



پنج استراتژی بازاریابی برای رشد

چگونه می‌توانید بازارهایتان را گسترش دهید؟

برای رشد در کسب‌وکار باید یک **استراتژی بازاریابی** مشخص داشته باشید. پنج استراتژی خلاقانه و مهم برای رشد بازاریابی وجود دارد.

نخست اینکه می‌توانید با تصحیح محصول، تبلیغ موثرتر، قرار دادن محصولات در یک بسته، خارج کردن آن‌ها از بسته‌های خاص، گسترش کانال‌های توزیع یا کاهش قیمت، تعداد بیشتری از محصول فعلی را در بازارهای فعلی بفروشید. با کدام یک از این استراتژی‌ها می‌توانید تعداد بیشتری از محصول فعلی را در بازارهای موجود بفروشید؟

دوم می‌توانید محصولات و خدمات جدیدی را به بازارها و مشتریان فعلی بفروشید. محصولاتی مکمل محصولات و خدمات فعلی تولید کنید که قبلاً در بازار اعتبار پیدا کرده‌اند و کانال‌های توزیعشان را یافته‌اید.

مشتریان فعلی چه خواسته‌ها، نیازها یا آرزوهای دیگری دارند که می‌توانید با تولید

محصولات و خدمات جدید و مکمل محصولات قبلی، آن‌ها را برآورده کنید؟

۸۰ درصد محصولاتی که ۵ سال دیگر خریداری و استفاده می‌شوند، کاملاً با محصولات امروز تفاوت دارند. امروزه سرعت منسوخ شدن محصولات بیش از هر زمان دیگری در تاریخ بشر است و فقط چند ماه یا چند سال کارایی دارند. باید مدام محصولات و خدمات جدیدی ارائه دهید تا جایگزین محصولاتی شوند که تاریخ مصرفشان در بازارهای فعلی به سر آمده است.

ورود به بازارهای جدید

سوم محصولات فعلی خود را به بازارهای جدیدی ارائه کنید که قبلاً هرگز از آن‌ها بهره‌برداری نکرده‌اید. به دنبال بازارهای جدید و متفاوت ملی و بین‌المللی باشید که بتوانید محصولات فعلی را به آن‌ها عرضه کنید.

۸۰ درصد مشتریان احتمالی حتی از وجود محصول یا خدمت شما اطلاع ندارند و نمی‌دانند که خرید آن‌ها چه تاثیر مثبتی در زندگیشان دارد.

چهارمین و سخت‌ترین استراتژی بازاریابی این است که محصولات جدید را به بازارهای جدید عرضه کنید. داستان آيپاد، آيفون و آيپد که به یک‌باره آيپل را به ارزشمندترین شرکت دنیا تبدیل کردند، مثال خوبی از ارائه محصولات جدید به بازارهای جدید است.

مثال دیگر فیسبوک است که توانست با یک ایده ساده در کمتر از ۱۰ سال بیش از یک میلیارد مشتری را به خود جذب کرده و افراد زیادی را به ثروت‌های کلان برساند.

مارک زاکربرگ و شرکایش احساس کردند که مردم برای برقراری ارتباط با سایر افراد دنیا به استفاده سریع و موثر از تکنولوژی نیاز دارند. فیسبوک با این ایده اولیه فعالیت‌های ارتباطی گسترده و متنوعی را برای اعضا تعریف کرد و به یکی از موفق‌ترین و سریع‌الرشدترین کسب‌وکارهای تاریخ تبدیل شد.

با قابلیت‌ها، منابع، نیروی کار و توان تولید فعلی خود می‌توانید چه محصولات و خدمات جدیدی را به بازارهای جدید ارائه کنید؟ متفاوت بیندیشید.

استراتژی پنجم این است که محصولات و خدمات برتر سایر شرکت‌ها که برای مشتریان فعلی‌تان ایده‌آل است را مشخص کنید. می‌توانید به مشارکت انتفاعی و ائتلاف‌های استراتژیک بپیوندید و کانال بازاریابی محصولات و خدمات دیگران شوید. این یک استراتژی کم‌خطر و پر سود است که می‌توانید نخست آن را امتحان کرده و سپس اجرا کنید.