

بازاریابی امروز، بازاریابی هدفمند

بازاریابی هدفمند از رویکردهای دنیای بازاریابی امروز می باشد. در بازاریابی هدفمند قسمت خاصی از مصرف کننده به عنوان مصرف کننده مورد نظر و نیازهای آنها به طور کامل و دقیق مورد بررسی قرار می گیرد. سپس با استفاده از ابزارهای بازاریابی برای این مصرف کنندگان و جذب آنها اقدامات بازاریابی صورت می گیرد. به عبارت دیگر ابتدا بازار هدف انتخاب می شود و سپس برای انجام بازاریابی اقدام می گردد. مشخص نمودن بازار هدف اولین گامی است که شما در این زمینه بر می دارید. شناخت نوع تجارت، رقبا و مصرف کننده هدف کمک زیادی به شما می نماید. بازاریابی هدفمند برخلاف بازاریابی است که امروزه در کشور ما متداول است.

معمولا روش بازاریابان ما بدین ترتیب می باشد که ابتدا یک بانک اطلاعاتی را تهیه می کنند و سپس با استفاده از این بانک اطلاعاتی (که عموما بصورت فکس یا تلفن می باشد) بصورت مداوم با تماس و یا ارسال فکس سعی در زیاد کردن مشتریان خود دارند. این امر به اثبات رسیده که بینندگان این مطالب کمتر علاقمند به خواندن این فکس، نامه های و یا تماس های شما می باشند و این مورد ذهنیت بدی را در بینندگان ایجاد می نماید. به طوری که بعضا مشاهده شده با خواندن نام شرکت ارسال کننده فکس و یا نامه بدون خواندن کوچکترین کلمه نامه را به بایگانی می سپارند و یا منشی شرکت با شنیدن صدای فلان بازاریاب به نحوی وی را دست به سر می کند. اخیرا نیز مشاهده شده که با تهیه لیستی از آدرس پست الکترونیک نامه هایی برای افراد ارسال می شود و این مورد به جز ورود به لیست سیاه و شناخته شدن بعنوان اسپمر تاثیر دیگری ندارد.

اما با توجه به مطالب فوق استفاده از لیست در **بازاریابی** می تواند مفید هم باشد؟ در صورت طبقه بندی لیست ها بله! شما به راحتی می توانید لیست مشتریان خود را با توجه به میزان خرید، نوع سلیقه و در صورت تنوع زیاد اجناس مورد عرضه از طرف شما، با توجه به نوع کالا مشتریان را طبقه بندی نمایید و سعی نمایید با داشتن مطلوبیت مناسب در کالا مشتریان را قانع به خرید از خود نمایید. یعنی بازاریابی هدفمند. البته به این منظور بایستی کل شرکت دارای هماهنگی مناسب باشند. یعنی بخش های بازاریابی و فروش، تولید و یا R&D همگی به این امر کمک نمایند. اما این نوع بازاریابی در دنیای دیجیتال و **بازاریابی الکترونیکی** نیز بسیار مهم است. شما از ابتدای طراحی سایت خود تا **تبلیغات و بازاریابی الکترونیک**، بایستی یک **بازاریابی هدفمند** را ارائه نمایید. در **تبلیغات اینترنت** که شامل پی پی سی ها، بنرهای اینترنتی، بازاریابی پست الکترونیک و سایر **تبلیغات** در سایتهای دیگر می گردد، شما بایستی توجه زیادی به هدفمند بودن **بازاریابی** خود داشته باشید. شما وقتی قصد استفاده از بنر برای **تبلیغات** خود را دارید ابتدا بایستی بازدید کنندگان هدف خود را شناسایی کرده سپس برای آنها متن و **تبلیغات** خود را تهیه نمایید. رفتار شناسی، شناخت بازار و ... نیز از نکاتی است که برای انتخاب بازدید کننده هدف و **تبلیغات** در اینترنت باید مورد توجه قرار گیرد. البته هماهنگی **بازاریابی** غیر الکترونیک نیز کمک زیادی می نماید.

پس از مشخص نمودن بازدید کننده هدف بایستی محل مورد نظر را برای آنها آماده کنید. یعنی سایت شما باید دارای صفحه یا صفحاتی باشد که برای بازدید کننده مورد نظر مفید باشد. البته این موارد همه بستگی به نوع فعالیت سایت دارد. نحوه کار برای یک سایت فروشگاه با یک سایت خدماتی کاملا متفاوت است و هر کدام استراتژی های خاص خود را می طلبند. بنابراین آماده کردن یک صفحه با اطلاعات جامع و مناسب برای بازدید کنندگان بسیار مهم است. نوع نوشتن متن بایستی طوری باشد که بازدید کننده هدف شما به آن احساس تعلق کند. برای مثال شما برای فروش یک اسباب بازی در سایت نیاز به استفاده از عکس های جذاب و یا انیمیشن به صورت فلش دارید اما در یک سایت خدماتی که برای استفاده از اخبار و اطلاعات طراحی شده متن شما و به روز بودن و پیشرو بودن شما حرف اول را می زند.

پس از آماده کردن صفحه شما که از آن به صفحه هدف (landing page) یاد می کنیم، حال بایستی با استفاده از متن و شعارهای تبلیغاتی مناسب، توجه بازدید کننده را جلب و آنان را برای ورود به سایت خود متقاعد نمایید. توجه داشته باشید که در نوشتن متن های تبلیغاتی اغراق نکنید و همواره با نوشتن حقیقت و به دور از متن های کاذب، اعتماد بازدید کنندگان را جلب نمایید. فعالیت **بازاریابی** شما هر چه دقیق تر باشد، دارای بازدهی بیشتری است. شما در این **بازاریابی** روی افراد خاص، صنعت خاص، یا یک نوع محصول خاص تمرکز کرده و **استراتژی** خود را بر آن مبنا قرار خواهید داد

امیر صالحی
مرکز توسعه کارآفرینی

استاد