

# بازاریابی مستقیم

## Direct Marketing



## بازاریابی مستقیم چیست و چطور انجام می شود؟ تیم تحریریه اقیانوس آبی

برای دانستن مفهوم بازاریابی مستقیم، ابتدا باید با مفهوم بازاریابی آشنا شویم و بدانیم که اصلاً **بازاریابی چیست** تا بتوانیم بفهمیم بازاریابی مستقیم چیست. بازاریابی به معنای انجام فعالیت‌هایی در فضای کسب و کار است که تولید کالا و ارائه خدماتی را از سمت تولید کننده یا ارائه دهنده آنها به سمت مصرف کننده یا دریافت کننده کالا یا محصول هدایت می‌کنند.

از دیدگاه **انجمن بازاریابی آمریکا** که در سال ۱۹۸۵ تعریف شد، بازاریابی یک وظیفه سازمانی و برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتماً به **اقيانوس آبی** سر بزنید.

مجموعه‌ای از فرآیندهایی برای خلق ارزش و تحویل آن به مشتریان است. حال که با مفهوم بازاریابی آشنا شدید تا انتها با [اقيانوس آبي](#) همراه باشید تا به تعریف مفهوم بازاریابی مستقیم و کمپین بازاریابی مستقیم بپردازیم. هم چنین می‌توانیم در بخش [طراحی کمپین تبلیغاتی](#)، طراحی کمپین بازاریابی مستقیم را نیز برای کسب و کار شما انجام دهیم



**طراحی کمپین تبلیغاتی**  
برای کسب و کار شما + مشاوره رایگان

[کلیک کنید](#)

## بازاریابی مستقیم چیست؟

بازاریابی مستقیم یکی از [انواع بازاریابی](#) است که در آن ارتباط مستقیم با مشتریان بالقوه و خاصی صورت می‌گیرد. این ارتباط می‌تواند در سطح فردی مثل برقراری تماس تلفنی و پیامک باشد یا به صورت انبوه از طریق مثلا ایمیل مارکتینگ و مجلات صورت بگیرد.

مثلا اگر شما در روزنامه آگهی تبلیغاتی چاپ کنید، بازاریابی مستقیم نیست، اما اگر کاتالوگ محصول جدید خود را برای مشتریان قبلیتان بفرستید، بازاریابی مستقیم انجام داده اید.

اساس بازاریابی مستقیم، ارائه راهکاری عالی برای بهبود بازگشت هزینه‌ها و [بودجه تبلیغات](#) شما و جلوگیری از هدر رفتن پول و سرمایه و اطمینان از رسیدن محصول به مشتری مناسب است. در بازاریابی مستقیم اطلاعاتی در مورد یک محصول، شرکت و یا خدمات شما به مخاطب هدف شما ارائه می‌شود، مخاطبان انتخابی بسیار خاص هستند و بنابراین نتایج به دست آمده نیز بسیار دقیق هستند.

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

بازاريابي مستقيم، ارتباط مستقيم با مشتريان بالقوه و خاص است،  
در سطح فردي (تماس تلفني و پيامک) يا انبوه (ايميل مارکتينگ).



هدف از بازيابي مستقيم اين است که با استراتژي تبليغاتي بر روي مخاطبان مورد نظر متمرکز شود و به مخاطبان اين امکان را بدهد که بتوانند به سادگي موفقيت **کمپين تبليغاتي** خود را تضمين کنند.

به عنوان مثال اگر از طريق يک کمپين بازيابي ايميلي، با هزار نفر ارتباط برقرار کرده و ۱۰ تبديل دريافت کنيد نرخ تبديل شما ۱٪ خواهد بود. هر چند تشخيص اينکه چند نفر آگهي تلويزيوني و يا تبليغات بيلبوردی شما را ديده‌اند بسيار دشوار خواهد بود.  
می‌توانيد فايل بازيابي مستقيم pdf را با کليک بر روي دکمه آبي دانلود کنيد.

بيشتر بخوانيد: **روش های بازيابي**

## بازاريابي مستقيم و غير مستقيم

**بازاريابي مستقيم**، نوعی از بازيابي است که در آن برای جذب مصرف کنندگان جديد و حفظ مصرف کنندگان قديمی به روش ارتباط مستقيم با آن‌ها عمل می‌شود. در اين روش با توجه به پاسخ سريع

برای مشاهده ساير مقاله های ما، حتما به **اقيانوس آبي** سر بزنيد.

مصرف کنندگان، نتایج قابل اندازه‌گیری هستند. اندازه‌گیری به صورت کمی است و بر پایه‌ی فعالیت‌های کوتاه مدت است.

**بازاریابی غیر مستقیم**، همان طور که از نامش بر می‌آید، به شیوه غیر مستقیم به جذب مشتری می‌پردازد. بازاریابی غیر مستقیم یک خط و مشی مبتنی بر رسانه دارد. بازاریابی غیر مستقیم، برای کسب شهرت و برقراری ارتباط با مشتریان تلاش می‌کند. بازاریابی غیر مستقیم از مستقیم بسیار سخت‌تر است، زیرا در بازاریابی غیر مستقیم مشتریان کمتر اعتماد می‌کنند. اما در بازاریابی مستقیم به دلیل ارتباط رو در رو با مشتری، اعتماد راحت‌تر شکل می‌گیرد و احتمال خرید محصول بیشتر است.

اگر برای اجرای بازاریابی مستقیم به مشاوره و کمک یک متخصص نیاز دارید، ما می‌توانیم به شما کمک کنیم. کافی است فرم زیر را پر کنید (گزینه بازاریابی را انتخاب کنید) تا با شما تماس بگیریم:

نام و نام خانوادگی

شماره موبایل

حوزه مورد نظر خود جهت درخواست مشاوره را انتخاب کنید.

بازاریابی  برندینگ  سیستم سازی  ترسیم چارت سازمانی  بهبود فروش  تبلیغات  
 دیجیتال مارکتینگ  مدیریت منابع انسانی  ارتباط با مشتری و  CRM استراتژی  قیمت گذاری

ثبت درخواست

## کانال های بازاریابی مستقیم

انواع مختلفی از کانال‌های بازاریابی مستقیم وجود دارد. انتخاب هر یک از این کانال‌ها بستگی به بودجه و نوع محصولی دارد که شما می‌خواهید آن را عرضه و تبلیغ کنید. می‌توان از تمام یا بخشی از

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

اين كانال‌ها براي بازاریابی استفاده کرد و به نتيجه دلخواه دست پيدا کرد.

كانال‌های بازاریابی مستقيم شامل موارد زیر است:

- پیامک‌های متنی
- کمپین‌های ایمیلی هدفمند
- ایمیل‌های مستقیم
- کپن‌ها
- تبلیغات نمایشی هدفمند آنلاین
- تبلیغات هدفمند در شبکه‌های اجتماعی



## مزایا و معایب بازاریابی مستقيم

مزایا

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

- **بسیار متمرکز است:** کمپین بازاریابی مستقیم شامل شناسایی یک بخش مصرف کننده‌ی خاص است که ممکن است دارای مشتریان جدید و یا بالقوه‌ای برای برند شما باشد. قبل از شروع کار باید جامعه‌ی هدف خود را کاملا بشناسید.
- **حذف واسطه‌های میانی:** در سایر انواع بازاریابی، بین شما و مشتری چند واسطه وجود دارد تا پیامتان را دریافت کند. ولی در بازاریابی مستقیم شما خودتان بدون هیچ واسطه‌ای با مشتری خاص خود ارتباط برقرار می کنید.
- **ایجاد ارتباط عمیق‌تر با بازار هدف:** این نوع بازاریابی به شرکت‌ها این اجازه را می‌دهد که به درک عمیق‌تری از مخاطبان خود دست پیدا کنند. با تحقیق دقیق‌تر در مورد مشتریان باارزش و مهم خود، ویژگی‌های مهمی از آن‌ها را کشف خواهید کرد که به الهام بخشیدن به سایر **استراتژی‌های بازاریابی** شما و بهبود تمایل نشان دادن به برندتان کمک خواهد کرد.
- **قابلیت اندازه‌گیری نتایج:** به علت کوچک بودن جامعه و ارتباط مستقیم با مخاطب، بسیار راحت می توان نرخ تبدیل را اندازه گرفت.
- **ارتقاء وفاداری مشتری:** هر کمپین که تولید می‌کنید، به شما کمک می‌کند که اطلاعات بیشتری در مورد مخاطبان هدف خود به دست بیاورید. هر چه بیشتر یاد بگیرید؛ ارتباطات خود را سفارشی‌تر کرده و رابطه‌ی بین شما و مخاطبتان محکم‌تر و زنده‌تر خواهد شد.
- **اثر گذاری راحت‌تر و درصد موفقیت بالا:** اگر به صورت تهاجمی نباشد، در زمان و وقت مناسب و روی مخاطب درست انجام شود، راحت تر به نتیجه می رسد.

## معایب

- **هزینه بر:** پیش از شروع باید مخاطبان هدف را شناسایی کرده و آن‌ها را متقاعد کنید که ممکن است دشوار باشد. مثلا باید مشتریان را قانع کنید که از محصول و خدمات شما استفاده کرده و یا اشتراک

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

خود را با شما تمديد کنند که ممکن است دشوار و مستلزم صرف وقت و هزينه‌ی زيادی باشد. هم

چنين آموزش و پرداخت به بازاریاب‌های تلفنی مستلزم زمان و هزينه‌ی زيادی است.

- **خستگی مخاطب از تبليغات:** اگر مشتریان خاص شما به طور مکرر تبليغات شما را ببينند، ممکن است از خسته شوند که منجر به قطع ارتباط و لغو عضویتشان می شود.
- **امکان تقلید رقبا از اين روش:** ممکن است کمپانی‌های مختلف از ایده‌های هم کپی یا تقلید کنند و اين یکی از معایب بازاریابی مستقیم به حساب می‌آید.

The infographic is set against a purple background. On the left, a laptop displays a megaphone icon, surrounded by icons for a target, a person, a Wi-Fi symbol, and a speech bubble. On the right, a laptop displays an envelope icon, surrounded by icons for a bar chart, a person, a speech bubble, and a document. A vertical watermark 'OGHYANOOSEABI.COM' is on the left side.

مزاياي بازاریابی مستقیم	معایب بازاریابی مستقیم
اثر گذاری بالا و متمرکز	هزینه بر
حذف واسطه‌های میانی	خستگی مخاطب از تبليغات
ارتباط عمیق‌تر با بازار هدف	امکان تقلید رقبا
قابلیت اندازه گیری نتایج	

اقيانوس آبي

## بازاریابی مستقیم آنلاین

در بازاریابی مستقیم آنلاین، کسب و کارها در قالب مقالات یا مثال‌های زنده به معرفی محصولات خود

می‌پردازند. آمار نشان می‌دهد که تقریباً ۸۰ درصد از بازدید کنندگان سایت‌ها تمایل دارند مقاله

بخوانند، ۷۰ درصد از آن‌ها با خواندن مقاله و محتوا حس نزدیکی بیشتری با محصول و ارائه دهنده

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

آن دارند و ۶۰ درصد آنان نیز تصدیق کرده‌اند که خواندن مقالات و محتوای شرکت‌ها به آن‌ها در جهت اتخاذ درست‌ترین تصمیم کمک بسیاری می‌کنند.

مطالب درج شده در وبسایت شما اگر با شناخت بازار هدف و مشتریان خاص تولید شود، جذاب باشد و مدام برزو رسانی شود، قطعاً در بازاریابی مستقیم آنلاین موفق خواهید بود.

بیشتر بخوانید: تکنیک‌های افزایش [فروش آنلاین](#)

## کمپین بازاریابی مستقیم

کمپین بازاریابی مستقیم به شرکت‌ها اجازه می‌دهد تا به وسیله‌ی یک طیف وسیع از کانال‌ها و رسانه‌های مختلف به طور مستقیم و بدون واسطه با مخاطب هدف خود ارتباط برقرار کنند. بازاریابی پست مستقیم، از رایج‌ترین نمونه‌های کمپین بازاریابی مستقیم است که در آن مشتریان هدف بر اساس مکان، محدوده‌ی سنی، جنسیت و شغل انتخاب شده و محتوا از طریق پست به آن‌ها که احتمال دارد از برند شما خرید کنند ارسال می‌شود. بسیاری از شرکت‌ها در تبلیغات مستقیم به منظور جذب مشتریان بیشتر، از متن دایرکت مارکتینگ استفاده می‌کنند. آن‌ها این پیام‌های متنی را برای جامعه هدف که شامل مشتریان قدیمی و جدید هستند ارسال می‌کنند.

اگر می‌خواهید برای کسب و کارتان کمپین بازاریابی مستقیم اجرا کنید، ما می‌توانیم طراحی آن را برایتان انجام دهیم. کافی است روی عکس زیر کلیک کنید و فرم درخواست مشاوره رایگان را پر کنید تا با شما تماس بگیریم:

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





## طراحی کمپین تبلیغاتی

برای کسب و کار شما + مشاوره رایگان

کلیک کنید

## چطور کمپین بازاریابی مستقیم ایجاد کنیم؟

برای اجرای یک کمپین بازاریابی مستقیم موفق برای کسب و کارتان باید حتما مراحل زیر را دنبال کنید:

1. یک محصول یا تبلیغ را انتخاب کنید: می‌توانید برای برجسته کردن محصولات و یا خدمات جدید خود و

اعلام تغییرات و بهبود در محصول از بازاریابی مستقیم استفاده کنید. محصول و یا خدماتی را انتخاب

کنید که جذابیت بیشتری داشته باشند.

2. مخاطب هدف خود را پیدا کنید: بازاریابی مستقیم زمانی به خوبی عمل می‌کند که مخاطب هدف به

وضوح تعریف شده باشد و تعداد متغیرهای موجود، محدود شده باشند. بازاریابان به کد پستی، درآمد

خانوار، تاریخچه‌ی تراکنش‌های قبلی، جنسیت و مجموعه‌ای از سایر متغیرها نگاه می‌کنند تا از این

طریق مشخص کنند که چه کسی بیشتر احتمال خرید محصول را دارد. بسته به بودجه‌ای که در اختیار

دارید، ممکن است انتخاب کنید که گسترده عمل کنید یا محدود. اما تعیین اینکه با چه کسی تماس

بگیرید باید واضح و مشخص باشد. لیستی از مشتریان را آماده و اولویت‌بندی کنید.

3. کانال‌های مناسب را پیدا کنید: بازاریابی مستقیم شکل‌های مختلفی دارد و شما می‌توانید از کانال‌های

مختلفی برای انتقال پیام خود استفاده کنید. یکی از کانال‌های محبوب، [بازاریابی تلفنی](#) است. حتما باید

برای بازاریابی روش‌هایی را انتخاب کنید که احتمالا توسط مشتری هدف مورد قدردانی قرار می‌گیرد و

مزاحمت تلقی نمی‌شود.

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

4. **یک پیام تأثیرگذار ایجاد کنید:** یک پیام بازاریابی خوب باید هم جذاب و هم واضح باشد. پیام رسانی مستقیم به شما این امکان را می‌دهد که به طور مستقیم با مشتری صحبت کنید و با درج نام او در پیام، به نوعی پیام را شخصی سازی کنید.
5. **زمانبندی کنید:** اطمینان حاصل کنید که پیام‌ها زمانی ارسال می‌شوند که بیشترین تأثیر را بگذارند. مثلاً در زمان تعطیلات یا تغییر فصل‌ها.
6. **نتایج را تجزیه و تحلیل کنید:** داشتن معیارهایی در ابتدای یک کمپین بازاریابی مستقیم به شما این امکان را می‌دهد که موفقیت یا عدم موفقیت آن را تجزیه و تحلیل کنید و در جهت بهبود نتایج، آن را تغییر دهید.

## نمونه کمپین های بازاریابی مستقیم موفق

در ادامه چند نمونه از کمپین‌هایی که به منظور بازاریابی مستقیم طراحی شده و در تمام دنیا شناخته شده و همچنین بسیار موفق هستند را معرفی می‌کنیم.

- **کمپین بازاریابی مستقیم: apple** شرکت اپل از بازاریابی مستقیم برای فروش آیفون (کمپین بازاریابی مستقیم (iphone) و سایر محصولات استفاده می‌کند. این شرکت عمدتاً به ایمیل‌ها متکی است. این ایمیل برای مشتریان هدف ارسال می‌کند تا آنها را در مورد آخرین آیفون‌ها مطلع کند. اپل یک پایگاه داده از مشتریان بالقوه و موجود دارد.
- **کمپین بازاریابی مستقیم BMW:** تمام نمایندگی‌های محلی خود را به بازاریابی ایمیلی راحت و آسان مجهز می‌کند. سپس نمایندگی‌های BMW می‌توانند از این برنامه‌ها، برای ارسال پست مستقیم و ایمیل برای اعلام مدل‌های جدید خودرو، برجسته کردن ویژگی‌های خاص محصولات و تبلیغ پیشنهادات جدید استفاده کنند.

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

برای کسب اطلاعات بیشتر در زمینه بازاریابی مستقیم می توانید کتاب *بازاریابی کاتلر* را که یکی از بزرگان این حوزه است مطالعه کنید. با مطالعه‌ی درس‌های بازاریابی می‌توانید با مفهوم بازاریابی، **آموزش فروش** و **دیجیتال مارکتینگ** بیشتر آشنایی پیدا کنید.



مینی دوره بازاریابی و تبلیغات  
در کمتر از یک ساعت هنر بازاریابی را یاد بگیرید!  
همین الان بخرید!

## سخن آخر

بازاریابی مستقیم یکی از انواع بازاریابی است که در طی آن با تبلیغات رو در رو و مستقیم، محصول به مشتری خاص و جامعه هدف معرفی و عرضه می‌شود. به این منظور **طراحی کمپین تبلیغاتی** صورت می‌گیرد.

این کمپین‌ها به صورت آنلاین، تلفنی، شبکه‌ها و پلتفرم‌های اجتماعی و پیامک‌های تبلیغاتی انجام می‌گیرد. بازاریابی مستقیم نیز مانند هر شیوه‌ی دیگری از بازاریابی معایب و مزایایی دارد که هنگام طراحی حتما باید به آن‌ها توجه کرد و برای تعیین جامعه هدف و نوع عملکرد باید به آن‌ها توجه کرد.

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتما به **اقيانوس آبي** سر بزنید.