

## تاکتیک ها و استراتژی های بازاریابی

استراتژی های مبتکرانه و جدید بازاریابی می توانند به یک کسب و کار کمک کنند تا درآمدهای بیشتری تولید کرده و فروش بیشتری داشته باشند. با پرداخت همراه شوید تا برخی از تاثیرگذارترین تاکتیک ها و استراتژی های بازاریابی را که امروزه در یک کسب و کار استفاده می شوند بیاموزید.

اگر می خواهید بدانید تاکتیک ها و استراتژی های بازاریابی چیستند و چرا سازمان ها برای آن ها زمان، تلاش و پول زیادی صرف می کنند، پاسخ این موضوع بسیار ساده است. هدف اصلی هر کسب و کاری تولید درآمد است و استراتژی های بازاریابی این کار را به بهترین شکل انجام می دهند. این استراتژی ها کار بیشتر و سود بالاتری برای هر کسب و کار به ارمغان می آورند. استراتژی های بازاریابی تنها با در نظر گرفتن فروش یا ارتقاء محصول طرح ریزی نشده اند بلکه برای شناخت و برنامه ریزی روی انواع خدمات که سازمان ها به مشتری ارائه می دهند نیز تمرکز دارند. در زیر لیستی از بهترین تاکتیک ها و استراتژی های موفق بازاریابی که با توجه به سناریوی تجارت کسب و کار رقابتی برای کسب درآمدهای بیشتر و حفظ بازار رقابتی در دنیای مدرن توسط صاحبان مشاغل استفاده می شوند بیان می شود.

## تاکتیک ها و استراتژی های بازاریابی موثر

### • ایجاد روابط

در تجارت مردم نقش پراهمیتی دارند، چه مصرف کننده باشند چه فروشنده یا کارمند یک سازمان. تنها لازم نیست میان مشتریان و مصرف کنندگان رابطه ای را شکل دهید هرچند آن ها برای خرید دوباره بازخواهند گشت، اما می توان با کارمندان و سایر مردمی که در طول همکاری با یک سازمان در ارتباط هستند نیز ایجاد رابطه کرد بطوریکه سازمان شما همانند کلمه مثبتی خواهد بود که از دهان بازار خارج می شود.

### • متمایز بودن در رقابت

یکی از موفق ترین تکنیک ها و استراتژی های بازاریابی این است که ویژگی های مختص خودتان را ایجاد کنید که در مجموع از سایر رقبا متمایز باشید. یک راه خوب برای اینکار این است که با پیشنهاد ایده های نو و محصولات پیشرفته فن آورانه در صدر رقابت قرار بگیرید و برای تحقق این موضوع یک تحقیق و بررسی بازار تجاری قدرت شما را بیشتر می کند در نتیجه تغییرات خود به خود اتفاق افتاده و موجب پیشرفت شما می شوند.

### • مسابقه تبلیغاتی خلاق

مسابقه تبلیغاتی به گونه ای باید باشد که مزیت ها و برتری های محصولات و خدمات یک شرکت را برجسته کرده و برای رقابت عرضه کند. USP یا امتیاز فروش بی همتای یک کسب و کار می تواند چیزی مانند خدمات پس از فروش با کیفیت یا مدت گارانتی چشمگیر که از سایر رقبا طولانی تر است باشد. ارائه این چنین مزیت های خلاقانه شما را در صدر بازار و مسابقات تبلیغاتی قرار خواهد داد.

### • ارائه محصولات و طرح های نو

یکی از موثرترین و رایج ترین تاکتیک های بازاریابی که امروزه توسط بیشتر تاجران استفاده می شود معرفی زمان بندی شده و گاه به گاه محصولات جدید همراه با طرح های جدید به مشتریان است. زمانی که یک کسب و کار محصولاتی جدید تولید می کند مشتریان ثابتش با خرید این محصولات جدید افزایش خواهند یافت. هنگامی که مشتریان قدیمی ویژگی های ابتکاری محصولات پیشین را می بینند به خرید خود ادامه می دهند، میزان فروش شرکت افزایش یافته و به همین نسبت درآمدها افزایش می یابد. راه دیگری که برای افزایش فروش وجود دارد ارائه طرح های ابتکاری و نو در فصول نمایشگاه یا تعطیلات است. طرح هایی همچون عرضه یک محصول با ۵۰٪ تخفیف نسبت به دیگری،

## • استراتژی های بازاریابی و پیاده سازی آن ها

برای موفقیت استراتژی ها و راه حل های بازاریابی، استراتژی باید طوری برنامه ریزی شود بسیار واقعگرایانه و امکان پذیر باشد همچنین به گونه ای باشد که برای مدت زمان طولانی قابل اجرا باشد. برای پیاده سازی استراتژی بازاریابی مناسب و بموقع باید اهداف قابل دستیابی در نظر گرفته شوند. اهداف را می توان از نظر پولی تعریف کرد مانند دو برابر کردن کسب سود طی شش ماه.

زمانی که اهداف تعیین شدند باید استراتژی مورد نظرتان برای رقابت در بازار را پیاده سازی کنید. دستورالعمل مناسب به همان نسبت پیاده سازی استراتژی های مناسب اهمیت دارد و شما را به در کسب موفقیت یاری می کند. فراموش نکنید که این پایان کار شما نیست، بررسی عملکرد استراتژی هایی که به کار برده اید و سنجش این که آن ها تا چه اندازه در تولید درآمد و فروش بیشتر موفق بوده اند به شما در تنظیم دستورالعمل های مناسب برای استراتژی های بازاریابیتان در آینده کمک می کند.

## پرداخت

ارائه دهنده راهکارهای تجارت الکترونیک

برای مشاوره رایگان و همکاری با پرداخت تماس حاصل نمائید