

سبع نصائح تسويقية

1- لا تتبع سياسات إعلانية مثل الشركات الكبرى
تسعى الشركات الكبرى - عبر سياسات إعلانية ضخمة- لترسيخ اسمها التجاري في أذهان المستهلكين، ولخلق طلب على منتجاتها المستقبلية. المنشأة الناشئة الصغيرة لا تتحمل اللجوء لمثل هذه السياسات. بدلاً من ذلك، قم بتصميم إعلاناتك بنفسك (ما لم تقدر على تحمل نفقات جهة متخصصة في هذا المجال). هذه الإعلانات يجب أن تركز على تنشيط المبيعات، عبر تضمين عرض خاص فيها، وتضمين طريقة سهلة للمستهلكين كي يستفيدوا -فعالاً- من هذا العرض الخاص.

2- وقر نسخة أرخص
بعض العملاء المحتملين يكونون غير مستعدين لدفع السعر الذي تطلبه مقابل السلعة أو الخدمة التي تقدمها. البعض الآخر يهتم أكثر بالحصول على سعر أرخص أكثر من اهتمامهم بالحصول على جودة أعلى. يمكنك تفادي خسارة أي مبيعات متوقعة عبر توفير نسخة مُصغرة ذات مواصفات أقل من المنتج أو الخدمة في مقابل سعر أقل تكلفة.

3- وقر نسخة خاصة (استثنائية)
على عكس النقطة السابقة، ليس كل العملاء من الباحثين عن الأرخص فقط، بل يبحث بعضهم عن النادر والمختلف عن غيره من المنتجات والخدمات مقابل دفعهم لسعر أكبر. يمكنك مضاعفة متوسط مبيعاتك عبر توفير نسخة غير عادية من منتجك/خدمتك، أو عبر دمج العديد من المنتجات/الخدمات في باقة واحدة ذات سعر أعلى.

4- جرّب غريب طُرق التسويق:
ابحث دائماً عن الطرق التسويقية غير التقليدية والتي غفل عنها المنافسين، فقد تكتشف طرقاً مريحة لزيادة المبيعات وتجنب المنافسة الشرسة. كمثال، اطبع أفضل إعلان صغير لك على حجم بطاقة بريدية وأرسلها لجميع عملائك المحتملين في سوقك المحتمل. مثل هذا الإعلان قد يؤدي لزيادة زوار موقعك (في الحقيقة أو على الشبكة) ومنه يؤدي لزيادة مبيعاتك في مقابل تكلفة قليلة.

5- صغّر حجم إعلاناتك:
قلل من حجم إعلاناتك بطريقة تسمح لك من نشر عدد أكبر من الإعلانات في مقابل ذات التكلفة. ستفاجئ عندما تعرف أن مردود النسخة الصغيرة من الإعلان أفضل من مردود النسخة الكبيرة.

6- رتب عروضاً ترويجية مع منشآت صغيرة أخرى:
اتصل بمنشآت صغيرة أخرى -غير منافسة لك- والتي تخدم ذات الشريحة من عملائك في السوق. اعرض عليهم الترويج لمنتجاتهم/خدماتهم لدى عملائك في مقابل أن يفعلوا المثل لدى عملائهم. هذه العروض تنشيط المبيعات في مقابل تكلفة قليلة.

7- استفد من عملائك:
عملاؤك يعرفوك جيداً ويثقون فيك نتيجة تعاملهم معك، وهؤلاء من السهل الحصول منهم على أعمال مقارنة بمن لم يتعامل معك أبداً من قبل. استفد من هذا الأمر عبر ترتيب عروض خاصة لعملائك الحاليين والإعلان عن منتجاتك/خدماتك الجديدة لهم قبل غيرهم. أيضاً احرص على تحويل عملائك لمسوقين ومروجين لك عبر تنفيذ سياسة تحفيزية تعود عليهم بالمنافع في مقابل كل أن يخبروا معارفهم وأصدقائهم عن منتجاتك/خدماتك. هذه السياسة

التسويقية أقل تكلفة من غيرها.
كل نصيحة من هذه توفر طريقة سهلة قليلة التكلفة لأي منشأة صغيرة ناشئة وتعود عليها بالمزيد من العملاء ومن ثم المبيعات.

All Rights Reserved © [Arab British Academy for Higher Education](http://www.abahe.co.uk)

