چند ایده استراتژی بازاریابی کسب و کارهای کوچک

نویسنده: مهران منصوری فر

در این مقاله به شما چند روش عالی معرفی می‌کنیم تا از طریق آنها بتوانید کسب و کار کوچک خود را در دنیای دیجیتال توسعه دهید و مخاطبان و مشتریان بیشماری را جذب کسب و کارتان کنید.

اگر در حال راه اندازی یک کسب و کار جدید هستید یا از قبل کسب وکاری داشتید، حضور جدی و پر رنگ برند شما در فضای آنلاین و اینترنت، امروزه دیگر یک امر حیاتی به شما می‌رود. طبق آمار منتشر شده اکنون ۹۷ درصد مردم که دارای مشاغل و کسب و کارهای کوچک هستند بیش از هر زمان دیگری در مورد کسب درآمد از طریق اینترنت تحقیق و جستجو می کنند.

در حال حاضر صاحبان مشاغل کوچک به دنبال راهی برای جذب بازگشت سرمایه ROI بیشتر و معرفی کسب و کار خود در دنیای دیجیتال هستند. نه تنها بازاریابی دیجیتال برای تبلیغ محصولات یا خدمات شما ضروری است ، بلکه بهینه سازی دارایی‌های آنلاین شما برای موفقیت کلی کسب و کار شما حیاتی است. حالا که دنیای کسب و کارهای کوچک به این سمت هدایت شده‌اند در این مطلب قصد داریم با استفاده از بازاریابی درونگرا به شما در ایجاد و بهینه سازی استراتژی بازاریابی‌تان کمک کنیم.

استراتژی‌های بازاریابی کسب و کارهای کوچک

شناسایی مخاطبان خود

اینکه فکر کنید «هر فردی» خریدار محصولات و خدمات شما است اشتباه می‌کنید. شرکت‌های بزرگ ممکن است برای سود بیشتر به بازارهای بزرگتر متوسل شوند اما آنها می‌گویند «پول در جایگاه‌های کوچک و بکر بازار است.» یعنی به جای تمرکز بر کل بازار بروی جایگاه‌های بکر Niche و به اصطلاح دنج و پرسود بازار تمرکز کنید. این جایگاه‌های پر سود کوچک را توسعه دهید، و برای اینکه خریدار

را جذب چنین جایگاه‌هایی کنید در وهله اول باید نقاط درد، مشکلات، اولویت‌ها و نیازهای مخاطب خود را شناسایی کنید.

به عنوان مثال مشتری شما در زمان استفاده از محصولات و خدمات شما دچار مشکلات و معضلات خاصی می‌شوند که اگر به موقع نتوانید به این مشکلات و دغدغه‌های مشتریان خود رسیدگی کنید امکان دارد مشتری به طور ناگهانی کسب و کار شما را ترک کند. برای جلوگیری از این کار شما می‌توانید به طور مداوم از محصولات و خدمات خود پشتیبانی کنید. یا برای شناسایی این مشکلات و نقاط درد نسبت به ارائه کالا و خدمات خود از مشتریان خود نظر سنجی کنید. دیجی کالا در هر ساعت از شبانه روز از کالاهای خود پشتیبانی می‌کند یا هر از گاهی از مخاطبان خود درباره نحوه تحویل، کیفیت محصول و .. نظر سنجی می‌کند. آیا فکر نمی‌کنید چرا دیجی کالا نباید موفق باشد؟

بفهمید چه عواملی مخاطب را به تصمیم گیری در خرید سوق می‌دهد؟ با پی بردن به این چیزها می‌توانید بیشتر روی مخاطب خود تسلط داشته باشید و از این طریق می‌توانید راهکارهای خوبی برای رونق کسب و کارتان ارائه بدهید. از همین الان روی مشتریان فعلی خود متمرکز شوید و بفهمید مشتریان فعلی شما چه نیازها، نقاط درد و اولویت‌هایی دارند سپس یک پرسونای مشتری برای خود ایجاد کنید و کم کم به ذهن مشتریان خود نفوذ کنید.

مقاله مرتبط: پرسونای مشتری چیست و چگونه می‌تواند باعث افزایش فروش شود؟

تمرکز بر ارزش پیشنهادی value proposition

اگر بین شما و رقبایتان هیچ تفاوت و تمایزی وجود نداشته باشد پس هیچ دلیلی وجود ندارد که یک خریدار متقاعد گردد مشتری شما شود و از شما خرید کند. ارزش پیشنهادی کسب و کارتان شما را از رقبایتان متمایز می کند. ارزش پیشنهادی یعنی اینکه چه دلیلی وجود دارد که مخاطب و مشتری، شما را از دیگر رقبایتان متمایز کند و یا اینکه چه ویژگی منحصر به فرد شما باعث می شود مشتری شما را انتخاب نماید. برای اینکه کسب و کار شما جایگاه خوبی را کسب کند بر روی

ارزش پیشنهادی خود متمرکز شوید و دائم این سوال را از خود بپرسید چرا باید مشتری برند و کسب کار من را از سایر رقبا انتخاب کند. من چه ویژگی ممتازی دارم که باعث شود مخاطب برند مرا انتخاب نماید؟

دو غول بازار حمل و نقل اینترنتی شرکت اسنپ و تپ سی را در نظر بگیرید. به نظر شما این دو شرکت چه ویژگی های منحصر به فردی دارند که مردم از آنها استقبال می کنند. در ذهن مردم کدام خصیصه این دو شرکت باعث شده است که به آنها وفادارند بمانند. آیا شما که می خواهید کسب و کار کوچک خود را راه بیندازید می توانید برای کسب وکارتان ویژگی هایی را در نظر بگیرید که مخاطب به شما وفادار بماند؟

تمرکز بر اهداف مجزا و منحصر به فرد

اگر در دنیای بازاریابی سیر کنید شاید متوجه شوید که هزاران مسیر وجود دارد که شما می‌توانید برای موفقیت وارد آنها شوید. شاید به خیال اینکه می‌توانید در همه عرصه ها موفق شوید و به جایگاه مهمی برسید وارد هزارتوی این مسیرها شوید و به قولی از این شاخه به آن شاخه بپرید. اما برای اینکه سر درگم نشوید بجای پریدن از این شاخه به آن شاخه در دنیای بازریابی بفهمید کجای کسب و کار شما تاثیر بیشتری می‌گذارد و پر بازده است. پی ببرید بزرگترین نقاط ضف شما چه هستند که مانع پیشرفت و ترقی شما می‌شود سپس هدف‌های کوتاه

مدت پربازده پیرامون یک حوزه کلیدی کسب و کار خود را تعیین کنید و منابع خود را معطوف تلاش ها و تاکتیک‌هایی کنید که به آن هدف کوتاه مدت و پربازده دست پیدا کنید. هنگامی که در جهت رسیدن به آن هدف کوتاه و پربازده پیشرفت بیشتری داشته‌اید، می‌توانید تلاش‌های خود را بیشتر کنید.

تعیین هویت برند خود

داشتن یک هویت برند ثابت برای رونق کسب و کارتان باعث می‌شود که شما به عنوان یک حرفه‌ای سر زبان‌ها بیفتید و به جذب مشتری جدید به شما کمک می‌کند. طبق یک مطالعه در فیسبوک ۷۷ درصد مردم به برندها وفادار هستند. جف بزوس، بنیانگذار آمازون، برند یک شرکت را چنین توصیف کرده است: «برند شما همان چیزی است که افراد وقتی در اتاق نیستید در مورد شما می‌گویند». به عبارت دیگر، برند شما احساسات و عواطفی است که مردم هنگام شنیدن نام شرکت شما دارند. این ترکیبی از نام برند، لوگو، ویژگی‌های زیبایی شناسی و طراحی تمام دارایی‌های شما است.

بیشتر بخوانید: برندینگ یا برندسازی چیست؛ همه آنچه برای خلق برند باید بدانید

طراحی لوگو و دیگر ویژگی‌های با ارزش

برای رسیدن به ایده‌های نو و خلاق برای کسب و کار خود یک رنگ خاص را انتخاب کنید. رنگ برند در شتاب دادن به برنامه‌ها و ماندگاری در ذهن مشتریان شما تاثیر به سزایی دارد. برای ایجاد لوگوی خود از سایت های logonomy.ir و logaster.com یا از برخی از دفاتر دیجیتال مارکتینگ کمک بگیرید. البته برای طراحی لوگو کسب و کارتان شما می‌توانید از سرویس‌های رایگان آنلاین استفاده کنید اما اگر کار با کیفیت و خوب می‌خواهید باید با یک فریلنسر یا دفاتر دیجیتال مارکتینگ همکاری کنید.

مقاله مرتبط: راهنمای طراحی لوگو؛ چگونه خودمان یک لوگوی زیبا و ماندگار طراحی کنیم؟

ایجاد وبسایت خود با یک قالب سیستم مدیریت محتوا CMS

اگر دارای یک کسب و کار هستید و در آن کار اهل فن هستید در صورتی که تصمیم گرفته‌اید یک سایت برای خود راه اندازی کنید می‌توانید از سیستم‌های مدیریت محتوا برای کارتان استفاه کنید. بسیاری از CMSها اکثرا قالب‌های از پیش آماده شده دارند که شما می‌توانید آنها را به صورت رایگان یا پولی بخرید. بنابراین بابت ایجاد وبسایت خود اصلا نگران نباشید می‌توانید بایک هزینه اندک کسب و کار خود را روی بستر وبسایت پیاده کنید. دو مورد از معروفترین سیستم‌های مدیریت محتوا وردپرس و جوملا هستند که نزد مردم طرفداران بیشماری دارند. اگر قصد راه اندازی وبسایتی برای کسب و کار نوپای خود دارید می‌توانید کمتر از ۲۴ ساعت یک وبسایت برای خود راه اندازی کنید و از راه آن کسب درآمد کنید.

برای شروع می توانید با دوره راه‌اندازی کسب و کار آنلاین در ۲۹ دقیقه یک سایت را راه اندازی کنید و بعد از مدتی برای ارتقای آن اقدام کنید. فقط کافیست تصمیم بگیرید که شروع کنید.

رصد وبسایت خود با ابزارهای آنالیزی

اگر تا پیش از این وبسایتی را راه اندازی نکرده‌اید و از نظر مسائل فنی آن هیچ آگاهی ندارید اصلا نگران نباشید. انواع و اقسام ابزارها و سرویس‌های آنالیز

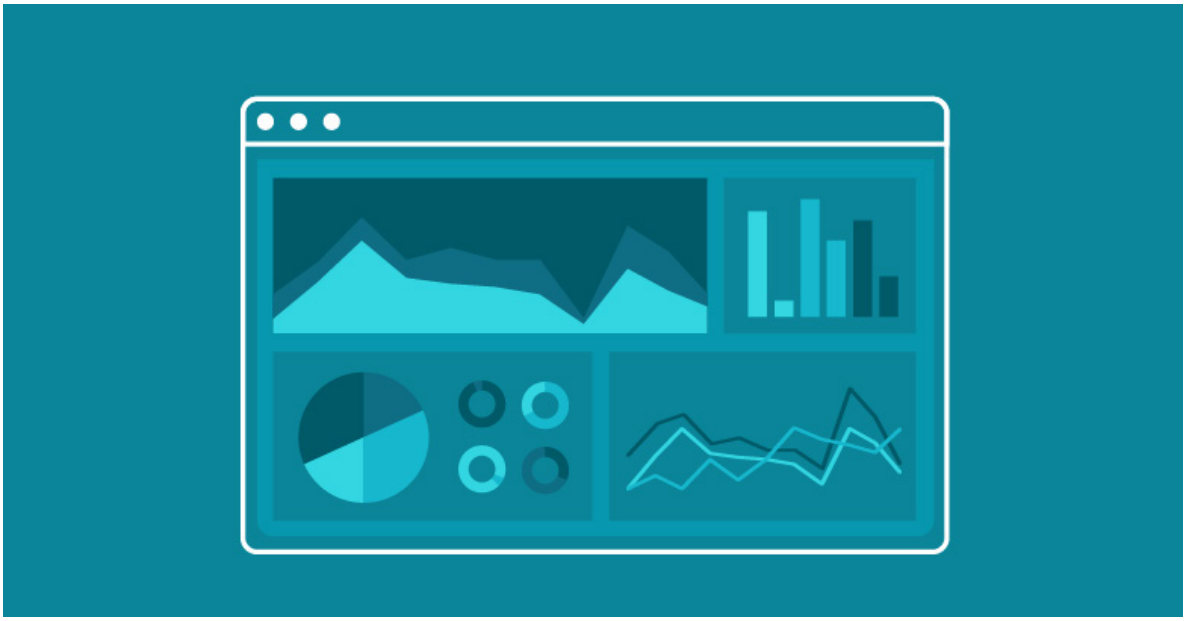
وبسایت وجود دارد که به شما در شروع کارتان کمک می‌کند. در زیر چند ابزار فوق العاده را برای آنالیز وبسایت معرفی میکنیم .

Woorank : یک ابزار معروف و سرشناس تحلیل سایت است که به صورت دقیق و جزیی سایت شما را بررسی و تحلیل می کند.

GTMetrix: یکی دیگر از ابزارهای قدرتمند تحلیل وبسایت است که بخاطر اندازه گیری سرعت سایت طرفداران زیادی دارد.

Ahrefs: در صورتی که می خواهید بک لینک های سایت خود را بررسی کنید. این ابزار به صورت اختصاصی این کار را برای شما انجام می دهد.

The web checker: این ابزار آنالیز به شما کمک می کند تا وب سایت خود را برای سئو، عملکرد، طراحی موبایل، امنیت و کارایی تحلیل کنید.



مشاوره با آژانس‌های دیجیتال مارکتینگ برای رونق کسب و کار

اگر در ابتدای حوزه فعالیت خود هستید و به تازگی وارد دنیای دیجیال مارکتینگ شده‌اید بهتر است برای رونق کسب و کار خود از آژانسهای دیجیتال مارکتینگ فعال در این زمینه مشاوره بگیرید تا مسیر پیش روی شما روشن تر شود. ما در مدیروب به واسطه سالها تجربه و ارائه مشاوره به کسب و کارهای نوپا و پیشرفته هم اکنون آماده ارائه مشاوره در زمینه کسب و کارهای آنلاین هستیم.

ارتقای رنک گوگل با استفاده از سئو

در صورتی که قبلا کسب و کاری داشتید آیا تا به حال محصولات و خدمات خود را در گوگل سرچ کرده‌اید؟ آیا با خود نگفته‌اید که چرا وبسایت من در گوگل بالا نمی‌آید؟ آیا فکر نکرده‌اید که چگونه در گوگل رتبه بگیرید یا اینکه رنک خود را در گوگل ارتقا دهید؟ عوامل متعددی وجود دارند که باعث می‌شوند یک وبسایت رتبه خوبی در گوگل بگیرد و در نتایج گوگل جایگاه خوبی داشته باشد. کلید واژه‌های مرتبط، طول محتوا، داشتن محتوای با کیفیت، سرعت لود وبسایت و غیره از جمله عواملی هستند که بر بهبود سئو سایت شما در گوگل تاثیر می‌گذارد. برای اینکه به جایگاه خوبی در گوگل برسید باید از قدرت جادویی سئو یا همان بهینه سازی سایت برای موتورهای جستجو بهره مند شوید.

سئو به مجموعه تکنیک‌هایی گفته می‌شود که به وبسایت شما کمک می‌کند تا

در نتایج جستجوی ارگانیک رتبه بالاتری داشته باشد و وبسایت شما را برای افرادی که به دنبال برند یا محصولات و خدمات شما هستند در نتایج موتورهای جستجو مثل گوگل نمایش دهد. اگر به تازگی وبسایتی را راه اندازی کردید و می‌خواهید سئوی وبسایت خود را ارتقا دهید و فروش بیشتری داشته باشید می‌توانید در دوره آموزش سئو مدیروب شرکت کنید.

دوره مرتبط: دوره آنلاین جامع جادوی سئو ۲۰۲۰

تولید محتوای بهینه

وقتی که سایت خود را راه اندازی کردید و کسب و کار خود را روی بستر اینترنت قرار دادید باید در جهت محصولات و خدماتی که ارائه می‌دهید محتوای با کیفیت و بهینه تولید کنید. تولید محتوا ضروری‌ترین قسمت یک وبسایت است که بر این اساس شما را در موتورهای جستجو به کاربران نشان می‌دهد و از این طریق سایت شما در موتورهای جستجو رتبه می‌گیرد. هرچه بیشتر کلمات کلیدی مورد نظر شما در محتوای با کیفیت و مفید ظاهر شوند شانس بیشتری برای پیدا شدن در نتایج گوگل دارند و به همین نسبت محصولات و خدمات شما بیشتر به فروش می‌روند و درآمد بیشتری را کسب می‌کنید.

مقاله مرتبط: ۸ نکته برای تولید محتوا که در جذب مخاطبان وب‌سایت‌تان معجزه می‌کند

فعال بودن در شبکه های اجتماعی

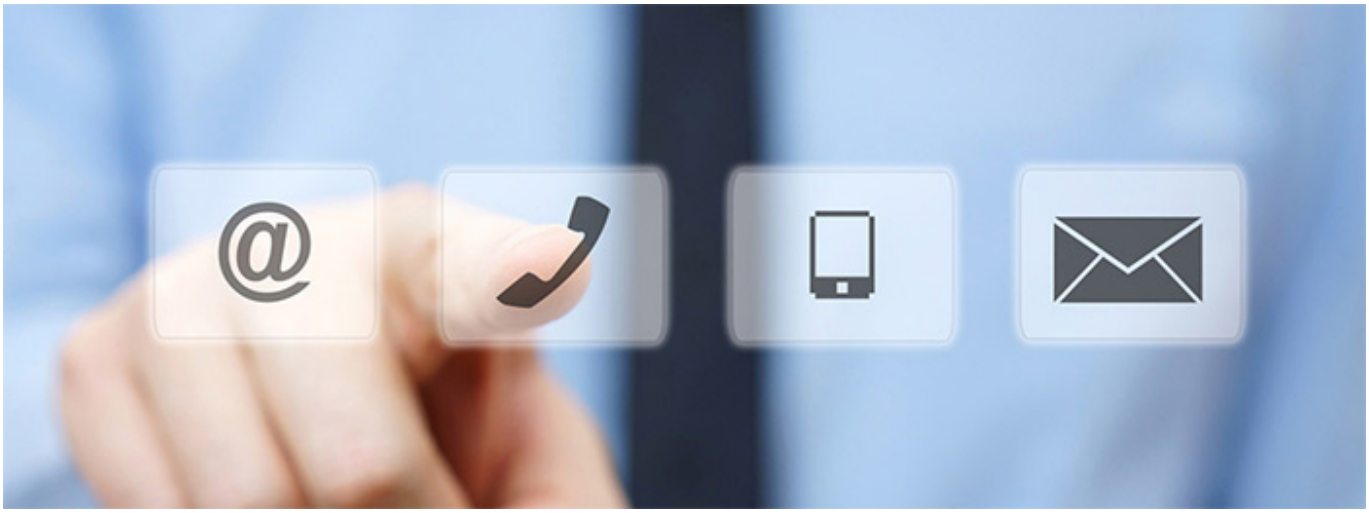
طبق گزاراشات منتشر شده حدود یک سوم از جمعیت جهان در شبکه‌های اجتماعی حضور فعال دارند و روزانه بر تعداد این کاربران افزوده می شود. امروز شبکه های اجتماعی به یکی از جذاب‌ترین محل‌های تبادل اطلاعات فضای اینترنت تبدیل شده است که این میزان از حضور می‌تواند برای رونق کسب و کارها فوق العاده باشند. به محض راه اندازی سایت فروشگاهی خود در شبکه‌های اجتماعی گوناگون از قبیل اینستاگرام حضور پررنگی داشته باشید و در این شبکه ها خود را به کابران معرفی و محصولات و خدماتتان را ارائه دهید و سپس منتظر نتیجه شگفت انگیز آن باشید. تنها با ساخت یک اکانت اینستاگرام و داشتن پیجی جذاب می توانید خود را به شمار کثیری از کاربرهای ایرانی عضو این شبکه اجتماعی محبوب معرفی کنید. طبق آخرین آمار منتشر شده ۳۵ میلیون کاربر ایرانی عضو اینستاگرام هستند که روزانه بر تعداد این کاربران افزوده می شود.

دوره مرتبط: دوره جامع بازاریابی در اینستاگرام (آپدیت شد)

پاسخگویی و ارائه خدمات پشتیبانی

بعد از اینکه کسب و کار خود را در بستر اینترنت و فضای مجازی فعال کردید و وبسایتتان دیده شد لازم است به هرگونه سوال، مشکل و نظرات کابران و مشتریان خود از طریق پیام یا در کامنت پاسخ دهید. این اقدام باعث می‌شود که شما و

کسب و کارتان در نظر کاربران و مشتریان از اعتبار و اعتماد برخودار شوید و شما را به عنوان یک کسب و کار پاسخگو شناسایی می‌کنند. در ایران دیجی کالا با پشتیبانی ۲٤ ساعته توانسته است طی چند سال اخیر به محبوبیت چشمگیری برسد. اگر می‌خواهید نزد مردم محبوب شوید و طرفداران شما افزایش بیابند حتما پشتیبانی قوی داشته باشید. در ایران می‌توانید از رایچت (Raychat) برای ارتباط با مشتری و ساماندهی درخواست‌های مخاطباتان استفاده کنید. این پلت فرم در قسمت ارئه خدمات خود می‌گوید: هدف رایچت کمک به رشد کسب و کارها با ایجاد یک رابطه خوب به‌وسیله مکالمه مستقیم و بدون واسطه مشتریان با شرکت شماست. یا از نمونه‌های دیگر ابزارهای ارتباط و پشتیبانی ایرانی می‌توان ریتین (retain) و یا ساپوچت (supochat) را نام برد.



ارائه وبینارهای رایگان

یک وبینار به مشتریان بالقوه این امکان را می‌دهد تا در یک دوره کوتاه آنلاین که به میزبانی شما برگزار می‌شود ثبت نام کنند. این دوره‌ها معمولا بین ۳۰ دقیقه الی یک ساعت هستند که شما از طریق این دوره‌ها این امکان را دارید که به سوالات و ابهامات کاربران و مشتریان بالقوه خود درباره برندتان نکاتی را ارائه دهید. علاوه بر اینکه با این استراتژی به اعتبار برند و کسب و کارتان کمک می‌کنید از این طریق می‌توانید مشتریان و سرنخ‌های جدیدی را جذب کسب و کار خود نمایید. برای نمونه می‌توان به سایت‌ها و سوریس‌های وبینار مانند: ایسمینار، ایوند، اسکای روم، ادوبی کانکت، وبینار آنلاین اشاره کرد که با آنها می‌توانید با مخاطبان خود در ارتباط باشید.

تبلیغات را فراموش نکنید

درعین حال که با قدرت در کسب و کارتان فعالیت می‌کنید و از طریق مواردی که

در بالا معرفی کردیم مشتری جذب می‌کنید، گاهی اوقات برای جذب مشتریان جدید و سرنخ‌های تازه بهتر است برای برند و کسب و کارتان در بستر شبکه های اجتماعی تبلیغات مفیدی کنید. می‌توانید در سایت‌های پربازدید خبری برای شناسایی خود و محصولات و خدماتتان یک رپورتاژ آگهی با کیفیت آماده کنید و در این وبسایت ها منتشر کنید. علاوه بر وبسایت می‌توانید در بستر شبکه‌های اجتماعی مثل اینستاگرام یا فیسبوک تبلیغ کنید و در صفحات و کانال‌هایی که همسو با محصولات و خدماتتان هستند تبلیغات کنید. و یا اینکه برای بازدهی بهتر بخشی از هزینه های خود را صرف تبلیغات در بیرون از فضای اینترنت کنید. بیلبوردها و تبلیغات تلویزیون و رادیو برای این کار گزینه های مناسبی هستند.

مطلب مرتبط: نکته به نکته:(قسمت چهارم) بهترین زمان برای شروع تبلیغات

جمع بندی

همانطور که در ابتدای این مقاله گفته شد درحال حاضر بسیاری از کسب و کارهای کوچک به منظور بازدهی بیشتر و جذب مشتری از بستر اینترنت برای معرفی خدمات و محصولاتشان استفاده می‌کنند. اگر صاحب یک کسب و کار هستید و قصد دارید کارتان رونق بگیرد و مشتری زیادی جذب کنید در صورتی که تاکنون در اینترنت و فضای مجازی فعالیت نکرده‌اید از همین الان شروع کنید. در این مقاله به مهمترین روش‌هایی که می‌تواند یک کسب و کار اینترنتی را رونق ببخشد نگاه

کوتاهی کردیم. درصورتی که استراتژی‌های بهتری را می‌شناسید که موجب ارتقای کسب و کار در بستر اینترنت می‌شود شما به ما معرفی کنید.