

■ بازاریابی و فروش (قسمت چهارم)

در قسمت قبل گفتیم که موفقیت در کسب و کارهای B2B که مخاطبان آنها شرکتها هستند، در گرو برقراری رابطه تک به تک با مشتریان است. مشتری باید احساس کند در اولویت اول شرکت شماست و تمامی تلاشتان را برای برآورده کردن انتظاراتش به کار گرفته‌اید. صمیمیت، صداقت، اعتماد و اعتبار سازمان شما باعث می‌شود که مشتری به برندتان وفادار شود.

ولی مدل بازاریابی و فروش در کسب و کارهای B2C کاملا با B2B متفاوت است. این دسته شرکتها، کالا یا خدمتی عمومی به بازار ارائه می‌کنند و مصرف‌کنندگان نهایی محصولات خود را نمی‌شناسند. یک تولید مواد غذایی هیچ وقت نمی‌تواند با تمامی مشتریان محصولاتش، رابطه‌ای تک به تک برقرار نماید. در این سازمانها معمولا واحد بازاریابی به موضوعاتی همچون برندینگ، ساخت تیزرهای تلویزیونی و تبلیغات محیطی می‌پردازند و واحد فروش معمولا بر روی فروش مویرگی و فروش عمده به سازمانها تمرکز دارد، در نتیجه، این دو واحد تقریبا کار مشترک زیادی با همدیگر ندارند.

نرم‌افزارهای CRM در کسب و کارهای B2C، اطلاعات و سوابق ارتباطی شرکت با عمده‌فروشها و فروشگاهها را به عنوان مشتریان سازمان ذخیره و نگهداری می‌کنند و واحد فروش به طور مستقیم با مصرف‌کننده نهایی در ارتباط نیست، ولی تحول ایجاد شده در فضای فن‌آوری اطلاعات، بستر ارتباطی مناسبی را برای برقراری ارتباط مستقیم شرکتها با تک تک مصرف‌کنندگان محصولاتشان فراهم کرده است که به چند نمونه از آنها اشاره می‌کنیم.

صفحات شرکت شما در شبکه‌های اجتماعی این امکان را به مخاطبان‌تان می‌دهد که مستقیم و بدون واسطه، با تیم بازاریابی و فروش ارتباط برقرار کنند و از آخرین اخبار شرکت مطلع شوند. وقتی شما هم هواداران‌تان را در شبکه‌های اجتماعی دنبال می‌کنید، با این کار یک هویت ویژه به آنها می‌بخشید.

راه‌اندازی باشگاه مشتریان یکی دیگر از روشهایی است که جذابیت بالایی برای مخاطبین دارد، خصوصا اگر با مکانیزمهای تشویقی متناسب با نیازمندی‌های هرکدام از بخشهای مشتریان، همراه باشد. معمولا افراد احساس خوبی از تعلق به گروههای بزرگ دارند.

تکنیکهای بازاریابی و فروش شبکه‌ای از ابزارهای جدیدی است که مدتی بعد از اجرای شرکت هرمی گلدکوئست، در ایران متوقف شد ولی الان با رفع موانع قانونی و همچنین توسعه فن‌آوری ارتباطات، این مدل فروش در حال توسعه سریع است.

در این سری نوشته، به همین مقدار بسنده می‌کنیم و در مطالب بعدی، هر کدام از موارد ارائه شده را به صورت جداگانه بررسی خواهیم نمود.

نوشته: مجید برقی

کانال تلگرام: <https://telegram.me/DrCRM>



لینک مطلب: <http://DrCRM.ir/fa/?p=12744>