

تعرف على التسويق الأفقي وممارسه

إن مشاركتك مع جهة أخرى تتعاون معك وتتعاون معها لتحقيق أهداف التسويق توفر عليك الوقت والمال.

هذه المشاركة ليست بالضرورة، الحوافز التشجيعية التي تراها في الإعلانات كل يوم: « اشتر منزلاً من دوزين واحصل على سيارة هدية. « ولكن » تشريس سنشيندر» - مالك شركة هوندا في ولاية « فيسنكونزن » - اختار أن يستخدم هذا الأسلوب في التسويق لجذب انتباه الزبائن .

كان « سنشيندر » - ٥١ عاماً - يبيع عربات صديقة للبيئة منذ ثلاثين عاماً، ولم يكن من السهل أن يقنع الناس أن يتحولوا عن العربات التي تزود بالوقود، ولكنه - عبر عدة سنوات - استخدم أساليب عديدة لجذب المزيد من الناس لشراء عربات توفر الوقود « أدت - بعد تحالفه مع وكيل عقارات لتقليل « العربات المجانية » في شهر يوليو - إلى أن أصبح تأثيرها خرافياً .

قال (سنشيندر) : « بالتأكيد ، جذبت تلك الأساليب الانتباه ، إذ قمنا بذلك في صباح يوم جمعة ، وتسلمت بالفعل ٣ رسائل من أناس مهتمين بالعربات : حتى الآن لم يشتر أحد المنزل ، ولكن حركة المشاة في المقر الإداري لسنشيندر « تزايدت بشكل ملحوظ » . لقد تعلم سنشيندر - ما تعلمه الكثير من رجال الأعمال - أن التسويق الأفقي طريقة ذكية لزيادة قاعدة زبائنك بدون زيادة ميزانية التسويق ، والتسويق الأفقي يعنى انضمام شركتين مختلفتين من حيث السلعة التي ينتجها ولكن يقبل عليهما العملاء من نفس المستوى الاجتماعي فيقومان

بتوحيد جهودهما في التسويق . يقول « شيل هورويتزر » مؤلف كتاب « المكسب الأخلاقي » : التسويق الأفقي أسهل وأرخص من أي وسيلة أخرى للتسويق . وهذا يعني أن المتنافسين يمكن أن يصبحوا من أفضل الحلفاء المتضامنين . ويذكر « هورويتزر » أنه في حالة التسويق الأفقي يجب أن يتوحد المنافس معك ، ويستفيد الطرفان من قدرتهما على عرض قدر أكبر من الخدمات وإرضاء العميل بحيث لا يشعر بالحاجة إلى الذهاب إلى مكان آخر .

بالطبع ليس عليك أن تقدم منتجاً غالي الثمن مثل « سنشيندر » لإرضاء عميلك، بل هناك طرق إبداعية لتسويق منتجاتك وخدماتك عن طريق التحالف مع شركة أخرى .. وها هي ثلاث طرق أكثر رخصاً وأكثر إبداعاً لتحقيق إنجاز كبير عند بداية العمل في حملة التسويق الأفقي :

اسم الشركة :

يقول « دينسي باتريك » نائب رئيس إدارة التطوير في إحدى الشركات : « إذا كانت شركتك صغيرة وبدون علامة تجارية دولية ، فإنها تستطيع أن تتركب موجة ماركة أقوى بتقديم بعض الامتيازات أو التخفيضات لهم ليقدموها لزيائهم ، سواء كانت التخفيضات على منتج أو على تذاكر ... إلخ . على سبيل المثال إذا كنت تمتلك منطقة جولف صغيرة - في مدينة صغيرة - فقم بتقديم عرض إلى مكان ترفيهي به مسرح وسينما بالقرب منك ، كأن تعرض شراء تذكرة والحصول على اثنتين ، فذلك يعني مصدراً لشعورك بالثقة ومخرجاً جيداً للشباب الذين يبحثون عن أماكن مبهجة » .

قام « د . ديزر به فيدلوند » - مؤسس إحدى مراكز التدريبات الرياضية التي تعالج الأعصاب بمدينة « إيرفاين » بكاليفورنيا ويقدم علاجاً فيزيائياً وعلاجاً بالإبر - بتوقيع عقد شامل مع مركز رياضي قريب منه لمدة سبع سنوات بحيث يقدم « إيد لوند » ٣٧ عاماً لأعضاء المركز الرياضي تخفيضات على الخدمة

ويستأجر مدرباً في المركز بصورة دورية يقدم عرضاً مجانياً للتخلص من دهون الجسم الزائدة على الكمبيوتر مع كتابة النتائج . وقد نتج عن العمل مع المركز الرياضي أن المهتمين بصحتهم وسلامتهم أصبحوا يتوافدون بأعداد كبيرة ، مع العلم أن هذه التخفيضات الممنوحة والخدمات المقدمة تعود للمركز مرة أخرى عن طريق تزايد العمل .

توزيع النفقات :

وتشجع « باتريك » المشروعات القريبة جغرافياً من بعضها البعض على التفكير الجماعي في وضع خطة التسويق عن طريق قيام كل شريك بتقديم خبراته ، وتقول على سبيل المثال : « إن مالك مكتبة تقع في مركز تجاري صغير يستطيع الاتفاق مع محل لبيع ملابس الأطفال ومحل آخر صغير للمنسوجات ، حيث يمكنهم معاً بناء ساحة صغيرة للأطفال تزار بعض الظهر ، فيما يقدم محل المنسوجات الأقمشة اللازمة للخيام ويساهم محل ملابس الأطفال بتقديم الزبائن على أن يقوم هو بتقديم الكتب لهم » .

قدم خدمة كاملة بشروع كبير دون أن تتعدى ميزانيتك :

ما هي الخدمات الأخرى التي يرغب عميلك في الحصول عليها ؟ ساعد « مايكل هارت » مستشار تسويق المشروعات الصغيرة - وله خبرة تزيد على العشرين عاماً - أحد عملائه على أن يصل إلى عدد أكبر من الزبائن عن طريق إستراتيجية بسيطة في إطار التسويق الأفقي وهو ما يستطيع أي مشروع استخدامها، إذ ساعد شركة تكييف هواء (تبريد وتدفئة) على تجميع ثمانية مشروعات أخرى لها مجموعة من الزبائن المتشابهين ، ونشر تلك المشروعات في كتيب شامل يحتوي على كوبونات تشمل الخدمات التي يتم تقديمها في المنزل والأعمال في ذلك الكتيب ، عبارة عن خدمات مختلفة مثل مكافحة الحشرات والنمل الأبيض وتطهير السجاد والعناية بالزراع ، حيث تم تسويق هذه الخدمات إلى نفس النوع

من الزبائن .

ويتحدث هارت قائلاً عن نجاح الكتيب : « كل إعلان كان سبباً في زيادة المبيعات بنسبة ٢٠ ٪ وأكثر مع التقليل من نفقات الإعلان والبريد ، وهو ما أدى إلى اتساع نطاق قاعدة الزبائن ثماني مرات » .

لا يهم نوع العمل الذي تقوم به . فهناك طرق مبتكرة لزيادة عدد زبائنك من خلال التسويق الأفقي ، مع تقديم منتجات مجانية أو كوبونات أو تخفيضات يمكنها أن تزيد من دخلك من عائد المبيعات بصورة أكبر عن طريق التسويق الأفقي من خلال تكوين فريق من الزملاء والأصدقاء الذين يعملون في مجالات أخرى في منطقتك .

ست طرق لاجتذاب العملاء

إذا كنت تعمل كمهني حر ... فكيف تحافظ على تدفق العمل ؟

سواء كنت تعمل كمهني حر منذ سنوات أو بدأت هذا العمل توأ ، فإنك تحتاج للعملاء ، ليس هذا فقط ، بل تحتاج إلى ابتكار طرق جديدة لجذب المزيد من العملاء ، وإذا انتظرت حتى ينفد ما لديك من عمل (والمال بالطبع) فإنك تمارس ضغطاً إضافياً على نفسك ..

خصص على الأقل نصف يوم من كل أسبوع لتحديد عملاء جدد مستهدفين ، واستخدم بعض أو كل الطرق التالية لتجذبهم للعمل معك :

* أسس موقعك :

إن موقعك على الإنترنت يكون مفيداً لأصحاب المشروعات وأصحاب المهن الحرة على حد سواء ، إذ أصبح كم كبير من التكليف بالمهام في العمل المهني يأتي عبر الإنترنت . فكر في من يدخلون على موقعك لأنك قد تفاجأ بكم كبير من المهتمين بمهنتك ممن تريد الاتصال بهم . فإذا لم يكونوا مهتمين بمهنتك فربما

اهتموا من أجل شخص آخر في مواقعهم . عليك أن تشارك في المواقع الاجتماعية المتعددة على الإنترنت والتي تشمل مواقع LinkedIn & twitter ، face book وغيرها لأنها كلها تعرض فرصاً لتوسيع شبكتك من العملاء .

* شارك في المعارض والمنتديات :

هناك معارض ومؤتمرات ومجلات ومنتديات يشارك فيها المتخصصون فكن منهم .. كن نشيطاً وشارك بانتظام .

استخدم المعلومات والصور الشخصية لتأسيس صلات مستمرة مع مجتمعك والذي يشمل عملاءك وأصدقاءك والعاملين معك وكل من يعرفك أو تعرفه بحيث يسهل الاتصال بك .

وعادة ما توفر الجمعيات المتخصصة فرص عمل لأعضائها : فابحث عن الجمعية المتخصصة في مجالك والتي تجدها على الإنترنت من خلال قائمة بالجمعيات والمصنفة تبعاً لمختلف المجالات .

* كن على اتصال مع العملاء وحافظ على تواصلك معهم ..

فالعملاء الراضون عن العمل معك سوف يزكونك لدى أصدقائهم ورفاقهم من أجل العمل في المستقبل . كذلك .. كن على اتصال مع العملاء القدامى والذي يقود لعمل إضافي مستقبلاً .

* تابع مواقع التوظيف :

تصنف مواقع عمل أصحاب المهن الحرة غالباً لثلاث فئات مواقع للأعمال المطلوبة ومواقع التعيينات ومواقع الوظيفة المسجلة مثل : getfreelancer.com ، hiermymom.com ، ooodle.com ، craigslist.org ، com.craigslist.org . وهي جميعاً مصادر لطلب خدمات أصحاب المهن الحرة . وانتبه لنقطة هامة ، وهي مواقع طلب الخدمات من أصحاب المهن الحرة والتي تفضل غالباً

من يعملون خارج البلاد ومن يعملون بأجر منخفض .

* ابحث عن من يحتاجونك :

احرص على تواجدك باستمرار على محركات البحث الهامة على الإنترنت حتى يسهل الوصول إليك ، وابدأ في المجال الذي تتمتع فيه بالخبرة . فإذا كنت سوف تصمم موقعك ، على سبيل المثال ، فابحث عن المواقع التي تُحسن من تصميم موقعك .

وإذا كان تصميم موقعك عملاً مرهقاً : فاطلب من شركة متخصصة تصميمه ، ثم قم بتوضيح نقاط الضعف التي تراها مع توفير المعلومات التي تساعد على زيادة أرباحك .

* - تعظيم الاستفادة من موقعك :

يمكنك أن تعظم الاستفادة من موقعك من خلال دخول الزائرين عليه : حيث ستجد فرص عمل تظهر لك من خلال نتائج محركات البحث . خاصة وأن أصحاب العمل يفضلون التعامل مع أفضل استخدام لمحركات البحث . قم ببيع خدماتك ومهاراتك بنفسك ، لأن المهارات والخدمات أنت الذي تملكها ، وكذلك تعود الخبرة والمصداقية في عملك إليك .. ولا تنس كتابة وسائل وطرق عديدة للاتصال بك .

