

رعایت چه نکته هایی در تبلیغات باعث جذب مشتری بیشتر می شود؟

چگونه با تبلیغات موثر مشتری بیشتری جذب کنیم؟



تبلیغات، یکی از ارزشمندترین کارهایی است که بعد از راه اندازی کسب و کارتان باید انجام دهید. اینکه در این راه از چه روشی برای جذب مشتری استفاده کنید بستگی به شما و بودجه ای دارد که در اختیار دارید.

اگر در ابتدای راه هستید و به تنهایی کسب و کارتان را راه اندازی کرده اید سعی کنید نیمی از سرمایه خودتان را برای تبلیغات هزینه کنید اما با تفکر و برنامه ریزی صحیح. اگر قرار بر این باشد که سرمایه خودتان را در این راه هزینه کنید باید بدانید از چه راهی این کار را انجام دهید.

استفاده صحیح از تبلیغات می تواند راه صد ساله را یک شبه به مقصد برساند به شرط آنکه بودجه ی خودتان را در اختیار شرکت هایی که در حوزه ی دیجیتال مارکتینگ فعالیت می کنند قرار دهید و به اصطلاح، کار را به کاردان بسپارید.

تیم "کافه نیاز" در این مقاله نکته های کاربردی و موثری که در تبلیغات کاربرد دارد در اختیار شما قرار خواهد داد. رعایت این موارد می تواند یک تبلیغات مفید و موثر همراه با جذب مشتری در بر داشته باشد.

با ما همراه باشید

۱. جملاتی با معنی و بسیار کوتاه برای تبلیغات استفاده کنید

استفاده کردن از کلمات و جملات کوتاه در تبلیغات تأثیر بیشتری روی خواننده دارد



بگذارید رُک صحبت کنیم. اگر در خیابان قدم بزنید پیام های تبلیغاتی زیادی مشاهده خواهید کرد. بنرهای تبلیغاتی، [بیلبوردهای تبلیغاتی](#) ثابت، بیلبوردهای تبلیغاتی متحرک، بیلبوردهای تلویزیونی، تراکت ها، مجله ها و ... همه ی این تبلیغات به نوعی پیامی را به شما مخابره می کنند اما نکته ای که باید مد نظر داشته باشید این است که چند درصد این تبلیغات واقعاً به صورت کامل قابل مطالعه است؟

به طور معمول خیلی از این تبلیغات [اصول یک تبلیغ مناسب](#) را رعایت نمی کنند و یکی از این اصول، استفاده از کلمات و جملاتی کوتاه و با معنی است. مردم این روزها با سرعت از اطراف تمام تبلیغات رد می شوند و فقط گوشه چشمی به تبلیغات دارند و مشخص نیست که آیا آن را مطالعه کرده اند یا خیر.

استفاده کردن از کلمات و جملاتی کوتاه و با معنی هم در ذهن خواننده سریع جا می گیرد و هم مطالعه ی آن برای مردم راحت تر است. به خاطر اینکه مردم نه وقت ایستادن و مطالعه ی تبلیغات را دارند و نه حوصله ی مطالعه کردن. این عین واقعیت است.

بدتر از همه این است که بعضاً مشاهده می شود که در بیلبوردهای ثابت و متحرک و همچنین بیلبوردهایی که روی پل های فلزی که در سطح اتوبان ها و خیابان هایی که مردم با سرعت از آنجا رد می شوند، تبلیغاتی زده شده که از چندین جمله استفاده شده است. این از همه بدتر است.

متأسفانه مردمی که در ماشین ها هستند به راحتی نمی توانند این موارد را مطالعه کنند. پس سعی کنید جملاتی با معنی و مفهوم و صد البته کوتاه انتخاب کنید. این تأثیر فوق العاده زیادی در ذهن خواننده دارد. تلاش کنید این موارد را رعایت کنید و بیشتر روی نام برندگان کار کنید. چون نام برند کوتاه ترین کلمه ای است که به ذهن خواننده می رسد و یک دنیا حرف را در دل خود جای داده است.

۲. سعی کنید متفاوت تر از بقیه در ارائه ی تبلیغات رفتار کنید

اشخاصی که تبلیغات متفاوتتری ارائه می دهند
موفق تر از اشخاصی هستند که تبلیغات تکراری درست می کنند



این روزها وقتی تلویزیون را روشن می کنید تمام تبلیغات تکراری شده اند. یا تبلیغ شامپو است، یا تبلیغ بانک، یا کتاب های کنکور، یا شرکت های اپراتور تلفن همراه، یا تبلیغ روغن و ... اما تبلیغاتشان را به صورت های متفاوت به مردم ارائه می دهند.

به شخصه خود بنده اگر این در حال تماشای تلویزیون باشم صدای تلویزیون رو قطع می کنم چون واقعاً همه ی این نوع تبلیغات تکراری و خسته کننده شده است. مردم از دیدن این همه تبلیغات که برای آنها هیچ ارزشی ندارند خسته شده اند.

به شما پیشنهاد می کنم اگر مایل هستید که تبلیغی را ارائه دهید و فرقی نمی کند که در کجا نمایش داده شود، در تلویزیون باشد یا رادیو، تراکت باشد یا اینترنت و ... هر جا که باشد فقط سعی کنید به صورت خلاقانه و متفاوت تر از بقیه عمل کنید. رمز موفقیت در تبلیغات و جذب مشتری این است که متفاوت باشید.

به عنوان مثال

یکی از شرکت های بستنی بندی که در سطح کشور کار می کرد یک حرکت واقعاً در خور تحسین انجام داد. مدیر تبلیغات این شرکت قصد داشت یک بستنی جدید وارد بازار کند اما نمی دانست که از چه روشی آن را به مشتریان خود معرفی کند. اما یک فکر جالب به ذهنش رسید. حدود صد نفر را استخدام کرد و به آنها گفت هر دو الی سه نفر در یک مسیر مشابه حرکت کنید.

به فرض مثال علی و محمد و حسین در یک مسیر. علی به مغازه سوپر مارکت وارد می شود و می گوید: آقا بستنی فلان از فلان شرکت و دارید؟ صاحب مغازه هم که نمی دانست این محصول چی هست طبق معمول گفت: نه.

نیم ساعت بعد محمد به مغازه می رود و همین جمله رو بیان میکنه. نیم ساعت بعد حسین وارد میشه و همین جمله رو میگه. این کار در عرض یک ماه انجام میشه و هر روز اشخاصی متفاوت وارد مغازه های متفاوت می شوند و این بستنی را طلب می کنند. همین کار باعث شده بود که خود مغازه داران به شرکت تماس بگیرند و این بستنی را سفارش بدهند.

این نوع تبلیغ محصول فرقی با دیگر تبلیغات نمی کرد اما روش اجرای آن کاملاً متفاوت تر از بقیه بود. اگر مقداری فکر کنید به راحتی می توانید محصولات و خدمات خودتان را با بهترین روش به مخاطبین خود ارائه دهید به گونه ای که آنها به دنبال شما بیایند نه اینکه شما به دنبال مشتری باشید.

۳. اولین اشتباه، آخرین اشتباه است

دروغ گویی در تبلیغات برند شما را خراب می کند و ممکن است مشتری خود را از دست بدهید



برند سازی در تبلیغات مهمترین کاری است که هر شرکتی انجام می دهد و برای اینکه برندشان را به دیگران معرفی کنند دست به هر کاری می زنند. اما مشکل از زمانی شروع می شود که این شرکت ها به جای اینکه بهترین نوع محصولات و خدمات خود را ارائه بدهند سعی می کنند در تبلیغاتشان به مردم دروغ تحویل بدهند. متأسفانه این اولین و آخرین اشتباه یک شرکت است. دروغ گفتن در این مواقع بعد از مدتی کاملاً مشهود می شود و کافی است که مردم از این مورد اطلاع پیدا کنند و به راحتی **برند** شما را خراب می کنند.

به طور مثال

در **تبلیغات تلویزیونی** شاید کرم هایی که برای از بین بردن چین و چروک های دور چشم یا پوست صورت استفاده می شود زیاد مشاهده کرده باشید. یک خانم این کرم را دور چشمش می زند و بعد از دو دقیقه این چروک ها از بین می رود.

اما آیا در واقعیت هم همین شکلی هست؟ آیا این کرم تأثیر واقعی دارد یا فقط یک تبلیغ دروغین است؟

بعضی از مردم وقتی استفاده می کنند می بینند که این تبلیغ با آن چیزی که استفاده می کنند زمین تا آسمان فرق می کند. اصلاً چروک های دور چشم را که از بین نمی رود به چروک های آن هم اضافه می کند. همین مورد

باعث می شود که یک کمپین در بین مردم به وجود بیاید و در شبکه های اجتماعی و سایت ها در مورد این برند صحبت کنند. [بازاریابی دهان به دهان](#) شروع می شود اما نه سود این شرکت بلکه به ضرر آن. به نظر شما چه ارزشی دارد که مشتری های خودتان را با تبلیغات دروغین و فریبنده به دست بیاورید اما به راحتی آنها را از دست بدهید؟

۴. قبل از انجام تبلیغات بازار هدف خودتان را شناسایی کنید

برای اینکه تبلیغات موثرتری داشته باشید سعی کنید از قبل بازار هدف خودتان را شناسایی کنید



این یک واقعیت است: انجام تبلیغات بدون فکر و بدون مشاوره گرفتن در اصل یعنی اینکه پول خودتان را دور ریخته اید.

روش های تبلیغاتی مختلفی در دنیا وجود دارد. تبلیغات ویدیویی، تبلیغات آنلاین، تراکت، تلویزیون، رادیو و باید بدانید با توجه به بودجه و بازار هدفتان از چه مجرای وارد شوید که نه ضرر کنید و نه مشتری از دست بدهید.

رعایت همین نکته باعث می شود که پول، سرمایه و بودجه ی تبلیغاتتان را هدر ندهید. سعی کنید در این مسیر از مشاوران اهل فن استفاده کنید. بایستی بدانید که مشتریان و بازار هدفتان از چه نوع تبلیغاتی بیشتر استقبال می کنند.

سخن آخر

استفاده از [تکنیک های تبلیغاتی](#) اثر مستقیمی در فروشتان دارد. شما به عنوان فروشنده ی محصول و خدماتتان باید تبلیغات را به عنوان سرلوحه ی کاری خود قرار دهید. فراگیری مهارت ها و تکنیک های تبلیغاتی و استفاده آن در کسب و کارتان می تواند فروش محصولتان را دو برابر کند.