

مرکز مشاوره مدیریت ماهان

ماهنامه داخلی باشگاه تحول ماهان

ماهان
مرکز مشاوره مدیریت



شماره ۱۰

خرداد ۱۴۰۱

تقدیر از اساتید فرهیخته ماهانی



در مراسم تقدیر از اساتید خانواده ماهان، افتخار داشتیم میزبان اساتید فرهیخته‌ای بودیم که آموزش را همواره رسالت خودشان دانسته و تربیت کننده مدیرانی توانمند برای ایران زمین هستند. در این مراسم مهمانان ویژه‌ای نظیر جناب آقای دکتر ناصر میرسپاسی (پدر مدیریت منابع انسانی ایران)، جناب آقای بهروز فروتن (خالق برند بهروز)، جناب آقای دکتر محمدرضا شعبانعلی (مدیر سایت متمم)، جناب آقای دکتر علیرضا نبی (کارآفرین اجتماعی) و جناب آقای دکتر یحیی علوی (مدیر مدرسه کسب و کار آیا) حضور داشتند. در حاشیه این مراسم، سرکار خانم آناهیتا شهنواز بعنوان مدیرعامل مدرسه کسب و کار ماهان معرفی شدند. از طرف همه همکاران مرکز مشاوره مدیریت، برای ایشان در مسئولیت جدید آرزوی موفقیت و سربلندی داریم.

پروژه مارکتینگ و برند در صنعت زیبایی



پروژه کافرماي محترم جناب آقای دکتر علی جواهریان که پیش از این با حضور جناب آقای دکتر علی ناصر حجتی با موفقیت پیش رفته بود، در زمینه مارکتینگ و برند با حضور سرکار خانم دکتر فنایی ادامه پیدا کرد. قرار است نه تنها در زمینه‌های مارکتینگ و برندینگ زمینه توسعه کسب و کار مربوطه فراهم شود، بلکه با مشاوره‌های اجرایی آقای دکتر علی رودگر امکان هک رشد فروش آن نیز فراهم شود.

پروژه برند، توسعه کسب و کار و سرمایه گذاری ویژه صنعت ساختمان



پروژه برند معظم سپهر که در صنعت ساختمان فعال است با نظارت جناب آقای دکتر حامد ابقا در حال انجام می‌باشد. این پروژه در قالب بسته جلسات مشاوره کلینیکی قابل تمدید تعریف شده است. علاوه بر این، مدیران محترم این برند در زمینه سرمایه‌گذاری به مشاوره نیاز دارند که از طریق دپارتمان اقتصاد و سرمایه‌گذاری ماهان اجرایی خواهد شد.



لایوهای برای توسعه و تحول



در ادامه لایوها و وبینارهای باشگاه تحول مرکز مشاوره، در این ماه نیز موفق شدیم لایوهای جذابی برگزار کنیم. اهمیت پرسنال برند برای مدیران و اهمیت توجه به پایداری برای رهبران کسب و کار از جمله موضوعات مورد بررسی در این رویدادهای آنلاین بود. آقایان مجید سرایداریان (مدیرعامل Sustainplan اتریش)، فرید اسماعیلیان (مشاور اقتصاد و سرمایه گذاری)، احسان شیخزادگان (فعال حوزه رمزارز) و جواد نظام دوست (مشاور پرسنال برند) مهمانان ما در لایوهای خرداد ماه بودند.

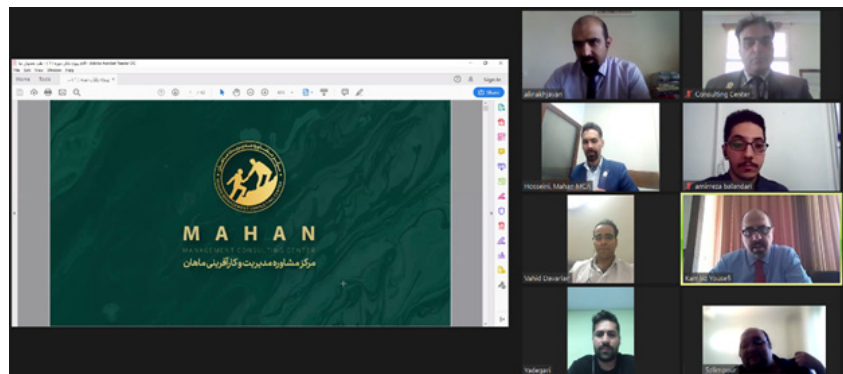
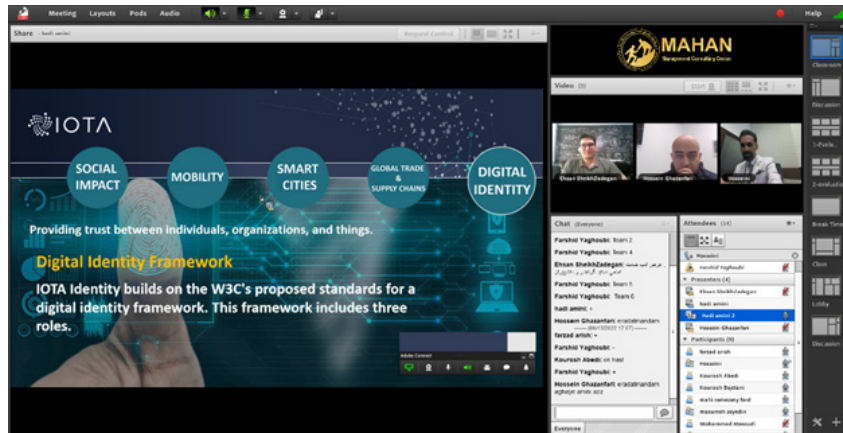
نسل جدید مشاوران پویا و با انرژی ادامه می دهند



در این ماه جلسات نسل جدید مشاوران پویاتر از قبل ادامه داشت. طراحی فرآیندهای مارکتینگ، ایده پردازی برای هک رشد و تیم سازی از جمله اقداماتی بود که انجام شد. جناب آقایان دکتر رودگر، دکتر یوسفی، سرسختی و الله وردی در این جلسات با حضور موثر خود نقش مهمی در پیشبرد اهداف گروه داشتند.



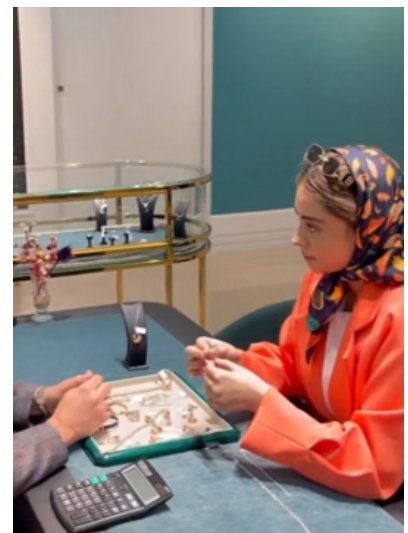
ارائه پروژه نهایی دوره‌ها



در این ماه دانش پذیران دوره‌های پرورش مشاور مارکتینگ کد ۸، مشاور فروش کد ۱ و تحلیل‌گر و معامله‌گر ارزش‌های دیجیتال کد ۳ پروژه‌های پایانی خود را با موفقیت در حضور اساتید داور ارائه دادند. ارائه پروژه کاربردی در انتهای دوره‌ها، موجب می‌شود که فارغ التحصیلان آموخته‌های خود را تثبیت کرده و آنها را به صورت عملیاتی اجرایی کنند.

اینفلوئنسر مارکتینگ در صنعت طلا و جواهر

براساس کمپین‌های طراحی شده برای یکی از پروژه‌های مرکز در زمینه طلا و جواهر، این ماه اقدامات متنوعی در جهت توسعه مارکتینگ برند مربوطه انجام شد. یکی از این اقدامات اینفلوئنسر مارکتینگ با حضور سرکار خانم کیمیا حسینی بود که با نتایج بسیار خوبی روبرو شد. در مرکز مشاوره مدیریت ماهان همواره تلاش می‌کنیم با اقدامات اجرایی و همگام با رویکرد فضای کسب و کارها به ارتقای جایگاه برندها کمک کنیم.



برگزاری جلسات اولیه و تقدیم پروپوزال



در این ماه چندین جلسه اولیه با کارفرمایان محترم از صنایع مختلف برگزار شده و بیشتر آنها منجر به تدوین و تقدیم پروپوزال شد. بطور مثال در یکی از این جلسات که با حضور جناب آقای مطلبی بعنوان مشاور مرکز برگزار شد، کارفرمای محترم درخواست حذف اطلاعات از شبکه‌های اجتماعی را داشتند یا در جلسه دیگری کارفرمای محترم مرتبط با صنعت ساختمان درخواست طراحی سایت، سئو و راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی را داشتند.

شروع ثبت نام دوره‌های کاربردی و جذاب



غیر از دوره‌هایی که از قبل در مرکز مشاوره مدیریت ماهان شروع شده و برگزار می‌گردد، در این ماه ثبت نام دو دوره جدید را برای اولین بار در ماهان آغاز کردیم. اولین دوره، دوره متاورس بود. زمینه‌ای جذاب که در سال‌های آینده خیلی از آن خواهیم شنید. سرمایه‌گذاری‌های متنوع، ایجاد فضاهای جدید برای تعامل با دیگران و تحول کسب و کارهای فعلی همگی در دنیای متاورس امکان پذیر است. دوره مشاور مدیرعامل نیز بصورت کاربردی، کیس محور، به روز و با حضور کارآفرینانی باتجربه طراحی شده است. این دوره برای معاونان و دستیاران مدیران عامل، قائم مقام سازمانها، مشاوران کسب و کار و افرادی که به این حوزه‌ها علاقمند هستند حتماً مفید خواهد بود.

برگزاری دوره برای یکی از بزرگترین شرکت‌های ارائه دهنده خدمات اینترنتی

دوره ارزشهای دیجیتال / متاورس

ویژه مدیران ارشد



در خرداد ماه اقدام دیگری که انجام دادیم طراحی و برنامه‌ریزی برگزاری دوره‌های آموزشی ارزشهای دیجیتال و متاورس برای یکی از بزرگترین شرکت‌های ارائه دهنده خدمات اینترنتی در ایران بود. مدیران محترم شرکت مربوطه که به اهمیت روزافزون حوزه متاورس و رمزارزها واقف هستند تصمیم دارند که ابتدا اصول علمی این زمینه‌ها را فرا گرفته و سپس برای ورود شرکت خود به حوزه مربوطه برنامه‌ریزی کنند.

ارزیابی فروش ۱۰ کسب و کار و ارائه راهکار به مناسبت شروع فعالیت گروه واتس‌آپ باشگاه تحول



در خرداد ماه طی فراخوانی اعلام کردیم به مناسبت شروع کار گروه واتس‌آپ باشگاه تحول ماهان، فروش ۱۰ کسب و کار را بدون دریافت هزینه‌ای عارضه‌یابی کرده و راهکار برای میان‌بر رشد فروش ارائه خواهیم کرد. شرط استفاده از هدیه این بود که شرکت مربوطه تیم فروش داشته و مدیرعامل محترم آن - یا معرف وی - عضو گروه واتس‌آپ باشگاه باشد. خوشبختانه کمتر از ۲۴ ساعت بعد از اعلام فراخوان، ظرفیت اعلام شده تکمیل گردید. دپارتمان رشد ما هم اکنون مشغول ارزیابی یک به یک این کسب و کارها هستند.



MAHAN
Management Consulting Center



۴۰ ایده تبلیغاتی پنهان رایگان، اما درخشان



ترجمه توسط آقای مهرداد مراغه‌چی
عضو باشگاه تحول ماهان

چه کسب و کار شما هنوز جدید یا به رسمیت شناخته شده، بزرگ یا کوچک باشد، باید در مورد آن به مردم بگویید و این یعنی تبلیغات. اما بدان معنی نیست که برای اطلاع رسانی به یک بودجه در حد سوپر جام نیاز دارید. ایده‌های تبلیغاتی رایگان مفید زیادی برای کسب و کارها در هر اندازه وجود دارد خصوصاً اگر به تازگی یک تجارت را راه اندازی کرده‌اید.

فقط به برندهایی مانند RollsRoyce، Kiehls یا Huy Fong Foods (سازنده سس تند آسیایی Sriracha) نگاه کنید، همه این برندها مشکلی با تبلیغات پولی ندارند. در عوض، آنها از تاکتیک‌های رایگان مانند رسانه‌های اجتماعی و کمپین‌های دهان به دهان برای افزایش آگاهی از برند استفاده می‌کنند و شما نیز می‌توانید. برای شروع، ما ۴۰ مورد از بهترین ایده‌های تبلیغاتی رایگان برای کسب و کارها را گردآوری کردیم، حتی اگر بودجه تبلیغاتی زیادی دارید از بسیاری از آنها باید استفاده کنید!





Google Ads

Overview

Click Through Rate & Impressions

۱- هر گونه پروفایل یا فهرست موجود را بررسی کنید

صدها دایرکتوری آنلاین، لیست و سایت بررسی وجود دارد. مطمئن شوید که فهرست کسب و کار خود را در سایت‌هایی مانند Yelp ثبت کرده‌اید و اطمینان حاصل کنید که هر گونه اطلاعات به روز است.

۲- فرصت‌های دیگری را برای ثبت نام در لیست پیدا کنید

به دنبال فرصت‌هایی برای فهرست کردن کسب و کار خود در هر دایرکتوری یا سایت‌های بررسی باشید که قبلاً از آنها استفاده نمی‌کردید. ممکن است فهرست‌های کسب و کار مرتبط با صنعت یا جایگاه شما، و فهرست‌های محله، شهر و استان برای کسب و کارهای محلی با مکان‌های فیزیکی وجود داشته باشد.

۳- یک ویدیوی تبلیغاتی رایگان با Biteable بسازید

تبلیغات ویدیویی روشی قدرتمند با پیامی جذاب و مرتبط برای دستیابی به افراد است. و برای شروع با Biteable به بودجه زیادی نیاز ندارید در عوض، از یکی از قالب‌های رایگان ما استفاده کنید!

۴- کسب و کار خود را گوگل کنید

مطمئن شوید فهرست کسب و کار شما در گوگل به روز است. این احتمالاً اولین چیزی است که وقتی کسی کسب و کار شما را جستجو می‌کند، می‌بیند. بنابراین مطمئن شوید که پروفایل شما کاملاً تکمیل و بهینه شده است. چند عکس آپلود کنید و فراموش نکنید که ساعات کار و اطلاعات تماس خود را اضافه کنید. اگر یک کسب و کار محلی با موقعیت فیزیکی دارید، این به ویژه مهم است، زیرا به شما کمک می‌کند تا مطمئن شوید که کسب و کار شما در Google Maps ظاهر می‌شود.



MAHAN
Management Consulting Center

۵- وارد گفتگو شوید

به دنبال بحث‌ها و انجمن‌های گفت و گو مرتبط با کسب‌وکار یا صنعت خود باشید - مشتریان شما ممکن است در حال حاضر درباره کسب‌وکار شما به صورت آنلاین بحث کنند! به یاد داشته باشید که شما نمی‌خواهید فقط با یک لینک و یک تبلیغ واضح وارد عمل شوید. در عوض، سعی کنید با پاسخ دادن به سؤالات، به اشتراک گذاشتن تخصص خود، یا در مواردی که مشتری ناراضی است، با حسن نیت تلاش کنید تا به آنها کمک کنید. موضوعات تالار گفتمان معمولاً برای سال‌ها قابل جستجو باقی می‌مانند، بنابراین یک پست می‌تواند برای مدت طولانی درآمد غیرفعال ایجاد کند.

۶- در وبلاگ‌ها و مقالات نظر دهید

به دنبال بحث‌ها و انجمن‌های گفت و گو مرتبط با کسب‌وکار یا صنعت خود باشید - مشتریان شما ممکن است در حال حاضر درباره کسب‌وکار شما به صورت آنلاین بحث کنند! به یاد داشته باشید که شما نمی‌خواهید فقط با یک لینک و یک تبلیغ واضح وارد عمل شوید. در عوض، سعی کنید با پاسخ دادن به سؤالات، به اشتراک گذاشتن تخصص خود، یا در مواردی که مشتری ناراضی است، با حسن نیت تلاش کنید تا به آنها کمک کنید. موضوعات تالار گفتمان معمولاً برای سال‌ها قابل جستجو باقی می‌مانند، بنابراین یک پست می‌تواند برای مدت طولانی درآمد غیرفعال ایجاد کند.

۷- وبلاگ نویسی را شروع کنید

اگر تا حالا وبلاگ نویسی نکرده‌اید، باید این کار را انجام دهید! به اشتراک گذاری محتوای مرتبط به طور مداوم تأثیر قابل توجهی در موقعیت ظاهر شدن وب سایت شما در نتایج جستجو دارد. هرچه بالای صفحه باشید، احتمال بیشتری وجود دارد که مشتریان شما را پیدا کنند.

۸- میزبانی یا مشارکت در چت‌های توییتر داشته باشید

چت‌های توییتر راهی آسان برای نشان دادن نام شما هستند. اگر پهنای باندی برای میزبانی خود ندارید، فرصت‌های زیادی در چت‌های موجود برای به اشتراک گذاشتن دیدگاه شما وجود دارد. چت‌های مرتبط با صنعت خود را در لیست Tweet Reports ببابید.

WEBLOGS



۹- یک خبرنامه ایمیلی راه اندازی کنید

ایمیل یکی از بهترین ابزارهای تبلیغاتی موجود است. دلیلش این است: افرادی که در لیست ایمیل شما قرار دارند دریافت تبلیغات و سایر پیام‌ها از جانب شما را انتخاب کرده‌اند. آنها چیزی با ارزش (آدرس ایمیل خود) را در ازای دریافت پیشنهادات یا اطلاعات با شما تبادل کرده‌اند. مطمئن شوید که از آن عاقلانه استفاده کنید!

۱۰- در یک رویداد سخنرانی کنید

با سخنرانی در یک کنفرانس، رویداد یا شرکت در یک پنل به دنبال فرصت‌هایی برای به اشتراک گذاشتن تخصص خود باشید. با انتخاب رویدادی که کاملاً با کسب و کار یا صنعت شما همسو باشد، خود را به عنوان یک رهبر فکری جلوه می‌دهید و در مقابل مخاطبانی قرار می‌گیرید که (امیدواریم) برای کسب و کار یا محصول شما مناسب باشد.

۱۱- با مطبوعات ملاقات کنید

برای نوشتن و ارسال بیانیه‌های مطبوعاتی به اخبار محلی یا صنعتی خود نیازی به یک شرکت روابط عمومی گران قیمت ندارید. برای اطلاعیه‌های بزرگ خود اعلامیه‌های مطبوعاتی بنویسید و از یک سرویس ارسال رایگان برای اطلاع رسانی استفاده کنید. این لینک را برای امتحان کردن خدمات توزیع رایگان بررسی کنید.

۱۲- در Reddit پست بگذارید

برای هر موضوعی در جهان داخل Reddit مطلب وجود دارد. نکته کلیدی برای ارسال پست در Reddit به عنوان یک کسب و کار این است که از فروشنده‌گی خودداری کنید و در مورد اینکه نماینده یک تجارت هستید شفاف باشید. برای مشارکت در اجتماع تلاش کنید و صادق و مفید باشید.

۱۳- پیشنهاد به وبلاگ مهمان

به دنبال فرصت‌هایی برای مشارکت در پست مهمان در سایت‌ها یا وبلاگ‌های مرتبط با صنعت خود باشید. این تاکتیک می‌تواند به جذب ترافیک وب سایتتان کمک کند و نام شما را به عنوان یک رهبر فکری در زمینه تخصصیتان قرار دهد. برای نکات شروع کار راهنمای Kissmetric را بررسی کنید.



۱۴- محتوای خود را تغییر کاربردی دهید

تغییر کاربردی محتوای موجود راهی عالی و رایگان برای به دست آوردن میزان بهره‌وری بیشتر از محتوایی است که قبلاً داشته‌اید. خواه به منظور صیقل دادن یک پست وبلاگ قدیمی یا تبدیل یک کتاب الکترونیکی موجود به یک دوره آموزشی ایمیلی باشد، تغییر کاربردی به شما فرصت‌های بیشتری برای قرار گرفتن در معرض مخاطبان جدید می‌دهد.

۱۵- اینفوگرافیک ایجاد کنید

اینفوگرافیک‌ها راهی برای تبدیل داده‌های نه چندان جذاب از نظر بصری به محتوای جذاب و بسیار قابل اشتراک گذاری است. و به لطف شبکه‌های اجتماعی بصری مانند Pinterest، اینفوگرافیک‌ها برای انتشار راهی بسیار گسترده دارند. از یک ابزار رایگان مانند Canva استفاده کنید تا داده‌های خود یا داده‌های مربوط به صنعت خود را به یک اینفوگرافیک چشم‌نواز تبدیل کنید.

۱۶- درخواست معرفی دهید

درخواست از بهترین مشتریان خود برای معرفی، راهی رایگان و آسان برای دریافت تبلیغات دهان‌به‌دهان است. توصیه یک دوست معتبرترین شکل تبلیغات در نظر گرفته می‌شود. اما بسیاری از مردم فکر نمی‌کنند که خودشان دوستی را به کسب و کار شما معرفی کنند، به همین دلیل این درخواست بسیار مهم است.

۱۷- به مشتریان خود پاداش دهید

با توجه به آخرین نکته ما، راه‌هایی را برای پاداش دادن به مشتریان وفادار خود، به ویژه برای ارجاعات یا نظرات مثبت در نظر بگیرید. ارسال مقداری وسایل رایگان که همه معمولاً دریافت می‌کنند، محصول رایگان یا ارائه یک تخفیف کوچک، همه راه‌های عالی برای تشویق مشتریان و ایجاد حسن نیت هستند. چه بهتر اگر مشتریان شما تجزیه‌خوب خود را در رسانه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارند!



۱۸- یک وب سایت ایجاد کنید

امیدواریم قبلاً این کار را انجام داده باشید، اگر نه، وقت آن رسیده است! ابزارهایی مانند Wix، Weebly و WordPress به هر کسی اجازه می‌دهد تا بدون نیاز به مهارت‌های توسعه، یک وب سایت رایگان ایجاد کند. و تعداد زیادی آموزش برای وردپرس و سایر سازندگان وب سایت وجود دارد که شروع به کار را بسیار آسان می‌کند. از هر ابزار ساخت وب سایتی که استفاده می‌کنید، داشتن یک وب سایت به مشتریان کمک می‌کند تا شما را در موتورهای جستجو مانند گوگل پیدا کنند.

۱۹- وب سایت خود را به روز نگه دارید

هنگامی که یک وب سایت دارید، اجازه ندهید که تار عنکبوت بزند. به روز رسانی منظم آن با محتوای تازه برای رتبه بندی بالا در نتایج جستجوی گوگل مهم است. مطمئن شوید که سایت شما به روز و برای موبایل بهینه شده است. این روزها، اگر وب سایت شما کار نمی‌کند یا در تلفن همراه خوب به نظر نمی‌رسد، بسیاری از کاربران بلافاصله برای خروج کلیک می‌کنند.

۲۰- برای سئو بهینه سازی کنید

استفاده از ابزار سئوی رایگان مانند Yoast و انجام برخی تحقیقات پایه کلیدواژه تا حد زیادی باعث افزایش رتبه شما در نتایج جستجو می‌شود. به یاد داشته باشید، روزهای صفحات زرد خیلی وقت هست که گذشته است. اکنون مردم برای یافتن کسب و کار به Google مراجعه می‌کنند، بنابراین مهم است که تمام تلاش خود را انجام دهید و به آنها کمک کنید تا شما را پیدا کنند.

۲۱- برای دریافت نشان لیاقت کسب و کار خود، ثبت نام کنید

به دنبال نشان لیاقتی باشید که توسط نشریات تجاری یا جوامع صنفی محلی خود، اتاق بازرگانی، و سازمان‌های حرفه‌ای یا غیرانتفاعی ارائه می‌شود. نشان لیاقت زیادی وجود دارد، اما حقیقت این است که نامزد شدن جای تعجب نیست و باید وارد شوید!

۲۲- کار داوطلبانه انجام دهید

پشتیبانی از سازمان‌های غیرانتفاعی محلی نه تنها به ایجاد حسن نیت و ارتباطات ارزشمند در جامعه کمک می‌کند، بلکه می‌تواند به ایجاد آگاهی در مورد کسب و کار شما نیز کمک کند. شما می‌توانید یک پروژه خدماتی را با تیم خود انجام دهید یا به عنوان مثال با عضویت در هیئت مدیره در مقام رهبری خدمت کنید.

۲۳- پاسخ انتقادها را بدهید

انتقادها بسیار مهم هستند، اما آیا می‌دانستید که احتمال به اشتراک گذاشتن تجربیات بد مشتریان نسبت به تجربیات خوب مردم بسیار بیشتر است؟ حتی مشتریان خوشحال هم به احتمال زیاد به Yelp یا Google برای به اشتراک گذاشتن تجربیات خوب مراجعه نمی‌کنند. به همین دلیل بسیار مهم است که از بهترین مشتریان خود بخواهید تجربیات خوب خود با برند شما را به اشتراک بگذارند.

۲۴- یک کارگاه یا وبینار برگزار کنید

حضور افراد در خانه (شخصی یا مجازی) می‌تواند راه درازی برای ایجاد آگاهی از برند داشته باشد. ارائه یک جلسه آموزشی مفید به مشتری ایده‌آل شما کمک می‌کند تا مشکلات خود را حل کند و اعتماد و ارتباط ایجاد می‌کند و دفعه بعد که به دنبال محصول یا خدماتی مانند شما هستید اطمینان کرده و به شما فکر می‌کنند.

۲۵- یک مسابقه یا برنامه‌ی رادیو یا تلویزیون که در آن به شرکت کنندگان جایزه می‌دهند، برگزار کنید

لازم نیست برای موثر بودن مسابقه یا برنامه‌ی رادیو یا تلویزیون، هزینه زیادی کنید - در واقع، نباید این کار را بکنید! رقابت‌ها زمانی بیشترین تاثیر را دارند که جایزه ارتباط نزدیکی با کسب و کار شما داشته باشد. به عنوان مثال: محصول رایگان. مطمئناً، اگر یک آی‌پد هدیه دهید، ممکن است ۱۰۰۰ ورودی دریافت کنید، اما آیا این افراد واقعاً به کاری که انجام می‌دهید علاقه دارند؟ احتمالاً نه.

۲۶- به سوالات وبگاه پرس و پاسخ Quora پاسخ دهید

وقتی سؤال در اینترنت دارند، Quora اغلب همان جایی است که سراغش می‌روند. بسیاری از کسب و کارها در ارسال پاسخ به سوالات در وبگاه پرسش و پاسخ Quora موفق شده‌اند، و انجام این کار می‌تواند باعث ایجاد اعتبار در موضوع، اضافه کردن بک لینک به وبسایت شما و افزایش ترافیک شود. سعی کنید مثل همیشه مفید باشید، نه تبلیغاتی - فقط یک پیوند به وبلاگ خود پست نکنید. پاسخ را خلاصه کنید و پیوندی به جایی که افراد می‌توانند بیشتر بیاموزند (در صورت تمایل) قرار دهید.



۲۷- در پادکست‌ها به عنوان مهمان حضور داشته باشید، یا خودتان میزبانی کنید!

پادکست‌ها راهی عالی برای دستیابی به مخاطبان جدید هستند. بسیاری از مردم وقت ندارند یا نمی‌خواهند مقالات نوشته شده را بخوانند، اما دوست دارند به پادکست گوش دهند. با میزبانان چند پادکست مرتبط تماس بگیرید و پیشنهاد دهید که مهمان باشید. حتی اگر پادکست خود را دارید، حضور به عنوان مهمان در پادکست دیگران به گسترش دامنه دسترسی شما کمک می‌کند.

۲۸- در رویدادهای شبکه‌سازی شرکت کنید

برای کسب وکارها در هر اندازه و در هر صنعتی، شبکه‌سازی شخصی یکی از بهترین راه‌ها برای ایجاد ارتباط با مشتریان بالقوه یا شرکای تجاری است. همانطور که تبلیغات پولی می‌تواند قدرتمند باشد، ارتباط چهره به چهره و دهان به دهان یکی از بهترین شکل‌های تبلیغات است.

۲۹- با سایر مشاغل شراکت کنید

بگویید که یک عکاس هستید، احتمالاً مشتریانی دارید که می‌خواهند موها و آرایش‌هایشان را هم درست کنند. و اگر یک آرایشگر و گریمور هستید، به احتمال زیاد با افرادی کار می‌کنید که برای رویدادهای خاص مانند عروسی آماده می‌شوند، و ممکن است به دنبال یک عکاس باشند. ایجاد روابطی که در آن مشتریان را به یکدیگر ارجاع می‌دهید و با هم کار می‌کنید، یکی از راه‌های بسیار ارزشمند برای دریافت تبلیغات دهان به دهان رایگان است.

۳۰- حضور خود را در رسانه‌های اجتماعی توسعه دهید

بله، ایجاد تأثیر اساسی (بخوانید: رایگان) در رسانه‌های اجتماعی سخت‌تر از همیشه است. اما این بدان معنا نیست که شما باید آن را نادیده بگیرید. شبکه‌های رسانه‌های اجتماعی یکی از رایج‌ترین مکان‌ها برای یادگیری افراد در مورد کسب وکارها هستند. در واقع، ۲۵ درصد از مصرف‌کنندگان نسل هزاره هنگام تحقیق درباره یک کسب وکار، با رسانه‌های اجتماعی شروع می‌کنند - نه جستجوی گوگل یا بازدید از وبسایت شرکت. اطمینان حاصل کنید که در هر کانال رسانه اجتماعی که می‌خواهید استفاده کنید، حضور فعال و نمایه‌های کاملاً کامل دارید.

۳۱- بایک کسب وکار دیگر یا غیرانتفاعی همکاری کنید

شراکت‌ها نباید محدود به ارجاع مشتریان به یکدیگر باشد. آیا می‌توانید با یک تجارت دیگر یا غیرانتفاعی در یک محصول نسخه محدود همکاری کنید؟ یا برای میزبانی یک رویداد یا مسابقه با یکدیگر همکاری کنید؟ این تاکتیک‌ها می‌توانند به شما کمک کنند تا به یک مخاطب کاملاً جدید برسید، زیرا شما و شریکتان هر دو در کانال‌های بازاریابی خود اخبار را منتشر می‌کنید.



۳۲- در رویدادهای محلی شرکت کنید

برای شرکت در رویدادهای محلی به داشتن بودجه اسپانسی زیاد نیازی ندارید. از تیم خود بخواهید که به عنوان کارمند رویداد داوطلب شوند، یا فضای رویداد را تقبل کنید، یا نوشیدنی و محصول خود را به عنوان جوایز حراج ارائه دهید، یا خدمات مرتبط با صنعتتان ارائه کنید (برای مثال، یک شرکت صوتی می تواند سیستم صوتی را فراهم کند).

۳۳- از امضای ایمیل خود نهایت استفاده را ببرید

آیا پیوندی در امضای ایمیل به وب سایت شما وجود دارد؟ در مورد پیوند به کانال های رسانه های اجتماعی شما چطور؟ امضای ایمیل شما ارزشمند است، اما اغلب نادیده گرفته می شود! حتی می توانید در مورد یک تبلیغ یا پیشنهاد فعلی در این فضا توضیح دهید.

۳۴- ایمیل سرد بفرستید

در حالی که بسیاری از مردم به دلیل ترس از ظاهر شدن در هرزنامه، از ارسال ایمیل های سرد احتیاط می کنند، وقتی به خوبی انجام شوند می توانند موثر واقع شوند و یک سنت هم هزینه ندارند. آنچه مهم است این است که پیام خود را شخصی سازی کنید. پیوندی اضافه کنید تا به مشتریان احتمالی اجازه دهید به راحتی با شما تماس بگیرند و آن را کوتاه، کاربردی و ارزشمند نگه دارید: چگونه می توانید به حل مشکل آنها کمک کنید؟

۳۵- دفتر خود را دایر کنید

ارائه فضای خود برای یک گردهمایی یا رویدادهای دیگر راهی برجسته برای ایجاد آگاهی در مورد برند شما است. با کسب و کار دیگری شریک شوید تا نوشیدنی های تازه ارائه کند و دیگر نیازی به خرج کردن یک سکه نخواهید داشت!

۳۶- بروشور، تراکت یا کارت پستال بسازید

مطمئناً، هیچ چیز پیشگامانه ای در مورد تبلیغات آفلاین مانند آگهی تبلیغاتی وجود ندارد. اما واقعیت این است که آنها هنوز هم موثر هستند. با هزینه مقداری کاغذ و تونر، می توانید بروشورها و تراکت ها را در کافی شاپ ها یا مکان هایی که مشتری هدف شما وقت می گذراند، مهیا کنید.



۳۷- محتوا را در لینکدین منتشر کنید

لینکدین فقط برای شبکه‌سازی و نگه داشتن اطلاعات از همکاران قدیمی نیست. این در واقع یک پلت فرم انتشار بسیار قدرتمند است. با چند ترفند ساده برای بهینه‌سازی محتوای موجود خود برای الگوریتم لینکدین، می‌توانید به طور بالقوه در معرض مخاطبان جدید گسترده‌ای قرار بگیرید.

۳۸- محصولات با مارک شرکت بپوشید و مقداری هدیه بدهید!

اگرچه دقیقاً رایگان نیست، اما احتمالاً در حال حاضر تیشرت‌های شرکت یا سایر تجهیزات مارک شرکت دارید. اطمینان حاصل کنید که شما و تیمتان هنگام شرکت در رویدادها آنها را بپوشید. حتی می‌توانید آنها را به عنوان هدایای تشکر یا جایزه مسابقه با مشتریان خود به اشتراک بگذارید.

۳۹- نظرات خود را بنویسید یا اظهار نظر کنید

اگر با تامین‌کنندگان یا فروشندگان کار می‌کنید، نظرات مثبت خود را به صورت آنلاین بگذارید یا پیشنهادی برای به اشتراک گذاشتن تجربیات خود ارائه دهید. با این کار با شرکای خود حسن نیت ایجاد خواهید کرد و نام خود را نیز در آنجا به نمایش خواهید گذاشت.

۴۰- تبلیغات پولی را امتحان کنید، به صورت رایگان

آخرین اما نه کم اهمیت، شرکت‌هایی مانند گوگل، بینگ، یاهو و آمازون و برخی شرکت‌های میزبانی همگی اعتبار تبلیغاتی برای آزمودن تبلیغات پولی ارائه می‌دهند. فیس‌بوک همچنین کوپن‌های تبلیغاتی دوره‌ای را ارائه می‌کند، اگرچه نمی‌توانید مستقیماً برای دریافت آنها ثبت‌نام کنید. این راهنما را بررسی کنید تا یاد بگیرید چگونه از مزیت اعتبار تبلیغات استفاده کنید.

سخن پایانی

تبلیغات پولی جای خود را دارد و مطمئناً فرصتی برای انتشار گسترده ایجاد می‌کند. اما بدون اشکال نیست - از جمله این واقعیت که واقعاً گران است. مطمئناً ارزش این را دارد که همه گزینه‌های رایگان موجود در اینجا را قبل از اینکه هزینه زیادی کنید، بررسی کنید. چه قصد دارید از تاکتیک‌های منحصراً رایگان استفاده کنید، یا می‌خواهید تلاش‌های پولی خود را تکمیل کنید، امیدواریم این ایده‌ها به شما کمک کند! از طرف دیگر، ممکن است استخدام یک مربی بازاریابی رایگان را در نظر بگیرید تا شما را در ساخت و استقرار کمپین‌های استراتژیک کلیک راهنمایی کند.

رفرنس: