



## روش‌های کم‌هزینه برای بازاریابی و تبلیغات

### ۱. کسب‌وکار خود را در محیط کار تبلیغ کنید

بر دیوار بیرونی شرکت، نام و زمینه کار شرکت را بنویسید. با رستوران بزرگی در تهران کار می‌کردم. این رستوران در نمای بیرونی هیچ تابلوی قابل توجهی نداشت. بسیاری از افرادی که از آنجا عبور می‌کردند نمی‌دانستند که در آنجا رستورانی وجود دارد. این رستوران هنگامی که تابلوی بزرگی از نمای داخلی رستوران را بر دیوار بیرونی نصب کرد، تعداد مراجعین به رستوران بیشتر شدند.

هر گونه نوشته یا علامتی از کسب‌وکار شما در محیط‌های عمومی محل کار، تبلیغی شبانه‌روزی خواهد بود و می‌تواند دیگران را با کسب‌وکار شما آشنا سازد، حتی زمانی که تعطیل هستید. اگر امکان نصب تابلو یا نوشته‌ای بزرگ را ندارید، می‌توانید بر زنگ درب ورودی علاوه بر نام شرکت، زمینه کاری خود را هم بنویسید. البته برای نصب تابلوهای بزرگ شاید نیاز به دریافت مجوز باشد. از رنگ‌ها و طراحی مناسب و حرفه‌ای استفاده کنید، حتی می‌توانید روزها و ساعات فعالیت شرکت را بنویسید.

موضوع بعدی آن است که از محل کسب و کار خود برای بازاریابی استفاده کنید. اگر مشتریان به محل شما مراجعه می‌کنند و باید مدتی در محل شما بمانند، از این فرصت فوق‌العاده استفاده کنید. به جای اینکه دیوارهای شرکت خود را با تابلوهای تزئینی پر کنید، مطالبی نصب کنید که محصولات و خدمات شما را تبلیغ می‌کند؛ مثلا بسیاری از کسانی که برای بیمه کردن اتومبیل خود به شرکت بیمه مراجعه می‌کنند، اطلاعات کافی درباره بیمه‌های دیگر مثلا بیمه عمر و سرمایه‌گذاری ندارند. یک نماینده بیمه می‌تواند دقیقا روبروی محلی که مشتری می‌نشیند، مطلبی درباره بیمه عمر و مزایای آن نصب کند.

## ۲. تبدیل فاکتور به ابزاری برای فروش بیشتر

بسیاری از شرکت‌ها روزانه فاکتورهایی را صادر می‌کنند که به جاهای مختلف ارسال می‌شود. فاکتورها معمولا بارها دست به دست می‌شوند تا به دست پرداخت‌کننده آن می‌رسند. اخیرا تبلیغ یکی از شرکت‌های معروفی که دوره‌های مدیریتی برگزار می‌کند را در وب‌سایتم گذاشتم. سپس فاکتور را فرستادم، این فاکتور باید توسط چندین نفر تایید می‌شد که شامل فرد سفارش‌دهنده آگهی که یکی از مدرسان بود، مسئول حسابداری و سپس فردی که چک‌ها را صادر می‌کرد بودند. این موضوع فرصت خوبی را فراهم می‌کند تا به چندین نفر معرفی شوید. البته شاید این افراد با کسب و کار شما آشنا باشند ولی به تمامی توانایی‌ها و امکاناتی که ارائه می‌کنید واقف نباشند؛ مثلا ما برای محصولات آموزشی، مشتریان زیادی داریم و اخیرا کارگاه‌های آموزشی حضوری برگزار می‌کنیم ولی بسیاری از مشتریان این موضوع را نمی‌دانند. پس با فاکتور حتی می‌توانید خدمات و محصولات جدید را معرفی کنید. حتی می‌توانید اخبار کسب و کار خود را در فاکتور منعکس کنید؛ مثلا اگر قیمت‌ها تغییری کرده است یا گاهی فروش فوق‌العاده برگزار می‌کنید این موارد را در فاکتور منعکس کنید.

وقتی مشتری محصولی را می‌خرد، احتمالا محصولات وابسته‌ای وجود دارند که می‌توان در فاکتور معرفی کرد؛ مثلا فرض کنید فردی از شما جوهر پرینتر می‌خرد.

چنین فردی احتمالا به کاغذهای مختلف، لوازم یدکی پرینتر و خدمات تعمیر پرینتر علاقه مند است. محصولات وابسته به محصول خریداری شده را در فاکتور معرفی کنید. نرم افزارهای پیشرفته حسابداری این امکان را دارند که محصولات موردنظر را با توجه به خرید مشتری در زیر فاکتور اضافه کنند.

ابتکاری که یکی از شرکت‌های کامپیوتری انجام داد این بود که با هر فاکتور، یکی از اعضای شرکت را معرفی می‌کرد و حتی عکس او را در پایین فاکتور چاپ می‌کرد. این کار در مشتری احساس خوبی را ایجاد می‌کند و در مراجعات بعدی مشتری احساس نزدیکی بیشتری با کارکنان می‌کند.

حتی می‌توانید کاری کنید که دریافت فاکتور برای مشتری به تجربه‌ای لذت بخش تبدیل شود؛ مثلا همراه فاکتور مطالب خواندنی و آموزشی کوتاهی بفرستید تا مشتری از آن‌ها استفاده کند.

اگر امکانات بیشتری در اختیار دارید از فاکتورهای رنگی استفاده کنید تا تاثیر بهتری از شما به جای بگذارد. بسیاری از خریداران هیچ‌گاه به محل کارمان مراجعه نمی‌کنند و تنها چیزهایی که از کسب و کارمان می‌بینند محصولات و فاکتورها هستند.

### ۳. سیستم انتظار تلفنی را به درآمد تبدیل کنید

مشتریان از منتظر ماندن متنفرند. اگر از سیستم‌های پاسخگوی تلفنی استفاده می‌کنید و مشتریان باید لحظاتی منتظر بمانند تا بتوانند با شخص مورد نظر صحبت کنند، از این فرصت استفاده کنید. در لحظات انتظار به جای پخش صرفا یک موسیقی دلنشین، به معرفی محصولات و خدمات شرکت پردازید. اگر کسب و کار خود را به تازگی آغاز کرده‌اید با این کار می‌توانید ذهنیت خوبی را در مشتری ایجاد کنید و مشتری احساس خواهد کرد که با شرکت بزرگی تماس گرفته است.

در زمان‌هایی که شرکت تعطیل است به جای آنکه بگویید لطفا پیام خود را بگذارید می‌توانید به معرفی شرکت و محصولات پرداخته سپس از مشتری بخواهید پیام

بگذارد.

در تهیه پیام مناسب همواره به یاد داشته باشید که مشتریان بسیار پرمشغله هستند. از گفتن مقدمه یا مطالبی که مشتری از آن آگاه است بپرهیزید و مستقیماً به خدمات و محصولات بپردازید. پیام را تا حد ممکن کوتاه و قابل فهم نگه دارید. از جملات شعارگونه بپرهیزید. مشتریان هیچ‌گاه فرصت ندارند تا مثلاً ۱۰ دقیقه به توضیحات ضبط‌شده شما گوش کنند. برای دلنشین‌تر شدن پیام می‌توانید آن را با موسیقی ملایمی همراه سازید.

اگر توانایی تهیه دستگاه‌های گران‌قیمت پاسخگوی تلفنی را ندارید می‌توانید از نرم‌افزارهایی که برای این کار تهیه شده‌اند استفاده کنید. کافی است کامپیوتر شما به مودم مجهز باشد تا آن را تبدیل به سیستم پاسخگوی خودکار تلفنی کنید. یکی از بهترین نرم‌افزارها در این زمینه IVM Answering Attendant است که در سی‌دی‌های بازار موجود است.

## ۴. از لباس‌های رسمی استفاده کنید

بسیار جالب است که مردم به افرادی که یونیفرم پوشیده‌اند احترام بیشتری می‌گذارند زیرا احساس می‌کنند که آن‌ها افراد تصمیم‌گیرنده و مهمی هستند. تصور کنید که می‌خواهید با هواپیما مسافرت کنید. اگر ببینید خلبان یک تی‌شرت معمولی پوشیده است چه احساسی به شما دست می‌دهد؟ آیا اطمینان مسافران کمتر نخواهد شد؟

اگر شما و کارکنان با لباس مناسب در محل کار ظاهر نشوند شاید باعث تاثیر نامناسب بر دیگران شود. البته تهیه یونیفرم معمولاً پرهزینه است، ولی می‌توان آن را بخشی از بودجه بازاریابی در نظر گرفت. البته اگر نمی‌توانید یونیفرم تهیه کنید، حداقل می‌توانید نوع خاصی از لباس با رنگی مشخص بپوشید؛ مثلاً تمامی کارکنان پیراهن سفید با شلوار مشکی بپوشند، حتی کسب‌وکارهای بسیار کوچک می‌توانند از

این روش استفاده کنند. مشتریان وقتی شما و کارکنان را ببینند که با لباس‌هایی مناسب و یکدست در محل کار ظاهر می‌شوند، احساس آرامش و امنیت خواهند کرد.

شاید برای شما هم پیش آمده باشد که به فروشگاه‌های مراجعه می‌کنید و ظاهر و لباس عجیب و غریب فروشنده باعث می‌شود که احساس راحتی نکنید و حتی از خرید منصرف شوید.

## ۵. از بسته‌بندی محصولات و خدمات بهترین استفاده را ببرید

بسیاری از کسب‌وکارها محصولات خود را در جعبه یا بسته‌بندی خاصی ارائه می‌کنند. بسته‌بندی شاید یک کیسه معمولی باشد یا حتی جعبه چوبی گران‌قیمت خاص. بسته‌بندی این امکان بی‌نظیر را فراهم می‌کند تا کارتان را به دیگران معرفی کنید. وقتی مشتری محصولی را می‌خرد معمولاً آن را به دیگران نیز نشان می‌دهد. اگر از جعبه یا بسته‌بندی خاصی استفاده می‌کنید چرا آن را به عنوان فرصتی برای فروش بیشتر در نظر نگیرید؟ حتی اگر از کیسه پلاستیکی استفاده می‌کنید می‌توانید روی آن نام و لوگوی کسب‌وکار و ساعات کاری و شماره تلفن و حتی محصولات و خدمات را بر آن چاپ کنید.

ایده پرسود دیگر گذاشتن کاغذ معرفی محصولات دیگر در بسته‌بندی تمامی محصولات است. اگر فردی از شما خرید کرد به احتمال زیاد مجدداً خرید خواهد کرد و حتی شاید شما را به دوستان خود توصیه کند.

کتاب‌فروشی‌ها می‌توانند به خوبی از این روش استفاده کرده و با هر کتاب، فهرستی از کتاب‌های پرفروش ماه و کتاب‌های حراجی را ضمیمه کنند.

فروشگاهی بزرگ در ژاپن بر کیسه‌های خود نقشه کاملی از شهر توکیو را چاپ کرده است و روی نقشه، محل فروشگاه خود را مشخص کرده است و به این طریق به تبلیغ کسب‌وکار خود می‌پردازد.