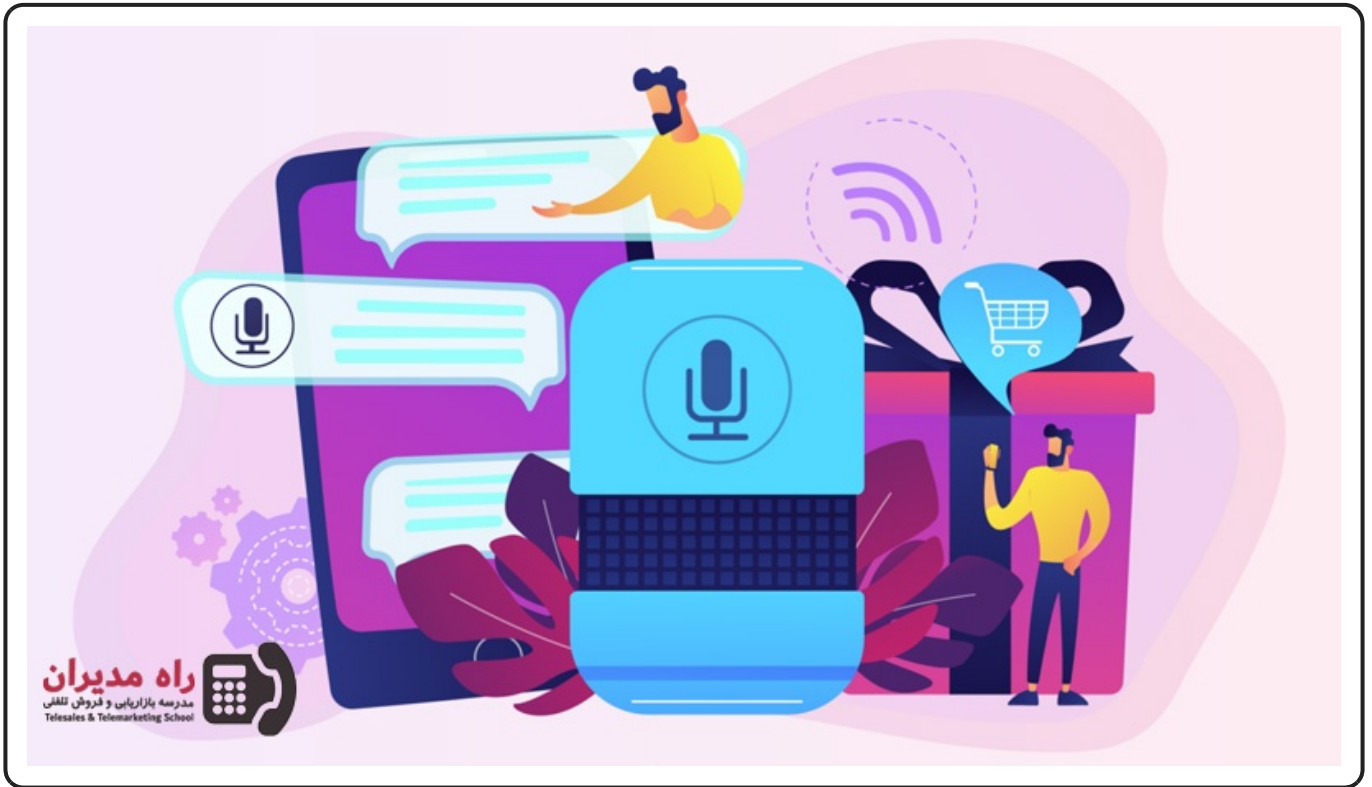




تبلیغات صوتی و هر آن چیزی که باید درباره‌اش بدانید

تبلیغات صوتی فقط یک راهکار تبلیغاتی نیست؛ بلکه یک راه موثر برای برقراری ارتباط با مخاطبان شماست. یک فایل صوتی از پیش آماده شده که می‌توانید آن را برای لیستی از مخاطبان خود ارسال کنید. نکته مهمی که شما می‌توانید با گرفتن **مشاوره از راه‌مدیران** به بهترین نتیجه در آن دست پیدا کنید، متنی است که برای تبلیغات باید آماده شود. در بسیاری از موارد ممکن است مخاطب شما در ابتدای کار احساس راحتی با متن و صدای ضبط شده نکرده و ارتباط را قطع کند. ما در این مقاله سعی می‌کنیم بیشتر برای شما توضیح دهیم که چه نکاتی را در مورد پیامک یا تبلیغات صوتی



نباید نادیده بگیرید.

تبلیغات صوتی صرفاً تبلیغاتی نیست!

لزومی ندارد که شما صرفاً جهت تبلیغات از این رسانه استفاده کنید. در واقع بیشترین اثربخشی این رسانه در خدمات روابط عمومی خود را نشان می‌دهد. در ادامه به چند مورد اشاره می‌کنیم:

۱. تبریکات مناسبی

مناسبت‌هایی که برای همه اهمیت دارند فرصت بسیار مناسبی برای معرفی و شناسایی کسب و کار شما برای مخاطب است. برای مثال عید نوروز در میان ایرانیان سراسر دنیا یک عید خوش یمن و مهم به حساب می‌آید. چه بهتر که اولین کسی که عید را بصورت صوتی به مشتری‌ای تبریک می‌گوید، کسب و کار شما باشد. با این کار به مخاطب این پیام را مخابره می‌کنید که شما بیشتر از این‌ها برای ما اهمیت دارید.

۲. اطلاع‌رسانی در مورد یک تغییر یا یک موضوع مهم

دوستی می‌گفت: "هر بار که به دندانپزشکی مراجعه می‌کنم و کار روی دندانم تمام می‌شود، یک حس خوبی از دندانپزشکی مورد علاقه‌ام در خاطرم باقی می‌ماند. فردای آن روز یک پیام صوتی ضبط



شده با من تماس می‌گیرد و تمام ملاحظات من که در صورت وجود علائمی از درد یا موارد دیگر نیاز باشد انجام دهم را به من یادآور می‌شود. فکر می‌کنم غیر از اینکه حس وفاداری را در من زنده می‌کند، برای سایر مخاطبان این مجموعه که سالمندان را نیز شامل می‌شود، نقش حیاتی خواهد داشت. " این یعنی یک تبلیغات صوتی موفق!

۳. دعوت به یک مراسم

درست است که دعوت به یک مراسم باید با احترام و تک به تک انجام شود و گاهی ممکن است پیامک را نخوانند. حالا اگر تعداد مهمانان بیشتر از آن باشد که بتوان با تک تک آنها تماس گرفت چه؟ در یکی از مراسم‌ها که به مناسبت جشن سالیانه یک مجموعه بر پا شده بود برای اینکه مطمئن شوند مهمانان همگی در جریان مراسم هستند از یک پیام صوتی برای دعوت استفاده شد که نتیجه آن عالی بود.

حتماً مثال‌های بیشتری از کاربرد تبلیغات صوتی در ذهن شما وجود دارد که بد نیست با ما هم در میان بگذارید. خوشحال می‌شویم نظرات شما را در انتهای این مقاله بخوانیم.



اما حساس‌ترین کاربرد تبلیغات صوتی همان تبلیغاتی است که به واسطه اینکه شما فرصت تماس با مخاطب را دارید، حالا می‌بایست از این فرصت بهترین استفاده را ببرید. ما در راه‌مدیران با توجه به اهمیت اثرگذاری کلمات در مکالمه تلفنی روی مخاطب شما به این موضوع بیش از هر چیزی اهمیت می‌دهیم. اما بد نیست نگاهی به مزیت‌های تبلیغات صوتی بیاندازیم. ابزاری که ممکن است شما را یک قدم از رقبا جلوتر قرار دهد.

مزایای تبلیغات صوتی

۱. ارزان‌تر از تبلیغات رسانه‌ای صوتی دیگر

قطعاً تبلیغات صوتی ارزان‌ترین نوع تبلیغ از نوع رسانه صوتی است. اگر قرار باشد شما در رادیو تبلیغ کنید آنوقت این حرف را خواهید



پذیرفت.

۲. لیست سیاهی وجود ندارد

اگر قرار باشد تا صدایتان را از طریق پیامک متنی به مخاطبان برسانید به احتمال خیلی زیاد درگیر **لیست سیاه** تبلیغات خواهید شد و این در حالی است که هیچ لیست سیاهی برای تبلیغات صوتی وجود ندارد.

۳. ارتباط نزدیک‌تر

اولین ارتباط صمیمی که با مخاطب خود برقرار می‌کنید می‌تواند همین راه باشد. مخاطب پیامک متنی را شاید نخواند و یا متوجه لحن شما نشود. در تبلیغات صوتی شما می‌توانید با لحن و لهجه خودتان حرف دل‌تان را به مشتری بزنید.

روش‌های ارسال پیامک یا تبلیغات صوتی

شما ممکن است برای یک منظور خاصی مجبور به ارسال انبوه تبلیغات صوتی شوید. در این روش با **مشاوره از همکاران ما در راه مدیران** می‌توانید نسبت به ارسال درست تبلیغات صوتی اقدام فرمایید. ولی اگر قرار باشد که پیام صوتی شما بصورت تکی ارسال شود باید روش آسان‌تری را در نظر بگیرید. در مواردی که باید پیام



شما در زمان مقرر و خاصی به دست مخاطب برسد می‌بایست آن را زمان‌بندی کنید. در نوع دیگری از روش‌های ارسال، شما می‌توانید با وب سرویس‌هایی که موجود است، ارسال پیامک صوتی خود را مشروط کنید و در شرایط خاصی پیام مناسب را به مخاطب مخابره نمایید.



پس به‌صورت کلی چهار روش برای ارسال پیامک صوتی وجود دارد:

- ارسال تکی
- ارسال انبوه
- ارسال زمان‌دار
- ارسال از طریق وب سرویس



در تبلیغات صوتی چه بگوییم؟

رسیدیم به مهمترین قسمت که همان ضبط صدای شماست. اینجا همان جایی است که باید دقت بالایی به خرج دهیم و مراقب تک تک کلمات باشیم. زمان تاثیرگذاری شما بر روی مخاطب در حد چند ثانیه است. پس برای این موضوع چند راهنمایی ما را بپذیرید و متن پیامک صوتی خود را آماده کنید. قبل از آن در چند فایل صوتی آزمایشی لحن خود را بررسی کنید. اگر ممکن است بعد از ضبط صدا برای نظرسنجی به پنج نفر از دوستان خود ارسال کرده تا نتیجه بهتری بگیرید.

مخاطب را شگفت‌زده کنید

در ابتدای فایل صوتی باید سعی کنید که مخاطب خود را حسابی تکان دهید. یک صدای یکنواخت و آرام یا صدایی که کلمات آن از آن‌سوی گوشی قابل تشخیص نباشند، کسی را تکان نخواهد داد. اگر کل متن فایل را به سه قسمت مساوی تقسیم کنیم شما فقط یک سوم از زمان آن را فرصت دارید که به مخاطب خود دلیل تماس را توضیح دهید. اگر مخاطب احساس کند که تماس به او مربوط نمی‌شود ممکن است ارتباط را خاتمه دهد.

در مثال دندانپزشکی که در بالا اشاره کردیم، فقط کافی است مخاطب بداند که این تماس از طرف جایی است که دیروز رفته و



ممکن است نکته مهمی را در برداشته باشد. در این نوع خاص خیلی سخت نیست که حرف خود را بزنید ولی در موارد دیگر هم باید به همین شفافیت باشد. یعنی مخاطب احساس کند که با موضوع مرتبط است. به علاوه موضوع آنقدر اهمیت دارد که دو سوم باقیمانده تماس را با شما بماند.

بخش یک سوم ابتدایی پیام شما نقش حیاتی دارد. پس از تمام آنچه ممکن است مخاطب را شوکه کند استفاده کنید. طوری که برای شنیدن بقیه پیام آماده شود. مثلاً یک خبر مهم را عنوان کنید یا بگویید که این فرصت دیگر تکرار نمی‌شود.

به مخاطب بگویید چرا و چگونه شما موثر هستید

در قسمت میانی پیام تبلیغات صوتی باید به مخاطب بگویید که چرا و چگونه بهترین راهکار دست شماست یا اینکه به چه دلیلی باید به شما اهمیت بدهد. برای مثال اگر در قسمت اول گفته باشیم که بازاریاب تلفن شوید و درآمد خود را چند برابر کنید، در قسمت دوم باید دلیلی بیاوریم که چرا با ما می‌توانند به درآمد بیشتری فکر کنند. باید مخاطب باور کند که شما برای اثرگذاری روی مشتری با استفاده از تکنیک‌های خاصی که قبلاً تجربه کرده‌اید این موضوع را هم انجام خواهید داد.



بگویید مخاطب چه کند

بعد از اینکه بخشی از مخاطبان شما پذیرفتند که با شما همراه بمانند، حالا برای ادامه کار به مخاطب اطلاع دهید که از چه طریقی کار را دنبال کنند. مثلاً برای شما پیامکی ارسال کنند یا تماسی بگیرند که اطلاعات بیشتری در اختیارشان قرار دهید.

تبلیغات صوتی روشی موثر به نسبت هزینه‌ای که انجام می‌دهید به حساب می‌آید. به شرطی که مراقب کلمات خود باشید. لطفاً برای مشاوره بیشتر با **راه‌مدیران تماس بگیرید** و در این بین، **کتاب تماس‌های میلیاردي** را مطالعه کنید که می‌تواند تکنیک‌های بسیاری خوبی در مورد تبلیغات صوتی به شما یاد بدهد.



پکیج طلایی کتاب تماس‌های
میلیاردي

[align="center" class="" width="" type="info"] این مطلب دارای
فایل مقاله صوتی و PDF در بخش عضویت الماسی است. بعد از



خرید اشتراک الماسی راه مدیران به ده ها مقاله صوتی و PDF دیگر
دسترسی خواهید داشت.[box/]

[""=box type="shadow" align="aligncenter" class="" width]

لطفا برای دسترسی به این بخش از محتوا، ابتدا عضویت الماسی
خود را تکمیل نمایید.

خرید عضویت الماسی

[box/]