

درس هفتم - داشتن طرح توسعه

اجرای طرح توسعه

تبلیغات و توسعه برای بسیاری از صاحبان کسب‌وکار رازی پیچیده است. گاهی یک تبلیغ، فروش بسیار زیادی را ایجاد می‌کند و گاهی تبلیغات ساخته شده توسط معروف‌ترین شرکت‌های تبلیغاتی، به فروش چندانی دست نمی‌یابد. یکی از مهم‌ترین عوامل در موفقیت طرح‌های توسعه، شناخت کافی و صحیح از مشتری است. در این درس با اصول داشتن طرحی برای توسعه کسب‌وکار آشنا خواهید شد.

هر کسب‌وکار، برای رشد و بقا باید طرحی برای توسعه داشته باشد. داشتن محصولی خوب و با کیفیت، برای داشتن فروش خوب، کافی نیست. شما همواره باید در حال توسعه کسب‌وکار خود باشید.

سه بخش اصلی طرح توسعه

۱. تبلیغات

تبلیغات انواع زیادی دارد. مانند تبلیغات روزنامه‌ای، تبلیغ در مجلات، رادیو، تلویزیون، بیل‌بورد، کاغذها و نامه‌های تبلیغاتی و ...

۲. فروش شخصی

منظور از فروش شخصی، تمامی فروش‌هایی است که از طریق عوامل انسانی، توصیه دوستان و ... انجام می‌شود. مثلا وقتی شخصی وارد فروشگاه می‌شود، مهم‌ترین عامل برای ایجاد فروش، عامل انسانی است.

۳. توسعه فروش

هدف اصلی توسعه فروش، به جریان انداختن فروش کالاهای شما با سرعتی بیشتر از قبل است. این کار را می‌توان با برگزاری فروش ویژه برای محصولات خاص، برگزاری

حراج‌های فصلی و ... انجام داد.

هدف از برگزاری طرح توسعه چیست؟

۱. آشنا ساختن مشتریان با محصولات جدید ۲. فروش بیشتر محصولات فصلی ۳. تغییر یا تثبیت تصویر شرکت ۴. تاکید بر کیفیت محصولات یا خدمات ۵. افزایش بازدیدکنندگان فروشگاه ۶. آگاه‌سازی مشتریان از خدمات خاص مانند تحویل رایگان

به‌طور کلی هدف ما از داشتن طرح توسعه، برقراری پلی بین کسب‌وکار و مشتریان است. با ایجاد این ارتباط می‌توانیم پیام‌هایمان را به آنان منتقل سازیم.

اولین بخش طرح توسعه استفاده از تبلیغات است. به هرگونه انتقال پیام به گروهی از افراد که مستلزم پرداخت وجه باشد، تبلیغات می‌گوییم. هدف از تبلیغات اطلاع‌رسانی، ایجاد علاقه و ترغیب مشتری برای خرید کالا یا خدمات است.

اختصاص بودجه به طرح توسعه

بسیاری از شرکت‌ها، بودجه‌ای را برای طرح توسعه در نظر نمی‌گیرند و ترجیح می‌دهند بر تولید بهتر کالا تمرکز کنند. ولی اختصاص ندادن بودجه برای توسعه باشد رشد محدود کسب‌وکار خواهد شد. صرف هزینه برای توسعه کسب‌وکار، سرمایه‌گذاری بسیار مهمی است که در آینده به سوددهی خواهد رسید.

نکاتی را که باید در نظر گرفت

۱. از تبلیغات اتفاقی و نامرتب بپرهیزید.
۲. در صرف هزینه تبلیغات سخاوتمند باشید.

۳. تبلیغی را که پیشنهاد فروش منحصر به فرد ندارد، چاپ نکنید.
۴. همواره در حال تصحیح مطالب تبلیغات خود باشید.
۵. برنامه توسعه سالانه داشته باشید و در انتها نتایج را بررسی کنید.
۶. جدولی تهیه کنید و هزینه تبلیغات و میزان برگشت آن را ثبت کنید.