

## ۱۰ استراتژی بازاریابی برای افزایش رشد کسب و کار

رشد دادن یک کسب و کار، چندان ساده نیست. در ابتدا به یک ایده پایدار و بادوام نیاز دارید. از آنجا به بعد نیاز به یک موقعیت سودآور دارید و باید یک جامعه آماری را مورد هدف قرار دهید و کالای با ارزشی برای فروختن به آنها داشته باشید. فرقی نمی کند که کالا، خدمات یا اطلاعات فراهم کنید، رساندن صدای تان به گوش بازار و مردم بسیار سخت شده است و بدون داشتن استراتژی های بازاریابی ای که رشد کسب و کارتان را تغذیه کنند، سودآوری و دوام آوردن در بازار غیرممکن خواهد بود.

هرچند شناسایی استراتژی های صحیح برای بازاریابی کسب و کارتان قالباً شبیه علوم موشکی است. چگونه پیام خود را به شکلی موثر به گوش مخاطبانی درست می رسانید؟ امروزه انجام این کارها، به دلیل وجود ابزارهایی از قبیل شبکه های اجتماعی، بهینه سازی موتورهای جست و جو، وبلاگ نویسی و تبلیغات برحسب کلیک، بسیار ساده تر شده است.

حقیقت این است که رویکردهایی که شما را تا اینجای کار به جلو رانده اند، قرار نیست از اینجا به بعد هم پیشران تان باشند. بسیاری از کارآفرینان آنقدر در مسائل کسب و کارشان غرق شده اند که دیگر نمی توانند در مورد نحوه عمل خود تصمیمی بگیرند و کاری صورت دهند. به دلیل عملیات های روزانه شرکت که شامل راه انداختن مشتریان و تقاضاهای زنجیره تامین و بسیاری موارد دیگر می شود، اغلب اوقات از انتخاب استراتژی های بازاریابی صحیحی که به رشد کسب و کارمان کمک می کنند، وا می مانیم.

مطلب مرتبط: ۱۰ استراتژی بازاریابی که باعث رشد کسب و کار شما خواهد شد

برای انجام این کار چه چیزهایی لازم است؟ نخستین کار این است که یک قدم به عقب بازگردید. باید نیروی بُرد پیام های تان را تحلیل و درک کنید و ببینید چگونه می توانید بدون از دست دادن مخاطبان فعلی تان، مخاطبان جدیدتر و بیشتری را به خود جلب کنید. راز تمام این کارها چیست؟ فرقی نمی کند که از کدام استراتژی بازاریابی استفاده می کنید، اگر کانال فروش موثری نداشته باشید و مذاکرات تان را بهینه سازی نکنید، پول و سرمایه تان به هدر خواهد رفت.

بهترین استراتژی های بازاریابی کدام اند؟

بسیاری از کسب و کارها با پیچیدگی هایی روبه رو هستند. نخستین قدم در جهت افزایش میزان فروش، ارتقا دادن میزان پدیداری است. اما کسب و کارها باید برای ارتقای میزان پدیداری شان پول بیشتری خرج کنند. زمانی که کفگیرتان به ته دیگ می خورد چه کار باید بکنید؟

هیچ پاسخ روشن و شفافی وجود ندارد که تمامی موقعیت های مختلف را پوشش دهد. اما می توانید همین امروز کارهایی را شروع کنید تا به مشتریان بیشتری دست یابید و سرمایه تان را هم به خطر نیندازید. هرچند تمام این کارها تاریخ انقضایی دارند. اگر هم اکنون با کمبود نقدینگی مواجه هستید، بهتر است تلاش خود را بیشتر کنید.

مادامی که با همه قوا برای رشد و پیشرفت کسب و کارتان تلاش می کنید و تمامی اصول را هم در ذهن خود دارید، با تمام احترام، این ۱۰ استراتژی را به خاطر داشته باشید و از آنها برای به دست آوردن هر بازار آنلاینی استفاده کنید.

۱- از شبکه های اجتماعی استفاده کنید

نمی توانید شبکه های اجتماعی را نادیده بگیرید. تمام اتفاقات جادویی در این رسانه ها رخ می دهند. برخی از کسب و کارها تنها با پشتیبانی شبکه های اجتماعی و رسانه های مجازی پا گرفته اند. در ابتدا همه چیز جلوه ای غریبه دارد. درست است. اما با برداشتن نخستین قدم ها، می بینید که نشر دادن مطالب در شبکه های اجتماعی برای تان آسان تر از قبل می شود.

البته که اگر پول کافی داشته باشید، می توانید برای کسب و کارتان مدیر شبکه اجتماعی استخدام کنید، اما اگر پولی برای این کار ندارید، فقط خودتان باشید. قابل اعتماد باشید. افکارتان را نشر دهید. کالاهای تان را نشر دهید. هرچیز مرتبط و سودمندی را که می تواند به مخاطبان تان و کسب و کار خودتان کمک کند نشر دهید. با استفاده از سیستم پیام مستقیم پلتفرم هایی همچون اینستاگرام یا حتی اسنپ چت یا توییتر به دیگر کسب و کارهای موفق دست پیدا کرده یا با مشتریان احتمالی ای که به دنبال کالاها و خدمات هستند، ارتباط برقرار کنید. این کار یکی از بهترین و قدرتمندترین روش های بازاریابی است.

## ۲- ویدئو های آموزشی بسازید

اگر می خواهید کسب و کارتان بر سر زبان ها بیفتد، یکی از بهترین و موثرترین کارهایی که می توانید انجام دهید، ساختن ویدئوهای آموزشی است. چیز سودمندی به مردم بیاموزید و در مسیر یادگیری همراه شان باشید. روش های آموزشی گام به گام تاثیر معجزه آسایی دارند. هرچه بهتر این کار را انجام دهید، ارزش بیشتری ایجاد می کنید، قابلیت رویت شدن کسب و کارتان ارتقا یافته و در نهایت میزان فروش تان افزایش می یابد.

امروزه، یوتیوب بعد از گوگل دومین موتور جست و جوی پرطرفدار و محبوب است. هرگاه کسی بخواهد چیزی را به صورت بصری یاد بگیرد، سری به آنجا می زند. مسلما خود شما هم بارها این کار را کرده اید. پس فقط کافی است از خودتان بپرسید توانایی آموزش چه چیزی را دارید و آموزش آن چه دردی را از مشتریان تان دوا می کند. نخستین چیزی که باعث ورود شما به کسب و کار شد، چه بود؟

سخت ترین قسمت؟ سخت ترین قسمت آنجایی است که باید بارها صدای ضبط شده خود را بشنوید یا حتی خود را ببینید. حضور شما در پشت دوربین و دیده شدن تان چندان ضروری نیست، اما باید صدای خودتان را به گوش دیگران برسانید. با گذشت زمان عادت می کنید، اما نمی توانید قابلیت رویت و دسترسی یوتیوب را دست کم بگیرید، پس در آنجا ثبت نام کرده و از همین روز ساختن ویدئوهای اعتمادساز و سودمند را آغاز کنید.

## ۳- از همین امروز وبلاگ نویسی را شروع کنید

البته که می توانید یک وبلاگ داشته باشید. اگر وبلاگی برای کسب و کارتان ندارید، همین امروز یک وبلاگ بسازید، اما لازم نیست که تنها در وبلاگ خودتان، بنویسید. اکثر مردم وبلاگ ها را دم دستی می دانند، چراکه از قابلیت رویت خوبی برخوردار نیستند. حقیقت است که اگر از هدف خود آگاهی کامل نداشته باشید، وبلاگ تان شبیه به بیابان بی آب و علفی خواهد شد، اما همه چیز به پست کردن مطالب و وبلاگ ختم نمی شود. باید شروع به وبلاگ نویسی اعتباری کنید. برای پست کردن محتوا از پلتفرم هایی همچون Medium استفاده کنید. با Quora و Reddit به سوالات پاسخ دهید. یا اینکه به پلتفرم نشری لینکداین ملحق شوید. تمام این دامنه های معتبر هستند و هرکسی می تواند در آنها فعالیت کند، مخاطبان بسیار زیادی دارند و دسترسی سریع و بی وقفه ای را برای تان فراهم می کنند.

## مطلب مرتبط: بهترین استراتژی های بازاریابی سال ۲۰۱۸

هرگاه وبلاگ نویسی می کنید، از تاثیرگذاری آن مطمئن شوید. محتوای مختصر پست نکنید. به افزایش ارزش فکر کنید. نگران بر ملا شدن تمام اسرار کسب و کارتان هستید؟ نگران نباشید. به مردم ارزش زیادی بگذارید و خواهید دید که به سرعت در نظرشان معتبر جلوه خواهید کرد. این یکی از قدرتمندترین استراتژی های بازاریابی است که می توانید آن را در هر کسب و کاری اعمال کنید.

## ۴- مفهوم بهینه سازی موتور جست و جو (سئو) را درک کنید

این موضوع یکی از زمینه های بازاریابی است که برای من به شدت هیجان انگیز و جذاب است. اما در عین حال بسیاری از مردم از این زمینه وحشت دارند. البته که سئو می تواند ترسناک باشد، اما از طرفی می تواند به شدت قدرتمند باشد و هنگامی که کار با آن را یاد می گیرید و در واقع کارکردن با سئو را به شکلی صحیح فرامی گیرید، دیگر برای تان محدودیتی وجود ندارد. شرکت هایی وجود دارند که کارکردن با ابزارهای PBN و سایر ابزارهایی را که گوگل را فریب می دهند به شما آموزش می دهند. این کار می تواند نتایج کوتاه مدتی در بر داشته باشد اما در درازمدت دست تان را در پوست گردو می گذارد. نمی توانید سئو را دور بزنید، هیچ میانبری وجود ندارد. درست مثل سایر ارکان کسب و کار، اگر به دنبال نتیجه گرفتن هستید، باید سخت تلاش کنید و زمان بگذارید.

چند نکته برای انجام این کار به شکلی صحیح: کلمات کلیدی را اسپم نکنید. این یکی از بزرگ ترین اشتباهاتی است که عمده مردم مرتکب آن می شوند. محتوای خود را برای انسان ها بسازید، اما در عین حال حواستان به موتورهای جست و جو هم باشد. اما بیش از هر چیز به یاد داشته باشید که تمامی پست های تان معنادار، درگیرکننده و خاص باشند و میزان بسیار زیادی از ارزش را افزونه کنند.

## ۵- از نفوذ افراد تاثیرگذار استفاده کنید

آیا می خواهید بدون آنکه مدت زیادی را صرف یافتن مخاطبان خود کنید، بر سر زبان ها بیفتید و قابلیت رویت خود را در شبکه های اجتماعی ارتقا دهید؟ پس در این صورت باید از نفوذ افراد تاثیرگذار استفاده کنید. اما کلید این کار یافتن فرد تاثیرگذار مناسب است. نباید به دنبال افرادی بروید که میلیون ها دنبال کننده دارند، بلکه باید به دنبال افرادی باشید که ده ها هزار یا حتی صد هزار دنبال کننده دارند.

این فرد تاثیرگذار را از بین افراد تاثیرگذاری که روی مخاطبان واقعی تان نفوذ دارند، انتخاب کنید. مسئله فقط رساندن پیام تان نیست، بلکه مسئله اساسی رساندن پیام به مشتریان است. اگر این کار را به درستی انجام دهید، به زودی تعداد مخاطبان تان به میزان قابل توجهی افزایش خواهد یافت و مقدار پولی که برای این کار سرمایه گذاری کرده اید در مقایسه با میزان سودی که بازمی گردد، چندان به چشم نخواهد آمد.

این کار در شرایطی درست است که سیستم فروش و محصولات تان رو به راه باشند. در ابتدا آزمون و خطا کنید تا مقیاس درست به دست آید.

## ۶- یک «جاذب لید» قدرتمند بسازید

بخش عمده ای از تاثیرگذاری بازاریابی منوط به ایجاد یک جاذب لید قدرتمند است. من فهمیده ام که اگر یک جاذب لید صحیح به مخاطبان درستی ارائه شود، می تواند نتایج انفجاری ای در پی داشته باشد. بهترین روش برای انجام این کار این است که اگر مشکلات مشتریان خود را شناسایی کرده اید، راه حل ها در قالب جاذب لید ارائه کنید، آن گاه می توان گفت که در مسیر درستی هستید.

مشتریان شما با چه مسائل و مشکلاتی روبه رو هستند؟ در ابتدا چه چیزی باعث ورود شما به عرصه کسب و کار شد؟ پیش از ایجاد جاذب لید این سوالات را از خود بپرسید. هرچه دقیق تر مشکلات را شناسایی کنید، بهتر می توانید راه حل را در جاذب لید خود نهادینه سازید و ارائه کنید.

چه جور جاذب لیدی باید بسازید؟ فرم آن می تواند به صورت کتاب الکترونیکی، چک لیست، ویدئو یا به شکل های دیگر باشد. البته که همه چیز در مورد خود جاذب لید نیست. باید صفحه فشرده ای داشته باشید که حاوی نسخه های فروش تان باشد و موجب شود مردم به کانال فروش تان وارد شوند. اما همه چیز با داشتن یک جاذب لید قدرتمند آغاز می شود. هرچه این ابزار قوی تر باشد، به شکل موثرتری به مخاطبان تان دست پیدا می کنید.

## ۷- از ابزارهای تبلیغاتی فیس بوک با قابلیت باز هدف گیری استفاده کنید.

این روزها یکی از پر قدرت روش های موجود برای بازاریابی محصولات و خدمات، استفاده از ابزارهای تبلیغاتی فیسبوک است. با استفاده از فیسبوک به شکلی آسان به مخاطبانی خاص دسترسی می یابید. با این ابزار می توانید افراد را برحسب علاقه، سن، شکل و نوع روابط، موقعیت جغرافیایی و بسیاری المان های دیگر هدف گیری کنید.

اما کلیک اصلی برای رسیدن به نتایج خوب و واقعی، تنها ترافیک کلیک نیست. باید بر گفت وگوها متمرکز بوده و نحوه هدف گذاری خود را از طریق پیکسل ها اصلاح کنید. اگر نحوه نصب پیکسل فیس بوک روی وب سایت تان را بلد نیستید، قطعاً باید از همین امروز این کار را فرا بگیرید. حتی اگر از امکانات تبلیغاتی فیس بوک استفاده نمی کنید، پیکسل ها به کارتان می آیند. پیکسل ها تمام افرادی را که از وب سایت تان دیدن می کنند دنبال می کنند. برای مثال اگر محتوایی در مورد نحوه راندن کامیونت انتشار دهید و با پیکسل بازدیدکننده ها را دنبال کنید، آن گاه می توانید به افرادی که در این خصوص اظهار علاقه کرده اند گواهی نامه رانندگی با کامیونت بفروشید. خلاصه گفت وگوهای تان همچون راکت فضایی خواهد بود.

## ۸- از لینکدین درست استفاده کنید

آیا در پروفایل لینکدین خود ویدئو دارید؟ می دانستید که به راحتی می توانید یک ویدئو پست کنید؟ چرا از زمان استفاده نمی کنید و دست به کار معرفی شرکت و کسب و کارتان نمی شوید. لینک ویدئوها را در قسمت توضیحات پروفایل تان قرار دهید. این راهکار شیوه ای منفعل برای بازاریابی کسب و کار بوده و هنگامی که به شکل درست انجام شود، به نتایج اعجاب آوری منتج می شود.

مطلب مرتبط: عناصر اصلی استراتژی بازاریابی موفق چیست؟

اگر در لینکدین ارتباطات زیادی دارید و چیزی در آنجا نشر نمی دهید، به سرعت دست به کار شوید. وقتی پست های تان بازنشر شوند، به مخاطبان بسیاری دست پیدا می کنید. اینجا فضای بسیار خوبی برای پیشبرد ماجرای کارآفرینی تان است. در مورد چالش های تان صحبت و داستان روایت کنید. هر چه میزان تاثیرگذاری داستان های تان بیشتر باشد، احتمال بازنشر مطالب تان هم بیشتر می شود.

علاوه بر این می توانید به کسب و کارها دسترسی داشته و با کارآفرینان همفکران مشورت و همکاری داشته باشید. این ابزار، منبع بسیار خوبی برای تمامی امور مربوط به کسب و کار است و متأسفانه عمده مردم از آن چشم پوشی می کنند.

## ۹- یک برنامه هم بسته ایجاد کنید

اکثر مردم از قدرت بازاریابی هم بسته اطلاعی ندارند. این روش می تواند کمک شایانی به رشد کسب و کار بکند، اما دسترسی به شرکای درست آنقدر هم آسان نیست. برای آنکه شرکای بزرگ تر شما را جدی بگیرند، باید مکالمه صحیحی داشته باشید.

من دریافتم که هدایت حوزه هم بستگی و تعاون میان شرکا می تواند خطرناک باشد. این کار نیازمند پافشاری بوده و برای اینکه به جواب برسد به استحکام بالایی نیاز است. اکثر ما وقتی اوضاع بر وفق مراد نباشد شجاعت خود را می بازیم، اما اجازه ندهید که احساسات سد راه تان شوند. برنامه هم بستگی خود را ایجاد و برای دستیابی به شرکایی تلاش کنید که می توانند کمک تان کنند.

## ۱۰- از توالی های بازاریابی با ایمیل استفاده کنید

توالی بازاریابی ایمیلی بخشی از هر کانال فروش موفق است. اینها پیام های خودکاری هستند که برای کاربرانی که در فهرست تان ثبت نام کرده اند، فرستاده می شوند. از توالی بازاریابی ایمیلی خود برای ساختن ارتباطی قوی با مشتریان استفاده کنید. سعی کنید تا جای ممکن پیام های تان قابل اعتماد و شفاف باشند.

برای بخش بندی فهرست تان از پاسخ ایمیل ها و کلیک ها استفاده کنید. برای مثال، اگر کسی روی لینک خاصی کلیک می کند، این بدان معناست که او به حوزه خاصی علاقه مند است. به مشترک مذکور برچسب خاصی زده تا بعداً محصولات و خدمات خود را به ایشان ارائه کند. شناسایی خریداران و علایق مشترکان مهم ترین نکته در بخش بندی فهرست ها هستند.

تا وقتی که چیزی را امتحان نکرده اید، هرگز نمی توانید بفهمید که بهترین و موثرترین راهکار کدام است. آزمون و خطا به شما کمک می کند تا واکنش های مخاطبان خود را بهتر درک کنید. در نتیجه شکل ارتباط تان با آنها ارتقا یافته و توانایی فروش تان افزایش می یابد.