

۱۰۱ نکته کاربردی در بازاریابی اثربخش

- (۱) توجه به نیازهای مشتری را سرلوحه کار خود قرار دهید.
- (۲) تا می‌توانید اطلاعات خود در مورد نیازهای مشتریان جدید و بالقوه را تکمیل کنید.
- (۳) رویکرد خود به بازاریابی را از انزوا خارج، و با دیدی باز و فراگیر با آن برخورد کنید.
- (۴) به عناصر موجود در آمیزه بازاریابی توجه، و اهمیت هر یک از آنها را مشخص کنید.
- (۵) بین قیمت و کیفیت یک تعادل منطقی برقرار کنید.
- (۶) تلاش‌های خود را به عوامل کلیدی آمیزه معطوف کنید.
- (۷) هر چند وقت یک بار، در آمیزه بازاریابی خود تجدیدنظر کنید.
- (۸) آمیزه بازاریابی خود را با رقبا مقایسه کنید.
- (۹) از قیمتی که رقبای شما بر محصولات و خدمات خود گذاشته‌اند اطلاع دقیق حاصل کنید.
- (۱۰) برای اطلاع از نوع نگرش و دیدی که مشتریان نسبت به شما دارند، به تحقیق در بازار بپردازید.
- (۱۱) از کارمندان بخش روابط عمومی در تصمیم‌گیری‌های بازاریابی استفاده کنید.

- ۱۲) برای تبیین نیازهای مشتری، به جای حدس و گمان، از تحقیقات استفاده کنید.
- ۱۳) جمع‌آوری اطلاعات به تنهایی کافی نیست، شما باید بتوانید از این اطلاعات استفاده کنید.
- ۱۴) با طرح چند سؤال بازاریابی از مشتریان جدید، اطلاعات خود را به طور مستمر تکمیل کنید.
- ۱۵) تلاش کنید تا مشتریان موردی و با ارزش افزوده کم خود را به مشتریان دائمی و با ارزش افزوده بالا تبدیل کنید.
- ۱۶) عواملی که ممکن است در یافتن مشتریان جدید به شما کمک کنند را مشخص کنید.
- ۱۷) در آگهی‌ها و تبلیغات خود و همچنین در مراکز فروش، بر دغدغه‌ها و دلایل مشتریان برای خرید تأیید کنید.
- ۱۸) اطمینان حاصل کنید که دلایل خرید مشتری و امتیازات فروش شما در یک نقطه به هم می‌رسند.
- ۱۹) هنگام انجام معامله با یک شرکت، ببینید چه شخصی سیاست‌های خرید را تعیین می‌کند؟
- ۲۰) اطلاعات مربوط به خرید باید به طور مستمر جمع‌آوری شوند.
- ۲۱) برای بازگشت پرسشنامه‌های ارسالی یک مهلت زمانی مشخص کنید.

۲۲) تمامی حوزه‌هایی که می‌توانید در آنها به مشتری خدمات ارائه دهید را
بیابید و به دنبال رشد و توسعه آنها باشید.

۲۳) فراموش نکنید که مشتریان کنونی شما ارزشمندتر از مشتریان احتمالی
هستند.

۲۴) از مشتریان ناراضی بخواهید به شما بگویند که چگونه می‌توانید نظر آنها
را جلب کنید.

۲۵) در تمام شرایط، کمک رسانی و روی خوش نشان دادن به مشتری را
فراموش نکنید، زیرا این اقدامات سبب برقراری روابط سالم با وی خواهد شد.

۲۶) از افراد به خاطر این که مشتری شما هستند تشکر کنید تا آنها احساس
احترام و ارزش کنند. معاشرت با افراد، نگرش آنها را به شما تغییر می‌دهد.

۲۷) به منظور معرفی محصول به مشتریان جدید، به آنها هدایای افتخاری
پیشکش کنید.

۲۸) برای اینکه کارمندان بخش فروش فعالیت‌های خود را گسترده‌تر کنند،
برای آنها مشوق‌هایی در نظر بگیرید.

۲۹) مشتریان قبلی را در جریان تغییرات کیفی محصولات خود قرار دهید.

www.52511.mihanblog.com

۳۰) به منظور دریافت بازخورد مفید، از کارتهای مخصوص ثبت نظرات و پیشنهادات استفاده کنید.

۳۱) به بازخوردهای دریافتی از مشتری، به دید اطلاعات ارزشمندی در زمینه بازاریابی نگاه کنید.

۳۲) همواره به دنبال راههایی برای رشد و توسعه تولیدات خود باشید.

۳۳) همیشه از مشتری به خاطر ارائه نظراتش تشکر و قدردانی کنید حتی اگر نقطه نشر منفی داشته باشد.

۳۴) فرایندهای شرکت را بازبینی، و آنها را به فرایندهای مشتری مدار نزدیکتر کنید.

۳۵) از مشتریان بخواهید تا استثنایترین نقطه قوت محصولات شما را مشخص کنند.

۳۶) مشخص کنید در مقایسه با رقبا چه چیزهای متفاوتی را عرضه می کنید.

۳۷) برای برتری و کسب امتیاز نسبت به رقبا، رضایت همه جانبه مشتری را فراهم کنید.

۳۸) مشوقی را انتخاب کنید که شهرت و آوازه شما را تقویت کند؛ هدایای پیش پا افتاده و پر زرق و برق تصویر شما را کم رنگ خواهند کرد.

www.52511.mihanblog.com

- (۳۹) مطمئن شوید که صحت نظراتی که در گواهی‌نامه بیان شده است را می‌توان به وسیله اسناد و مدارک معتبر ثابت کرد.
- (۴۰) همواره لازم است که یک ارتباط منطقی بین مشوق در نظر گرفته شده و محصول وجود داشته باشد.
- (۴۱) بخش فروش خود را توجیه کنید تا هنگام صحبت با مشتری بر روی مزایای محصول تأکید کنند و نه برقابلیت‌های آن.
- (۴۲) تلاش کنید تا مشتری نام تجاری شما را باور داشته باشد، در این صورت خواهید دید که وی وفاداری خود را حفظ خواهد کرد.
- (۴۳) برای تمام محصولات خود یک نام تجاری مناسب انتخاب کنید.
- (۴۴) نام تجاری معروف نباید به عنوان جایگزینی برای کیفیت محسوب شود، بلکه باید بر آن تأکید کند.
- (۴۵) از هر فرصتی برای تقویت هویت شرکتی خود استفاده کنید.
- (۴۶) با صدور مستمر آیین‌نامه‌هایی برای کارمندان، به کسب هویت برای شرکت خود کمک کنید.
- (۴۷) مراقب باشید! رنگ‌ها می‌توانند بار فرهنگی یا سیاسی داشته باشند.
- (۴۸) استفاده از تنوع رنگ در علامت تجاری را به حداقل برسانید تا هزینه‌های چاپ زیاد نشوند.

۴۹) اطمینان حاصل کنید رفتار کلیه کارمندان شرکت ارزش‌های نام تجاری را منعکس کنند.

۵۰) از اینترنت به عنوان وسیله‌ای برای دستیابی به بازارهای جهانی استفاده کنید.

۵۱) آماده باشید تا برای رشد و توسعه، دست به طراحی مجدد محصولات بزنید.

۵۲) با تولید محصولات مرتبط، حوزه امنی برای تنوع محصولات خود ایجاد کنید.

۵۳) از مشتریان بپرسید می‌خواهند چه محصولات جدیدی را در بازار ببینند.

۵۴) قبل از پذیرش خطر تنوع‌دهی به محصولات خود، باید تمام گزینه‌های ممکن را شناسایی کرده باشید.

۵۵) برای این که نام شما همواره در برابر دیدگان مشتری باشد، دفترچه یادداشت و هدایای رومیزی را به صورت رایگان به آنها هدیه کنید.

۵۶) از دفترچه‌های راهنما و سالنامه به عنوان ابزاری برای تبلیغات استفاده کنید.

۵۷) برای جذب مشتری از هدایا و نمونه‌های تبلیغاتی استفاده کنید.

www.52511.mihanblog.com

۵۸) مطمئن شوید که کارمندان مربوطه می‌دانند که به چه آگهی‌هایی و در چه زمانی نیاز است.

۵۹) انجام کارهای اضافی خود را به شرکت‌های دیگر بسپارید.

۶۰) این نکته را به ذهن بسپارید که فضای بین پاراگراف‌ها در صفحات داخلی، شمار بیشتری از خوانندگان را هدف قرار می‌دهد.

۶۱) از سفارش آگهی‌های کوچک اجتناب کنید، زیرا اکثر خوانندگان زحمت خواندن آنها را به خود نمی‌دهند.

۶۲) هر چه می‌توانید ایده‌ها و طرح‌های خود را به صورت ساده و مختصر ارائه کنید.

۶۳) آگهی‌های کوچک خود را درون یک کادر خط چین شده با خطوط ضخیم قرار دهید تا بر میزان اثرگذاری آن افزوده شود.

۶۴) با استفاده از افعال «اول شخص» در متن تبلیغاتی به طور مستقیم نظر مخاطب را به خود جلب کنید.

۶۵) آگهی‌های خود را به صورت رنگی چاپ کنید تا نسبت به نمونه‌های تک رنگ تعداد خوانندگان آن دو برابر شود.

۶۶) تحقیق کنید که آیا ایستگاه رادیویی می‌تواند شما را در تولید آگهی یاری کند یا خیر.

۶۷) از آژانس‌های تبلیغاتی بخواهید آگهی‌هایی که تاکنون تولید کرده‌اند را برای شما پخش کنند.

۶۸) به خاطر داشته باشید که آگهی‌های رادیویی شنیده می‌شوند و دیده نمی‌شوند.

۶۹) اطلاعات فهرست پستی شما همواره باید به روز باشند.

۷۰) اطمینان حاصل کنید که اسامی افراد درست درج شده باشند.

۷۱) در آگهی‌های پستی خود حتماً از واژه «شما» استفاده کنید، زیرا تأثیر بسیار زیادی در جلب توجه و اغوای مخاطب دارد.

۷۲) طوری برنامه‌ریزی کنید که مشتریان بتوانند اطلاعات درون فهرست پستی شما را به راحتی تکمیل و به روز کنند.

۷۳) با وارد کردن فهرست پستی خود در یک پایگاه اطلاعاتی به رشد و توسعه آن کمک کنید.

۷۴) با استفاده از دایره‌های سیاه توپر، امتیازات را به طور مشخص نسبت به متن اصلی برجسته کنید.

۷۵) نامه پیوست خود را با صدای بلند بخوانید. اگر به نظرتان بیش از حد رسمی و تصنعی آمد، نسبت به بازنویسی آن اقدام کنید.

www.52511.mihanblog.com

(۷۶) در اسامی Domain از خط فاصله استفاده نکنید، زیرا خط فاصله باعث

پیچیده‌تر شدن نشانی وب می‌شود.

(۷۷) به سایت‌های رقبا سری بزنید و ایده‌های مفید را شکار کنید.

(۷۸) مطالعه روی صفحه کامپیوتر برای چشم سخت است. بنابراین، متن را به

شکلی ارائه کنید که خوانا و قابل درک باشد.

(۷۹) سایت خود را در کتابچه‌های راهنمای سایت‌های درون شبکه ثبت کنید.

بااین کار به گسترش و تبلیغات سایت خود کمک خواهید کرد.

(۸۰) به طور متناوب اطلاعات مندرج در وب سایت را به روز کنید.

(۸۱) ببینید آیا محصولات شما مناسب فروش به صورت on-line هستند یا

خیر؟

(۸۲) بهتر است نام Domain ساده و کوتاه باشد تا نوشتن و به یاد سپردن

آن ساده باشد.

(۸۳) در اتخاذ تصمیمات کلیدی زمان زیادی صرف کنید تا تصمیم‌گیری با

عجله و شتاب صورت نگیرد.

(۸۴) اگر می‌خواهید تمرکز خود را از دست ندهید، تدوین استراتژی بازاریابی

را در خلوت و در سکوت کامل انجام دهید.

(۸۵) اعضای گروه را با توجه به دامنه مهارت‌هایشان انتخاب کنید.

www.52511.mihanblog.com

- ۸۶) برای تکمیل استراتژی خود، ضرب الاجلی را تعیین کنید.
- ۸۷) SWOT به تجزیه و تحلیل رقبا می‌پردازد تا شما بتوانید خود را در مقام مقایسه با آنها بسنجید.
- ۸۸) برنامه‌ریزی برای اهداف بازاریابی باید با دقت و حوصله انجام شود.
- ۸۹) اهدافی را مشخص کنید که در عین سخت بودن، قابل دستیابی باشند.
- ۹۰) حداقل یک هدف را که به طور حتم به آن دست می‌یابید مشخص کنید.
- ۹۱) اهداف را با همکاران در میان بگذارید و از حمایت آنها اطمینان حاصل کنید.
- ۹۲) افراد را به شرکت در جلساتی تشویق کنید که به روش طوفان مغزی تشکیل می‌شوند.
- ۹۳) برای اثربخشی و کارایی بیشتر، جلسات طوفان مغزی را خارج از محل کار ترتیب دهید.
- ۹۴) قبل از تنظیم بودجه، هزینه‌ها و نتایج حاصله را مشخص کنید.
- ۹۵) از کارمندان بخواهید تا به طور منظم پیشرفت کار را گزارش، و به مواردی اشاره کنند که مدنظر شما است.
- ۹۶) کارمندان موظف هستند شما را در جریان موارد تأخیر در اجرا و مشکلات موجود قرار دهند.

- ۹۷) بعد از واگذاری یک مسئولیت تلاش کنید تا از دخالت بپرهیزید، مگر زمانی که احتمال بدهید اهداف تحقق نخواهند یافت.
- ۹۸) برای همکاران توضیح دهید که بازاریابی چگونه می‌تواند در کاری که انجام می‌دهند از آنها حمایت کند.
- ۹۹) همکاران را از موفقیت‌های حاصله در زمینه بازاریابی آگاه کنید.
- ۱۰۰) حمایت و پشتیبانی همه کارکنان را جلب کنید.
- ۱۰۱) در توجیه فعالیت‌های بازاریابی خود، تلاش کنید تا همکاران سایر بخش‌ها برداشت مثبتی از نقش و حضور شما داشته باشند.

گردآوری و تدوین: محمد افشار

نام کتاب: بازاریابی اثربخش

نویسنده: موآ علی

مترجم: محمد منتظری

www.52511.mihanblog.com

وبلاگ گروه فروش 52511

وبلاگ جامع بازاریابی، فروش، مدیریت، موفقیت، کارآفرینی و تبلیغات