



نکته‌ی مهم در این موضوع این است که مردم زمانی با خدمات و محصولات آشنا می‌شوند که اطلاع داشته باشند که این محصولات و خدمات را از کدام مسیر توزیع می‌توانند دریافت کنند و این یعنی اهمیت بازاریابی.

تیم "کافه نیاز" موضوع بازاریابی و استراتژی بازاریابی را به صورت کامل بیان کرده است و امید داریم با رعایت این موارد در برنامه‌های بازاریابی خود از آن‌ها استفاده کامل را ببرید.

## ۱. پیام تبلیغاتی شما به مردم چیست؟



اگر شما محصول و خدماتی فوق تصور مشتری ارائه می‌کنید این را فقط شما می‌دانید. مشتری که نمی‌داند. زمانی مشتری می‌فهمد، که این محصول شما یک دردی از وی دوا کند و در کل نیاز وی را برطرف سازد. شما باید در پیام‌های تبلیغاتی خودتان نیاز مشتری را درک کرده باشید. باید سعی کنید روی احساسات مشتری دست بگذارید.

به طور مثال اگر ضد جوش یا ضد یخ تولید می کنید، خوب شرکت های دیگر هم تولید می کنند. در این میان باید محصول شما یک تفاوت خاص با دیگر رقیبانان داشته باشد وگرنه به زودی از گردانه ی رقابت خارج خواهید شد.

## ۲. مصرف کننده ها، مخاطبین و بازار هدف شما چه اشخاصی هستند؟

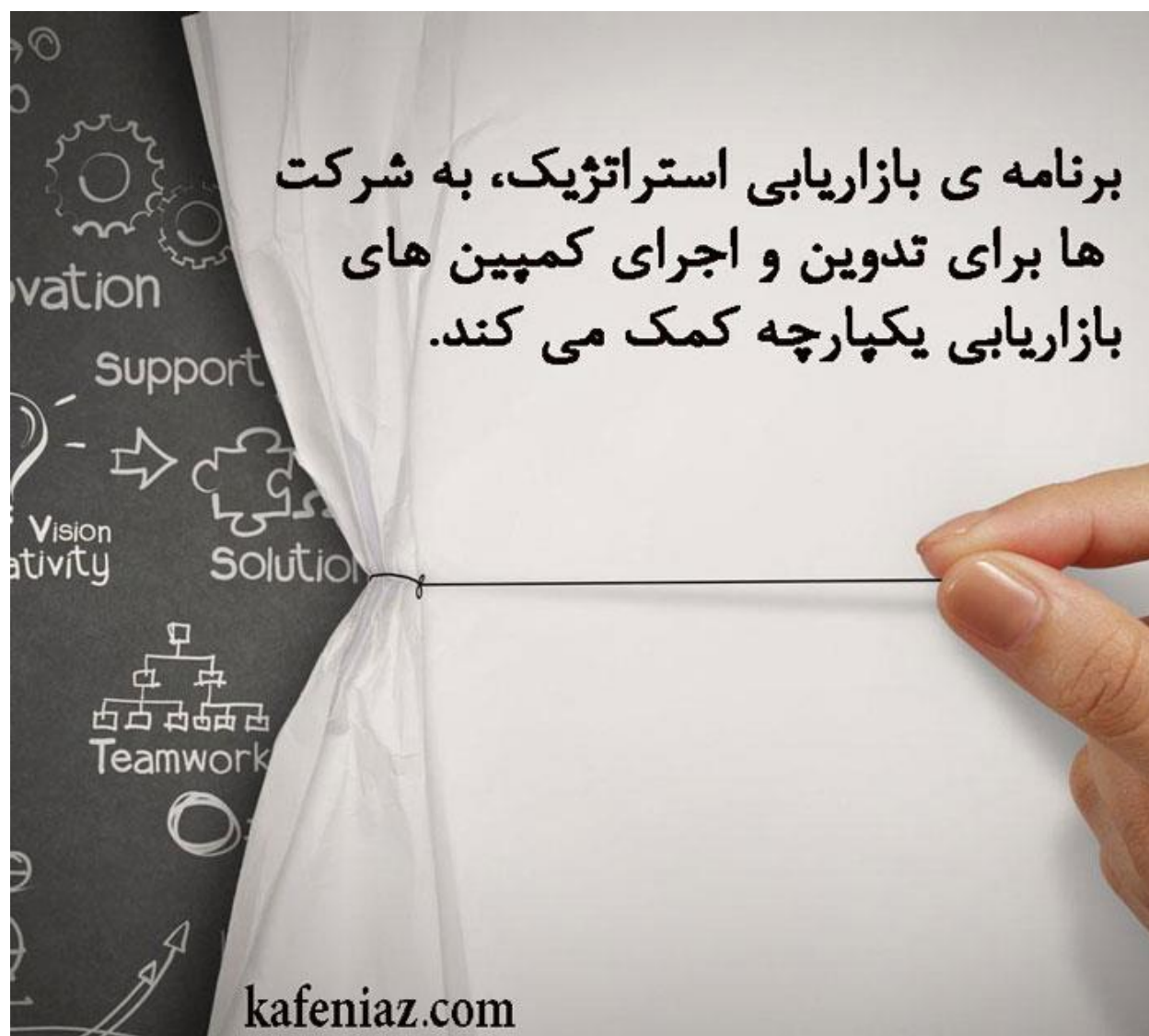


برای بازاریابی و ارائه خدمات و محصولات باید بدانید که مخاطبین، مصرف کننده و بازار هدف شما چه اشخاصی از جامعه با چه سن، شخصیت، چه گروهی و ... هستند. به طور مثال اگر سازنده وسایل دندانپزشکی هستید مخاطبین شما مردم عادی نیستند که بخواهید برای آنها تبلیغ کنید. باید به تمام مطب های دندانپزشکی موجود در شهر و استان و کشور بروشورها و مجله های تبلیغاتی خود را ارسال کنید. دکترهای دندانپزشک می توانند بازار هدف اول شما باشند.

در ادامه می توانید بازار هدف دوم خود را انتخاب کنید که همان لوازم پزشکی ها هستند. آن ها هم می توانند خریداران خوب محصولات شما باشند.



### ۳. کمپین‌های تبلیغاتی را با چه روشی شروع کنیم؟



در این عرصه‌ی اینترنت نباید نقش شبکه‌های اجتماعی را نادیده بگیریم. شبکه‌هایی که به صورت رایگان بهترین و با کیفیت‌ترین بازاریابی را برای ما انجام می‌دهند.

اگر بودجه‌ی کافی در اختیار داشته باشید می‌توانید از پادشاه روش‌ها که همان تبلیغات تلویزیونی است استفاده کنید که صد البته روشی کاملاً کارساز اما پر هزینه است.

امکان دارد مخاطبین و بازار هدف شما روزنامه، مجله و یا بروشورهای تبلیغاتی بیشتر مطالعه کنند. اگر به این شکل است می‌توانید به راحتی در این زمینه سرمایه گذاری کنید.

شاید هم این امکان وجود داشته باشید که بیشتر مخاطبین شما رادیو گوش می دهند و یا در سایت های درج آگهی رایگان اقدام به ثبت آگهی کنند.

به هر حال **روش های بازاریابی** زیاد هستند و بنا نسبت به هزینه و بودجه ای که انتخاب می کنید، می توانید از روش های فوق استفاده کنید.

۴. بودجه و هزینه مورد نظر برای بازاریابی چه اندازه است؟



همان طور که در بالا ذکر شده زمانی مخاطبین با محصولات و خدمات شما آشنا خواهند شد که مدام به روش های مختلف، بازاریابی را انجام دهید و این بستگی به بودجه مورد نظر شما خواهد داشت. این امکان وجود دارد که کسب و کار شما، کوچک باشد و نیازی نباشد که کارمند استخدام کنید و مایل باشید که خودتان به تنهایی

بازاریابی را انجام دهید. پیشنهاد می‌کنیم که با راه‌اندازی وب‌سایت و تولید محتوا در سایت و شبکه‌های اجتماعی مخاطبین خود را به سمت سایت خود هدایت کنید.

قبل از اینکه بودجه کافی برای بازاریابی را در نظر بگیرید سعی کنید طرح کسب و کار خود را پیاده‌سازی کنید و برای هر بخشی هزینه‌ها را یادداشت و سپس در آخر بودجه کافی را در نظر بگیرید.

## سخن آخر

کسب و کارهای موفق با رعایت همین موارد کوچک است که به موفقیت می‌رسند. لازم نیست که هزینه‌های میلیاردی کنید تا مردم شما را بشناسند. همین که شما با نظم و رعایت قوانین ذکر شده جلو بروید در مدت زمان نه‌چندان زیاد به راحتی بر سر زبان مردم خواهید افتاد.

این نکته حائز اهمیت است که کسب و کارهای موفق، با استراتژی‌هایی که در طرح کسب و کار خود پیاده‌سازی می‌کنند به موفقیت‌های پی‌در پی می‌رسند.

این نقطه‌ی شروع است .... شما هم می‌توانید از همین لحظه شروع کنید