



## آموزش رایگان بازاریابی حضوری

تیم تحریریه اقیانوس آبی

بازاریابی حضوری علاوه بر رایج بودن، یکی از قدیمی ترین شیوه های جذب مشتری است. همانطور که می دانید مشتریان یکی از مهم ترین عوامل رشد برای سازمان ها هستند و جذب آنها به یکی از مهم ترین دغدغه ها برای کسب و کارها تبدیل شده است. بازاریابی حضوری با شکل گیری روش های نوین بازاریابی مانند تلفنی، الکترونیکی و شبکه های اجتماعی کم رنگ تر شده، اما همچنان بازاریابی حضوری یکی از مهم ترین شیوه های بازاریابی است که نقش مهمی در رشد و افزایش فروش ایفا می کند.

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



## بازاریابی حضوری چیست

یکی از انواع بازاریابی مستقیم، بازاریابی حضوری است. این روش برای معرفی محصول یا خدمات با هدف فروش به مشتری انجام می‌شود. در این روش بازاریابان به صورت مستقیم با مشتریان ملاقات می‌کنند تا آنان را ترغیب به خرید کنند.

بازاریابی حضوری بیشتر برای محصولاتی که نیاز به توزیع مویرگی و جذب سفارشات پر حجم دارند به کار می‌رود. یک کارشناس فروش در بازاریابی حضوری در واقع معرف کسب و کار است، به همین دلیل کسب و کارها باید در جذب بازاریابان حضوری توجه زیادی داشته باشند.

## اهداف بازاریابی حضوری

بازاریابی حضوری برای دو هدف انجام می‌شود که هر کدام از این اهداف برای کسب و کارها بسیار مهم هستند:

### معرفی محصول

اولین هدف بازاریابی حضوری معرفی محصول به مخاطبین هدف و مشتریان است. این روش تاثیر زیادی در معرفی برند به مخاطبین دارد.

### جذب سفارش

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنید.



دومین هدف که می توان آن را مهم ترین هدف بازاریابی حضوری نامید، جذب سفارش است.

## روش درست بازاریابی حضوری

به هنگام بازاریابی حضوری ممکن است بازاریابان این اشتباه را انجام دهند که تنها خودشان صحبت کنند و به مشتری اجازه صحبت ندهند. در بازاریابی حضوری علاوه بر هنر سخنوری باید به مشتری نیز اجازه دهیم تا صحبت کند و نیازهای خود را عنوان کند.

از مهم ترین کارها در انجام بازاریابی حضوری، شناخت مخاطب و نیاز او است. شناخت مخاطب و نیازهای او تنها با گوش دادن به صحبت ها و سوالات او و همچنین پرسیدن سوالات تکمیلی امکان پذیر است.

با پرگویی و صحبت کردن در تمام وقت، بازاریاب تنها مشتری خود را خسته می کند و اطلاعاتی را از او به دست نخواهد آورد. در بازاریابی حضوری، بازاریاب باید اجازه دهد مخاطب اول صحبت کند، سپس بعد از شناخت کامل نیازهای او، خدمات و محصولات خود را معرفی کند.

## تکنیک ها و ترفندهای بازاریابی حضوری

در بازاریابی حضوری، بازاریاب باید تکنیک هایی را به کاربرد تا بتواند نتایج بهتری را به دست آورد. در ادامه به ۳ مورد از مهم ترین ترفندهای بازاریابی حضوری اشاره می کنیم:

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



## ۱. جلب اعتماد مخاطب در بازاریابی حضوری

اولین و مهم‌ترین اصل در دنیای تجارت و بازاریابی ایجاد اعتماد در رابطه با مخاطب است. بهترین راه برای جلب اعتماد مشتری و مخاطب این است که بازاریاب به گونه‌ای رفتار کند که مشتری احساس کند منفعت او نیز در نظر گرفته شده و هر دوی آن‌ها به دنبال منفعت‌های مشترک هستند. این روش بهترین راه برای جلب اعتماد مخاطب است.

## ۲. شنونده بودن

بازاریاب در انجام بازاریابی حضوری بیش از آن که حرف بزند باید شنونده باشد. در صورتی که در بازاریابی حضوری تنها بازاریاب صحبت کند، احتمال بسیار کمی وجود دارد که بتواند مخاطب را به خرید نزدیک کند. به همین دلیل بازاریاب حضوری باید اجازه دهد مخاطب و مشتری بیشتر صحبت کند و در لا به لای صحبت‌های او، بازاریاب سوال‌هایی را متناسب با نیاز مخاطب مطرح کند. این کار می‌تواند به جلب اعتماد مشتری نیز کمک کند.

## ۳. دادن اطلاعات کم‌تر به مخاطب

بازاریابان تازه کار معمولاً در شروع صحبت خود با مخاطب، او را بمباران اطلاعاتی می‌کنند. این گونه بازاریاب‌ها به هنگام ملاقات با مخاطب تمام اطلاعات محصول و خدمات را به او ارائه می‌دهند بدون آن که بدانند آیا این اطلاعات به درد مشتری می‌خورد یا نه. در اینجا همان تکنیک ۲ به کار می‌آید؛ یعنی بازاریاب باید ابتدا اجازه دهد مخاطب صحبت کند و در صورت نیاز اطلاعات خود را در اختیار او قرار دهند.

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنید.



## انواع بازاریابی حضوری

بازاریابی حضوری از انواع مختلفی تشکیل شده است. برخی از این راهکارها می‌توانند بسیار به رشد و افزایش سود کسب و کار کمک کنند. در اینجا به ۵ نوع از بازاریابی حضوری که می‌تواند برای کسب و کارها بسیار موثر باشد اشاره می‌کنیم:

### ۱. قرار ملاقات‌ها

قرار ملاقات‌ها با مشتریان یکی از معمول‌ترین روش‌های بازاریابی حضوری است. اما در قرار ملاقات‌ها باید یک سری نکات رعایت شوند تا بتوان قرار ملاقات بازاریابی حضوری را به یک فرصت فروش تبدیل کرد. در اینجا به برخی نکات بازاریابی حضوری در ملاقات با مشتری اشاره خواهیم کرد:

اولین نکته که در قرارهای حضوری با مشتریان باید رعایت شود پوشش و ظاهر رسمی است. اولین چیزی که مشتری و مخاطب از کسب و کار شما می‌بیند ظاهر بازاریاب شما است.

دومین نکته بررسی امکان پرداخت مشتری است. شما باید بررسی کنید مشتری در چه وضعیت مالی قرار دارد و می‌تواند به شما پول پرداخت کند یا نه!

نکته بعدی که باید در بازاریابی حضوری هنگام ملاقات مشتری رعایت کنید این است که یک بار با تماس یا پیام، زمان قرار را یادآوری کنید. این مورد علاوه بر این که کسب و کار شما را پیگیر و جدی در کار نشان می‌دهد، اگر مشتری قرار را فراموش

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنید.



کرده باشد، با این پیام می‌توانید قرار ملاقات را یادآور شوید و فرصت فروش خود را از دست ندهید.

## ۲. بازاریابی حضوری با حضور در نمایشگاه‌ها

معمولا بسیاری از مشتریان برای نیازهایی که دارند در نمایشگاه‌ها حضور پیدا می‌کنند. حضور در نمایشگاه مرتبط با کسب و کار شما می‌تواند محصولات و خدماتتان را به خوبی به دیگران معرفی کند. شما نیز می‌توانید با تبلیغ مناسب در نمایشگاه‌ها، بازاریابی حضوری را به خوبی انجام دهید.

## ۳. همکاری با شرکا در بازاریابی حضوری

برخی از کسب و کارها به گونه‌ای به هم مرتبط هستند، برای مثال کسی که کاشی آشپزخانه می‌خرد قطعا به لوله و سایر چیزهای مرتبط هم نیاز دارد. به همین دلیل کسب و کارها می‌توانند با مشارکت با کسب و کارهای مرتبط به بازاریابی حضوری خود کمک کنند. این کار با انجام مراحل خاصی انجام می‌شود که عبارتند از:

1. شناسایی شرکای تجاری
2. برقراری ارتباط
3. توافق برای همکاری
4. و...

## ۴. معرفی شدن از طریق مشتریان سابق و فعلی

همانطور که می‌دانید مشتریان راضی می‌توانند بهترین تبلیغ برای کسب و کار ما باشند. کسب و کارها می‌توانند از مشتریان فعلی یا سابق راضی خود کمک بگیرند تا محصول خود را به دیگران نیز معرفی کنند.

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتما به [اقیانوس آبی](#) سر بزنید.

برای این که مشتریان وفادار ما را به دیگران معرفی کنند و برای ما بازاریابی حضوری انجام دهند، نکاتی وجود دارد که برخی از آن ها به شرح زیر است:

1. راضی نگه داشتن مشتریان
2. اعتماد سازی
3. ارائه خدمات بیشتر
4. ایجاد خاطره خوب در ذهن مشتری از کسب و کار

## چطور در بازاریابی حضوری موفق شویم؟

بازاریابی حضوری و فرایند فروش را نمی توان تنها در چند تکنیک و نکته خلاصه کرد. اما انجام دادن و رعایت کردن نکات ذکر شده می تواند به موفقیت در بازاریابی کسب و کار بسیار کمک کند. هر چقدر که بازاریابان و کسب و کارها این نکات را بیشتر رعایت کنند مشتریان و مخاطب حس اعتماد بیشتری را نسبت به محصول و کسب و کار احساس می کنند.