



داستان انفجار فروش با دادن جوایز

در این مطلب می‌خواهیم داستانی جذاب و آموزنده از یک برند موفق را به اشتراک بگذاریم؛ داستانی که نشان می‌دهد چگونه یک مجله ورزشی به نام اسپورتس ایلاستریتد (Sports Illustrated)، با یک ایده خلاقانه فروش خود را به طرز چشمگیری افزایش داد. این داستان درس‌هایی به ما می‌آموزد که می‌توانیم در کسب‌وکارهای خود از آنها استفاده کنیم.

آغاز داستان اسپورتس ایلاستریتد

مجله اسپورتس ایلاستریتد در سال ۱۹۵۴ کار خود را آغاز کرد و ۱۲ سال فعالیت خود را ادامه داد؛ اما متأسفانه در این مدت با زیان مالی مواجه بود.

چاپ مجله در آن زمان کار سخت و پیچیده‌ای بود و اگر تیراژ چاپ‌شده فروخته نمی‌شد، ضرر قابل‌توجهی به‌همراه داشت. این مجله ۱۲ سال در تلاش بود تا به موفقیت دست پیدا کند، اما همواره در تراز منفی قرار داشت.

در دهه ۶۰، آندره لاگر تیراژ مجله را دوبرابر کرد؛ اما در سال ۱۹۸۰ با مشکل جدیدی مواجه شدند. هدایایی که همراه با محصولات ارائه می‌دادند دیگر جذابیت کافی نداشتند و نمی‌توانستند فروش قابل‌توجهی ایجاد کنند. در چنین شرایطی، مجله اسپورتس ایلاستریتد دنبال راه‌حل خلاقانه‌تری رفت.

ایده‌ای که همه چیز را تغییر داد

مارتین شمپین، مدیر بازاریابی مجله، تصمیم گرفت یک هدیه منحصر به فرد ارائه دهد. او یاد تلفن‌هایی افتاد که به شکل قورباغه طراحی شده بودند و تصمیم گرفت تلفنی به شکل توپ فوتبال طراحی کند. این ایده نه تنها برای هواداران فوتبال جذاب بود؛ بلکه در آن زمان تلفن‌های تزئینی نیز مد شده بودند.

تست ایده

آن‌ها قبل از اینکه ایده را در مقیاس بزرگ اجرا کنند، تصمیم گرفتند یک آزمون از طریق پست انجام دهند. آن‌ها به ۳۵ هزار مشترک بالقوه پیشنهاد دادند اگر اشتراک خود را تمدید کنند، یک تلفن فوتبالی هدیه می‌گیرند. نتیجه این تست بسیار مثبت بود و افراد زیادی علاقه‌مند به دریافت این هدیه شدند.

تولید تلفن فوتبالی

مجله برای تولید تلفن‌های فوتبالی با یک کارخانه در چین قرارداد بست و هزینه تولید هر تلفن تنها ۴ دلار بود. این در حالی بود که ارزش ذهنی این تلفن برای مشتریان حدود ۳۰ دلار تخمین زده می‌شد. پس از موفقیت این تست، آن‌ها تصمیم به تولید انبوه این تلفن‌ها گرفتند.

انفجار فروش

در سال ۱۹۸۷، این تلفن‌های فوتبالی به بازار عرضه شدند و انحصاراً توسط مجله اسپورتنس ایلاستریتد قابل خریداری بودند. نتیجه این کمپین فوق‌العاده بود: ۱ میلیون و ۶۰۰ هزار اشتراک جدید برای مجله به فروش رسید.

این عدد حیرت‌آور به خاطر جذابیت این تلفن فوتبالی و تبلیغات هوشمندانه‌ای بود که انجام شده بود.

عوامل موفقیت این کمپین

حال بیایید بررسی کنیم چه عواملی باعث موفقیت این کمپین شدند:

- **تبلیغات تلویزیونی:** استفاده از تبلیغات تلویزیونی در زمان مناسب و با هزینه کم، یکی از عوامل کلیدی بود.
- **هدیه منحصر به فرد:** تلفن فوتبالی به‌عنوان هدیه‌ای که هیچ جای دیگر قابل تهیه نبود، جذابیت بالایی داشت.
- **ارزش بالای هدیه:** مشتریان این حس را داشتند که با خرید یک اشتراک ۵۵ دلاری، تلفنی با ارزش ۳۰ دلار دریافت می‌کنند.
- **آزمایش و تست:** آن‌ها با مقیاس کوچک آزمایش کردند و سپس به مقیاس بزرگ‌تر رفتند.

درس‌هایی برای کسب‌وکارها

از این داستان می‌توانیم چندین درس کلیدی بگیریم:

- **هدایای مرتبط:** هدایایی که به موضوع کسب‌وکار شما مرتبط هستند، می‌توانند تاثیر زیادی روی مشتریان داشته باشند.
- **ارزش افزوده:** گاهی ارزش افزوده‌ای که ارائه می‌دهید، از خود محصول مهم‌تر

است.

• **نوآوری در بازاریابی:** به جای استفاده از روش‌های قدیمی، دنبال ایده‌های خلاقانه و نوآور باشید.

در پایان، امیدوارم این داستان از مجله اسپورتس ایلاستریتد برای شما الهام‌بخش باشد و بتوانید از این درس‌ها در کسب‌وکار خود بهره‌برداری کنید. به یاد داشته باشید با یک ایده خلاقانه و تمرکز روی نیازهای مشتریان، می‌توانید به موفقیت‌های بزرگ دست یابید.