

روش های نوآورانه و کم هزینه بازاریابی + اینفوگرافیک

[ad_1]

روابط عمومی گروه تجاری ققنوس: روشهای رشد بازاریابی سنتی بیش از حد رقابتی و گران قیمت هستند و شرکتهای نوپا با منابع محدود در فضای رقابتی امروز نمیتوانند چندان رقابت مؤثری داشته باشند. به همین دلیل استارتآپها نیازمند روشهای بازاریابی با هزینه پایین و رویکرد نوآورانه هستند.

به گزارش خبرگزاری روابط عمومی گروه تجاری ققنوس، سرویسهای توزیع آنلاین و شبکههای اجتماعی با تغییرات گستردهای که به دنبال داشتهاند، فرصتهای زیادی برای ارتباط با افراد از راههای نوآورانه و کمهزینه ایجاد کردهاند.

یکی از این فرصتها که مرکز توانمندسازی کسبوکارهای نوپای فاوا نیز به آن اشاره کرده، "هک رشد" است که نسل بعدی بازاریابی برای استارتآپها محسوب میشود.

هک رشد مجموعه‌ای از تکنیکهای توسعه یافته بازاریابی است که از خلاقیت، تفکر تحلیلی و معیارهای اجتماعی برای فروش استفاده میکند و میتواند آن را بخشی از بازاریابی دیجیتال در نظر گرفت که با روشهایی مانند بهینه‌سازی موتورهای جست‌وجو (SEO)، تجزیه و تحلیل وبسایت، بازاریابی محتوایی، بازاریابی ایمیلی، بازاریابی رسانه‌های اجتماعی و تست A/B انجام میشود.

استارتآپها میتوانند با انجام روشهای مؤثر هک رشد با کمترین هزینه و در سریع‌ترین حالت ممکن به مشتریان نشان دسترسی پیدا کنند و کسبوکارشان را رشد دهند.

هدف هک رشد جذب و حفظ مشتریان و حتی مخاطبانی است که میتوانند مشتریان بالقوه شما باشند.

برای این کار همواره باید اطلاعات کاربران را چه در سایت کسبوکار و چه در شبکه‌های اجتماعی دقیقاً ارزیابی و تحلیل کنید تا با درک خواسته‌های مشتریان، همان چیزی را به آنها ارائه دهید که به دنبال آن هستند.

با شناختی که بعد از انجام هک رشد از نیازهای مخاطبان‌تان به دست می‌آوردید، به بهترین روش ممکن با آنها ارتباط برقرار میکنید و محصولات یا خدمات‌تان را برای حل مشکلات آنها پیشنهاد میدهید.

با انجام این کار شما یک تصویر کلی از کسب‌وکارتان به دست می‌آورید، محصولاتی را تولید می‌کنید که مشتریان می‌خواهند بخرند، هزینه‌های تبلیغاتی ارزان قیمتی دارید و به‌وضوح می‌دانید در هر مرحله از کسب‌وکارتان چه اتفاقی در حال رخ دادن است و چرا. این کار باعث رشد مشتریان خواهد شد؛ با این روش وقت و هزینه خود را صرف روش‌های پرهزینه و زمان‌بر بازاریابی سنتی نمی‌کنید و با سرعت بیشتری به مخاطبان هدف‌تان دست پیدا می‌کنید.

بازاریابی سنتی



- آگه از داده‌ها
- داری زمینه اقتصادی، خلاق یا هنرمندانه
- سنتی در پیدا کردن راهکارهای رشد
- کار حدسی - تصمیم‌ها براساس نظرات و سلسله مراتب هستند
- بررسی کلی محصول و کسب‌وکار به ندرت انجام می‌شود

افرادی ایجاد کنید که محصول را می‌خواهند
روی کسب‌وکار و فعال‌سازی کاربر در تمام چرخه عمر محصول تمرکز کنید.



باید گامی ایجاد کنیم.
باید کارکنان فروش استخدام کنیم تا فروش محصول را به جلو ببرند.

تبلیغات پرداختی



قیف‌هایی که به وضوح تعریف نشده‌اند



هک رشد

۱ افراد



- داری زمینه فنی اما نه لزوماً
- شکل - درباره همه موضوعات اندکی اطلاعات دارد و پرچند مهارت خاص مسلط است.
- مبتکر در پیدا کردن راهکارهای رشد
- بررسی کلی بسیار قوی محصول و کسب‌وکار
- داده محور - خرجیزی را می‌سجد و براساس داده‌ها تصمیم‌گیری می‌کند
- تحلیلی

محصولی بسازید که افراد می‌خواهند
روی معیارهای مختلف براساس مرحله و سطح اعتبارسنجی محصول تمرکز کنید.



- قبل از تناسب محصول با بازاریابی حفظ و اعتبارسنجی محصول تمرکز کنیم.
- محصول اعتبارسنجی شده‌است. اجازه دهید کسب‌کار را بالا ببریم.
- فعال‌سازی، ارجاع و کسب‌کاربر را افزایش دهیم.

تناسب محصول با بازار

۲ رویکرد

۳ کانال‌ها

جایگزین‌های رایگان یا با هزینه پایین

خود محصول به عنوان کانال توزیع عمل می‌کند

برای مثال وقتی شخصی Dropbox را از طریق دعوت شما نصب می‌کند، Dropbox به هر دو شما حجم ذخیره‌سازی اضافی می‌دهد.

راهکارهای مبتنی بر فناوری

برای مثال Airbnb مهندسی معکوس Craigslist بود بنابراین کاربران آن‌ها قادر بودند که فهرست‌های خود را به Craigslist ارسال کنند.

۴ فرآیند

قیف‌هایی که به وضوح تعریف شده‌اند



