



از این ۵ کلیشه در بازاریابی استفاده نکنید!

در دنیای پرهیاهوی بازاریابی، جلب توجه مخاطبان و متقاعد کردن آنها به خرید محصول یا استفاده از خدمات، چالشی همیشگی است. در این میان، برخی از بازاریابان به استفاده از کلیشه‌ها (platitudes) به عنوان ابزاری برای رسیدن به این هدف روی می‌آورند.

کلیشه در بازاریابی چیست؟

کلیشه در بازاریابی به عبارات، تصاویر یا ایده‌هایی **تکراری، بی‌معنی و غیرقابل اثبات** گفته می‌شود که به منظور جلب توجه مخاطب و متقاعد کردن او به کار می‌روند. در ادامه ۵ کلیشه رایج در بازاریابی را مطرح می‌کنیم که بهتر است از آنها استفاده نکنید.

کلیشه اول: بهترین محصول در بازار

["message_box text_color="light]

توضیح: این عبارت کلی و غیرقابل اثبات است.

جایگزین: به جای استفاده از این کلیشه، می‌توانید به طور مشخص به مزایای محصول خود اشاره کنید. به عنوان مثال، می‌توانید بگویید:

- این محصول با استفاده از مواد اولیه مرغوب و با کیفیت بالا تولید شده است.
- این محصول دارای گارانتی و خدمات پس از فروش است.
- این محصول از نظر کارشناسان و مشتریان رتبه بالایی کسب کرده است

[message_box/]

کلیشه دوم: تخفیف‌های باور نکردنی

["message_box text_color="light]

توضیح: این عبارت می‌تواند باعث بی‌اعتمادی مخاطب شود.

جایگزین: به جای استفاده از این کلیشه، می‌توانید میزان دقیق تخفیف را به طور شفاف بیان کنید. همچنین می‌توانید دلایل ارائه تخفیف را توضیح دهید. به عنوان مثال، می‌توانید بگویید:

- به مناسبت سالگرد تاسیس شرکت، تخفیف ۵۰ درصدی برای این محصول در نظر گرفته شده است.
- برای جلب رضایت مشتریان، قیمت این محصول را به طور موقت کاهش داده‌ایم.

[message_box/]

کلیشه سوم: رضایت ۱۰۰ درصد تضمین می‌شود

["message_box text_color="light]

توضیح: اثبات این ادعا دشوار است و می‌تواند انتظارات غیرواقعی در مخاطب ایجاد کند.

جایگزین: به جای استفاده از این کلیشه، می‌توانید شرایط گارانتی و ضمانت محصول را به طور مشخص بیان کنید. همچنین می‌توانید نظرات مثبت مشتریان را در مورد محصول ارائه کنید. به عنوان مثال، می‌توانید بگویید:

- این محصول دارای گارانتی یک ساله است و در صورت بروز هرگونه مشکل، تعویض یا مرجوع می‌شود.
- ۹۵٪ از مشتریان از این محصول رضایت داشته‌اند.

[message_box/]

کلیشه چهارم: با استفاده از این محصول، زندگی شما دگرگون خواهد شد

["message_box text_color="light]

توضیح: این عبارت اغراق‌آمیز است و می‌تواند باعث ناامیدی مخاطب شود.
جایگزین: به جای استفاده از این کلیشه، می‌توانید به طور واقع‌بینانه به مزایای محصول خود اشاره کنید. همچنین می‌توانید تجربیات واقعی مشتریان از استفاده از محصول را ارائه کنید. به عنوان مثال، می‌توانید بگویید:

- این محصول به شما کمک می‌کند تا در وقت خود صرفه‌جویی کنید.
- این محصول به شما کمک می‌کند تا سلامتی خود را بهبود ببخشید.

[message_box/]

کلیشه پنجم: این محصول انقلابی در صنعت ایجاد کرده است

["message_box text_color="light]

توضیح: این عبارت اغراق‌آمیز است و اثبات آن دشوار است.
جایگزین: به جای استفاده از این کلیشه، می‌توانید ویژگی‌های نوآورانه محصول خود را به طور مشخص بیان کنید. همچنین می‌توانید مقایسه‌ای بین محصول خود و محصولات مشابه در بازار ارائه کنید. به عنوان مثال، می‌توانید بگویید:

• این محصول اولین محصول در بازار است که از این فناوری جدید استفاده می‌کند.

• این محصول دارای ویژگی‌هایی است که هیچ محصول دیگری در بازار ندارد.

[message_box/]

چرا استفاده از کلیشه در بازاریابی مضر است؟

۱. **باعث بی‌اعتمادی مخاطب می‌شود:** مخاطبان به طور فزاینده‌ای نسبت به کلیشه‌ها بدبین هستند و آنها را غیرقابل اعتماد می‌دانند.
۲. **غیرقابل اثبات هستند:** بسیاری از کلیشه‌ها فاقد پشتوانه علمی یا اثبات تجربی هستند.
۳. **خلاقیت را از بین می‌برد:** استفاده از کلیشه‌ها مانع از تفکر خلاقانه و ارائه ایده‌های نو در بازاریابی می‌شود.
۴. **رقابت را افزایش می‌دهد:** استفاده از کلیشه‌ها توسط بسیاری از برندها، تمایز بین آنها را دشوار می‌کند و رقابت را در بازار افزایش می‌دهد.

راهکارهای جایگزین استفاده از کلیشه در بازاریابی

۱. **تمرکز بر مزایای واقعی محصول یا خدمات:** به جای استفاده از عبارات کلی، مزایای واقعی محصول یا خدمات خود را به طور مشخص و قابل اثبات بیان کنید.
۲. **ارائه داستان‌های واقعی:** به جای استفاده از تصاویر کلیشه‌ای، از داستان‌های واقعی مشتریان یا تجارب خود در ارائه محصول یا خدمات استفاده کنید.
۳. **استفاده از زبان و تصاویر خلاقانه:** با استفاده از زبان و تصاویر خلاقانه، توجه مخاطب را جلب کنید و خودتان را از رقبا متمایز کنید.
۴. **تمرکز بر ایجاد رابطه با مخاطب:** به جای تمرکز صرف بر فروش، بر ایجاد رابطه با

مخاطب و جلب اعتماد او تمرکز کنید.

استفاده از کلیشه در بازاریابی، روشی غیرموثر و مضر است که می‌تواند به بی‌اعتمادی مخاطب و از دست رفتن فرصت‌های بازاریابی منجر شود.

راهکارهای جایگزین مانند تمرکز بر مزایای واقعی، ارائه داستان‌های واقعی، استفاده از زبان و تصاویر خلاقانه و تمرکز بر ایجاد رابطه با مخاطب، می‌توانند به جذب مخاطبان و افزایش موفقیت در بازاریابی کمک کنند.

با اجتناب از کلیشه‌ها و استفاده از راهکارهای خلاقانه، می‌توانید بازاریابی خود را موثرتر کنید و به موفقیت بیشتری در جذب مخاطبان و افزایش فروش دست پیدا کنید.