

جشنواره و قرعه کشی

اکیانوس آبی
آغاز زندگی، حرفه‌ای یک برند...



جشنواره و قرعه کشی، راهی برای فروش بیشتر

تیم تحریریه اکیانوس آبی

یکی دیگر از تکنیک های افزایش فروش تکنیکی هست تحت عنوان افزایش فروش از طریق برگزاری جشنواره فروش فصلی یا مناسبتی، قرعه کشی و یا فروش ویژه می باشد. این نوع جشنواره‌ها، شرکت‌ها و فروشگاه‌ها محصولات و یا خدمات خود را با تخفیف نسبتاً زیادی عرضه می‌کنند تا فروش خود را بیشتر کند.

سالانه یک یا دو بار جشنواره فروش برگزار کنید و محصولات خاصتان را و یا محصولاتی که تعداد آن کم شده است و یا محصولات فصلیتان که در پایان فصل مربوطه هستیم و فروش آنها در روزهای آینده کاهش پیدا میکند، این محصولات را با قیمت پایتتر در جشنواره فروشتان قرار دهید.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اکیانوس آبی](#) سر بزنید.



هدف از برگزاری همه‌ی آن جشنواره‌ها صرفاً فروش بیشتر و سود کردن نیست. در برخی موارد برگزاری جشنواره‌ها راهی است برای جلب اعتماد مشتریان و ترغیب آنان برای خریدهای بعدی

نکته بسیار با اهمیت در برگزاری جشنواره تعداد جشنواره برگزار شده در سال می باشد. برخی از کسب و کارها بقدری جشنواره برگزار می کنند که آن جشنواره ها اهمیت خود را برای افراد و مشتریانشان از دست می دهند. وقتی یک جشنواره برای مردم و مشتریان اهمیت و جذابیت دارد که یک یا دوبار بیشتر تکرار نشود و به عبارتی کمیاب باشد، چرا که در صورت تکرار بیش از حد مشتریان خرید خود را به جشنواره های بعدی به تعویق می اندازند. در این صورت شخص با شرکت در این جشنواره و بهره مند شدن از مزیت های و شرایط جشنواره احساس برنده شدن و سودآوری خواهد داشت.

سالیانه یک یا دو بار برنامه قرعه کشی داشته باشید. در خصوص قرعه کشی نیز باید نکاتی را در نظر بگیریم.

با توجه به مخاطب و بازار هدفتان نوع جوایز قرعه کشی را تعیین کنید.

نوع جوایز مربوط به قرعه کشی نباید کلیشه ای و تکراری باشد به عنوان مثال ما جایزه قرعه کشی خود را خودرویی پایین قیمت و یا معمولی، برای بازار هدفی لوکس و ثروتمند در نظر می گیریم و این جایزه اصلاً برای این بازار هدف جذاب نیست، و این موضوع نه تنها باعث سودآوری نخواهد شد بلکه زیانده هم خواهد بود.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.



برای پی بردن به بهترین جایزه برای مخاطبین خود با مشتریان خوب و طلایی خود صحبت کنید و از نگاه آن ها ببینید بهترین جایزه چه چیزی می تواند باشد که برای بازار هدفتان جذاب باشد.

برخی شهرها و فرهنگ ها و قومیت ها نگاهی منفی به مقوله قرعه کشی وجود دارد، قبل از برگزاری قرعه کشی و هزینه های کلان در خصوص تبلیغات آن بررسی و تحقیق کنید که آیا قرعه کشی در منطقه و بازار هدف شما محبوبیت و مقبولیت دارد یا خیر؟

با برگزاری جشنواره و قرعه کشی شما مشتریان را ترغیب به خرید زودتر و بیشتر خواهید کرد و مشتریان عملا وارد یک رقابتی خواهند شد که هم خرید خود را سریعتر از شما انجام دهند و همین طور خرید بیشتری از شما داشته باشند و با این کار شما به نقدینگی و سودآوری بیشتری خواهید رسید.