

Marketing

Rock-Solid Marketing for Trendy Times

Instead of jumping from trend to trend follow these 6 steps for marketing that really works.

By Kim T. Gordon | September 23, 2009

تسويق مضمون في جميع الأوقات

تسويق في « صلابة الصخر » في جميع الأوقات

بدلاً من القفز من اتجاه إلى اتجاه ، اتبع تلك الخطوات الست لتسويق تلك

الأعمال الفعلية .

بقلم / كيم ت . جوردون

هل تحس بهجوم كل النظريات المسماة بالأحدث والأخيرة والأكثر إثارة في مجالات التسويق ؟ لست وحدك . فالقفز من اتجاه إلى اتجاه من أجل متابعة آخر الأفكار هو آخر شيء يجب أن يفعله رائد الأعمال الذكي في المناخ الاقتصادي . وقد حان الوقت للاحتفاظ بالقيمة ورسم خطة عمل تحركها الأعمال الواقعية . فقط انظر في تلك الخطوات الست المجربة والفعلية لتحدي بها في برنامج تسويقي ناجح في سوق اليوم .

١ - ابحث عن الزبائن أولاً :

كيف يجد زبائنك أفضل ما يبحثون عنه ؟ إن الفرصة تواتيك عندما يبدؤون في استخدام أدوات البحث .. ومن ثم يجب حضورك في هذه اللحظة وبقوة خاصة ولو في المواقع الإلكترونية التي يترددون عليها لبحث عملية الشراء . وللعلم فإن أدوات البحث التقليدية كالمطبوعات والدلائل الإرشادية والصحف قد تحركت صوب المواقع الإلكترونية وتقدم حلولاً متاحة للغاية . كذلك المجلات بأقسامها

التسويقية تقدم اختيارات يفضلها المعلنون .

٢- لا تبعد زبائنك عن ناظريك :

خطأ فاحش أن يتوقف تواصلك مع العملاء: وهذا معناه أنك أبعدتهم عن ناظريك فأسقطتهم من ذاكرتك . لذلك وفي أوقات الكساد وعندما تحس أنه سيلتهم ميزانيتك ، عليك بخطط تحاول جاهدة التثبيت بالزبائن بما فيه الكفاية . اكتب قائمة لديك ومتطورة بأسماء زبائنك وعملائك واستمر في التواصل معهم إلكترونيا (وانظر في ذلك كتاب : اجعل نسختك سليمة - لتعزيز مردود رسائلك) .. وسوف تصل إلى زبائن جدد بهذه التوليفة بين جهودك والخطط الجديدة .

٣- انفصل عن الجماعة :

فالأوقات العصيبة في الاقتصاد قد غيرت أسلوب الناس في البيع والشراء.. وما يدفع الناس حاليا هو البحث عن أرخص الأسعار مع محاولة التوفير والادخار . وسيظل الشراء هو أقوى حافز للناس في الأعياد والأجازات . ولقد أوضحت دراسة أكاديمية حديثة قدرة العروض الإلكترونية المجانية في إحداث انقلاب بصورة أكبر من رسائل التسويق . كذلك العروض الخيرية تستطيع الثبات في هذا الجو من المنافسة .. بعد كل ذلك .. ما أستطيع أن أقوله لك هو : أنك لا تستطيع الاعتماد على ما تبعه ولكن على الطريقة التي تبيع بها وتقدم فيها الجديد للعملاء والزبائن .

٤- استمر علاقاتك :

في أوقات الشك .. يفضل المستهلكون الشراء من شركات يتقنون فيها تمام الثقة . ومن هنا تبرز أهمية العلاقة الفردية بالعملاء . وعلى قدر المستطاع حاول إثراء عمليات البيع الشخصية وبين المتخصصين والفاهمين وعبر مواقع الإنترنت

. أيضا استخدم الأسواق المجربة والتي تجعلك على اتصال وثيق بالعملاء في مجموعات صغيرة لتنمي علاقات إيجابية تربط الزبائن بشركتك أو منتجك أو علامتك التجارية . هذا .. ويمكن ابتكار خطابات قيمة لمتابعة التواصل مع العملاء وتقديم أسمي كلمات الشكر .

٥- اجعل الناس يتحدثون :

ما يتلفظ به الناس من توصيات إيجابية مهم هذه الأيام . فجمهور البائعين الحذرين يريدون أن يعرفوا أنهم يتخذون قرارات صائبة وأمينة . لذلك فإن حملة العلاقات العامة التي تضع في الحسبان العرض المفهوم ومتابعة المنتج يمكن أن ترفع حجم المبيعات بصورة مشهودة . فمثلا.. المادة المعروضة بصورة جيدة على مواقع الإنترنت تنتشر بصورة ملفتة وودودة عبر الشبكة العنكبوتية . وهناك خطة أخرى لبناء الثقة وذلك بانتخاب مجموعة مؤثرة من الزبائن تسدي النصح للناس وليكونوا هم أول من يتلقى منتجك الجديد . فإذا أحبوا ما يشاهدون فإن كلامك يقع عندهم في مقام التصديق والتسليم .

العملاء الآن يعتمدون على الإنترنت في التسوق ويطلعون على صفحات أكبر في زمن أقل ..ومن هنا تبرز أهمية أن تقوم بتطوير موقعك الإلكتروني بحيث يستحوذ على العملاء ويخطف أبصارهم بما ينتظرونه من معلومات . قدم أسعارا وعروضا وحوافز خاصة وذلك في أعلى الصفحة .. ولا تنس أن تدون خلفية تعريفية بشركتك و أهدافها ودورها الإعلامي ونصيبيها في العمل الخيري . واترك مساحة لجماعة العملاء ليشاركوك الرأي برسائلهم أو انشر قصصهم وتجاربهم في مكان مناسب .. فالشبكة العنكبوتية بالعمل الدؤوب هي الملاذ لمبيعات أكبر .

