[redacted]

# [redacted] 10



[redacted]

[redacted] «[redacted]» [redacted] **208** [redacted].
[redacted].





## تکنیک اول بازاریابی، محتوایی مختصر و مفید تولید کنید

بازاریابی مبتنی بر محتوا در یک دهه گذشته کانون توجه بوده است . بهکارگیری کلیدواژههای مناسب، پیوندها و تگهای خوب در بازاریابی محتوایی دیگر همچون گذشته حرف اول را نمیزنند . محتوایی که آماده میشود باید حداقل دو اصل کلی را رعایت کرده باشد . اول آنکه عنوان متناسب با محتوا انتخابشده باشد؛ دوم آنکه بهاندازه کافی جذاب باشد تا مخاطب را تشویق کند مطلب را تا انتها مطالعه کنند . اگر مخاطبی پس از خواندن پاراگراف اول از یک مطلب خسته شود، به معنای آن است که محتوایی ضعیف کار شده است.

## تکنیک دوم بازاریابی، ایدههای بکر خلق کنید

شبکههای اجتماعی در چند سال اخیر اثرگذاری خود را بهخوبی نشان دادهاند . امروزه، شبکههای اجتماعی در ارتباط با انتشار اخبار، تبلیغات و طیف گستردهای از اطلاعات کارکردهای عینی خود را نشان دادهاند . بر همین اساس مهم است که در زمان پیادهسازی کمپینهای تبلیغاتی در این شبکهها از کپیبرداری پرهیز کنید و بیشازپیش خلاقانه عمل کنید . از فیلترهای اسنپچت گرفته تا قابلیت پخش رویدادهای زنده در فیسبوک، کسبوکارهایی که بتوانند خود را با تغییرات رخ داده در شبکههای اجتماعی هماهنگ کرده و از این ویژگیها به بهترین نحوه استفاده کنند بهراحتی میتوانند سرمایهگذاران بیشتری را جذب کنند .


NEW
iDEA

مطلب پیشنهادی

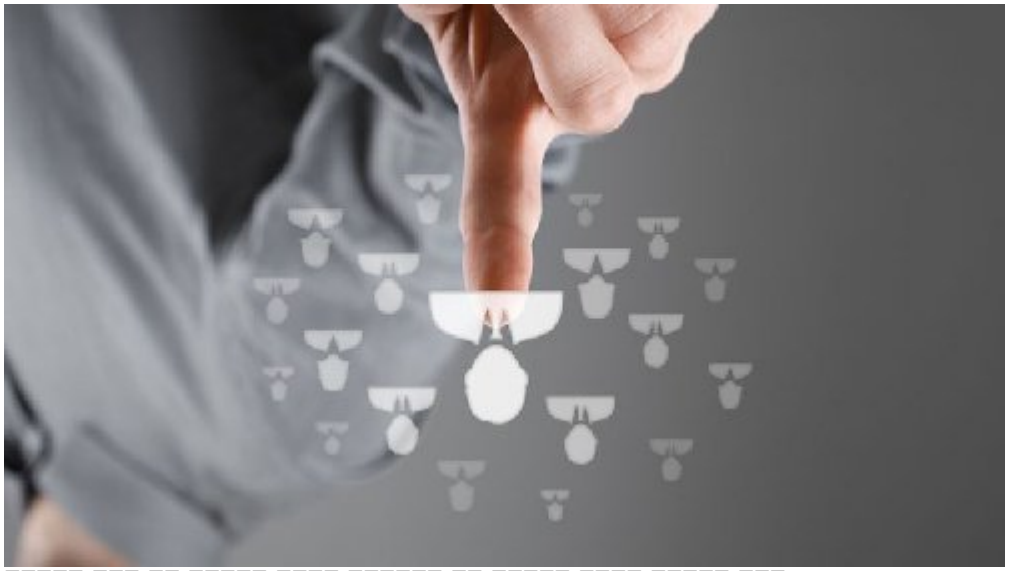


تبدیل ایدهها به فرصتهای تجاری بزرگ

این سه تکنیک ایده شما را به مدل تجاری تبدیل میکنند

## تکنیک سوم بازاریابی، یک محتوای تعاملی آماده کنید

امروزه، همه کارشناسان حوزه ارتباطات بر خلق محتوای تعاملی در حوزه بازاریابی تاکید دارند . شرکتهای کوچک و بزرگ این شانس را دارند تا از این ترفند بهمنظور جذب حداکثری مخاطبان استفاده کنند . انسانها به شکل فطری تمایل دارند در جریان اتفاقاتی که رخ میدهد قرار گرفته و دیدگاههای خود را بیان کنند . با توجه به چنین فلسفهای اگر محتوای تعاملی که آماده میکنید دربرگیرنده ویژگیهایی باشد که مخاطب را جذب کرده و این احساس را به او انتقال دهد که خود یک بخش اصلی از داستان شما است،



آنگاه در کار خود موفق خواهید بود . محتوای تعاملی باید مخاطب را متقاعد سازد تا محصولتان را آزمایش کرده و دیدگاههایش را در این زمینه ابزار کند . ویندوز 10 نمونه شاخصی در این زمینه است.

## تکنیک چهارم بازاریابی، داستانهای عامیانه یا حتی شخصی بسازید

درحالیکه خلق یک داستان شخصی بهطور روشن در حیطه بازاریابی قرار نمیگیرد، اما در چند وقت اخیر اثرگذاری مثبت خود را به اثبات رسانده است . با توجه به افزایش قیمت کالاها و تنوع محصولات، مردم بیشتر به سراغ خرید محصولاتی میروند که واقعا ارزش خرید را داشته باشند . به همین دلیل، شرکتها تمایل دارند از نام یا چهره افراد مشهور در ارتباط با معرفی محصولات خود استفاده کنند . این تکنیک از آن جهت اثرگذار است که مردم به برندی که چهره شخص معروفی همراه با آن است اعتماد میکنند . البته فراموش نکنید اگر از چهره یک فرد مشهور استفاده کنید اما محصول ضعیفی را عرضه کنید، مردم بهسرعت متوجه خواهند شد که شما یک تبلیغ مصنوعی را با هدف جذب مشتری آماده کردهاید . توجه داشته باشید که منظور از خلق داستان شخصی این نیست که حتما از محتوای متنی استفاده کنید . شما با چینش تصاویر در کنار یکدیگر میتوانید یک داستان شخصی به وجود آورید .

## تکنیک پنجم بازاریابی، مشتریان خاص را جذب کنید

کسبوکار شما بهخوبی میتواند فهرستی قابلگسترش از مشتریان هدف آماده کند . اما بهمنظور پیدا کردن مشتریان خاص باید دقت نظر بیشتری به خرج بدهید. اگر تنها به دنبال آن باشید تا یک کمپین بیهدف و بدون یک سیاست راهبردی را ایجاد کنید، کمپین شما در میان صدها هزار کمپین بازاریابی که رقیب شما هستند، گم خواهد شد. برای اجتناب از چنین پیشامدی تا جایی که امکان دارد سعی کنید جزییات بیشتری در ارتباط با مشتریان خاص خود به دست آورید . این تکنیک فرآیندی زمانبر است و به انرژی زیادی نیاز دارد، اما در مقابل ضریب موفقیت آن کاملا زیاد خواهد بود .



## تکنیک ششم بازاریابی، به اهداف کوتاهمدتتان برسید

بهجای آنکه تمام فکر و ذهن خود را درگیر سال جاری کنید، سعی کنید یک برنامهریزی 90 روزه داشته باشید . تکنیک برنامهریزی 90 روزه حتی از سوی سیاستمدارانی که تازه فعالیت رسمی خود را آغاز کردهاند نیز مورداستفاده قرار میگیرد . مایکل هایت، نویسنده نیویورکتایمز در این ارتباط گفته است: «من این تکنیک را بهشخصه آزمایش کردهام و توانستهام به موفقیتهای زیادی بر پایه این تکنیک دست پیدا کنم. بدون شک، بسیاری از کاربران در دوران زندگی خود یک برنامهریزی یکساله را تدوین میکنند . اما این برنامهریزی یک مشکل بزرگ دارد . با کوچکترین پیشامدی ممکن است این برنامه بهطور دائم به آینده موکول شود .»

## تکنیک هفتم بازاریابی، یک کمپین بصری خلق کنید

آمارها نشان میدهند در بیشتر موارد کمپینهای بازاریابی این شانس را دارند تا حالت ویروسی به خود گیرند . اگر به دنبال ساخت یک کمپین ویروسی هستید، در چنین شرایطی نباید از محتوای تصویری و کلیپهای ویدیویی غافل شوید . حتی اگر قالب پیامهای شما به شکل متنی هستند، سعی کنید یک تصویر را انتخاب کرده یا یک ویدیو جالبتوجه را طراحی کرده و آن را با متن خود ترکیب کنید . زمانی که جلوه بصری خود را انتخاب کردید، اطمینان حاصل کنید جلوه بصری متناسب با برند شما است .

مطلب پیشنهادی



تعامل بازاریابی، علم دادهها و هوش مصنوعی

دانلود کنید، کتاب هوش مصنوعی در خدمت بازاریابی : اصول کاربردی

## تکنیک هشتم بازاریابی، پیامهای هدفدارارائه کنید

بدون شک، هیچچیز خوشحالکنندهتر از این نیست که کمپین بازاریابی شما حالت ویروسی به خود بگیرد . اما تنها کمپینهایی چنین حالتی را به خود خواهند گرفت که برنامهریزی دقیق در پسزمینه آنها مستتر باشد. برای نیل به این هدف کمپین شما باید بتواند پیام کسبوکار شما را به شکل شفافی منتقل کند . بهترین توصیهای که در این زمینه میتوان ارائه کرد نگارش یک سناریو دقیق است . سناریویی که محتوای بصری شما بر پایه آن ساخته خواهد شد .

## تکنیک نهم بازاریابی، احساسات مخاطبان خود را برانگیزید

کمپینهایی در کار خود موفق هستند که بتوانند احساسات مخاطبان را تحت تاثیر قرار دهند . برای نیل به این هدف در کمپین شما باید یک حس شوخطبعی قرار داشته باشد. این حس شوخطبعی یا طنزگونه باعث میشود تا احساسات مثبت و شادیبخش در مخاطبان برانگیخته شود. کمپین شما باید روی مولفههایی همچون ترس، امید، آرزو یا شادی متمرکز شود .

## تکنیک دهم بازاریابی، کمپین سادهای طراحی کنید

اگر به دنبال موفقیت کمپین خود هستید، باید از پیچیدگی دوری کنید . اگر کمپین شما در برگیرنده فهرستی طولانی از پیامهای مختلف باشد، مخاطب شما بهندرت تصمیم میگیرد پیام شما را برای دیگران ارسال کند . یک کلیپ ویدیو کوتاه، اینفوگرافیک ساده همراه با تصاویر یا یک مطلب کوتاه چند صدکلمهای در اغلب موارد موفق بوده است. پیشنهاد ما این است که در کمپین بازاریابی سعی کنید دو یا سه پیام به مخاطب خود منتقل کنید

دسته بندی:
پرونده ویژه
تاریخ انتشار :
11:05 - 06/09/1397
برچسب:
بازاریابی - برنامه ریزی - هدفمندی - بازاریابی محتوایی - کسب و کار

□□□□□
https://www.shabakeh-mag.com/cover-story/13953/10-%D8%AA%DA%A9%D9%86%DB%8C%D:□□□□
A%A9-%D8%A8%D8%B1%D8%AA%D8%B1-%D8%AF%D8%B1-
%D8%B2%D9%85%DB%8C%D9%86%D9%87-
%D8%A8%D8%A7%D8%B2%D8%A7%D8%B1%DB%8C%D8%A7%D8%A8%DB%8C