تبریک سال نو میلادی، بیشتر از نوروز در ذهن مشتری می‌ماند

تکنیک «ضدِ جریان»: چرا تبریک سال نو میلادی، بیشتر از نوروز در ذهن مشتری می‌ماند؟

تبریک سال نو میلادی: فریاد زدن در استادیوم آزادی یا نجوا کردن در کتابخانه؟

تصور کنید در لحظه تحویل سال نو شمسی (نوروز) هستید. تلفن همراه شما منفجر می‌شود! صدها پیامک تبلیغاتی، ده‌ها ایمیل تبریک سازمانی و انبوهی از پیام‌های واتساپ که اکثر آن‌ها کپی‌پیست شده‌اند. در این هیاهو، آیا شما پیام تبریک بیمه خود یا

تأمین‌کننده مواد اولیه‌تان را به خاطر می‌سپارید؟ پاسخ احتمالاً خیر است. پیام آن‌ها در «نویز» (Noise) گم می‌شود. حالا بیایید به اوایل ژانویه (دی ماه) برویم. تقویم کاری ایران عادی است، خبری از تعطیلات نیست و صندوق پیام مشتریان شما خلوت است. دقیقاً در همین سکوت، شما یک کارت تبریک فیزیکی شیک یا یک پیام صوتی اختصاصی به مناسبت «سال نو میلادی» ارسال می‌کنید. این همان استراتژی «ضدِ جریان» است. در بازاریابی و فروش، دیده شدن در زمانی که همه ساکت هستند، بسیار آسان‌تر و ارزان‌تر از زمانی است که همه فریاد می‌زنند. این مقاله به شما می‌گوید چرا و چگونه باید از این فرصت طلایی استفاده کنید.

تبریک سال نو میلادی

۱. قانون تمایز: «گاو بنفش» باشید

«وقتی همه به راست می‌پیچند، شما به چپ بپیچید» مغز انسان طوری طراحی شده که «الگوهای تکراری» را نادیده می‌گیرد و روی «تفاوت‌ها» متمرکز می‌شود. ست گودین در کتاب «گاو بنفش» می‌گوید: برای دیده شدن باید متمایز باشید. در بازار ایران، تبریک نوروز یک «وظیفه» و یک «عادت» است. اما تبریک سال نو میلادی، یک «انتخاب هوشمندانه» است. وقتی شما سال نو میلادی را تبریک می‌گویید، پیامی فراتر از یک تبریک ساده می‌فرستید. پیام زیرمتن شما این است: «ما متفاوت فکر می‌کنیم. ما برندی هستیم که نگاه جهانی داریم و برای جزئیات ارزش قائلیم.» این تمایز باعث می‌شود نام برند شما در حافظه کوتاه‌مدت مشتری هک شود، دقیقا در زمانی که رقبا در خواب زمستانی هستند.

۲. جایگاه‌سازی برند (Brand Positioning): کلاس جهانی برای کسب‌وکار محلی

حتی اگر شما صادرات ندارید و ۱۰۰٪ مشتریان شما در داخل ایران هستند، تبریک سال نو میلادی «کلاس کاری» برند شما را ارتقا می‌دهد. این کار به صورت ناخودآگاه، تصویر برند شما را از یک کسب‌وکار سنتی و بازاری، به یک سازمان مدرن، به‌روز و همگام با تحولات جهانی تغییر می‌دهد. مشتریان (به‌ویژه در حوزه B۲B و خدمات لوکس) دوست دارند با تأمین‌کنندگانی کار کنند که «بوی

کهنگی» ندهند. تبریک سال نو میلادی، سیگنالی از «پیشرو بودن» است. شما با این کار به مشتری می‌گویید: «ما همگام با تقویم جهانی حرکت می‌کنیم و استانداردهای ما بین‌المللی است.»

۳. فرصت طلایی برای «بهانه‌ی تماس» (Touchpoint)

«رابطه را گرم کنید، قبل از اینکه یخ بزند» در فروش، بزرگترین چالش پیدا کردن بهانه‌ای برای تماس با مشتری قدیمی است که بوی «فروش» ندهد. اگر وسط دی ماه زنگ بزنید و بگویید «محصول جدید داریم»، مشتری گارد می‌گیرد. اما اگر یک کارت پستال دیجیتال زیبا بفرستید یا تماس بگیرید و بگویید: «سال ۲۰۲۵ میلادی آغاز شده و امیدواریم امسال سالی پر از توسعه برای کسب‌وکارتان باشد»، گارد مشتری باز می‌شود. این یک تماس «نرم» (Soft Call) است. شما چیزی نمی‌فروشید، فقط حضور خود را یادآوری می‌کنید. همین یادآوری باعث می‌شود وقتی مشتری دو هفته بعد به محصول شما نیاز پیدا کرد، اولین گزینه‌ای باشید که به ذهنش می‌رسد.

۴. چگونه اجرا کنیم؟ (از کلیشه دوری کنید)

برای اینکه استراتژی ضد جریان شما نتیجه معکوس ندهد و

مصنوعی به نظر نرسد، باید هوشمندانه عمل کنید:

- **تبریک خشک و خالی نفرستید:** به جای یک عکس اینترنتی از درخت کریسمس، پیامی مرتبط با کسب‌وکار بنویسید. مثلاً: «آغاز سال ۲۰۲۵، فرصتی نو برای توسعه بازارهای جدید. امیدواریم امسال، سال جهانی شدن کسب‌وکار شما باشد.»
- **هدیه کوچک اما معنادار:** به جای سررسیدهای گران‌قیمت نوروزی، یک تقویم رومیزی میلادی کوچک و مینیمال بفرستید. بسیاری از مدیران برای تنظیم جلسات با شرکای خارجی یا پیگیری روندهای بازار (مثل ارز دیجیتال یا واردات) به تقویم میلادی نیاز دارند و تقویم شما تمام سال روی میز آن‌ها خواهد ماند.
- **زمان‌بندی دقیق:** دقیقاً در روز اول یا دوم ژانویه پیام دهید. تأخیر در این مورد، نشانه بی‌نظمی است.

نتیجه‌گیری: سکوت بازار را بشکنید

بازاریابی یعنی شکار فرصت‌ها در جاهایی که دیگران نمی‌بینند. در حالی که رقبای شما منتظرند تا بودجه خود را برای تبلیغات گران‌قیمت و کم‌اثر شب عید نوروز خرج کنند، شما می‌توانید با هزینه‌ای اندک در ژانویه، قلب و ذهن مشتری را تسخیر کنید. امسال، جریان را شنا نکنید؛ جریان‌ساز باشید.

برای یادگیری عمیق اصول متقاعدسازی بر پایه مدل‌های کلاسیک،

می‌توانید مقاله هنر متقاعدسازی را مطالعه کنید.

همچنین، برای تبدیل شدن به یک استاد در اصول متقاعدسازی، می‌توانید با سری جدید دانشجویان ما در کارگاه متقاعدسازی پیشرفته همراه شوید.

برای دریافت نکات روزانه و هر تکنیک فروش تلفنی جدید، شبکه اجتماعی استاد بهزاد استقامت را دنبال کنید.