راه‌مدیـــران
بازاریـابی‌وفروش‌تلفنـی

بازاریابی و فروش تلفنی مفاهیم ۲۰۲۱ و راهکارهای افزایش فروش

بازاریابی و فروش تلفنی

آموزش رایگان بازاریابی و فروش تلفنی مفاهیم و راهکار های بازاریابی تلفنی

تعاریف

چرا ما باید تعاریف را بدانیم؟

دانستن تعاریف به ما کمک می‌کند که بدانیم یک موضوع از ما چه انتظاراتی دارد. اگر ما به‌درستی تعریفی از ماشین ظرف‌شویی داشته باشیم، می‌دانیم که این وسیله‌ای برای شستشوی ظروف است و نباید از آن برای نگهداری مواد غذایی استفاده کرد.

بنابراین در ابتدای مقالات سایت به‌طور مختصر و مفید تعاریفی را باهم مرور می‌کنیم.

تعریف بازاریابی

بازاریابی تعاریف زیادی دارد و در طی سال‌ها تغییرات زیادی داشته است. ما در این مقاله تعریف بازاریابی ازنظر آقای **فیلیپ کاتلر** که کتـاب مـدیریت بازاریـابی او یـک منبـع و مرجـع معتـبر جهـانی بـرای آموزش بازاریابی است می‌پردازیم.

آموزش رایگان بازاریابی و فروش تلفنی مفاهیم و راهکار های بازاریابی تلفنی

بازاریابی، دانش و هنر کشف خلق و ارائه ارزش باهدف تأمین نیازهای یک بازار هدف، هم‌زمان با کسب سود است.

بازاریـابی، نیازها و خواسته‌های تأمیـن نشـده را تشخیـص می‌دهـد، بـازارِ آن‌هـا را تعریـف کـرده، حجـم ایـن بـازار را انـدازه‌گیری و سـود بالقوه‌اش را برآورد می‌کند. مشخص می‌کند که کدام بخش از بازار را می‌تواند بهتر تأمین کند و سپس محصولات و خدمات مناسب را طراحی و ترویج می‌کند.

تعریف بازاریابی مستقیم یا Direct Marketing

این اصطلاح اشاره به فن دارد که سازمان از طریق آن به‌صورت مستقیم با مشتری خویش ارتباط برقرار می‌نمایند، نظیر: نامه، ایمیل، اس.ام.اس، پوستر و پست و سایر ابزارهای ترویجی. به عبارتی بازاریابی تولید به مصرف که در آن واسطه‌ای وجود ندارد. یکی از انواع بازاریابی است که در آن، فرایندهای مربوط به بازاریابی و ارتباط با مشتریان، به‌جای اینکه به‌صورت انبوه انجام شود، صرفاً برای مشتریان بالقوه یا بالفعل که هویت و تعداد و مشخصات آن‌ها تا حد زیادی مشخص است، طراحی و اجرا می‌شود.

مثلاً وقتی شما برای یک همایش از طریق اس ام اس به مدیران شرکت‌ها یا بازاریابان و فروشندگان تلفنی پیام ارسال می‌کنید. یا وقتی از طریق ارسال ایمیل جهت معرفی یک کتاب به دانشجویان و علاقه‌مندان حوزه‌ای خاص اقدام می‌کنید. یا از طریق تلفن با تمام کسانی که ماشین ظرف‌شویی خریده‌اند تماس می‌گیرید تا پور ماشین ظرف‌شویی به آن‌ها بفروشید. حتی تماس تلفنی برای نظرسنجی راجع یک محصول یا یک همایش هم می‌تواند نوعی بازاریابی محسوب شود.

تعریف بازاریابی و فروش تلفنی (Telesales & Telemarketing)

به‌طورکلی هر نوع استفاده از ارتباط تلفنی برای اجرای بخشی از فرایندهای بازاریابی، بازاریابی تلفنی نامیده می‌شود و درنهایت وقتی به فروش کالا یا خدمات ختم شود فروش تلفنی انجام‌شده است. بنابراین، فعالیت‌های زیر هم نمونه‌هایی از بازاریابی تلفنی به‌حساب می‌آیند:

- معرفی و فروش محصول یا خدمات از طریق بازاریابی و فروش تلفنی
- تماس با افرادی که قبلاً اطلاعات خود را به‌عنوان علاقه‌مند به محصول یا خدمات شما در سازمان شما ثبت کرده‌اند.
- استفاده از تماس تلفنی غیرمنتظره برای راضی نگه‌داشتن مشتریان (Happy Call)
- نظرسنجی مشتریان از طریق تماس تلفنی
- تکمیل و به‌روزرسانی لیست مشتریان
- فروش محصول یا خدمات

یکـی از روش‌هـای بازاریـابی مسـتقیم کـه در آن بـا مشـتری بـالقوه یـا کسانی که ممکن است مشتری بالقوه باشند تماس گرفته می‌شود و از ایـن طریـق تلاش می‌شـود کـه آن‌هـا را بـه خریـد یـا اسـتفاده از محصولات یا خدمات یک شرکت ترغیب کنند و ارتباط ایجاد کنند و درنهایت گرفتن وقت ملاقات حضوری و فروش محصول. مشتری می‌تواند یک مصرف‌کننده‌ی نهایی یا یک کسب‌وکار باشد. این نوع بازاریابی تقریباً کمی پس از اختراع تلفن آغازشده و هنوز هم ادامه دارد. بعضی معتقد بودند با گسترش فناوری اطلاعات و رواج یافتن ابزارهای جدید ارتباطی، مثل شبکه‌های اجتماعی و اپلیکیشن ها، فـروش تلفنـی از بیـن بـرود. امـا جـالب اسـت بدانیـد کـه یکـی از اصلی‌ترین محصولاتی که با استفاده از تکنیک‌های فروش تلفنی عرضه می‌شوند، همین زیرساخت‌های ارتباطی اینترنتی هستند.

تماس با مشتری، ترغیب مشتری، ایجاد ارتباط با مشتری، گرفتن وقت ملاقات حضوری، فروش محصول

این‌طور که از شواهد امر مشخص است، به نظر نمی‌رسد در آینده‌ی نزدیـک، تلفـن از سـبد ابزارهـای ارتبـاطی کسـب‌وکارها حـذف شود، همچنین هنوز حجم قابل‌توجهی از فروش و بازاریابی در سطح

جهان، به‌وسیله‌ی تماس‌های تلفنی انجام می‌شود. متأسفانه در کشور ما به‌صورت حرفه‌ای از این دانش استفاده نمی‌شود و هنوز رنگ و بوی تماس‌های سنتی و قدیمی در آن دیده می‌شود. امروزه تماس‌های تلفنی یا با استفاده از نیروی انسانی انجام می‌شود یا از طریق سیستم‌های تماس اتوماتیک یا Robocall.

حدود سال‌های ۸۱-۸۲ من خودم از این سیستم استفاده می‌کردم. یک دستگاه کامپیوتر با دوتا مودم. یکی برای تماس گرفتن اتوماتیک و دیگری برای دریافت تماس از بیرون سازمان. یک نرم‌افزار هم‌روی کامپیوتر نصب‌شده بود که هم حکم منشی تلفنی و دستگاه سانترال را بازی می‌کرد و هم حکم بازاریاب تلفنی. این نرم‌افزار طوری تنظیم و برنامه‌ریزی‌شده بود که با یک لیست به‌صورت خودکار تماس می‌گرفت، و با پرسیدن سؤالاتی از مشتری و با فشردن کلیدهای مختلف روی تلفن خود به مراحل دیگری هدایت می‌شدند. درنهایت می‌توانستند برای کسب اطلاعات بیشتر یا نهایی کردن خرید با فشردن یک کلید به واحد فروش شرکت متصل شوند.

نکته جالب اینجاست که در کشور ما شرکت‌های ارائه‌دهنده اینترنت، بیشترین نوع ارتباط خود را از طریق تلفن با مشتریان خوددارند. لذا با مقایسه مهارت‌های ارتباطی تلفنی کارکنان این سازمان‌ها، می‌توان میزان رشد کسب‌وکار آن‌ها را پیش‌بینی کرد.

نکته این جاست که هر روز استفاده از مهارت‌های بازاریابی‌وفروش

تلفنی بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرد و باید آن را هر چه سریع‌تر آموخت.

آموزش رایگان بازاریابی و فروش تلفنی مفاهیم و راهکار های بازاریابی تلفنی

آموزش بازاریابی و فروش

بسیاری از مشاغل از بازاریابی تلفنی به عنوان یک وسیله برای ایجاد فروش و همچنین تبلیغات و انجام دیگر فعالیت‌های بازاریابی برای ایجاد ارتباط و تعامل با مشتریان خود از طریق تماس تلفنی استفاده

می‌کنند.

در زمان‌های گذشته بازاریابی تلفنی فقط به منظور معرفی نمودن و فروش محصولات موجود بوده است. اما امروزه با تماس‌هایی که حاصل می‌شود بازاریابی‌ها معمولا بصورت کنفرانس‌های ویدیویی به منظور ایجاد یک جلسه تعاملی زیاد بین فرد بازاریاب و مشتری انجام می‌شود. مقاله ا

تعریفی جامع از بازاریابی :

ایجاد نمودن فرآیندی در کسب و کارهای مختلف برای خدمات یا محصولات که باعث ایجاد علاقه در مشتریان می‌شود.

در بازاریابی به طور معمول روش‌هایی را ایجاد می‌کنند که ارتباطات تجاری، تکنیک‌های فروش و همچنین توسعه کسب و کارها را در بر می‌گیرند. بازاریابی یک فرآیند کلی و یکپارچه است که باعث ایجاد روابط قوی بین مشتری‌ها و شرکت‌ها شده و همچنین باعث ایجاد ارزش بین مشتریان و فروشنده‌ها می‌شود.

بازاریابی تلفنی چیست و چرا هنوز در دنیای دیجیتال مهم است؟

همانطور که در بالا اشاره نمودیم بازاریابی تلفنی یک فرآیند جهت

معرفی و فروش محصولات و خدمات است.

امروزه مردم علاقه چندانی به دریافت نمودن این گونه از تماس‌ها برای معرفی محصولات و خدمات ندارند و در بسیاری از موارد این گونه از تماس‌ها را مسدود می‌کنند. مردم به راحتی می‌توانند خریدهای خود را از طریق اینترنت انجام دهند و این باعث می‌شود که فرضیه بازاریابی در کل نادیده گرفته شود.

امروزه بازاریابی با پیشرفتی که در علم و صنعت رخ داده است به مراتب از شکل سنتی آن فاصله گرفته است. با فاصله گرفتن از شکل سنتی بازاریابی، بازاریابی به شکل دیجیتال درآمده است و با استفاده از رسانه‌های اجتماعی از راه دور بازاریابی بین فروشنده و مشتری‌ها صورت می‌گیرد.

چرا از بازاریابی تلفنی استفاده می‌شود؟

بازاریابی تلفنی به عنوان یک تاکتیک مستقل یا در ترکیب با سایر استراتژی‌های بازاریابی برای کمک به سازمان‌ها در دستیابی به هدف فروش خود استفاده می‌شود. این نوع از بازاریابی نه تنها برای ارائه محصولات و خدمات به مشتریان بلکه به عنوان کمپین‌های تبلیغاتی ، فروش B۲B و تبلیغات رویدادی استفاده می‌شود.

برخی موارد استفاده از بازاریابی تلفنی:

۱- فروش:

در وهله اول از بازاریابی برای فروش محصولات استفاده می‌شود و فروشنده تلاش می‌کند تا رضایت مشتریان را به خود جلب نماید که جلب رضایت مشتری در کسب و کار بسیار مهم است. در طی این جلب اطمینان از سمت مشتری، فروشنده به مشتری اطمینان می‌دهد که محصول و خدمات ارائه شده باعث رضایت آن‌ها خواهد بود.

۲- انجام نظرسنجی‌ها و گردآوری اطلاعات:

بازاریابی تلفنی می‌تواند ابزاری کارآمد در تجزیه و تحلیل موفقیت هر کمپین بازاریابی یا فروش باشد. بازاریابان تلفنی برای جمع آوری نظرات و اندازه گیری میزان رضایت یا عدم رضایت با مشتریان در تماس هستند و آن را برای تجزیه و تحلیل به تیم بازاریابی منتقل می‌کنند.

۳- بهبود تجربه مشتری:

ارتباط داشتن با مشتریان قبلی و غیر فعال می‌تواند بیش از کسب مشتریان جدید مقرون به صرفه باشد. مطالعات نشان داده‌اند که برای به دست آوردن یک مشتری جدید پنج برابر بیشتر از مشتریان قبلی باید هزینه کرد.

در بازاریـابی تلفنـی می‌تواننـد بـه طـور کامـل بـه اطمینـان از تجربـه رضایت‌بخش مشتری کمک کنند. با مشتریان احتمالی و فعلی باید ماننـد آشنایـان رفتـار شونـد زیـرا ایـن بـاعث ایجـاد صـمیمیت بیـن فروشنده و مشتری می‌گردد و به مراتب تجربه مشتری بهبود پیدا می‌کند.

آموزش رایگان بازاریابی و فروش تلفنی مفاهیم و راهکار های بازاریابی تلفنی

چگونه می توان از برنامه بازاریابی تلفنی خود بیشترین بهره را برد؟

بازاریابی تلفنی یکی از ابزارهای بسیار قدرتمند و موثر برای فروش محصولات و ارائه خدمات است. هر کدام از مشاغل می‌تواند از این فرآیند بازاریابی برای فروش و ارائه خدمات می‌توانند استفاده کنند. برای اینکه بتوانید از برنامه بازاریابی بیشترین بهره را ببرید علاوه برداشتن تعداد نفرات زیاد باید لیست مناسب و همچنین یک فراخوانی مناسب در زمینه بازاریابی داشته باشند.

نکته مهمی که باید به آن توجه کرد این است که هر شرکتی باید به تیم فروش خود یاد دهد که در کنار پیروی نمودن از فراخوان های موجود باید از خلاقیت و فکر خود در زمینه بازاریابی به نحو احسن استفاده نمایند.

قوانین موثر برای بازاریابی تلفنی

۱- حالتی آرام و طبیعی داشتن:

بهترین راه برای اینکه مشتری به صحبت‌های شما گوش فرا دهد صحبت با آنها با حالتی کاملا با آرامش است. نمایندگان فروش باید هر تماسی را با مقدمه‌ای دوستانه و با لحنی آرام شروع کنند. وقتی نمایندگان فروش علاقه زیادی از خود نشان دهند و با حالتی آرام و طبیعی با مشتریان برخود کنند در این صورت نیز مشتریان با علاقه

بـه مطـالب گفتـه شـده گـوش فـرا خواهنـد داد و از محصـولات و خدمات شما خرید خواهند کرد.

۲- از قبل برنامه ریزی کردن:

نمایندگان فروش باید برای همه شرایط مختلفی که ممکن است در هنگام تماس ایجاد شود آماده باشند. مثلا اگر نتوانند به هدف خود برسند و فقط قادر به صحبت با مسئول پذیرش باشند ، چه خواهید کرد؟ اگر مشتری شما می‌خواهد بلافاصله تلفن را قطع کند چه می‌کنید؟ و مواردی از این قبیل می‌تواند اتفاق بیفتد.

به همین خاطرباید از قبل برنامه ریزی دقیق از جمله تهیه یک متن قوی و پاسخ به سوالات احتمالی داشته باشید. قبل از برقراری تماس، همچنین اطمینان حاصل کنید که برای شروع تماس با مشتری‌ها کاملا آماده هستید.

۳- پرسیدن سوالات موثر:

یکی از راه‌های موثر برای ایجاد علاقه در مشتریان، پرسیدن سوالات خوب است. به عنوان مثال ممکن است بپرسید در محصولات و خدمات ما چه نقاط قوت یا ضعفی را مشاهده کرده‌اید یا بزرگترین چالش شما در مورد محصولات و خدمات ما در حال حاضر چیست؟

پرسیدن سوالات به این صورت باعث می‌شود که مکالمه شما برای

مشتریان خسته کننده نباشد. علاوه بر این ، چنین تبادلاتی بین شما و مشتریان نشان دهنده ارزش و کیفیت محصولات و خدمات شما است.

۴- صداقت داشتن:

تنها در صورتی که ادعاهای شما در مورد کالاها و خدمات ارائه شده کاملا صادقانه باشد، در این صورت باعث ایجاد اعتماد نسبت به برند شما خواهد بود. استفاده از زبان صریح و صحیح ، مانند توضیح قیمت واضح و پرهیز از مخفی کردن هزینه‌های اضافی یا اظهارات غلط در مورد کالاها و خدمات، کاملاً ضروری است. اطمینان حاصل کنید که محصولات و خدمات را دقیقاً همانگونه که هستند توصیف می‌کنید تا از سردرگمی جلوگیری کرده و اعتماد مشتریان بالقوه خود را جلب کنید.

۵- مقاوم بودن:

در بازاریابی تلفنی بهتر است که منعطف بوده و مقاومت داشته باشید. نکته مهم در بازاریابی تمرکز کردن بر روی اهداف کلی و داشتن استراتژی‌های مناسب برای شرایط دشوار است. ممکن است در برخی موارد که با مشتریان خود ارتباط برقرار می‌کنید آن‌ها پاسخ مناسبی به شما نمی‌دهند یا ممکن است در برخی موارد با خشونت از سمت مشتری مواجه شوید پس بهتر است که صبور باشید.

در برخی موارد علت چنین برخوردی ممکن است زمان نامناسب تماس شما باشد بهتر است در این مواقع در زمان دیگری با این مشتریان صحبت کنید و در رسیدن به اهداف بازاریابی مقاومتر باشید.

۶- نسبت به برخی از استراتژی‌های بازاریابی تجدید نظر داشته باشید:

در بعضی مواقع بهتر است که از کار خود عقب نشینی کنید و به فکر این باشید که چگونه می‌توانید در کار خود تحولات لازم را به وجود آورید. بهتر است که با همکاران و سرپرستان بخش خود در مورد کار بازاریابی و اینکه چگونه می‌توان به نتیجه مطلوب رسید مشورت کنید. در برخی از استراتژی‌ها تجدید نظر کنید تا بتوانید از این راه به نتیجه دلخواه خود دست پیدا کنید.

آموزش رایگان بازاریابی و فروش تلفنی مفاهیم و راهکار های بازاریابی تلفنی

بهترین روش‌های فروش تلفنی که می‌تواند برای همیشه تجارت شما را تغییر دهد:

۱- سعی کنید هر جمله خود را با یک سوال به اتمام برسانید

با انجام این کار می‌توانید به راحتی مکالمه را کنترل‌کنید. کنترل داشتن بر روی مکالمه‌ای که با مشتری انجام می‌دهید بسیار مهم

است چون در غیر این صورت، شما به هیچ عنوان نمی‌توانید به هدف خود که فروش محصولات و ارائه خدمات است دست پیدا کنید.

در پایان هر جمله‌ای می‌توانید از سوال استفاده کنید این گونه شما می‌توانید مکالمه را کنترل کنید در غیر این صورت اگر اجازه سوال پرسیدن را به مشتری بدهید در این صورت کنترل مکالمه از دست شما خارج می‌شود و مشتری مکالمه را کنترل و هدایت می‌کند.

-با سوال پرسیدن‌های شما در پایان هر جمله این امکان را فراهم می کنید که مشتریان نسبت به اینکه به محصول و خدمات شما احتیاج دارند اعتراف کنند و شما بتوانید به هدف خود که فروش محصولات است دست پیدا کنید.

۲- به مشتریان خود این اجازه را بدهید که تصمیم گیرنده باشند:

در تماس‌های بازاریابی به گونه‌ای با مشتریان صحبت کنید که به -راحتی بتوانند تصمیم گیرنده باشند. سعی کنید در ابتدای مکالمه آن ها را آزاد بگذارید تا بدون هیچ گونه فشار یا اجباری در مورد محصول و خدماتی که ارائه می‌دهید نظر خود را ارائه داده و تصیم نهایی را نسبت به خرید یا عدم خرید کالای شما بگیرند. این روش یک ترفند است برای تماس‌های بعدی که می‌توانید با این مشتری برای معرفی دیگر محصولات داشته باشید.

آموزش رایگان بازاریابی و فروش تلفنی مفاهیم و راهکار های بازاریابی تلفنی

اهداف بازاریابی و فروش تلفنی

همانطور که در مطالب بالا اشاره کردیم برنامه‌های بازاریابی طبق اهداف پایه شرکت تهیه می‌شوند این اهداف از مهم‌ترین موارد کسب و کار شما به حساب می‌آید. در زیر به برخی از اهداف بازاریابی اشاره خواهیم کرد:

۱- افزایش دادن میزان فروش:

اهداف همه‌ی بازاریاب‌های شرکت‌ها به طور معمول افزایش دادن میزان فروش است. افزایش دادن میزان فروش یک چالش بسیار

بـزرگ بـرای مـدیران بازاریـابی اسـت کـه دارای چرخـه فـروش بسـیار طولانی هستند. این یکی از مهم‌ترین اهداف بازاریابی است که همه تلاش‌ها صرفا برای افزایش دادن میزان این مورد بکار می‌رود.

۲- افزایش دادن تعداد مشتریان:

اگر به دنبال این هستید که بدانید کار شما تا چه اندازه برای رسیدن به اهداف بازاریابی ثمر بخش بوده است یا نه بهتر است که به دنبال افزایش دادن تعداد مشتریان راغب باشید. مشتریان راغب مشتریانی هستند که تمایل بسیاری به خرید نمودن و استفاده از محصولات شما را دارند.

۳- جذب نمودن مشتریان جدید:

جذب کردن مشتری‌های جدید از جمله اهداف بسیار مهم برای هر نوع کسب و کاری است. در ظاهر این روش یکی از ساده‌ترین راه‌ها برای کسب درآمد در شرکت‌ها است ولی باید عرض کرد که این روش یکی از سخت‌ترین موارد در کسب درآمد است.

۴- حفظ کردن مشتریان:

یکی از بهترین روش‌های اندازه گیری موفقیت در اهداف بازاریابی بلند مدت، تعیین کردن تعداد مشتری‌های باقی مانده یا تعداد مشتریان از دست رفته است. به عنوان مثال ۹۰ درصد از مشترین را

حفظ نموده و ۱۰ درصد از مشتریان را از دست داده‌ایم در کل دنیا از مدل توزیع SaaS برای این سرشماری استفاده می‌کنند.

۵- استفاده کردن از تکنیک‌های فروش حرفه‌ای در بازاریابی:

اگر شرکت شما در حال حاضر همان مشتریان قبلی را دارا است بهترین روش برای سود و فروش بیشتر، فروش محصولات قبلی یا جدید به همین مشتریان است. مهارت انجام دادن این کار بستگی به بازاریاب و فروشنده شرکت شما دارد که چقدر در این کار دارای مهارت باشد.

۶- افزایش دادن سطح آگاهی:

وقتی گفته می‌شود که سطح آگاهی را در زمینه بازاریابی افزایش دهید تا باعث بهبود پیدا کردن اهداف بازاریابی شود ممکن است از نظر شما اندازه گیری کردن افزایش سطح آگاهی بسیار آسان باشد در حالی که این گونه نیست و بسیار چالش برانگیز است.

اگر هدف شما اندازه گیری کردن سطح آگاهی است، به مراتب شما باید از یک شاخص نتیجه‌ای برای این اندازه گیری استفاده کنید. به عنوان مثال شما می‌توانید از روی تعداد مشتریانی که از بازاریابی درونگرا به دست آورده‌اید یا از روی ترافیکی که بر روی وب سایت است این اندازه گیری را انجام دهید.

۷- تلاش بر افزایش دادن میزان رضایت مشتری:

یکی از اهداف بازاریابان افزایش دادن میزان رضایت مشتریان است به خصوص زمانی که تیم بازاریابی هرگونه مسئولیتی در زمینه تولید را بر عهده داشته باشد. متداول‌ترین روش در اندازه گیری میزان -رضایت مشتریان استفاده از نمره NPS است. این نمره به راحتی می تواند میزان وفاداری بین مشتریان و شرکت‌ها را بسنجد.

۸- ارائه کردن یک محصول جدید یا یک راهکار جدید:

ارائه دادن راه حل‌های تازه به بازار می‌تواند به کسب و کار شما کمک بسیاری کند. در برخی از شرکت‌ها تیم بازاریابی بطور معمول مسئولیت راه اندازی و معرفی کردن این راه حل‌ها را دارد. با ارائه دادن این راه حل‌ها در زمینه بازاریابی به بازار درواقع به فروش محصولات خود کمک می‌کنید.

به این گونه که شما می‌توانید برای اینکه این راهکار جدید را به بازار معرفی کنید در ابتدای کار این راهکار را بر روی محصولات جدید خود که آماده فروش هستند پیاده کنید. با این کار هم محصولات جدید خود را و هم راهکار جدید را به بازار ارائه داده‌اید و این باعث جلب توجه خیلی از مشتریان به سمت محصولات شما می‌شود.

بازاریابی اینترنتی یا مجازی و فروش تلفنی

بازاریابی اینترنتی یا مجازی یکی دیگر از بازاریابی‌ها است که به مراتب از طریق صفحات مجازی نسبت به بازاریابی و جمع کردن مشتری اقدام می‌کنند. از بازاریابی اینترنتی هر نوع کسب و کاری می تواند استفاده کند چه این کسب و کارها کوچک باشند و چه بزرگ باشند. استفاده از شبکه‌های مجازی برای بازاریابی یکی از کم هزینه ترین موارد در این زمینه است که به نوبه خود باعث افزایش درآمد در کسب و کارها می‌شود.

مزیت بازاریابی از طریق صفحات مجازی و اینترنت چیست؟

- **افزایش دادن اطلاعات و همچنین آگاهی دادن در مورد برند شرکت:**

با استفاده از شبکه‌های مجازی می‌توانید اطلاعات زیادی از بابت برند شرکت خود در اختیار مشتریان قرار دهید. در این بازاریابی چون شما با مشتریان بسیاری ارتباط پیدا خواهید کرد به همین دلیل بهتر است که از استراتژی‌های مناسبی از جمله افزایش دادن اطلاعات مشتری‌ها و آگاه نمودن آن‌ها نسبت به برند و محصولاتتان استفاده نمایید.

در ابتدای کار بهتر است که از کارکنان شرکت، دوستان وآشنایان

بخواهید که در شبکه‌های اجتماعی پست‌های مربوط به برند شرکت شما را دنبال نموده و لایک کنند و در صورت امکان پست‌های شما را با دوستان و آشنایان خود به اشتراک بگذارند این موارد رفته رفته باعث افزایش مخاطبین شما می‌شود. این امر باعث می‌شود که مخاطبین شما نسبت به برند شما اطلاعات و آگاهی پیدا کنند و در نتیجه همه این موارد باعث افزایش کسب و کار شما می‌شود.

۲- بازدید بیشتر= مشتری بیشتر

در وهله اول توجه داشته باشید که با داشتن صفحه مجازی در شبکه‌های اجتماعی به کسب و کار خود کمک بسیاری کرده‌اید.

امروزه تقریبا همه افراد خریدهای خود را از طریق شبکه‌های اجتماعی انجام می‌دهند. وقتی که افراد در این شبکه‌های مجازی به دنبال خرید محصول خاصی هستند به هنگام جستجو کردن برخی از برندها که دارای بازدید کنندگان بیشتری هستند در ابتدای جستجو نمایان می‌شوند و این یعنی جلب اعتماد مشتریان است و به مراتب بازدیدکنندگان از شبکه مجازی شما افزایش پیدا می‌کند.

با مشاهده کردن پست‌های شما و با جلب اعتماد از سمت شما نسبت به سفارش خرید اقدامات لازم را انجام می‌دهند.

۳- افزایش دادن رضایت مشتریان:

با استفاده از شبکه‌های مجازی می‌توانید صدای کسب و کار خودتان را به گوش همه برسانید. زمانی که شما در شبکه‌های مجازی در حال فعالیت هستید ممکن است برخی از مشتریان نسبت به تعریف یا تشکر از محصولات شما اقدام نمایند و بخواهد که این تشکر را در فضای عمومی انجام دهند این کار مشتری‌ها باعث می‌شود که هم برند شما برای دیگران معرفی گردد و همچنین باعث جلب توجه و اعتماد دیگران نسبت به محصولات شما شود.

توجه داشته باشید همانطور که می‌توان در شبکه‌های مجازی از محصولات شما تعریف کرد به مراتب می‌توان از آن‌ها انتقاد نیز کرد.

سخن آخر

برای اینکه بتوانید یک بازاریاب موفق باشید و همچنین بتوانید در کار خود بیشترین درآمد را داشته باشید باید به مراتب از اطلاعات و آموزش‌های درستی در این زمینه برخوردارشوید. ما در این مقاله سعی کردیم تا مواردی که باعث پیشرفت در زمینه بازاریابی می‌شود را در اختیار شما عزیزان قرار دهیم تا راه رسیدن به اهداف کسب و کار برای شما هموارتر شود.