

اگر تأثیر هدیه‌های تبلیغاتی را نمی‌دانید، این مقاله را بخوانید



در دنیای رقابتی کسب و کار هر شخص یا شرکتی روش‌های مختلفی برای **جذب مشتری** به کار می‌برد. یکی از این روش‌هایی که کمتر استفاده می‌شود، دادن هدیه‌های تبلیغاتی است که می‌تواند از خود محصول باشد و یا از محصولات دیگر.

به هر حال ماهیت کار مهم است و همه‌ی مردم هم عاشق هدیه گرفتن هستند. همین که تخفیف یا هدیه‌هایی دریافت می‌کنیم، حس خیلی خوبی به ما دست می‌دهد. وقتی این حس خوب و خوشحالی را در چهره‌ی مشتریان خود می‌بینیم، باز هم به دنبال این هستیم که از این هدیه‌های تبلیغاتی بیشتر استفاده کنیم و مشتریان جدید را به سمت خود بکشانیم. خوشبختانه مشتریان هم چون راضی هستند، **بازاریابی دهان به دهان** را برای ما به صورت رایگان انجام می‌دهند و همین یک نوع **برند سازی** است و افزایش فروش و جذب مشتریان جدید را به همراه خواهد داشت.

تیم "کافه نیاز" این مقاله را با تمام جزئیات در اختیار اشخاصی قرار داده است که به نوعی با مردم سر و کار دارند تا با ارائه‌ی هدایای تبلیغاتی بتوانند افزایش فروش چند برابری و جذب مشتری جدید داشته باشند.

با ما همراه باشید ....

## ۱. ارائه‌ی نمونه‌ی رایگان

### یکی از مزیت‌های هدایای تبلیغاتی، تست رایگان آن توسط مشتری است



این مورد توسط شرکت‌های متفاوتی اجرا شده است. به این نحو که قبل از این که محصول نهایی خود را به بازار عرضه کنند یک نمونه‌ی رایگان را در اختیار مردم و مشتریان خود قرار می‌دهند تا از آن استفاده و نظر خود را ارائه دهند. این محصول هر چه می‌خواهد باشد. فرقی هم بین ماهیت آن نمی‌کند. می‌خواهد یک جوراب باشد تا یک محصول چند میلیونی و هیچ کسی هم از هدیه گرفتن بدش نمی‌آید و همه آن را امتحان می‌کنیم.

قانون استفاده کردن هم این شکلی هست که اگر محصول رایگان باب طبع ما بود، خرید می‌کنیم و اگر نبود به راحتی نه می‌گوییم و استفاده نمی‌کنیم. فرض کنید محصول رایگان شما خوراکی است. تولید کننده هم به صورت کاملاً زیرکانه مصرف کنندگان هدف خود را که همان فروشگاه‌های بزرگ است انتخاب می‌کنند و در آن هدایای تبلیغاتی رایگان خود را به مردم عرضه می‌کنند.

۲. ارائه‌ی محصولات به صورت کاملاً رایگان و مجانی

ارائه‌ی هدیه‌های تبلیغاتی کاملاً رایگان، یکی از ترفندهای جذب مشتری است



یکی از ترفندهای زیرکانه‌ای که برخی از فروشگاه‌ها و سایت‌ها اقدام به انجام آن می‌کنند این است که بعضی از محصولات را به صورت کاملاً رایگان و مجانی در اختیار مردم قرار می‌دهند. شاید در نظر اول این به زیان تولید کننده باشد اما اگر به عمق ماجرا نظر کنید خواهید فهمید که چه عمل زیرکانه‌ای در پشت آن نهفته است.

به طور مثال اگر محصول رایگان ما نرم افزارهای کامپیوتر و تلفن همراه باشد. در هر خریدی یک نرم افزار کاربردی به شما عرضه می‌شود. کنجکاوی شما تحریک می‌شود که دیگر محصولات این گروه نرم افزاری را مشاهده کنید. به سایت آن سر می‌زنید و با انبوهی از نرم افزارها مواجه می‌شوید. برای دفعات بعد چون این گروه نرم افزاری را می‌شناسید به طور یقین آنها را خریداری می‌کنید و همین ترفند کوچک باعث می‌شود تا همیشه مشتریان واقعی خود را حفظ کند.

۳. ارائه‌ی بن‌های تخفیف

ارائه‌ی بن‌های تخفیف یکی از روش‌های کارآمد برای جذب و خرید مشتری است

EXTRA 10% OFF TODAY



بیشتر شرکت‌ها برای فروش محصولات و خدمات خود از بن‌های تخفیف استفاده می‌کنند و به راحتی هر چه تمام‌تر خریداران را به محل خرید دعوت می‌کنند. این کار دو مزیت خاص دارد:

**اول اینک:** مشتری را به محل فروش که می‌تواند فروشگاه، شرکت، کارخانه، مغازه، سایت و ... باشد بکشاند و کارمندان حاضر در بخش فروش هم محصولات را به آنها معرفی می‌کنند.

**دوم اینک:** مزیت بهتری که بن‌های تخفیف دارد این است که می‌توانید در کنار محصولات مشخص شده، محصولات دیگر را نیز به آنها معرفی کنید. این کار شما هم می‌تواند محصولات اولیه را به فروش برساند و هم محصولاتی که در ادامه به آنها معرفی کرده‌اید و در کل مشتری محصولاتی را هم که احتیاج نداشته است خریداری کرده است و این هنر کارمندان فروش است که احساس نیاز را در مشتری بوجود بیاورند تا محصولات خود را به فروش برسانند.



مزیتی که هدیه‌های تبلیغاتی دارد این است که به راحتی بر سر زبان‌ها خواهید افتاد و مشهور خواهید شد. این کار ممکن است مدتی طول بکشد اما به زمان گذاشتن و هزینه کردن آن می‌ارزد. اگر می‌خواهید که مشتری‌ها، بازاریاب رایگان شما باشند می‌توانید از این ترفند استفاده کنید.

شاید از خودتان بپرسید که چگونه مشتری‌ها می‌توانند بازاریاب شما آن هم به صورت رایگان باشند؟

می‌توانید با برقراری کمپین‌های تبلیغاتی و ارائه‌ی هدایای رایگان تبلیغاتی، می‌توانید این کار را انجام دهید. مطمئن باشید که مردم زمانی که محصولات شما را دریافت و از آن استفاده کردند به راحتی آن را به دیگران هم معرفی می‌کنند و این به بازاریابی دهان به دهان از طریق مردم مشهور است که بازاریابی کاملاً رایگانی است. این موضوع به برند سازی شما کمک شایانی خواهد کرد.

اگر در کمپین‌های تبلیغاتی شما از تبلیغات تلویزیون، رادیو و در کل رسانه‌های دیداری و شنیداری استفاده کردید به زودی به یک برند خاص که در انتظار مردم شهرت دارد، مبدل خواهید شد.

## سخن آخر

شهرت هر برندی بستگی به نوع تبلیغات وی دارد. تبلیغات دیداری، شنیداری، لمسی، تستی و ... از این نوع تبلیغات می‌تواند باشد. مزایایی که می‌تواند هدایای تبلیغاتی داشته باشد را فراموش نکنید. مزایایی که اگر بدانید به راحتی از دادن هدیه‌های تبلیغاتی نخواهید گذشت.

از جمله:

- ✓ به وجود آمدن بازار هدف
- ✓ جذب مشتری‌های جدید
- ✓ شهرت یافتن
- ✓ برند سازی
- ✓ هزینه‌های بازاریابی کم
- ✓ مدیریت آسان
- ✓ بازاریابی دهان به دهان از طریق مردم
- ✓ ارائه‌ی هدیه‌های تبلیغاتی به نوعی تشکر از مشتری هم می‌تواند باشد
- ✓ فروش آن ساده است چون مردم از قبل آن را تست کرده‌اند
- ✓ هیجان در مردم ایجاد می‌کند. چون مردم از گرفتن جایزه و هدیه خوششان می‌آید