

(به نام خدا)

درس : کارگاه نوآوری و کارآفرینی

استاد مربوطه : استاد رسولیان

تهیه کننده : یوسف واعظی

خلاصه پودمان ۴ : بازاریابی و فروش

بازاریابی :

فرایند شناخت و رفع نیازها و خواسته های مشتری و کسب درآمد است که این فرایند به مردم برای خرید محصول و خدمت کمک می کند . بازاریابی موفق برای یک محصول به ۴ عامل اصلی بستگی دارد:

۱ - خود محصول

۲ - قیمت

۳ - نحوه معرفی کردن آن

۴ - جایی که تصمیم داریم محصولمان را بفروشیم

در گام نخست شما باید با پرسیدن این سؤال ها، تصویر دقیقی از وضعیت فعلی و آینده کسب و کاری که راه انداخته اید، بسازید .

۱ - آیا محصول به طور خاص متناسب با انتظارات مشتری طراحی و ساخته شده است؟

۲ - آیا محصول طراحی، اندازه و رنگ درستی برای جلب نظر مشتری دارد؟

۳ - محصول ما چه ویژگی دارد که مشتری بابت آن پول بدهد؟ و...

برای اینکه بتوانید برای بازاریابی و فروش محصول، راهبرد درستی تعیین کنید، باید شناخت درستی از مشتری های احتمالی به دست بیاورید. این کار به دو روش اتفاق می افتد:

۱- تحقیقات بازار

۲- بخش بندی بازار

مزیت رقابتی:

عامل یا ترکیبی از عوامل است که در یک محیط رقابتی سازمان، آن را بسیار موفق تر می کند

۱ - ارزش: محصول ما طوری طراحی می شود که همه می گویند این محصول به قیمتش می ارزد

۲ - کیفیت : محصول ما به گونه ای طراحی می شود که همه به خاطر کیفیتش حاضرند آن را خریداری نمایند

۳ - جمعیت : محصول براساس نیازهای یک قشر خاص از جمعیت طراحی شده است ؛ مثال رانندگان تاکسی

۴ - رقابت : محصول با کیفیتی بسیار شبیه کیفیت رقبا تولید شده است ، اما قیمت پایین تری دارد .

انواع روش های قیمت گذاری

روانی : تعیین قیمت بر اساس هیجانات لحظه ای مشتری

بسته ای : برای هر محصول پکیج درست کنید و آن را در کنار سایر محصولات بفروشید در نتیجه باعث افزایش فروش محصول می شود که سود حاصل از این کار از سود جدا جدا فروختن محصولات بیشتر است .

جغرافیایی : برای موقعیت های مختلف جغرافیایی متناسب با نیازهای آن منطقه محصول تولید کنید و بعد با توجه به بضاعت مالی ساکنان آن مناطق برای محصولاتتان قیمت های متفاوتی تعیین کنید .

چطور مشتری را درست انتخاب کنیم؟

اولین قدم این است که بدانید می خواهید با چه گروهی از مشتری ها حرف بزنید. مخاطب شما قرار است متخصصان و کارشناسان باشند یا می خواهید حوزه گستردهای از مخاطبان را تحت تأثیر قرار دهید .

چطور با مشتری حرف بزنیم ؟

بازاریابی حرفه ای معمولا از ترکیبی از این دو روش برای فروش محصولات و خدمات استفاده می کنند :

۱ _ روش های سنتی

۲ _ شبکه های دیجیتال

رفتارمان در زمان شروع فروش چطور باشد؟

اول محصول یا خدمت را به یک گروه کوچک از مشتری ها عرضه کنید. تجربه موفق فروش به آنها می تواند بهترین شروع برای شما باشد

بازاریابی حسی :

بازاریابی حسی را به عنوان یک مدل بازاریابی و مدیریتی تجربه مدار، یا یک متدولوژی بازاریابی دانسته است که بایستی با توجه به پنج حوزه حواس، احساسات، تفکرات، اعمال و ارتباطات، مورد بازبینی قرار بگیرد .

بازاریابی تعاملی :

بازاریابی تعاملی ، این فرصت را برای مصرف کنندگان به وجود آورده است تا کالاها و خدمات را قبل از تصمیم گیری برای خرید ، مورد بررسی و تجربه قرار دهند .

همه محصولات یا خدمات به یکی از این چهار روش به دست مشتری می رسند. اینکه کدام یکی از این روش ها از بقیه بهتر است، کاملاً به محل و موقعیتی بستگی دارد که در آن مشتری تصمیم به خرید می گیرد .

روش اول : فروش مستقیم

روش دوم : فروش از طریق خرده فروش ها

روش سوم : فروش از طریق عمده فروش ها و خرده فروش ها

روش چهارم : فروش از طریق واسطه

نشان تجاری نتیجه برقراری ارتباطات طولانی مدت و مؤثر با مشتری درباره کیفیت محصول است .

قدم اول : شخصیت نشان تجاریتان را مشخص کنید

قدم دوم : شناخت از مصرف کننده

قدم سوم : ساخت ویژگی های ظاهری

قدم چهارم : معرفی نشان تجاری به بازار

برای اینکه مالکیت معنوی شما نسبت به محصولی که دارید به بازار عرضه می کنید، حفظ شود، باید در همان ابتدای راه، نشان تجاری خود را ثبت کنید. برای این کار ساز و کار قانونی مشخصی در کشور ما وجود دارد.