



## ۲۰ ایده بازاریابی برای مشاغل کوچک نویسنده: محمد تولایی

بهترین ایده‌های بازاریابی ایرانی برای کسب و کارهای کوچک که می‌تواند با کمترین بودجه، نتیجه‌های چشمگیری را رقم زند. در ادامه ۲۰ روش بازاریابی مقرون به صرفه به شما کمک خواهد کرد تا بدون صرف هزینه زیاد فروش خود را افزایش دهید.

صاحبان مشاغل کوچک می‌دانند که بازاریابی رمز ورود مشتریان جدید و حفظ آن‌ها هست. اما اینکه چگونه می‌توان به‌طور مؤثر با بودجه ناچیز به این مهم دست‌یافت را در ادامه به‌صورت کامل توضیح خواهیم داد. خوشبختانه بسیاری از روش‌های بازاریابی وجود دارد که می‌توانید با هزینه اندک در کسب و کار خود به کار گیرید. ممکن است برخی از روش‌هایی که در گذشته همیشه از آن استفاده می‌کردید امروز نتیجه قابل قبولی را ایجاد نکنند، بنابراین انعطاف بیشتری برای امتحان کردن ایده‌های بازاریابی جدید

# اثر نادر

نشان دهید و با به کارگیری آن‌ها در کسب‌وکار کوچک خود، میزان بازخورد و نتیجه آن‌ها را ارزیابی کنید. از امتحان کردن نترسید.



**۱. اهداف و برنامه بازاریابی خود را مرور کنید!** اگر برنامه بازاریابی در کسب‌وکار خود ندارید، آن را ایجاد کنید. تلاش برای بازاریابی بدون هدف تنها باعث اتلاف وقت و هزینه می‌شود. چه تازه کار هستید و یا سالها از تجارت شما می‌گذرد. باید به این درک رسیده باشید که امروز قرار است برای چه دسته از افراد بازاریابی کنید؟ و چگونه می‌توانید پیام خود را به آن دسته از افراد برسانید؟

**۲. کسب‌وکار خود را از نگاه مشتری بنا کنید!** اینکه چه چیزی خوب است؟ چه چیزی از جذابیت کمتری برخوردار است؟ و چه تمایزهایی باعث برجسته شدن محصول می‌شود؟ همگی باید بر اساس بازخورد و شناخت مشتریان پاسخ داده شود، پس تنها به تصورات خود تکیه نکنید. رفتار

# اثر ناب

مشتری را زیر نظر بگیرید، آن‌ها معمولاً چه اجناسی خرید می‌کنند؟ در مقابل چه قیمتی حساسیت کمتری نشان می‌دهند؟

**۳. متفاوت باشید!** کسب‌وکارهای کوچک پرسود با تمایزها شکل می‌گیرند. گاهی راه‌های ایجاد تمایز با بالا بردن سطح دانش و تخصص خود در حرفه‌ای که دارید ایجاد می‌شود. و گاهی استراتژی تمایز شما می‌تواند در یک شعار، یک تفاوت اساسی در محصول و یا حتی تفاوت در ادراک محصول شکل گیرد. به‌عنوان مثال آیا کیف‌هایی که می‌فروشید سبک‌تر هستند؟ آیا خدماتی که ارائه می‌دهید باعث کاهش بیشتر هزینه‌ها می‌شود و یا سرعت بهره‌وری آن‌ها را افزایش می‌دهد.

**۴. به یک شبکه فعال پیوندید!** یکی از رازهای کسب‌وکارهای زود بازده فعالیت در شبکه‌های فعال است. بسته به آنچه می‌فروشید و مشتریان شما به آن تعلق دارند به انجمن‌های تجاری محلی، سازمان‌های ورزشی، انجمن والدین و غیره پیوندید و فعالانه درگیر آن‌ها شوید. به یاد داشته باشید هدف شما ایجاد شناخت و اعتماد است. بنابراین در این انجمن‌ها دائماً آنچه را می‌فروشید تبلیغ نکنید. فقط سرنخ ایجاد کنید.

**۵. با سایر مشاغل یک اتحاد استراتژیک ایجاد کنید!** ایده بازاریابی شما می‌تواند گاهی با کسب‌وکار کوچک همکاران گره زده شود. برای داشتن مشتری بیشتر با همکاران خود مشارکت کنید. با نان قرض دادن به همکاران، دامنه کسب‌وکار خود را گسترش دهید. با اتحاد استراتژیک بین همکاران، می‌توانید با هزینه پایین، سیلی از مشتریان را به تجارت خود هدایت کنید.

**۶. تقسیم بازار و تعیین بازار هدف!** بخش‌بندی بازار باعث می‌شود

# اثر ناب

محصولاتی ایجاد کنید و یا تخصص‌هایی را ارائه دهید که به‌طور خاصی نیازهای هر بخش از بازار را پاسخ دهد. اینکه چرا باید تقسیم‌بندی بازار را انجام داد؟ می‌تواند به برجسته شدن سؤال، تفاوت خریداران با یکدیگر بیشتر در چه زمینه‌هایی است؟ اشاره کند. هر مشتری تعریف متفاوتی از ارزش یک کالا دارد. بنابراین همه آن‌ها را نمی‌توانید در یک کفه ترازو قرار دهید.

## ۷. تبلیغاتی مختص به هر بخش از بازار تنظیم کنید! پررنگ‌ترین

ایده بازاریابی که هر کسب‌وکار کوچک به آن توجه می‌کند. استفاده از تبلیغات در کسب‌وکار خود است. اما معمولاً نکته‌ای که کمتر به آن توجه می‌شود، تبلیغات هدفمند و مختص به بازار هدف است. با درج آگهی در یک نیازمندی و دیگر رسانه‌های عمومی ممکن است تعداد زنگ خور شما را افزایش دهد اما شانس تبدیل شدن این افراد به مشتری بالفعل بسیار پایین است.

## ۸. بازار خود را گسترش دهیم! اینکه چگونه به کسب‌وکار خود رونق

دهیم؟ رابطه مستقیمی به وسعت دادن کسب‌وکار کوچک خود دارد. با توسعه بازار می‌توانید به‌جای تنها متمرکز شدن بر مشتری‌های محلی، محصولات مواد غذایی و یا نان‌های خود را به دست رستوران‌ها، تالارها و یا با بسته‌بندی مناسب در سوپر مارکت‌های سطح شهر توزیع کنید. بنابراین اگر می‌خواهید بدانید، چگونه کار خود را گسترش دهیم؟ و یا چگونه مغازه خود را رونق دهیم؟ کافی است که سهم بازار بزرگ‌تری را به کسب‌وکار کوچک خود اختصاص دهید.

## ۹. از مشتریان خود پرسیم! ایده بازاریابی ساده، کم‌هزینه و البته

# اثر ناب

کاربردی. از مشتریان خود بازخورد بخواهید. سؤالات هوشمندانه از مشتری و یا هر نوع سؤالات بازاریابی و فروش دیگر، باید شما را به تأمین بهتر نیازهای آنها نزدیک کند. از مشتریان خود پرسید چه خدمات و امکاناتی به شما در انتخاب محصول کمک می‌کند. نظرات و بازخوردهای آنها را در کسب‌وکار خود بکار گیرید.

**۱۰. از مشتریانی فعلی درخواست مراجعه کنید!** اینکه به مشتریان فعلی خود یادآوری کنید که مجدداً به شما مراجعه کنند. این ارجاع به آنها یک احترام و اعتماد به نفس خاصی را انتقال می‌دهد. و اگر مراجعه بعدی آنها را با یک پاداش ترکیب کنید به راحتی می‌توانید، مشتریان وفاداری را برای کسب‌وکار کوچک خود ایجاد کنید. اگر مشتری خود را که برای صرف غذا به رستوران شما آمده است را با نامشان صدا بزنید، احساس رضایت و خاص بودن را تجربه خواهند کرد. ایجاد یک سری امتیازها آنها را تشویق به بازدید مجدد می‌کند.

**۱۱. کسب‌وکار اینترنتی خود را بسازید!** اگر تا امروز تجارت آنلاین نداشته‌اید، همین حالا کسب‌وکار آنلاین خود را بسازید. اینکه آیا هر کسی می‌تواند کسب‌وکار اینترنتی داشته باشد؟ و یا اینکه کسب‌وکار اینترنتی مطمئن است؟ باید بگوییم، در عصر امروز داشتن کسب‌وکار اینترنتی یک ابزار واجب و ضروری برای یک تجارت محسوب می‌شود. اگرچه امروزه ضرورت این امر را بیماری فراگیر کرونا برجسته نموده است.

**۱۲. جلب اعتماد مشتری!** وقتی با ایده بازاریابی، مشتریان جدید بسیاری را به فروشگاه و وبسایت خود جلب می‌کنید. نباید انتظار داشته باشید افرادی که برای اولین بار به شما رجوع می‌کنند همانند مشتریان فعلیتان به شما اعتماد کنند. اینکه چگونه اعتماد مشتری اینترنتی را جذب کنیم؟

# اثر ناب

و یا چه راه‌های جلب اعتماد مشتری برای افزایش فروش بکار بگیریم؟ ممکن است بسته به تجارت شما با چند تکنیک فروش باعث اعتمادسازی در مشتریان شود و یا ممکن است راهی دشوارتر برای افزایش اعتماد مشتری در پیش داشته باشید. اما یک ایده بازاریابی که معمولاً باعث اعتمادسازی در فروش به صورت آنی می‌شود قرار دادن عکس تأسیس فروشگاه، عکس محصولات، عکس تجهیزات و امکانات و درنهایت عکس رضایت مشتریان پیشین در وبسایت و فروشگاه خود هست. با این کار سرنخ‌های بصری درباره ماهیت و کیفیت آنچه می‌فروشید به مشتری انتقال می‌دهید.

## ۱۳. نقش شبکه‌های اجتماعی در کسب‌وکار! بیشتر کسب‌وکارهای

کوچک زود بازده، سودآوری آنی خود را مدیون شبکه‌های اجتماعی می‌دانند. اگرچه در این برهه زمانی بهترین شبکه‌های اجتماعی برای توسعه کسب‌وکار اینستاگرام و تلگرام هست، اما سعی کنید خود را به یک یا دو شبکه محدود نکنید و به صورت هم‌زمان از چندین شبکه اجتماعی بهره‌مند شوید. عکس‌های پروفایل و هر رسانه را به دیگر انتقال دهید و درنهایت آن‌ها را در وبسایت خود انتشار دهید.

## ۱۴. کانال‌های ارتباطی ایجاد کنید! ایده بازاریابی در مشاغل کوچک و

بزرگ از کانال‌های تبلیغاتی می‌گذرد که توسط هر کانال می‌توانید پیام خاص خود را به گوش مخاطب خاص خود برسانید. پیام به مشتریان زمانی اثربخش واقع می‌شود که اطلاعات صحیح برای هر گروه از مشتری به‌درستی و مختص به آن گروه ارسال شود. با کنترل بر رسانه‌های اجتماعی، ایمیل‌ها، پیامک، بازاریابی مستقیم و غیره، ویژه مشتریان خاص خود پیام‌های هدفمند ارسال کنید.

## ۱۵. از قیمت‌گذاری صحیح غافل نشوید! ممکن است نیم بیشتر از

# اثر ناب

افرادی که وارد مغازه شما می‌شوند به دلیل مناسب نبودن قیمت‌ها، مغازه شما را با دست خالی ترک کنند برای روشن شدن این موضوع حتماً بر روی لینک ویدیو کلیک کنید. به بیانی بهتر، زمانی ایده‌های بازاریابی شما مفید واقع می‌شود که مشتریانی بالقوه زیادی که وارد می‌شوند نسبت به قیمت محصولات شما واکنش تندی نشان ندهند و مجبور به ترک مغازه بدون خرید نشوند.

**۱۶. بازاریابی محتوا را در آغوش بگیرید!** استراتژی بازاریابی محتوا و بهره‌گیری از مدل‌های بازاریابی محتوا یک ارتباط قوی بین شما و مشتریانتان ایجاد می‌کند. کانتنت مارکتینگ و یا همان بازاریابی محتوا روشی مقرون به صرفه در بازاریابی اینترنتی به شمار می‌رود. آنچه در دنیای اینترنتی باعث اعتمادسازی و جذب مشتریان می‌شود تنها به داشتن یک وبسایت بزرگ، طراحی استثنایی، تنوع اجناس خلاصه نمی‌شود و آنچه به‌عنوان مزایای بازاریابی محتوا می‌توانید از آن بهره‌مند شوید، شناخت و قضاوت شما از روی مطالب و دیدگاه‌های رایگانی است که در دسترس مخاطبان خود قرار می‌دهید. این‌گونه مشتریان با شناخت بهتر و احساس اطمینان بیشتر اقدام به خرید می‌کنند. بازاریابی محتوا اگرچه ممکن است باعث فروش آنی محصولات نشود در عوض مخاطب را با خود درگیر می‌کند و در تصمیم‌گیری‌های آن تأثیر می‌گذارد.

**۱۷. چیدمان مغازه‌ها می‌فروشند!** چیدمان مغازه کوچک، دکوراسیون کوچک مواد غذایی، چیدمان مغازه پوشاک و صنف‌های دیگر باید به یک نکته کلیدی توجه داشته باشند که بیش از نیمی از مشتریانی که وارد مغازه آن‌ها می‌شوند بدون دیدن نیمی از محصولاتشان، آن مکان را ترک می‌کنند. ممکن است در چیدمان مغازه پارچه فروشی و یا چیدمان مغازه خرازی صندوق خود را در سمت راست فروشگاه قرار دهند و از تأثیر

# اثر ناب

قانون عقربه ساعت در فروشگاه استفاده نکنند این گونه به جای اینکه زمان بیشتری را از مشتری در مغازه خود بگیرند. حس دافعه ایجاد می کنند، در انباره مقاله « ۲۰ روش جادویی چیدمان مغازه های پرفروش » را از دست ندهید.

**۱۸. پاکیزگی کلیدی برای موفقیت!** انسان ها به صورت ذاتی تمایل بیشتری به نظافت و پاکیزگی نشان می دهند و نقش تمیزی در خانم ها از حساسیت بالاتری برخوردار است در برخی از رفتارهای مشترک خانم ها در خرید گاهی تمیزی سرویس بهداشتی و آینه روشویی یک رستوران باعث افزایش خرید و وفاداری آن ها به آن رستوران می شود. این امر نه تنها در خانم ها بلکه آقایان نیز دیده می شود. زمانی که یک رستوران از کارمندان خانم در آشپزخانه خود استفاده می کند، آقایان احساس می کنند غذای آن رستوران تمیز و سالم تر است. بنابراین اگر با مواد غذایی سروکار دارید از پرسنل خانم استفاده کنید و حتی الامکان عکسی از آن ها در محیط سالن نصب کنید. و همچنین تا می توانید در تمیزی مغازه خود کوشا باشید.

**۱۹. طراحی ویتترین مغازه!** یکی دیگر از ایده های بازاریابی که نقش کلیدی در جذب مشتریان گذری کسب و کار کوچک دارد مدل ویتترین مغازه ها هست. توجه داشته باشید که چشم مشتریان در کنار گوش آن ها قرار ندارد، بنابراین بهترین ویتترین مغازه ها هم اگر محرکی برای جلب توجه مشتری و چرخاندن سر آن ها به سمت ویتترین شما نداشته باشند، محکوم به نادیده گرفته شدن هستند. خواندن مقاله طراحی ویتترین های اثربخش سیل عظیمی از مشتریان را به داخل مغازه های شما سرازیر می کند.

**۲۰. برای مشتری پیش فرض تعریف کنید!** مهم! مهم! مهم! ممکن



# اثر ناب

است این اصطلاح برای کسبه غریبه باشد اما در انبار مطالعه کتاب جادوی مغازه‌های پرفروش را به شما پیشنهاد می‌کنم. اینکه چگونه می‌توانید با کنترل بر تصمیم‌گیری مشتری با پیش‌فرض‌ها به اهمیت این مهم پی ببرید



## یک نتیجه ناب

هر کسبوکار موفق یک هدف ناب را دنبال می‌کند و برای رسیدن به آن هدف یک سری ایده‌های بازاریابی را برای خود تعریف می‌کند. این گونه حرکت‌های بعدی آن‌ها کاملاً استراتژیک است و نتیجه بهتری را رقم خواهد زد. کسبوکارهای کوچک و بزرگ می‌توانند با ایده‌های بازاریابی در ۵ سیستم شکل‌گیری یک مغازه و یا فروشگاه، کسبوکار خود را به شکل باورنکردنی رشد دهند. با این ۵ سیستم آشنا شوید.