



## ۱۸ استراتژی بازاریابی برای رشد سریع کسب و کار + پادکست

تجربه ثابت کرده که بهترین استراتژی‌های بازاریابی برای رشد کسب‌وکارها آن‌هایی هستند که همواره به اصول اولیه رفتار انسان توجه می‌کنند. نکته حائز اهمیت این است که اگر قادر به درک روحیه مشتریان بالقوه خود نباشید، هیچ روشی از بازاریابی و تبلیغات نمی‌تواند کسب‌وکار شما را به موفقیت نزدیک کند.

بازاریابی، مهم‌ترین بخش رشد یک کسب‌وکار است و اگر به دنبال استراتژی‌های بازاریابی واقعاً قدرتمند هستید، دو نکته وجود دارد که حتماً باید بدانید:

- بهترین استراتژی‌های بازاریابی "چه مواردی" هستند.
- این استراتژی‌های بازاریابی "چگونه" بهترین عملکرد را دارند.



قبل از اینکه ادامه مطلب را بخوانید، پیشنهاد می‌کنیم به پادکست زیر در مورد بازاریابی، استراتژی بازاریابی و بخش‌های مهم یک برنامه استراتژیک بازاریابی گوش دهید.

[audio mp3="https://gazellecg.com/wp-content/uploads/2022/03/MarketingFF.mp3"]/audio]

## استراتژی‌های بازاریابی قدرتمند برای رشد سریع کسب‌وکار

همه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط خواهان یک برنامه بازاریابی با بودجه‌ای کم هستند. با این حال، مشکل این است که تعیین کنیم کدام یک از استراتژی‌های بازاریابی، بالاترین میزان از بازگشت سرمایه را برای کسب‌وکارها به همراه دارند. به همین دلایل، در این مطلب در مورد ۱۸ استراتژی بازاریابی بسیار اثربخش که بزرگترین برندها برای افزایش سود و بازگشت سرمایه کسب‌وکار خود از آنها استفاده می‌کنند، صحبت خواهیم کرد. همچنین نکاتی کاربردی برای شما آماده کرده‌ایم که با کمک آنها بتوانید این استراتژی‌ها را برای کسب‌وکارتان اجرا کنید.

### ۱. هدف و بودجه خود را تعیین کنید.

هر کسب‌وکاری نیاز به یک جهت مشخص برای حرکت دارد. از آنجاییکه کمپین‌های بازاریابی برای پیشبرد برنامه‌های بازاریابی اهمیت بالایی دارند، بنابراین هر کمپین بازاریابی باید با یک هدف و بودجه آغاز شود و این شاید تنها استراتژی بازاریابی رایگان در دنیا باشد. نکته‌ای که باید به آن توجه کنید این است که بدون هدف و بودجه، سنجش موفقیت یا عدم موفقیت کمپین شما بسیار دشوار می‌شود.

طبق آمارهای بازاریابی سال ۲۰۱۸ [CoSchedule](#)، بازاریابانی که اهدافی را برای کمپین‌های خود تعیین می‌کنند، ۴۲۹ درصد بیشتر احتمال دارد که به موفقیت دست پیدا کنند.

در این زمینه جیسون دیمرس، یکی از همکاران فوریس می‌گوید:

«هدف‌گذاری، ادراکات ذهنی از واقعیت را حذف می‌کند و موفقیت را به‌طور عینی قابل اندازه‌گیری می‌کند. در این زمینه، موفقیت یک ایده مبهم نیست و می‌توان آن را اثبات کرد.»



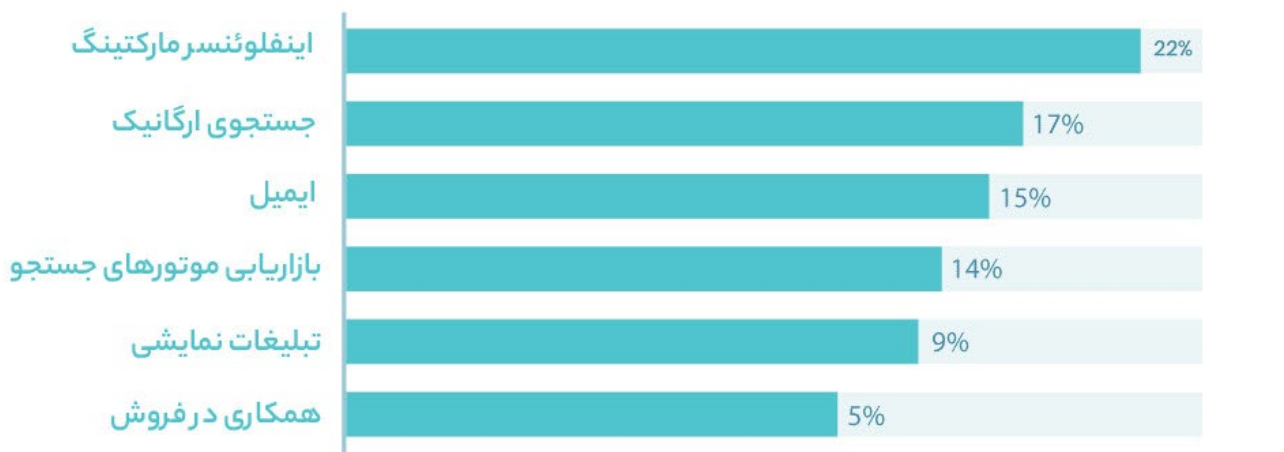
برای هدف‌گذاری و تعیین بودجه‌ی کمپین بازاریابی خود، باید این ۳ کار را انجام دهید:

- بین ۱ تا ۵ شاخص کلیدی عملکرد انتخاب کنید. پرستفاده‌ترین شاخص‌ها شامل سرخ‌های باکیفیت، ترافیک ایجاد شده در وبسایت و شبکه‌های اجتماعی و درآمد مستقیم است.
- یک بودجه واقع‌بینانه تعیین کنید. بر اساس پیشنهاد اداره کسب‌وکارهای کوچک کشور آمریکا، بهتر است کسب‌وکارها معمولاً ۷ تا ۸ درصد از کل درآمد سازمان را صرف کمپین‌های بازاریابی خود کنند.
- روی فرآیند تمرکز کنید نه هدف. پس از تعیین هدف، فرآیندی برای دستیابی به آن ایجاد کنید و از شاخص‌های کلیدی عملکرد خود، برای اندازه‌گیری و بهبود مستمر آن فرآیند استفاده کنید.

## ۲. تاثیرگذار باشید

موفق‌ترین کمپین‌های بازاریابی به شما کمک می‌کنند تا به بالاترین میزان از بازگشت سرمایه دست پیدا کنید. هنگامی که در بازار نفوذ پیدا کردید، می‌توانید از بسیاری از استراتژی‌های بازاریابی قدرتمندتر استفاده کنید. استفاده از روش **اینفلوئنسر مارکتینگ**، یکی از تاثیرگذارترین روش‌ها برای اثرگذاری بر روی مخاطبان یک برند است. **تحقیقات** در این حوزه نشان داده که به ازای هر ۱۰۰۰ تومانی که برای کسب‌وکاران هزینه می‌کنید، ۶۵۰۰ تومان بازگشت سرمایه خواهید داشت.

## بهترین روش‌های آنلاین برای جذب مشتری



برای برگزاری یک کمپین بازاریابی تأثیرگذار موفق، **موری نیولندز**، این گام‌ها را توصیه می‌کند:



- شاخص‌های کلیدی عملکرد خود را تعیین کنید.
- بر روی کانال‌هایی از شبکه‌های اجتماعی تمرکز کنید که مخاطبان هدف شما، در آن حضور پررنگ‌تری دارند.
- یک فرد تاثیرگذار (اینفلوئنسر) معتبر پیدا کنید.
- برنامه زمانی انتشار محتواهای خود را تهیه کنید.
- بطور مستمر، خروجی‌های خود را اندازه بگیرید و آنها را بهبود دهید.

### ۳. استفاده از کارکنان به عنوان رهبران فکری

به عنوان یک روش جایگزین، شما همواره می‌توانید افراد تاثیرگذار را از میان کارکنان خود انتخاب کنید. شرکت‌هایی که می‌خواهند پیام برند خود را تقویت کرده و در بازار، محبوبیت بیشتری پیدا کنند، از ظرفیت‌های داخلی سازمان که توانایی‌های منحصر بفردی برای انتقال پیام کسب و کار دارند، حمایت می‌کنند.

بهره‌گیری از این رویکرد، به کسب و کارها کمک می‌کند تا کارکنانی را به عنوان سفیران برند خود تبدیل کنند تا بتوانند به عنوان فروشندگان اجتماعی، خدمات سازمان شما را بطور موثر تبلیغ کنند.

طبق [آمار لینکدین](#)، فروشندگانی که از رسانه‌های اجتماعی برای فروش استفاده می‌کنند، ۵۱ درصد بیشتر از هم‌تایان خود به فروش دست می‌یابند. در سال ۲۰۲۱، تقریباً ۹۵ درصد از محتواهای حمایتی کارکنان در بستر لینکدین انجام شده است

### ۴. در یک شبکه اجتماعی قهرمان باشید

با توجه به پتانسیل غیرقابل انکار بازاریابی رسانه‌های اجتماعی، تلاش برای موفقیت در بسترهای شبکه‌های اجتماعی بسیار وسوسه‌کننده است. اما، همانطور که استاد بازاریابی، نیل پاتل به ما می‌گوید، بهتر است در یک زمان، تنها روی یک کانال اجتماعی مشخص تمرکز کنید:

اینکه به یکباره چهار یا پنج شبکه اجتماعی مختلف را راه‌اندازی کنید، کاری طاقت‌فرسا است و احتمالاً در هر کدام از آنها، استراتژی و برنامه‌ها شما نابود خواهند شد. حتی اگر شما یک بازاریاب باهوش باشید، به سادگی نمی‌توانید زمان لازم را برای استفاده حداکثری از هر کانال اختصاص دهید.



برای اینکه در یک شبکه اجتماعی حضور قدرتمند داشته باشید، این ۱۲ گام را طی کنید:

## ۱۲ گام ساده برای یک استراتژی اثربخش در شبکه‌های اجتماعی

- ۱** مخاطب هدف را تعریف کنید: سن، جنسیت، موقعیت مکانی، درآمد و تحصیلات از الکسا و گوگل ادوردز استفاده کنید.
- ۲** پرسونای مخاطب خود را خلق کنید: برای خلق پرسونای مخاطبان خود از وبسایت: [MakeMyPersona.com](http://MakeMyPersona.com) استفاده کنید.
- ۳** افراد تاثیرگذار (اینفلوئنسرها) را پیدا کنید بصورت مستقیم یا با کمک آژانس‌های بازاریابی دیجیتال، با این افراد همکاری کنید.
- ۴** شبکه‌های اجتماعی‌ای که مخاطبان شما در آن حضور دارند را شناسایی کنید از ابزارهایی مثل Ahrefs و BuzzSumo استفاده کنید.
- ۵** شبکه‌های اجتماعی‌ای که رقبای شما از آنها استفاده می‌کنند را زیرنظر بگیرید. از ابزارهایی مثل Ahrefs و BuzzSumo استفاده کنید.
- ۶** با کمک فروم‌های آنلاین و از طریق بررسی کامنت‌ها و سوالات مخاطبان، محتوایی تولید کنید که مسائل واقعی آنها را حل کند.
- ۷** بانک محتوا ایجاد کنید مجموعه‌ای از مقالات، ویدئوها، تصاویر، اینفوگرافیک‌ها و نکات سریع تولید کنید.
- ۸** با مخاطبان خود ارتباط برقرار کنید و آنها را درگیر محتوای خود کنید
- ۹** برای انتشار محتوا، برنامه و فعالیت مستمر داشته باشید.
- ۱۰** برای جذب دنبال‌کنندگان بیشتر، سرمایه‌گذاری کنید.
- ۱۱** برای انتشار محتوا در شبکه‌های اجتماعی، آنها را اتوماسیون کنید از ابزاری مثل نوین هاب می‌توانید استفاده کنید.
- ۱۲** نتایج را ارزیابی کنید و استراتژی خود را بهبود دهید.

### ۵. ایمیل برای برقراری ارتباط استفاده کنید

با توجه به اینکه ۵۹٪ از بازاریابان ادعا می‌کنند که ایمیل موثرترین کانال بازاریابی آنها برای درآمدزایی است، این یک استراتژی است که شما نمی‌توانید آن را نادیده بگیرید.

اگر هنوز لیست ایمیل خود را ایجاد نکرده‌اید، درک هالپرن، بنیانگذار Social Triggers، چند نکته را برای شروع توصیه می‌کند:

- یک استراتژی محتوای بلندمدت برای هدایت ترافیک ارگانیک به وبسایت خود ایجاد کنید.





- پیشنهادات مختلفی برای مشتریان خود ارائه کنید.
- از فرم‌های پاپ آپ (popup) برای دریافت ایمیل استفاده کنید.
- در وبسایت خود، یک بنر برای عضویت در خبرنامه ایجاد کنید.

## ۶. با استراتژی، بلاگ نویسی کنید

زمانیکه استراتژی مناسبی برای انجام کارهایتان خلق کنید، راه اندازی یک وبلاگ یکی از بهترین راه‌ها برای هدایت ترافیک هدفمند به وبسایت شما است. در واقع، بازاریاب‌هایی که به طور موثر از وبلاگ‌ها استفاده می‌کنند، ۶۷ درصد سرخ بیشتری نسبت به کسانی که این کار را انجام نمی‌دهند؛ دریافت می‌کنند.

برای اینکه در بلاگ نویسی موفق عمل کنید، باید گام‌های زیر را طی کنید:

- بازار بکر خود را پیدا کنید: انتخاب یک بازار بکر، یکی از سخت‌ترین و البته مهم‌ترین کارهایی است که قبل از راه اندازی وبلاگ باید انجام دهید.
- بیشتر از کمیت، بر کیفیت محتوا تمرکز کنید: یک مطلب کامل و جامع (برای مثال بیش از ۱۵۰۰ کلمه) به مراتب ارزش بیشتری (حدود ۵ برابر) نسبت به یک مطلب کوتاه و غیرآموزنده دارد.
- قبل از نوشتن بلاگ، یک استراتژی تبلیغاتی ایجاد کنید: بسیاری از بازاریابان محتوا توصیه می‌کنند که ۲۰ درصد از زمان خود را صرف تولید محتوا و ۸۰ درصد آن را صرف تبلیغات کنید.
- محتوایی تولید کنید که همیشه ارزشمند باشد: اگر محتوایی تولید کنید که همیشه ارزش خواندن داشته باشد (و در صورت لزوم آن را به روز رسانی هم کنید)، رفته رفته بانک محتوای شما در طول زمان، تاثیر بسیار زیادی بر روی مخاطبان خواهد گذاشت.
- از ابزارهای ویرایش عکس برای مدیریت هرچه بهتر محتواهای خود استفاده کنید.
- وبلاگ خود را تبلیغ کنید: فهرستی از اینفلوئنسرهای مرتبط با کسب و کارتان ایجاد کنید و با استفاده از ابزارهای ارتباطی قدرتمند، یک کمپین تبلیغاتی راه اندازی کنید و از آنها درخواست کنید که به طور مستقیم یا غیرمستقیم درباره وبلاگ شما صحبت کنند.



- طراحی همه چیز است: شکل ظاهری وبلاگ شما می‌تواند خوانندگان بالقوه را جذب یا دور کند، بنابراین برای ایجاد وبلاگ خود از قالب‌های حرفه‌ای استفاده کنید.

## ۷. سئوی وبسایت خود را قدرتمند کنید

با توجه به اینکه ۷۰ تا ۸۰ درصد از افراد، تبلیغات را به کلی نادیده می‌گیرند، می‌توان نتیجه گرفت که رتبه‌بندی برای کلمات کلیدی هدفمند، از اهمیت بالایی برخوردار است. برای رتبه گرفتن کلمات کلیدی در موتور جستجوی گوگل و دستیابی به مشتریان با کیفیت، نکات زیر را دنبال کنید:

- روی کلمات کلیدی کم رقابت و کلمات کلیدی طولانی تمرکز کنید: اگر صاحب یک کسب‌وکار در زمینه فروش لوازم خانگی هستید، باید روی کلماتی که طولانی هستند و ارزش رقابت بالایی دارند، تمرکز کنید (مثل خرید لوازم خانگی با قیمت مناسب). مهم‌ترین مزیت این روش، نرخ بالای تبدیل این دسته از کلمات است. به بیان دیگر، این کلمات تعداد سرچ پایینی دارند اما نرخ تبدیل و احتمال جذب کاربر در آنها بسیار بالا است.
- از ابزارهایی مانند SEMRush یا KWFinder استفاده کنید: اگرچه ممکن است استفاده از ابزار Keyword Planner گوگل و سوسه انگیز باشد، اما ثابت شده است که آنها بسیاری از کلمات کلیدی کم رقابت را برای افزایش هزینه تبلیغات مخفی می‌کنند. ابزارهایی مانند SEMRush یا KWFinder به عنوان ابزارهایی برای پیدا کردن کلمات کلیدی با بازگشت سرمایه بالا می‌توانند سرخ‌های با کیفیتی را به وبسایت شما هدایت کنند.

## ۸. به دیگران آموزش دهید

برایان ساتر، از همکاران فوریس می‌گوید: آموزش دهید، نفروشید!

«به نظر می‌رسد ایده آموزش به جای فروش، بازاریابی را به سمت خود برگرداند و با این حال، در هسته بازاریابی محتوا قرار دارد.» (آموزش بده، نفروش) «دقیقاً همان چیزی است که بازاریابی محتوا را از تبلیغات متفاوت می‌کند.»

این رویکرد، مفهومی است که بسیاری از بازاریابان امروزی آن را اشتباه درک می‌کنند و به همین دلیل است که بسیاری از مشاغل برای متمایز کردن پیام خود از طریق بازاریابی محتوا تلاش می‌کنند.



برای اطمینان از اینکه راه درستی را به مخاطبان خود آموزش دهید، برایان ساتر توصیه می‌کند که:

- اقدام به عمل‌هایی (CTA) که از خوانندگان می‌خواهند چیزی را در هر قسمت از محتوا بخرند، ایجاد نکنید.
- روی مشتری خود و آنچه می‌خواهند بدانند تمرکز کنید، نه آنچه می‌خواهید به آنها بگویید.
- محتوای خود را سخاوتمندانه ارائه کنید.

## ۹. تحقیق کنید، گوش دهید و یاد بگیرید

تحقیقات بازاریابی، نقش مهمی در موفقیت استراتژی‌های بازاریابی کسب‌وکار شما دارد. به هر حال، اگر پرسونای مخاطبی را که برای آنها بازاریابی می‌کنید؛ نشناسید، برقراری ارتباط موثر با آنها دشوار خواهد بود.

یکی از بهترین راه‌ها برای انجام تحقیقات بازار، استفاده از نظرسنجی است. برای استفاده حداکثری از این استراتژی، Survey Monkey توصیه می‌کند:

- هدف خود را برای انجام تحقیق مشخص کنید.
- جدول زمانی را تنظیم کنید.
- برای تعیین اینکه چه کسی، کدام نظرسنجی را دریافت می‌کند، مخاطبان خود را تقسیم بندی کنید.
- از ابزارهای اثبات شده‌ای استفاده کنید که به شما امکان می‌دهد داده‌ها را جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل کنید.

## ۱۰. صفحات فرود (Landing page) خود را دوباره بررسی کنید

یکی از استراتژی‌های بازاریابی کسب‌وکارهایی که می‌تواند تاثیر سریعی بر نرخ تبدیل داشته باشد، تمرکز بر صفحات فرود است. در حالی که اکثر کارشناسانی که در زمینه نرخ تبدیل فعال هستند؛ توصیه می‌کنند که کمپین‌های بازاریابی خود را همیشه با یک صفحه فرود اختصاصی شروع کنید، اما بسیاری از آنها اهمیت تمرکز بر یک هدف واحد را در نظر نمی‌گیرند.

برای اینکه صفحه فرود شما موفق شود، تمرکز شما باید این باشد تا از مخاطبان خود بخواهید تنها یک کار مشخص را انجام دهند؛ چرا که تاثیر فوق‌العاده‌ای بر نرخ تبدیل شما خواهد داشت.





اگر از صفحات فرود برای کمک به فروش محصولات یا خدمات خود استفاده نمی‌کنید، ممکن است مشتریان بالقوه بی‌شماری را از دست بدهید.

**این مطالب را هم بخوانید:**

## چگونه سودآوری و عملکرد کسب و کارمان را افزایش دهیم؟

کلیک کنید

### ۱۱. پایبند به یک ارزش باشید

مطالعه اخیر مک کان نشان داد که ۴۲ درصد از مصرف‌کنندگان آمریکایی معتقدند که امروزه برندها و شرکت‌ها، نسبت به دو دهه پیش، کمتر صادق هستند. به بیان بهتر، تقریباً نیمی از مصرف‌کنندگان به کسب‌وکارهای امروزی اعتماد ندارند.

با در نظر گرفتن این موضوع، پایبندی به یک ارزش، هم برای شما و هم برای مخاطب هدف شما مهم است و می‌تواند به یک عامل متمایزکننده تبدیل شود. به عنوان مثال چالش ریختن سطل یخ ALS را به یاد بیاورید که به شدت در شبکه‌های اجتماعی در دنیا گسترش پیدا کرد و ۲۲۰ میلیون دلار برای این انجمن جمع‌آوری کرد.

در اینجا چند راه وجود دارد که می‌توانید آن را انجام دهید:

- از یک رویداد خیریه حمایت مالی کنید.
- با کارکنان و مشتریان خود برای یک رویداد جمع‌آوری کمک، مشارکت کنید.
- محصول یا خدمت خود را به یک رویداد خیریه اهدا کنید.

### ۱۲. تبلیغات رسانه‌های اجتماعی را افزایش دهید

رسانه‌های اجتماعی تاثیر بسیار زیادی بر فعالیتهای بازاریابی مدرن گذاشته است.

اما در حالی که بسیاری از کسب‌وکارهای کوچک، تلاش خود را بر فرصتهای بازاریابی رایگان و کم‌هزینه‌ای که پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی ارائه می‌دهند متمرکز می‌کنند، تبلیغات نیز برای افزایش بازگشت سرمایه مؤثر بوده است.



جای تعجب نیست که فیسبوک در دنیای تبلیغات رسانه‌های اجتماعی جایگاه اول را دارد؛ زیرا بیش از ۹۳ درصد از بازاریابان از نوعی از تبلیغات فیسبوک استفاده می‌کنند.

برای استفاده حداکثری از کمپین تبلیغاتی فیسبوک، چند نکته وجود دارد که باید روی آنها تمرکز کنید:

- اطمینان حاصل کنید که یک پیشنهاد جذاب ارائه می‌دهید.
- شاخص‌های کلیدی عملکرد را ردیابی کنید.
- از تصاویر یا ویدیوهای جذاب استفاده کنید.
- اهداف واضح و قابل اندازه‌گیری تعیین کنید.

### ۱۳. پیشنهادات سئوی محلی گوگل را نادیده نگیرید

سئو محلی به شما کمک می‌کند تا کسب‌وکار خود را به صورت آنلاین در اختیار مشتریان محلی قرار دهید. برای مثال اگر کسی در گوگل عبارت «بهترین شرکت مشاوره مدیریت» را جستجو کند، با نتایج معمولی روبرو می‌شود. ولی اگر همین عبارت را به «بهترین شرکت مشاوره مدیریت در تهران» تغییر دهیم، تنها نتایج محلی (در تهران) به شما نشان داده می‌شود.

با تمرکز بر بهینه‌سازی سئوی محلی در کسب‌وکار از طریق راهکارهای زیر می‌توانید به سرعت در موتورهای جستجو به موفقیت دست پیدا کنید.

### ۱۴. حفظ مشتریان را در اولویت قرار دهید.

بحث در مورد اهمیت حفظ مشتریان برای موفقیت بلندمدت کسب و کار کوچک شما دشوار است. احتمال فروش به یک مشتری فعلی، تقریباً ۶۵٪ و برای فروش به یک مشتری جدید حدود ۱۰ تا ۱۵٪ است و این موضوع، اهمیت حفظ مشتریان را به خوبی نشان می‌دهد.

برای اطمینان از اینکه تعداد بیشتری از مشتریان به شما وفادار بمانند، سوجان پاتل، بازاریاب رشد، توصیه می‌کند که روی بهبود فرآیند پذیرش خود تمرکز کنید و کارهای زیر را انجام دهید:



- وضعیتی از کسب و کار خود را تعیین کنید که در آن مشتریان خود را از دست می‌دهید تا در ابتدا تلاش خود را در آنجا متمرکز کنید.
- تعریف مشتریان خود از موفقیت را تعریف کنید و به آنها کمک کنید تا به آن دست یابند.
- به مشتریان خود کمک کنید تا به موفقیت‌های سریع دست یابند.
- منابع همیشه سبز ایجاد کنید (منظور از منابع همیشه سبز، منابعی هستند که همواره و فارغ از زمان، از اعتبار بالایی برخوردار هستند).

## ۱۵. مخاطبان خود را دوست داشته باشید

داستان‌سرایایی ابزار قدرتمندی برای هر بازاریاب است. این موضوع می‌تواند نرخ تبدیل را تا ۴۰۰٪ افزایش دهد. در حالی که اندازه‌گیری آن می‌تواند کار دشواری باشد، شکی نیست که داستان‌سرایایی می‌تواند راهی موثر برای بازاریابی کسب و کار شما و جذب مشتریان وفادار باشد.

برای انجام این کار، مایک کاپل، یکی از همکاران فوربس، ۵ نکته ضروری برای داستان‌سرایایی تجاری را توصیه می‌کند:

- تعیین پارامترها (چه کسی، چه، چه زمانی، کجا).
- کاملاً معتبر باشید.
- نتیجه را مشخص کنید.
- مستمر فعالیت کنید.
- به مشتریان اجازه دهید بخشی از داستان شوند.

## ۱۶. به دنبال مشارکت با دیگر کسب و کارها باشید

مشارکت با سایر کسب و کارهای کوچک می‌تواند پتانسیل درآمد کسب و کار شما را به طور تصاعدی افزایش دهد. همانطور که وب اسمیت، مشارکت‌کننده کارآفرین اشاره می‌کند:

"شما می‌توانید به تنهایی زنده بمانید، اما زمانی واقعاً پیشرفت خواهید کرد که به جامعه اطراف خود متصل شوید."



برای توسعه فعالیت‌های مشارکتی موثر، توصیه می‌شود که:

- برای همکاری با دیگر کسب‌وکارها پیش‌قدم شوید.
- سوالات درست بپرسید.
- بر فرصت‌های مشارکتی‌ای تمرکز کنید که می‌تواند برای هر دو طرف سودمند باشد.

## ۱۷. کاری کنید مخاطبان، شما را بشناسند، دوست داشته باشند و به شما اعتماد کنند

**وبینارها** به یک استراتژی بازاریابی برای مشاغل فناوری محوری که در فضای دیجیتال، حضوری خوبی دارند، تبدیل شده است. با این حال، کسب‌وکارهای کوچکی که آنقدرها از فضای فناوری آگاهی ندارند، این فرصت را معمولاً از دست می‌دهند.

با توجه به اینکه وبینارها به عنوان یکی از ۵ استراتژی بازاریابی موفق شناخته می‌شوند، باید از این روش استفاده کنید.

امی پورترفیلد از وبینارها به عنوان یک جزء حیاتی برای ایجاد پایگاه برای مشتریان خود استفاده می‌کند. او می‌گوید که وبینارها به مخاطبانش کمک می‌کند تا او را بشناسند، دوست داشته باشند و به او اعتماد کنند.

برای میزبانی کردن یک وبینار باید:

- روی ایجاد محتوای شگفت‌انگیز تمرکز کنید.
- زمانی را انتخاب کنید که برای مخاطب هدف شما مناسب باشد.
- آماده کردن، آماده کردن، آماده کردن.

## ۱۸. یک جلسه رایگان مشاوره را تبلیغ کنید

هرچند این موضوع بسته به هر صنعت متفاوت خواهد بود؛ اما نرخ تبدیل ارائه مشاوره رایگان، آن را به یکی از موثرترین استراتژی‌های بازاریابی کسب و کارهای کوچک تبدیل می‌کند که امروزه در حال پیشرفت هستند. برای مثال در مشاغل پزشکی با ارائه مشاوره رایگان، نرخ تبدیل تا ۷۵٪ مشاهده شده است.

بیباید به چند نکته برای افزایش احتمال تبدیل یک سرخ به مشتری از طریق مشاوره رایگان نگاهی بیندازیم:



- بر کمک به مشتری و دستیابی به یک موفقیت سریع تمرکز کنید.
- سوالات هدفمند بپرسید.
- به آنها نشان دهید که چرا و چگونه می‌توانید به آنها کمک کنید.

**ارائه یک نسخه‌ی نمایشی رایگان (دمو) کمک زیادی به برطرف کردن شک و تردید مشتری و ایجاد اعتماد می‌کند.**

### نتیجه‌گیری

در این مطلب، ما ۱۸ نوع از بهترین استراتژی‌های بازاریابی را با شما به اشتراک گذاشته ایم. آیا استراتژی بازاریابی دیگری را می‌شناسید که در اینجا ذکر نشده است که ثابت کرده باشد برای مشاغل کارآمد است؟ اگر بله، در بخش نظرات زیر به ما اطلاع دهید.