



آیا برنامه بازاریابی دارید؟

در بازاریابی اشتباهاتی وجود دارند که تاثیر قابل توجهی بر میزان درآمد می‌گذارند. اولین قدم در افزایش فروش و سودآوری کسب‌وکار، شناخت اشتباهات رایج و متوقف ساختن آنها است. در این مقاله به اشتباه رایج بازاریابی می‌پردازیم که بسیاری از صاحبان کسب‌وکار، آن را مرتکب می‌شوند.

نداشتن برنامه بازاریابی مشخص

در جلسات مشاوره بازاریابی، نگرش مشابه و مشترکی را می‌بینم که در میان اغلب کارآفرینان و صاحبان مشاغل رایج است. اغلب آنها به جای اینکه برنامه‌ریز باشند، فقط مجری هستند. در واقع، عمل‌گرا بودن، ویژگی بسیار مهمی در موفقیت است. اگر هم‌اکنون صاحب کسب‌وکار هستید، احتمالاً فردی جسور و عمل‌گرا هستید. شما از افراد محدودی هستید که به جای اندیشیدن و آرزو کردن، کسب‌وکاری را راه‌اندازی کرده‌اید؛ ولی عمل‌گرا بودن کافی نیست! شما باید برنامه بازاریابی مشخصی را داشته

باشید.

نداشتن برنامه بازاریابی مشخص بسیار گران تمام می‌شود. بسیاری از صاحبان مشاغل هیچ برنامه منظم و حساب شده‌ای برای سال آینده یا حتی ۳ ماه آینده ندارند. این موضوع باعث می‌شود که عملیات بازاریابی آن‌ها کاملاً اتفاقی پیش برود. افراد زیادی را می‌شناسم که عملیات بازاریابی‌شان فقط به وضعیت آن روز بستگی دارد. یک روز خیلی خوشحال و با انگیزه هستند و به یک‌باره تصمیم می‌گیرند که برای افزایش فروش کارهایی انجام دهند. روز بعد شاید خسته و عصبانی باشند و دیگر کار را ادامه ندهند و همه چیز به فراموشی سپرده می‌شود!

نداشتن برنامه بازاریابی باعث می‌شود که رفته‌رفته شرایط، شما را هدایت کند؛ یعنی وقتی به محل کار خود می‌رسید منتظر می‌مانید تا ببینید چه اتفاقی می‌افتد و سپس به آن اتفاقات پاسخ می‌دهید؛ ولی با داشتن برنامه بازاریابی مشخص، صرف نظر از اتفاقات پیش آمده، بر بازاریابی متمرکز می‌شوید.

مشکل دیگری که صاحبان مشاغل کوچک مرتکب می‌شوند آن است که با انجام فعالیت‌های بازاریابی نامناسب، خود را به دردسر می‌اندازند. مخصوصاً، آن دسته از فعالیت‌های بازاریابی که از دوران کودکی با آن برخورد داشته‌اند و تصور می‌شود که بهترین راه حل موجود است. اغلب افراد این‌طور می‌اندیشند که ... خوب، ما باید برای کسب و کار خود بازاریابی کنیم، پس باید ماهانه ۵۰۰ هزار تومان برای تبلیغات در رادیو، کتاب راهنمای مشاغل و روزنامه‌ها هزینه کنیم و منتظر می‌مانند تا نتیجه احتمالی آن را ببینند. این همان کاری است که اغلب صاحبان مشاغل انجام می‌دهند. البته اشتباه برداشت نکنید، شما همواره باید در حال امتحان کردن روش‌های مختلف بازاریابی باشید تا نتایج آن‌ها را بسنجید. مشکل در اینجا است که اکثریت صاحبان مشاغل از الگوی بازاریابی سنتی پیروی می‌کنند و از کانال‌های جدید بازاریابی، برای رساندن پیام خود استفاده نمی‌کنند؛ مثلاً عده‌ای تصور می‌کنند که باید در ستون نیازمندی‌های روزنامه آگهی بدهند. این عده هیچ روشی برای سنجش نتایج در نظر نگرفته‌اند و مطمئن نیستند که این روش مناسب است یا خیر؛ ولی چون رقیبانشان

این کار را انجام می‌دهند، احساس می‌کنند که خودشان نیز باید آن کار را انجام بدهند.

در جلسات مشاوره، وقتی به فردی توصیه می‌کنم که روش بازاریابی خود را عوض کند، بلافاصله اعتراض می‌کند که این کار منطقی نیست؛ زیرا همکارانش سال‌ها است که از این روش استفاده می‌کنند. سوال بعدی که می‌پرسم آن است که آیا مطمئنید همکاران‌تان با این روش بازاریابی سود می‌کنند یا شاید صرفاً پولی را که با زحمت به دست آورده‌اند را با این روش بازاریابی از بین می‌برند؟! این نوع از صاحبان مشاغل معمولاً هیچ‌چیز را معتبر (یا آماری) برای این ادعاهای خود ندارند. اگر می‌خواهید فعالیت‌های بازاریابی شما اصولی و سودآور باشد، باید کار خود را با یک برنامه بازاریابی خوب آغاز کنید.

تعریف برنامه بازاریابی

برنامه بازاریابی یک سند مکتوب است که در آن مجموعه‌ای از فعالیت‌های لازم برای ارتقای محصولات/ خدمات یا شرکت شما نوشته شده است. برنامه بازاریابی به این دلیل طراحی شده تا تعداد مشتریان و سود شرکت را افزایش دهد و بهتر است به صورت سالانه تهیه شود.

همان‌طور که گفتیم فعالیت بازاریابی بسیاری از مدیران کاملاً اتفاقی است. هنگامی که خوشحال و با انگیزه هستند، عملیات بازاریابی را توسعه می‌دهند و در شرایط دیگر عملیات بازاریابی زیر خروارها مسئولیت و مشکلات شرکت، به فراموشی سپرده می‌شود.

برنامه بازاریابی به شما یادآوری می‌کند که مستقل از شرایط شرکت، باید همواره در حال بازاریابی باشید و سیستمی منظم و اصولی برای جذب مشتریان جدید و همچنین افزایش فروش به مشتریان قبلی، داشته باشید.

اگر برنامه بازاریابی نداشته باشید، وقتی که درآمد شرکت زیاد شد، عملیات بازاریابی متوقف خواهد شد و هرگاه سود شرکت نزول کرد، انگیزه کافی برای اختصاص بودجه

به بازاریابی نخواهید داشت.

فردی که قهرمان وزنه‌برداری می‌شود، برنامه منظمی برای تمرین و پیشرفت دارد. این شخص حتی در روزهایی که کاملاً بی‌حوصله است و هیچ علاقه‌ای به تمرین ندارد، خود را ملزم می‌کند تا کارهای خاصی انجام دهد؛ زیرا برنامه مشخصی دارد که در هر شرایطی دنبال می‌شود.

نکاتی برای تهیه برنامه بازاریابی موفق

۱. اهداف خاصی را مشخص کنید و چارچوب‌های زمانی مشخصی برای دستیابی به آن‌ها در نظر بگیرید

مثلاً هدف بگذارید که میزان فروش ماهانه محصول خود را به ۱۰۰۰ عدد برسانید. البته می‌توانید هدف‌گذاری خود را بر مبنای میزان فروش قرار دهید.

۲. کانال‌های بازاریابی موثر را مشخص کنید

اگر تا به حال از تبلیغات مجلات استفاده می‌کردید، حال می‌توانید از کانال‌هایی استفاده کنید که تا به حال استفاده نکرده‌اید. مثلاً شرکت در نمایشگاه‌ها را بیازمایید یا شاید تبلیغات اینترنتی، بروشورهای تبلیغاتی در مکان‌های خاص و ... بازده بهتری داشته باشند.

۳. بودجه بازاریابی خود را مشخص کنید

برای بازاریابی بودجه مشخصی اختصاص دهید. این بودجه می‌تواند مقداری ثابت و یا درصدی از درآمد ماهانه باشد. هر ماه بر این موضوع کار کنید که بودجه بازاریابی را به صورت بهینه‌تری استفاده کنید. یعنی نسبت درآمد به بودجه بازاریابی را افزایش دهید.

۴. برای انجام هر قسمت از برنامه خود متعهد باشید

بسیاری از افراد تصور می‌کنند که داشتن انگیزه و شور و شوق، برای موفقیت در بازاریابی کافی است؛ ولی افراد با انگیزه معمولاً وقتی پس از مدتی نتیجه خوبی

نمی‌گیرند، انگیزه خود را از دست می‌دهند و فعالیت‌های خود را کمتر می‌کنند. یکی از مهم‌ترین مشخصه‌های افراد موفق، داشتن تعهد کافی نسبت به کارشان است. متعهد باشید که مستقل از میزان فروش، همواره عملیات بازاریابی را ادامه دهید.

۵. کارایی تبلیغات خود را اندازه‌گیری و آن‌ها را مجدداً ارزیابی کنید

همواره از تبلیغاتی استفاده کنید که در آن امکان سنجش نتایج وجود داشته باشد. این کار با اختصاص دادن کد تخفیف، نوشتن نام شخص خاص و ... امکان‌پذیر است؛ مثلاً در متن آگهی خود بنویسید که برای سفارش با آقای نظری تماس بگیرید. وقتی فردی تماس گرفت و گفت که می‌خواهد با آقای نظری صحبت کند، بلافاصله متوجه می‌شوید که این تماس نتیجه تبلیغ شما بوده است. داشتن برنامه بازاریابی در موفقیت کسب‌وکار اهمیت فراوانی دارد. اگر هنوز برنامه بازاریابی ندارید هم‌اکنون دست به کار شوید و نتیجه حیرت‌انگیز آن را ببینید!