



۱۲ استراتژی کلیدی در بازاریابی دهان به دهان

نویسنده: محمد تولایی

بازاریابی ویروسی و یا دهان به دهان یکی از ارزان و مؤثرترین راه برای تبلیغ، جذب و جلب مشتری می‌باشد. همان‌طور که می‌دانید بیشتر اعتماد و شناخت یک محصول زمانی حاصل می‌شود که دیگران به‌خوبی از محصول شما یاد کنند. آنچه در ادامه به آن خواهیم پرداخت راهکارهای ارزشمندی است که افراد را تشویق به تبلیغ رایگان کالای شما می‌کند.

WOMM چیست؟

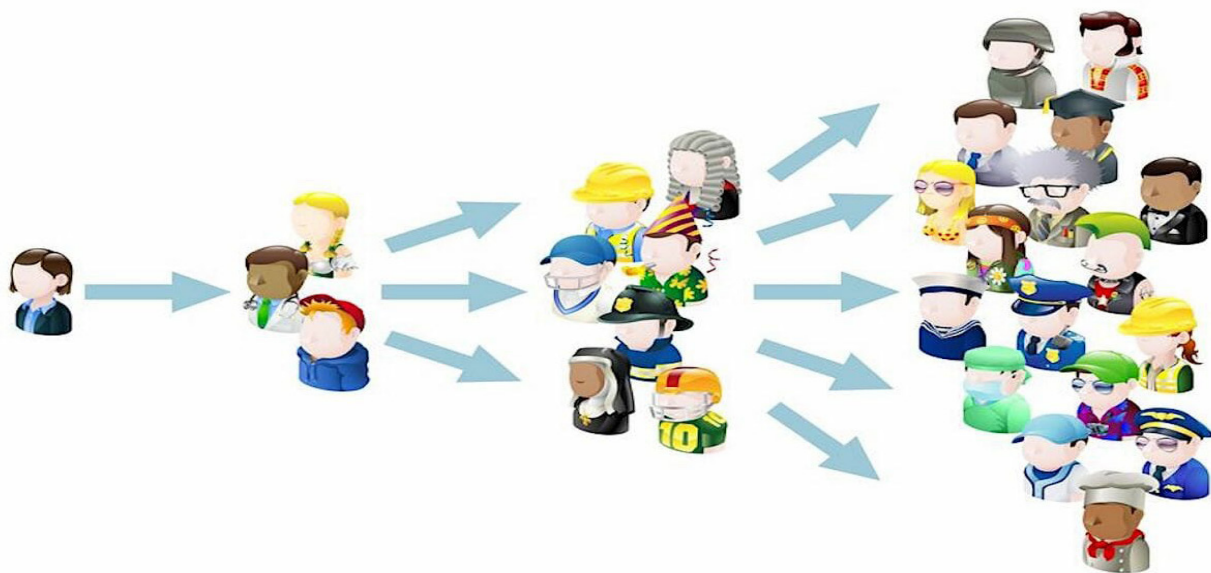
بازاریابی دهان به دهان زمانی اتفاق می‌افتد که مشتریان شما بدون هیچ‌گونه منفعت مالی درباره محصول شما صحبت کنند و مشتاقانه آن را به سایر دوستان پیشنهاد دهند. به بیانی بهتر آنها بلندگو کسب‌وکار شما می‌شوند و به‌صورت رایگان محصول و خدمات شما را تبلیغ می‌کنند.

اثر ناب

این نوع بازاریابی به عنوان یکی از ابزارهای کسب‌وکارهای کوچک در نظر گرفته می‌شود که در شکل‌گیری و رشد آنی آنها بسیار تأثیرگذار می‌باشد. معمولاً افراد دوست ندارند اولین نفری باشند که محصول شما را خرید می‌کنند و با توصیه محصول شما از زبان فرد دیگری باعث می‌شود مقاومت آن‌ها در مقابل خرید کردن کم شود و با وسواس کمتری محصولی که دیگران پیشنهاد می‌دهند را تهیه کنند.

صاحبین کسب‌وکارهای بزرگ هزینه‌های بسیار زیادی را به تبلیغات اختصاص می‌دهند تا در دل یک رسانه، یک تبلیغ ویروسی را در کسری از زمان به مخاطبان زیادی نمایش دهند. مدیران این کسب‌وکارها یک ویدیو ویروسی را برای سرعت دادن در نشر آن در رسانه‌هایی همچون تبلیغات بازرگانی تلویزیونی، بیلبورد، شبکه‌های اجتماعی و غیره قرار می‌دهند تا به این شکل افراد بیشتری را تشویق به بازاریابی دهان به دهان کنند اما در کسب‌وکارهای کوچک این عمل با هزینه کم و البته سرعت آرام‌تری انجام می‌گیرد.

اینکه مشاغل کوچک چگونه می‌توانند با ایجاد سروصدا پیام ویروسی خود را به مخاطبان برسانند و مردم را به صحبت در مورد محصولشان سوق دهند همگی در گرو مطالعه ۱۲ استراتژی بازاریابی دهان به دهان است که در ادامه به آن می‌پردازیم.



اثر ناب

۱. محصولات و خدمات درجه یک ارائه دهید. مشتریان تنها در صورت رضایت از آنچه خریداری کرده‌اند فضایل شما را متعالی می‌کنند. نحوه فروش و آنچه می‌فروشید باید مطابق انتظارات مشتری شما باشد. بازاریابی دهان به دهان نیمه خطرناک دیگری دارد، اگر مشتریان از شرکت شما ناراضی باشند، آنها با صدای بلند و علنی از تجربه بد خود شکایت می‌کنند.

۲. خدمات عالی به مشتری ارائه دهید. شاید این جمله کلیشه‌ای را شنیده باشید « با مشتریان خود همانگونه رفتار کنید که دوست دارید با شما رفتار شود» اجازه دهید کمی آن را تغییر دهیم، با مشتری خود همان‌طور رفتار کنید که دوست دارد با آن رفتار شود. وقتی با مشتری صحبت می‌کنید به او لبخند بزنید. به آنها احترام بگذارید و با شکیبای به سؤالاتشان پاسخ دهید. آنها را بی‌جهت منتظر نگذارید. شاید نیازی نباشد مشتری برای صحبت کردن با شخص واقعی در تماس تلفنی خود هفت‌خون را بگذراند. اگر خدماتی ارائه می‌دهید، پروژه‌های مشتریان را به‌موقع و مطابق با بودجه آنها انجام دهید. آنها را در مورد تغییرات، تأخیرها و یا سایر اطلاعاتی که می‌خواهند بدانند مطلع کنید.

۳. روابط دوستانه ایجاد کنید. اگر مشتریانی دارید که به‌طور منظم از فروشگاه و رستوران شما خرید می‌کنند، یک دقیقه وقت بگذارید، لبخند بزنید و «سلام» کنید. اگر نام مشتری را می‌دانید، او را با نامشان صدا بزنید. جادوی روابط دوستانه و چند ثانیه مکالمه کوتاه باعث می‌شود مردم احساس مهم بودن کنند و خوش‌آمد گویی شما را همانند اینکه با یک دوست سروکار دارند، بپذیرند.

۴. به سؤالات احتمالی از قبل پاسخ دهید. برای سؤالات متداول مشتری، پاسخ‌های مناسبی در نظر بگیرید. هر سؤالی را فقط برای اینکه چیزی گفته باشید پاسخ ندهید. اگر محصولات تخصصی می‌فروشید که برای پاسخ دادن مجبور به استفاده از واژه‌ها و اصطلاحات تخصصی می‌شوید، مطمئن شوید

اخرناب

مشتری کامل آن را درک کرده است در غیر اینصورت توضیحات بیشتری ارائه دهید. هرازگاهی ارسال اخبار مربوط به صنعت شما باعث می‌شود همواره ارتباط خود را با مشتری حفظ کنید و آنها را از محصول و ویژگی‌های جدید مطلع سازید.

۵. از آن‌ها تشکر کنید! تقریباً ده سال پیش که در یکی از رستوران‌های آسیای شرقی غذا می‌خوردم هنگام ترک مغازه صاحب رستوران تشکر ویژه بابت غذا خوردن در آن رستوران کرد، در آن زمان آنچنان این موضوع با من غریب بود که چرا بابت غذا خوردن باید از من تشکر کنند این زمان برابری می‌کرد به دوره‌ای که برای خرید لباس بیشتر فروشندگان

از واژه « اگر قصد خرید دارید لباس را بیاورم » استفاده می‌شد. همه ما

دوست داریم از ما قدردانی شود

و مشتریان نیز از این قاعده

مستثنی نیستند. فراموش

نکنید کسب‌وکارهایی ارزش

توصیه به دیگران را دارند

که از هر فرصتی برای

قدردانی از مشتریان استفاده

کنند. خواه این تشکر بر روی

رسید چاپ شده باشد و یا تأیید

یک ایمیل و یا حتی تشکر لفظی

کارمندان.



۶. سریعاً اطلاع رسانی کنید. اگر قرار است در ارائه محصول یا خدمات تأخیر ایجاد شود، به محض اطلاع از تأخیر به مشتری اطلاع دهید و به او بگویید که چرا این تأخیر وجود دارد و چه گزینه‌هایی در مقابل آنها قرار دارد.

اثر ناب

۷. در شکایات مشتری با آنها بحث نکنید. عذرخواهی کنید (حتی اگر فکر می‌کنید مشتری اشتباه می‌کند) و مشکل او را برطرف کنید و یا بازپرداخت پیشنهاد دهید. هرچه قدر مشتری عصبانی باشد شما همچنان مؤدب باشید. هرگز صدایتان را بلند نکنید، کنایه نزنید و به شکل تحقیرآمیز با آنها صحبت نکنید و در نهایت با رسیدگی سریع و کارآمد به مشکلات آنها، شما و کارمندان خود می‌توانید مشتریان عصبانی را به طرفداران خود تبدیل کنید.

۸. از قدرت ایمیل در بازاریابی دهان به دهان غافل نشوید. استفاده از ایمیل برای برقراری ارتباط منظم با مشتریانی که درخواست کرده‌اند در لیست نامه‌های پستی شما باشند، به آنها کمک می‌کند تا شما را به خاطر بسپارند و تجارت مکرر را به ارمغان آورند. اگر شما به‌طور مرتب اطلاعات جالب، کوپن یا سایر مطالب مورد نظر مشتری را ارائه می‌دهید، مطمئن باشید آنها به دوستان خود که علاقه مشابهی در مورد مزایای محصول دارند، صحبت خواهند کرد.

۹. در بازار خود قابل مشاهده باشید. به همان گروه‌های شبکه‌ای و گروه‌های صنعتی پیوندید که مشتریان شما به آنها می‌پیوندند و به‌طور منظم در جلسات و رویدادهای آن شرکت کنید. در شبکه‌های اجتماعی با مردم صحبت کنید تا بفهمید چه کارهایی انجام می‌دهند و چه چیزهایی برای آنها مهم است و با چه چالش‌هایی روبرو هستند. در صورت امکان، به آنها نکاتی ارائه دهید و یا آنها را به منابع مختلف راهنمایی کنید، هرچند که هیچ ارتباطی با تجارت شما نداشته باشد، هدف شما این است که به عنوان یک دوست و یک مشکل‌گشا تصور شوید نه فقط یک فروشنده.

۱۰. در شبکه‌های اجتماعی فعال باشید. در شبکه‌های اجتماعی پرترفداری که امروزه اینستاگرام و تلگرام شناخته می‌شود ثبت‌نام کنید. با انتخاب کانال‌های رسانه‌های اجتماعی به راحتی می‌توانید به مشتریان هدف خود دست یابید. اینگونه می‌توانید مشتریان خود را تشویق کنید که محصولات و خدمات شما را دوست داشته باشند، آنها را دنبال کنند و در نهایت به اشتراک بگذارند. برای

اثر ناب

تشویق آن‌ها می‌توانید از مسابقات و تبلیغات ویژه‌ای استفاده کنید. رسانه‌های اجتماعی بهترین ابزار برای بازاریابی دهان به دهان محصولات شما به تمام افراد دنبال کننده محسوب می‌شود.



۱۱. از تمجید مشتریان، بیشترین استفاده را ببرید. اگر مشتری از شما تمجید کرد از آنها پرسید، آیا می‌توان از نظر آنها در وبسایت و یا مطالب تبلیغاتی خود استفاده کنید. این نظرات گواهی‌هایی است که می‌تواند باعث بهتر شنیده شدن شما شود.

۱۲. از افرادی که در بازاریابی دهان به دهان کمکتان می‌کنند، تشکر کنید. نحوه تشکر از آنها به ماهیت کسب‌وکار شما بستگی دارد. این تشکرها ممکن است به صورت یک کارت تشکر دستی، کوپن، پاداش نقدی و یا هر عمل دیگری در حوزه کاری شما باشد. اینگونه آنها تشویق می‌شوند تا با راندمان بیشتری به کار خود ادامه دهند.

اثر ناب

نتیجه ناب

شاید امروزه کمتر کسی اهمیت بازاریابی دهان به دهان را در کسب کار خود نادیده بگیرد. در این نوع بازاریابی مقرون به صرفه، اعتماد و تضمین خریدی نهفته است که مشتریان را با حساسیت و مقاومت کمتری مجاب به خرید می‌کند. از آنجا که ما موجوداتی اجتماعی هستیم به راحتی تحت تأثیر افراد قرار می‌گیریم، بنابراین کافی است یک نفر به ما سرخ بدهد تا به مشتری بالفعل تبدیل شویم. زمانی بازاریابی دهان به دهان شدت می‌گیرد که با خلق یک محصول ویروسی، اشتیاق شدیدی را در مصرف‌کنندگان ایجاد کنید.

آیا شما نمی‌خواهید مبلغان تبلیغاتی رایگان داشته باشید؟ پس از بازاریابی دهان به دهان غافل نشوید!