



افزایش فروش از طریق رسانه اجتماعی



افزایش فروش از طریق رسانه های اجتماعی

تیم تحریریه اقیانوس آبی

در این مقاله قرار هست به این موضوع بپردازیم که چطور فروش خودتان را از طریق رسانه های اجتماعی افزایش دهید امروزه رسانه های اجتماعی یکی از پرکاربردترین و اثرگذارترین روش های بازاریابی به حساب می آیند.

خیلی از مدیران وقتی به آنها گفته میشود که از اینستاگرام برای بازاریابی کسب و کارشان استفاده کنند، در پاسخ می گویند که اینستاگرام برای کسب و کار ما مناسب نیست، در پاسخ به این مدیران باید بگوییم وقتی برندهای برتر دنیا مثل مرسدس بنز، نایکی، آدیداس، مک دونالد یا هر یک از برندهای بزرگ یا متوسط جهان رو که می بینیم همگی از رسانه های اجتماعی استفاده می کنند و به اهمیت این موضوع پی بردند که رسانه های اجتماعی یکی از ابزارهای پرکاربرد برای بازاریابی و برندینگ آنها محسوب میشود.

اما اینکه چرا از رسانه های اجتماعی مان نتیجه نمی گیریم دلایلی دارد که در این مقاله به برخی از آنها خواهیم پرداخت.

قبل از آن پرده های تبلیغاتی را به شما معرفی می کنیم و به شما برترین پرده و رسانه را با برشماری مزیت های آن معرفی خواهیم کرد.

پرده اول : تلویزیون

یک زمانی پرده اول رسانه ی اول، تلویزیون بود، و همه افراد تلویزیون نگاه می کردند به فیلم ها و برنامه های تلویزیون توجه ویژه ای داشتند و تحت تاثیر تبلیغاتی که در تلویزیون پخش می شد قرار می گرفتند. خیلی از ما تبلیغاتی که قبلا در تلویزیون پخش می شد را بیاد داریم و به ذهن همه ما ماندگار شده است، تبلیغات برندهایی مثل میهن یا نیک کالا یا سایر آن ، همه این برندها از رسانه ی تلویزیون استفاده کردند چرا که در آن زمان تلویزیون پرده اول بود و موثر ترین رسانه تبلیغاتی محسوب می شد.

پرده دوم : کامپیوتر

بعد از قدرت پیدا کردن کامپیوتر نقش تلویزیون بعنوان پرده اول کم رنگ تر شد چرا که مردم بیشتر با کامپیوترهاشون کار میکردند از این رسانه برای دیدن فیلم های مورد علاقه شون استفاده می کردند و یا موسیقی مورد علاقه شون رو گوش می کردند و بیشتر وقتشان را پشت سیستم کامپیوتری بودند بهمین دلیل پرده دوم تبدیل شد به بهترین رسانه برای تبلیغات ، کسی برنده بود که تبلیغات خود در وب سایت های مختلف، در نرم افزارهای مختلف و در فضای اینترنت منتشر می کرد و اینگونه بیشترین اثرگذاری را بر مخاطب داشتند.

بنابراین اگر ما میخوایم در کسب و کارمون بروز باشیم باید از پرده سوم استفاده کنیم و توجه ی ویژه ای به اون داشته باشیم.

مزیت هایی که پرده سوم نسبت به دو پرده قبل و حتی نسبت به سایر روش های تبلیغاتی داره

پرده سوم: تلفن همراه

پرده دوم هم تا وقتی اثرگذار بود که پرده سوم قدرتمند نشده بود. پرده سوم موبایل و تلفن همراه بود و ما هم اکنون در عصری هستیم که پرده سوم یعنی موبایل بیشترین اثرگذاری را بر روی مخاطب دارد و افراد بیشترین زمان خودشان را با گوشی موبایلشان و در نرم افزارها و رسانه های اجتماعی داخل آن سپری می کنند .

مزیت های پرده سوم نسبت به سایر رسانه ها و روش های تبلیغاتی

۱- هر شخصی به موبایل دارد یعنی یک رسانه خصوصی هست.

۲- محدود زمانی و مکانی ندارد، چرا که هر شخص در هر زمان و در هر مکانی آن را همراه خودش دارد. در رسانه های دیگر اگر محتوای تبلیغاتی رو نمیدیدید و یا به آن توجه نمی کردید اون محتوا از دست می رفت ولی در این رسانه شما هر موقع گوشیتان را بردارید پیامک یا محتوای تبلیغاتی را مشاهده خواهید کرد. و محتوا در این رسانه از دست نمی رود.

۳- امکان دریافت بازخورد از رسانه هایی مثل تلویزیون و یا رادیو نیست اما در رسانه ی موبایل براحتی میتوان بازخورد را بررسی کرد و مخاطب میتواند با ما در تعامل باشد و بازخوردش را به ما انتقال دهد.

۴- محدودیت فرمت محتوا یی ندارید: اگر از بیلبورد استفاده میکنید فقط میتوانید از متن و تصویر استفاده کنید، اگر از رادیو استفاده میکنید فقط میتوانید از فرمت صوتی استفاده کنید یا در تلویزیون فقط از فرمت ویدئویی استفاده کنید اما در رسانه اجتماعی و در موبایل شما میتوانید از انواع فرمت ها بهره ببرید.

۵- انعطاف شما در رسانه های دیگر خیلی کم هست، گر شما محتوایی را در بیلبورد منتشر کردید دیگر قابل تغییر و یا بروزرسانی نیست و باید مجددا هزینه بالایی بپردازید و یا همین طور در تلویزیون یا رادیو اما در رسانه اجتماعی شما در هر زمان ی میتوانید محتوای خود را ویرایش کنید یا محتوای جدید و بروز تری را انتشار دهید .



۶- مالکیت این رسانه ها در دست شما نیست ولی در رسانه های اجتماعی مالکیت آن رسانه از ان شماست. وقتی شما هر هزینه بالایی برای سایر رسانه های اجتماعی می کنید و تبلیغاتی در این رسانه ها انجام می دهید بعد از اتمام بازه تبلیغاتی تان شما هیچ مالکیتی به آن ندارید بجز منافی که از آن تبلیغات بدست آوردید. اما همان هزینه را صرف رسانه خودتان کنید تمام نتایج حاصل از آن تبلیغات، فالوورهایی که جذب می کنید کسانی که شما را دنبال میکنند، می شوند دارایی و سرمایه شما و باز در دفعات بعد هم می توانید برای آنها تبلیغات منتشر کنید و محصول خود را معرفی کنید. این یعنی یک رسانه اختصاصی و تلویزیون اختصاصی برای خود خلق کرده اید .

پس از همین امروز ایده آل گرایی خود را کنار بگذارید و از این مزیت فوق العاده بهره ببرید. اگر این توانایی را ندارید تا بدرستی از این فضا استفاده کنید هرچه سریعتر آموزش آن را شروع کنید و در این بازه این فرایند را برون سپاری کنید البته با یک برنامه زمان بندی مشخص و برنامه ریزی شده ولی به هر صورتی که هست فعالیت در رسانه های اجتماعی خود را شروع یا افزایش دهید.

مزیت های رسانه اجتماعی بغیر از فرصت های فروش

رسانه اجتماعی صرفا به شما برای فروش بیشتر کمک نمی کند بلکه مزیت های دیگه ای دارد که اینجا برخی از آنها را بر می شماریم:

- ۱- جلب اعتماد مشتری و افزایش آگاهی برندتان بدون هیچ محدودیت مکانی
- ۲- کمک به تحقیقات بازار
- ۳- تحلیل رفتار مصرف کننده: رسانه اجتماعی به شما کمک میکند که تشخیص دهید مصرف کننده شما از کدام محصول شما بیشتر خوشش می آید، نسبت به چه محصولی حس بهتری انتقال میدهد و یا برعکس .
- ۴- دریافت بازخورد مشتریان گذشته و یا ناراضی
- ۵- آشنایی منابع انسانی جدید با کسب و کار شما و درخواست کار در تیم شما
- ۶- آشنایی بیشتر تامین کنندگان برای همکاری با شما

نحوه بازاریابی در رسانه اجتماعی

اینکه چطور شما در این رسانه بازاریابی کنید و چه کارهایی در این رسانه می‌توانید انجام دهید را در ادامه به شما خواهیم گفت :

۱- معرفی محصول

در مرحله اول شما می‌توانید محصولات خودتان را از طریق این رسانه به نمایش بگذارید و آنها را به مشتریان خود معرفی کنید

۲- افزودن پروموشن به محصول

اگر می‌خواهید اثر گذاری بیشتری داشته باشید یک پروموشن را به محصول خود اضافه کنید مثلا یک تخفیف و یا جایزه یا اشانتیونی برای آن در نظر بگیرید و یا برای خریداران قرعه کشی در نظر بگیرید

۳- وابستگی پروموشن به زمان

وابستگی به زمان سومین عامل که می‌تواند موثر باشد وابستگی این پروموشن به زمان می‌باشد. یعنی فروش های ویژه تان را در بازه زمانی خاص و موقت تعریف کنید. به عنوان مثال یک بازه ۲۴ ساعته برای پروموشن خود تعریف کنید.

۴- محدود کردن پروموشن با اصل کمیابی

می‌توانید پروموشن خود را در اصل کمیابی محدود کنید : به این صورت که در پروموشن خود اینگونه مطرح کنید که فقط برای چند نفر اول که این محصول را خریداری می‌کنند یا سفارش خود را ثبت کنند این تخفیف یا جایزه یا امکان شرکت در قرعه کشی در نظر گرفته می‌شود.

۵- استفاده از بازاریابی محتوایی

پنجمین عامل موثر بعدی استفاده از روش بازاریابی محتوایی می‌باشد که به آن Content marketing گفته می‌شود.

امروزه مردم به محتوا خیلی اهمیت می دهند، مخصوصا اگر شما خود بعنوان یک Businessman یا صاحب کسب و کار و متخصص آن کسب و کار باشید.

محتوای خوبی با موضوعات مرتبط به کسب و کار خودتان آماده کنید و در اختیار مردم قرار دهید، مردم به شما به عنوان یک کارشناس نگاه می کنند و بیشتر به شما اعتماد می کنند. وقتی شما یک پزشک متخصص را از تلویزیون مشاهده کنید که در خصوص یک بیماری یا موضوعی علمی صحبت می کند، احتمال اینکه شما به آن پزشک مراجعه کنید و از تخصصش استفاده کنید خیلی بیشتر است چراکه شما او را به عنوان کارشناس می شناسید.

اگر شخصی در اینستاگرام ویدئویی را ارائه میکند و در خصوص زیبایی و پوست یا تناسب اندام صحبت می کند احتمال اینکه شما به او مراجعه کنید بیشتر می شود چراکه او را به عنوان یک متخصص و کارشناس و مشاور می شناسید.

محتوا خیلی مواقع می تواند فروش شما را افزایش دهد و اعتماد مشتریان را نسبت به کسب و کار شما جلب کند.

مزیت دیگری که بازاریابی محتوایی میتواند داشته باشد این است که وقتی شما محصولاتتان را در رسانه اجتماعی تان تبلیغ می کنید قاعدتا آن محتوا، بعد از زمانی، برای مخاطباتان خسته کننده خواهد بود، ولی زمانی که برای آنها محتوای ارزشمند تولید می کنید برای اینکه آن محتوا را از دست ندهند، مرتبا شما را دنبال خواهند کرد، چون از رسانه شما محتوای جدید یاد می گیرند و بر تجربیاتشان افزوده می شود.

محتوا را به سادگی در قالب یک تیپ یا جمله کوتاه می توانید ارائه دهید، میتوانید محتوای جذابی را از وب سایت ها دیگر مثل یوتیوب، آپارات با رعایت اصول حق انتشار و یا ذکر منبع انتشار بدهید. خودتان می توانید در جلوی دوربین قرار بگیرید و یا اگر تمایلی برای حضور در جلوی دوربین ندارید بصورت صوتی و پادکست یا بصورت فایل Pdf یا مقاله محتوایتان را آماده کنید و در اختیار مخاطبیتان قرار دهید.

مطالبی که می دانید کسب و کار و مشتری شما موثرتر از آن هست و ممکن است مشتریان شما بخاطر ندانستن آن مطالب در خریدشان اشتباه کنند و متضرر شوند.

تجربیات خودتان و هر آنچه برای مخاطب و مشتری شما مفید و موثر هست را به آن‌ها منتقل کنید تا در خریدشان حرفه‌ای‌تر عمل کنند و از این طریق به شما هم اعتماد بیشتری خواهند کرد.

۶- انتقال نظرات مشتریان

با انتقال نظرات مشتریان راضی و بازخورد و فیدبک آنها مشتریان بالقوه را تحت تاثیر قرار خواهید داد و اعتماد آنها را جلب خواهید کرد

۷- استفاده از روش اخبار، افتتاحیه یا رونمایی

هر اتفاق جدیدی که در صنعت شما در کسب و کار شما می‌افتد هر محصول جدیدی که ارائه می‌کنید، یا اتفاقاتی که در محیط کسب و کارتان بصورت روزمره رخ میدهد بسیار مخاطبین شما جذاب و اثرگذار است و همین‌طور این نوع محتواها باعث انتقال حس پویایی در کسب و کار شما خواهد بود.