

## یک برنامه بازاریابی معرکه برای استارت‌آپ‌ها

ایجاد یک برنامه بازاریابی برای استارت‌آپ‌ها، لزوماً به هزینه زیادی نیاز ندارد. زمان، انرژی و خلاقیت تمام آن چیزی است که نیاز دارید. اما باید بدانید از کجا شروع کنید و چه اصولی را دنبال کنید تا به نتیجه برسید .

بهترین ایده‌های بازاریابی، ساده و کم‌هزینه هستند اما پیدا کردن این ایده‌ها کار آسانی نیست. باید خارج از چهارچوب فکر کنید و در طی فرایند کاری خود خلاق باشید. این نکته را به خاطر داشته باشید که برندینگ یکی از اقدامات اصلی در طول فرایند بازاریابی است، پس از روز اول، ذهنیت صحیح را نسبت به برند خود ایجاد کنید و دیگران را از برند خود آگاه کنید .

**در ادامه، ۸ نکته بازاریابی برای موفقیت استارت‌آپ‌ها را مورد بررسی قرار می‌دهیم .**

### **۱-هدف نهایی خود را مشخص کنید.**

دقیقاً همان‌گونه که شروع سفر بدون مشخص کردن مقصد نهایی دشوار است، برای کسب و کار نیز می‌بایست اهداف تجاری و بازاریابی خود معین کنید. هدف از مارکتینگ، مشخص کردن بازار است. سوالاتی از این قبیل از خود بپرسید و به آن پاسخ دهید. آیا چشم‌انداز اهدافتان و فعالیت‌هایتان در رسانه‌های اجتماعی همسو و هم‌راستا هستند؟ چگونه می‌خواهید تعداد مخاطبان خود را افزایش دهید؟ چه میزان ترافیک را برای وبسایت خود در نظر دارید؟ دستیابی به چشم‌اندازها و نمایش آن در قالب جذب مشتریان، به یک رویکرد تعریف شده با اهداف خاص نیاز دارد. اهداف خود را برای بازه دو ساله و پنج ساله تعریف کنید. استفاده از استراتژی‌های بازاریابی به شما در رسیدن به اهدافتان کمک می‌کند .

### **۲-برند خود را بسازید و پیام خود را به مخاطبانانتان منتقل کنید.**

در رابطه با اهمیت و ثبات برند یک استارت‌آپ بسیار صحبت شده است و این مبحث همواره مورد تاکید بوده است. بسیاری تصور می‌کنند سازگاری و انضباط فقط برای شرکت‌های بزرگ مورد توجه و اهمیت است. با گذشت زمان، استارت‌آپ شما دستخوش تغییراتی جزئی خواهد شد؛ سازگاری به عنوان عاملی کلیدی مطرح می‌شود و آرام آرام اطمینان و اعتبار را برای مشتریان شما به همراه می‌آورد .

### **۳-مخاطب هدفتان را تعیین کنید.**

بدون چشم‌انداز مشخص، به چه چیزی می‌توان دست یافت؟ این مسئله مهم نیست که چقدر برنامه بازاریابی شما، محصول و خدمات شما مناسب و عالی است، برای موفقیت در کسب و کارتان، مشتریان بسیار مهم هستند .

مشتریان چه کسانی هستند؟

بسیار مهم است مشتریان هدف خود را مشخص کنید زیرا می‌توانید استراتژی‌های بازاریابی خود را در راستای پاسخ‌گویی به نیاز مشتریان طراحی و تدوین کنید .

چگونه می‌توانید مخاطبان هدف خود را معین کنید؟

برای این کار سه روش را پیشنهاد می‌کنیم:

• ویژگی‌های اصلی جمعیت شناختی مانند جنسیت، سن و موقعیت را مشخص کنید.

• پیام‌آموزید چگونه از طریق تجزیه و تحلیل شخصیت یا رفتار خرید مشتریان با مخاطبان خود ارتباط برقرار کنید.

• نتایج تحقیقات خود را مدنظر قرار دهید و پیام برند خود به مشتریان منتقل کنید.

این پیشنهادات به شما در راستای بهبود موقعیت مشتریانانتان کمک می‌کند و باعث می‌شود تا بتوانید نیازهای مشتریانانتان را مشخص و سپس برآورده کنید .

#### **۴- مسی‌ها و کانال‌های ارتباطی مناسب را برای استارت‌آپتان تعریف کنید.**

بسیاری از استارت‌آپ‌ها، از توان بازاریابی مقرون به صرفه رسانه‌های اجتماعی آگاهند. با این وجود، تعداد کمی از استارت‌آپ‌ها اهمیت استفاده از کانال‌های ارتباطی درست را درک کرده‌اند. هر رسانه اجتماعی مخاطبان خاص با ویژگی‌های مختص خودشان را دارد و هر کدام از این رسانه‌ها، محتوای خاص خود را ارائه می‌دهد و مخاطبان را به طور متفاوتی با کانال درگیر می‌کنند. پس؛ این وظیفه شماست که بهترین کانال را برای کسب و کارتان تعیین کنید .

نگاهی بر برخی از کانال‌های ارتباطی

فیس‌بوک: شما در این رسانه می‌توانید هر فردی را با هر شخصیتی بیابید، اما بایستی بدانید همه آن‌ها مشتریان شما نیستند. پس شما باید مشخص کنید در کجا مشتریان هدف خود را بیابید و با آن‌ها ارتباط برقرار کنید .

اینستاگرام: این پلتفرم یک ابزار عالی برای اهداف تبلیغاتی بومی است . از آنجایی که الگوریتم اینستاگرام به محتوا اهمیت می‌دهد و با توجه به محتوا ارزش گذاری شده است، در صورت ارائه محتوای باکیفیت، مخاطبان هدف‌تان به طور طبیعی، شما را دنبال خواهند کرد .

تویتر: یکی دیگر از رسانه‌های اجتماعی برتر، تویتر است. با این حال در این رسانه نیز جذب و حفظ مخاطبان بسیار مهم است. می‌دانیم که هدف نهایی شما تهیه و ارائه محتوای مناسب برای مخاطبان‌تان است. پس به شما توصیه می‌کنیم که هر یک از کانال‌ها را ارزیابی و آزمایش کنید. با کمترین هزینه می‌توانید یک کمپین حمایت مالی داشته باشید. مطمئن باشید زودتر از موعد به نتیجه مورد نظر خواهید رسید.

#### **۵- شبکه سازی کنید.**

بازاریابی زبانی یا کلامی یکی از قدرتمندترین اشکال تبلیغات به ویژه برای کسب و کارهای کوچک است. می‌دانیم که مردم براساس اعتبار و اعتماد خریدهای خود را انجام می‌دهند، پس به شبکه ارتباطی آن‌ها رجوع کنید و از آن استفاده کنید. این موضوع یک فرایند دو مرحله ایست. در مرحله اول، به مشتریان خود خدمات و محصولات باکیفیت ارائه می‌دهید و نظر آن‌ها را جلب می‌کنید و یک ارتباط دائمی با ایشان شکل می‌گیرد. و در مرحله دوم از مشتریان خود بازخور بخواهید. نظرات آن‌ها را بپرسید و اگر مشکلی دارند برطرف کنید. درخواست بازخور از مشتریان یک روش عالی برای شناخت ایشان و درک میزان رضایتشان است . و شما بر مبنای این بازخور می‌توانید اقدامات آتی را پایه ریزی کنید .

به یاد داشته باشید شفافیت در کسب و کار به خصوص در مرحله استارت‌آپی بسیار مهم است .

#### **۶- با اینفلوئنسرها ارتباط برقرار کنید.**

اینفلوئنسرها به اندازه مشتریان‌تان مهم هستند. آن‌ها کسانی هستند که مخاطبان شما هر روز به ایشان گوش می‌دهند . آن‌ها ممکن است در شبکه‌های اجتماعی مانند یوتیوب، اینستاگرام و... فعال باشند و یا در رادیو و تلویزیون به فعالیت بپردازند. با اینفلوئنسرها تماس بگیرید یا برایشان ایمیل ارسال کنید و محصولات و خدمات خود را رایگان به ایشان عرضه کنید. کافیست یک اینفلوئنسر به محصولات و خدمات شما اشاره‌ای کند تا استارت آپ شما حرکت باورنکردنی‌ای از نقطه صفر خود داشته باشد .

#### **۷- آگهی‌های جذابی خلق کنید که احساسات مردم را هدف قرار دهد.**

شماری از مطالعات به این نکته اشاره کرده‌اند که تبلیغات مبتنی بر احساسات، قوی‌تر از تبلیغات مبتنی بر منطق است و میزان فروش تبلیغات مبتنی بر احساسات بالاتر است. احساسات به شدت بر تصمیم‌گیری خرید مصرف‌کنندگان اثرگذار است.

Unruly پلتفرمی است که هر ساله به رتبه بندی تبلیغات موفقیت آمیز و ویروسی می‌پردازد. بررسی‌های این پلتفرم در سال

۲۰۱۵ نشان می‌دهد که تبلیغات مبتنی بر احساسات به خصوص مرتبط با مفاهیم دوستی، خوشبختی، صمیمت و الهام‌بخشی

بیشترین به اشتراک‌گذاری را داشته‌اند .

چگونه یک کسب و کار می‌تواند از طریق ارائه یک محتوای مبتنی بر احساسات با مخاطب خود ارتباط برقرار کند؟ شادی و خوشبختی: پست‌های مثبت که سبب ایجاد جو شادی و تبسم و خنده مشتریان می‌شود، می‌تواند باعث جذب مخاطب شود .

کوکاکولا نمونه برندی است که از محتوای عاطفی برای جذب مخاطب بهره می‌برد. تبلیغاتشان با عکس‌های افراد شاد و جملاتی مانند طعم خوشبختی و شادی پوشیده شده است .

ترس / تعجب: ترس غریزه‌ای است که در واکنش به تهدیدات بروز پیدا می‌کند و شانس بقا را افزایش می‌دهد. یک احساس فوریت ایجاد می‌کند که انسان را وادار به اقدام، ایجاد یک تغییر و... می‌کند . تاکتیک‌های نمایش‌دهنده مفهوم ترس، برای جلوگیری از مصرف سیگار و رانندگی در حالت مستی و نظایر این در تبلیغات به کار برده می‌شود.

خشم: گرچه خشم یک هیجان منفی است اما می‌تواند مخاطبانان را به عملگرایی سوق دهد .

تبلیغاتی طراحی کنید که مخاطبان شما را به پرسیدن سوالات کلیدی وادار کند . استفاده از محتوای مبتنی بر احساسات در برقراری ارتباط با مخاطبان موثر است.

### **-۸ تیم مناسب را تشکیل دهید.**

مشخصه اصلی برای کسب و کارها وجود استعدادها و مهارت‌های فردی است. با این وجود، کار تیمی، سطح کسب و کارتان را ارتقا می‌دهد. برای تهیه یک برنامه بازاریابی قابل اجرا و موثر بایستی تیمی مناسب داشته باشید .  
فرقی نمی‌کند که با یک تیم حرفه‌ای بازاریابی قرارداد پیمانکاری بنویسید و یا ایشان را استخدام کنید، در هر دو صورت می‌بایست یکسری نکات را مدنظر داشته باشید:

• نقش‌های اصلی که در رسیدن به اهداف نهایی شما حیاتی هستند را مشخص کنید.

• همچنین مشخص کنید که قرارداد به صورت پیمانکاری هست یا خیر؟

• با هر یک از داوطلبان حضور در تیم درباره مهارت‌ها، نقاط قوت و تجربه هایشان به مذاکره و گفت و گو بپردازید.

• اعضای تیمتان را به طور منظم ارزیابی کنید.

همانطور که می‌دانیم ممکن است هنگام راه اندازی کسب و کارمان با محدودیت منابع روبه رو باشیم، پس آنچه که درباره تیم‌سازی گفته شد می‌تواند برایمان در ابتدای کار، ما را با چالش‌هایی مواجه کند. اما به خاطر داشته باشیم که می‌توانیم به شیوه‌ای دیگر عمل کنیم. برای مثال ممکن است دوست یا همکارمان به خوبی با الگوریتم شبکه‌های اجتماعی آشنا باشد و در این حیطة تخصص داشته باشد، یا ممکن است کارآموزی داشته باشیم که کدنویسی نیز بلد باشد . می‌توانیم در ابتدای کار از منابع موجود استفاده کنیم و به تدریج تیم خود را توسعه دهیم .

جمع بندی

نوشتن یک برنامه بازاریابی به هزینه‌ی زیادی نیاز ندارد. وقت، انرژی و خلاقیت تمام آن چیزی است که نیاز است . همواره به یاد داشته باشید که بر روی راه‌حل‌های منحصر به فرد تمرکز کنید . اگر خلاقیت چاشنی خدمات شما باشد، خیلی زود مشتریان هدف خود را می‌بینید درحالی‌که کیفیت پولشان را برای خرید خدمات شما باز کرده‌اند.