیک موردعلاقه‌تان آن‌ها را امتحان کنید. آخر هفته می‌بینمتان!»

۹. ارسال رایگان و مرجوعی

گاهی افراد به دلیل ترس‌های خاصی مانند ترس از انتخاب اشتباه، احتمال دوست نداشتن محصول بعد از خرید یا بی‌اطلاعی از هزینه‌های احتمالی، خرید نمی‌کنند. هر کسب‌وکار می‌تواند این را یک مشکل یا یک فرصت بداند. در واقع، این فرصت بزرگی برای افزایش فروش است.

۱۰. تخفیف‌های ویژه سبک زندگی

تخفیف‌های شیوه زندگی مواردی هستند که فقط به یک گروه جمعیتی خاص ارائه می‌شوند. مثل تخفیف برای سالمندان، معلمان، دانش‌آموزان یا کهنه سربازها. این یک راه عالی برای بهبود تعامل با مشتریان این گروه‌ها است.

مثال: «آیا می‌دانستید که ما برای سالمندان تخفیف ویژه داریم؟ همه مشتریان بالای ۵۰ سال در هر روز و هر زمانی از ۱۵ درصد تخفیف برخوردار هستند. فقط کافی است هنگام خرید کارت ملی خود را به فروشنده نشان دهید!»

۱۱. معرفی خطوط تولید جدید

همه دنبال جدیدترین و بهترین محصولات هستند. به همین دلیل است که تبلیغات درباره خطوط محصول جدید می‌تواند به بهترین دوست کسب‌وکاران تبدیل شود. یکی از بهترین راه‌های ترغیب مشتریان گذشته به تکرار خرید، ارائه اطلاعات ویژه درباره محصول جدیدتان است. این رویکرد می‌تواند راهی عالی برای تقویت برنامه وفاداری شما باشد و به مشتریان وفادار شما دسترسی انحصاری به محصولات جدید به محض ورود به بازار را بدهد.

مثال: «اولین کسی باشید که به جدیدترین [محصول] ما دسترسی پیدا می‌کند! ما فقط این لینک را برای وفادارترین مشتریان خود ارسال می‌کنیم، پس تا می‌توانید جدیدترین و بهترین محصولات را خریداری کنید: [لینک].»

۱۲. پیشنهاد ویژه برای روز تولد

چه راهی بهتر از بزرگداشت تولد افراد برای ایجاد احساس خاص بودن در آنها و افزایش علاقه‌شان به کسب‌وکارشان وجود دارد؟ با ابزارهای مناسب می‌توانید این فرایند را خودکار انجام دهید که هیچ نیازی به تلاش اضافه نداشته باشد. باین‌حال، راه‌های مختلفی برای استفاده از تبلیغات روز تولد وجود دارد، پس خلاق باشید و روش‌های ویژه و منحصر به فرد برای کسب‌وکار خودتان طراحی کنید.

مثال: «تولدتان مبارک! برای جشن شما یک کد تخفیف ۴۰ درصدی روی همه خریدها تقدیمتان می‌کنیم [کد]. از آنجاکه هیچ‌کس دوست ندارد در روز تولدش تنها باشد، یک کد تخفیف هم برای دوست صمیمیتان تقدیم می‌کنیم [کد].»

۱۳. دسترسی فوری

همه می‌خواهند احساس کنند یک شخصیت مهم و ویژه هستند و جزء اولین افرادی هستند که محصول یا خدمت جدیدی را دریافت می‌کنند. به همین دلیل است که مشتریان از فرصت دریافت پیشنهادهای انحصاری و اولیه که در پیامک ارسال کرده‌اید باکمال میل استفاده می‌کنند.

مثال: «می‌خواهید همیشه نفر اول باشید؟ به باشگاه وی‌آی‌پی شرکت ما بپیوندید! ثبت‌نام کاملاً رایگان است. فقط کافی است روی لینک زیر کلیک کنید: [لینک].»

۱۴. معرفی محصولات جدید

تبلیغ محصولات جدید ترکیبی از تبلیغ درباره امکان دسترسی زودهنگام و تبلیغ درباره خط جدید تولید است. برای فروش قوی محصول جدید هیچ راهی بهتر از این نیست که ورود آن به بازار را با پیامک به مشتریان اطلاع دهید، زیرا نرخ موفقیت ۹۸ درصدی

دارد.

مثال: «خورشید طلوع کرده است! و مجموعه تابستانی ما هم با آن سر بر آورده است! همین حالا مجموعه جدید را بخرید و ۱۰ درصد تخفیف بگیرید: [لینک]»

۱۵. تبلیغ موجود شدن دوباره کالا

هیچ چیز بدتر از زمانی نیست که کالایی که دنبال آن هستید تمام شده باشد و هیچ چیز بهتر از زمانی نیست که دوباره موجود شود. همه ما با اختلالات و کمبودهای زنجیره تامین ناشی از کووید آشنا هستیم. پس اکنون زمان مناسبی است که کسب و کارتان از مزایای تبلیغات فروش استفاده کند. به مشتریان اطلاع دهید کدام یک از کالاهای مهم دوباره موجود شده است و برای خرید در دسترسشان قرار دارد.

مثال: «پرفروش‌ترین [محصول] ما ماه‌ها در بازار نبود، اما حالا به بازار و پیشخوان فروشگاه‌ها بازگشته است! قبل از تمام شدن دوباره خریدتان را انجام دهید!»

["message_box text_color="light]

همین حالا اولین پیامک خود را ارسال کنید

ما فقط چند مثال برای ارسال پیام‌های تبلیغاتی به مشتریان فعلی و احتمالی به شما ارائه کردیم. حقیقت این است که تعداد راه‌های جذب مشتریان و تبلیغ کسب و کار بی‌نهایت است و باید بهترین روش برای خودتان را پیدا کنید. پس همین حالا شروع کنید!

[message_box/]