

سانس

استودیو طراحی گرافیک
GRAPHIC DESIGN STUDIO

www.sandesign.ir | info@sandesign.ir

دورنگار: ۲۲۹۰۵۲۲۴

خط ویژه: ۲۲۹۰۵۲۲۵

۹ راه کم هزینه تبلیغ، ویژه بنگاه های کوچک

فاطمه آقچه لو ۱/۱۱/۱۳۸۸

۱- یک جمله در مورد خود بنویسید. یکی از نیازهای اصلی هر سازمان پکیج اداری و کارت ویزیت مدیران است؛ آیا تا به حال فکر کرده اید که می توانید اسلوگان خود را نیز در بالای سربرگ اداری، به وسیله ی ورد و بدون نیاز به چاپ مجدد، درج نمایید؟

۲- مرزهای ناشناخته ی ارتباطی خود را فتح نمایید. اگر تا کنون برای ترویج خود از تبلیغ در رسانه های عمومی استفاده می کردید و بیشتر با کانون های تبلیغاتی که به تولید این امور می پردازند ارتباط داشتید؛ سعی کنید دایره ی ارتباطی خود را وسیع تر کرده و این دفعه دست اندرکاران روزنامه های الکترونیکی یا سایت های خبری معتبر را هدف گذاری کنید. برای انتخاب رسانه ی جدید، با تولید یک محتوای تبلیغی بسیار کارا و تاثیرگذار، برای تبلیغ فرصت بیشتری به خود بدهید.

۳- عوامل مروج را شناسایی و آنها را تغذیه اطلاعاتی کنید. علاوه بر اینکه برای سایت ها و روزنامه های الکترونیکی آگهی تولید می کنید، اخبار و شرح وقایع قابل چاپ و جذاب را برای مراکز خبری ارسال نمایید. اگر تا کنون نیازی به تولید محتوای ترویجی و تبلیغی نداشتید، اکنون لازم است که کارمندان خود را بر این موضوع متمرکز کنید.

۴- به ترویج شفاهی بیاورید. فکر می کنید تجارت شما برای اطرافیان شما چه منفعتی خواهد داشت؟ در شرایطی که همواره امکان مراجعه ی مشتریان بزرگ با سود کلان وجود ندارد، لازم است به مشتریانی خرد بیاورید، شاید که در آینده آنها تبدیل به مشتریان دائمی شما شوند، شاید هم نه! در هر حال صحبت کردن با اطرافیان می تواند دریچه ی ورود یک مشتری تازه به تجارت شما باشد. پس همیشه برای گفتن حرف های طبقه بندی شده آماده باشید و آنها را با محصول یا خدمت جدید قابل عرضه ی خود به روز نمایید. به خاطر داشته باشید که از مخاطبان کارت ویزیت یا شماره تماسی جهت پیگیری دریافت کنید.

۵- پیام های پستی طراحی کنید. شاید تا کنون تنها استفاده ای که از تبلیغات ایمیلی به عنوان یکی از رسانه های اجتماعی شده، ارسال پیام برای معرفی محصولات و خرید آنها بوده، در حالی که می توانید در کنار تهیه لیستی از محصولات خود با ارایه ی قیمت و ایجاد صفحه ی خرید؛ به محتوایی بیاورید که مصرف کنندگان جدیدی را با شما آشنا کند.

۶- یار ترویجی پیدا کنید. اگر لیست شرکت ها یا سازمان های همکار با سازمان خود را مرور نمایید، نمونه های بسیاری را که در راستای تجارت شما فعالیت می کنند، مشاهده خواهید کرد. شما می توانید با شرکت هایی که مرادده ی کاری یا همکاری مشترک دارید پیشنهاد رفاقت ترویجی دهید. به این گونه اگر شما بروشور سازمان خود را برای جای دیگری ارسال نمایید، کارت ویزیت یار ترویجی خود را نیز در بسته ی ارسالی قرار دهید. یعنی اگر تجارت شما در حوزه ی صنعت چاپ است، شما می توانید برای مشتریان خود کارت ویزیت یک شرکت تبلیغاتی که با شما مرادده ی کاری دارد را ارایه نمایید. البته شرکت تبلیغاتی نیز باید مروج شما باشد.

۷- سعی کنید در رسانه های اجتماعی حضور پر رنگ داشته باشید و حضور خود را به رسانه های عمومی نیز گسترش دهید. با یک مثال ساده می شود این مسأله را روشن کرد: اگر سازمان شما با چند خبر یا گزارش در رسانه های اجتماعی مطرح شود، اقبال حضور در یکی از برنامه های رادیویی و پاسخ به سوالاتی که عموم مردم در حوزه ی تجارتتان را خواهد داشت، با اینکه حضور شما در یک گفتگوی رادیویی جنبه ی تبلیغی ندارد، اما نام شما به عنوان یکی از فعالان یک تجارت خاص مورد نظر شنوندگان قرار خواهد گرفت.

۸- یک سمینار یا جلسه ی معرفی رایگان ترتیب دهید این حرکت را می توانید با یاران ترویجی خود نیز شکل دهید. برگزار کردن سمینار اطلاع رسانی با هدف آموزش به مصرف کنندگان و ارایه ی ایده های نوین به آنها از حرکت های مورد استقبال

بیشتر مصرف کنندگان است. اگر شما سمینار را در محل کار خود برگزار کرده و ایده های ترویجی خاص و مورد توجه را نیز برای مکان برگزاری در نظر بگیرید که خیلی بهتر خواهد بود. در ضمن دادن تخفیف یا هدایای رایگان به خریداران میتواند از دیگران فعالیتهای ترویجی شما باشد. (برای اینکار حتماً برنامه ی فروش مستقیم خود را به دقت طراحی نمایید.)

۹- از هدیه های کم بها اما جذاب استفاده نمایید. تا به حال کارت پستال، بلوز یا کلاه تبلیغاتی دریافت کرده اید؟ اکثر مخاطبانی که هدایای تبلیغاتی دریافت کرده اند ابراز می دارند که به دلیل علامت های تبلیغی به ندرت از این وسایل استفاده می نمایند. پس مطابق سلیقه ی مصرف کنندگان از ایده های تبلیغاتی به جز آرم استفاده کنید و این وسایل کم بها را به ابزار ترویجی قوی تبدیل سازید.