بسم الله الرحمن الرحیم

بازاریابی یک هفته‌ای

نویسنده

مارک ساترفیلد

www.ketab.ir

ترجمه

سعید جوی‌زاده | علیرضا احمدیان

نشر آکادمیک
ACADEMIC PRESS

سرشناسه	ساترفیلد، مارک، ۱۹۵۵ - م. Satterfield, Mark, ۱۹۵۵-
عنوان و نام پدیدآور	بازاریابی یک هفته‌ای/ نویسنده مارک ساترفیلد ؛ ترجمه سعید جوی‌زاده، علیرضا احمدیان.
مشخصات نشر	تهران: انتشارات آکادمیک، ۱۴۰۰
مشخصات ظاهری	۲۵۸ ص.
شابک	۹۷۸-۶۲۲-۷۶۰۹-۹۷-۴
وضعیت فهرست نویسی	فیپا
یادداشت	عنوان اصلی The one week marketing plan : the set it & forget it approach for quickly growing your business. [۲۰۱۴]
موضوع	بازاریابی -- مدیریت Marketing -- Management بازاریابی Marketing
شناسه افزوده	جوی‌زاده، سعید، ۱۳۵۷ -، مترجم
شناسه افزوده	احمدیان، علیرضا، ۱۳۶۴ -، مترجم
شناسه افزوده	Ahmadian, Alireaza, ۱۹۸۵-
رده بندی کنگره	HF۱۳/۵۴۱۵
رده بندی دیویی	۸۰۲/۶۵۸
شماره کتابشناسی ملی	۸۶۷۵۷۵۵
اطلاعات رکورد کتابشناسی	فیپا

www.ketab.ir

نشر آکادمیک
ACADEMIC PRESS

بازاریابی یک هفته‌ای

نویسنده	مارک ساترفیلد
مترجمین	سعید جوی زاده | علیرضا احمدیان
انتشارات	آکادمیک
چاپخانه و صحافی	دانشگاه خوارزمی
شابک	۹۷۸-۶۲۲-۷۶۰۹-۹۷-۴
نوبت چاپ	اول/ ۱۴۰۰
شمارگان	۵۰۰ نسخه
قیمت	۱۱۰,۰۰۰ تومان

خیابان سهروردی شمالی، خ هویزه غربی، خ یوسفی، پلاک ۷ طبقه دوم

۰۲۱-۲۸۴۲۹۴۸۴ Academicpress

Academicpub1@gmail.com Academicpress.ir

فهرست مطالب

مقدمه: چرا به برنامه بازاریابی یک هفته ای نیاز دارید؟ ۹

فصل اول: روز اول: بازار طاقچه خود را انتخاب کنید ۱۷

چگونه یک طاقچه می‌تواند همه زمینه‌های کسب و کار شما را بهبود بخشد ۱۸

چرا به یک طاقچه نیاز دارید ۱۹

راه آسان برای ایجاد پیامی که مطابق با بازار شما باشد ۲۰

هر کسب و کاری می‌تواند یک طاقچه پیدا کند ۲۰

انواع سوله ۲۱

پیدا کردن طاقچه خود را ۲۲

دلیل حضور در طاقچه شما ۲۴

فهرستی از عواملی که باید در نظر گرفته شوند ۲۵

فصل دوم: روز دوم: پیشنهاد رایگان خود را ایجاد کنید ۳۵

مرحله اول: قالب خود را انتخاب کنید ۳۷

مرحله دوم - انتخاب یک موضوع هوکی ۳۸

مرحله ۳ - عنوان خود را ایجاد کنید ۴۱

گزارش شما چقدر باید پوشش دهد؟ ۴۴

توسعه گزارش شما ۴۴

مشکلات و پیامدها ۴۵

گزینه‌های دیگر ۴۶

راه حل شما ۴۷

راه حل خود را به عنوان یک سری مراحل توضیح دهید ۴۸

www.ketab.ir

نتایجی که به دست می‌آورید ۴۹
"تماس برای اقدام" بسیار مهم ۵۱
شروع به نوشتن گزارش شما ۵۱
به هر جزء محتوا اضافه کنید ۵۳
تاثیر بصری ۵۳
فصل سوم: روز سوم: یک وب سایت برای پیشنهاد رایگان خود ایجاد کنید ۵۵
نمونه هایی از صفحات جذب سرب ۵۸
تیتر شما ۶۳
امتیاز گلوله ای که می‌فروشد ۶۳
نوشتن مزایا ۶۴
ایجاد نقاط گلوله شما ۶۵
جعبه انتخاب کردن ۶۶
صفحه تشکر شما ۶۹
گزینه‌های دیگر برای این صفحه وب ۷۰
صفحه انتخاب ویدیو ۷۰
فشار معکوس صفحات ۷۱
ایجاد صفحه وب خود برای گوگل ۷۲
رزرو URL شما ۷۳
شما می‌دانید چه کاری باید انجام دهید، اکنون آن را انجام دهید ۷۴
فصل چهارم: روز چهارم: مجموعه ای از پیام‌های بازاریابی قطره‌ای را توسعه دهید ۷۶
نحوه استفاده از پاسخگویان خودکار ۷۷
هفت پیام ایمیل شما ۷۹
دنباله هفت حرفی شما ۸۰
پیام شماره ۱ ..... ۸۱
پیام شماره ۲ ..... ۸۱
پیام شماره ۳ ..... ۸۲
پیام شماره ۴ ..... ۸۳
پیام شماره ۵ ..... ۸۴
پیام شماره ۶ ..... ۸۵
پیام شماره ۷ ..... ۸۶
پیام‌های خود را در پاسخگوی خودکار وارد کنید ۸۷
مشاوره اضافی ۸۸
ایده هایی برای محتوای اضافی ۸۹

www.ketab.ir

فصل پنجم: روز پنجم: ترافیک وب سایت خود را دریافت کنید ۹۱
تبلیغات در موتورهای جستجو ۹۲
انتخاب کلمات کلیدی با کمک گوگل ۹۴
ایجاد یک حساب کاربری گوگل ادوردز ۹۵
با استفاده از GOOGLE KEYWORD PLANNER ۹۵
ایجاد کمپین خود در گوگل ۹۷
گروه تبلیغاتی شما و امتیاز کیفیت شما ۹۹
نوشتن آگهی شما ۱۰۱
اضافه کردن کلمات کلیدی شما ۱۰۵
تنظیم کمپین خود در گوگل ۱۰۶
به عنوان جایگزینی برای گوگل، بینگ را امتحان کنید ۱۰۸
شروع به کار در بینگ ۱۰۸
اضافه کردن کلمات کلیدی شما ۱۰۹
انواع مطابقت ۱۰۹
مناقصه ۱۱۰
تصمیم گیری در مورد قیمت پیشنهادی ۱۱۱
تنظیم کمپین خود در بینگ ۱۱۱
تبلیغات در فیس بوک ۱۱۲
اسرار برنامه ریزی دولتی ۱۱۳
مخاطب خود را هدف قرار دهید ۱۱۴
مناقصه در فیس بوک ۱۱۵
لینکدین ۱۱۶
مناقصه در لینکدین ۱۲۰
شما در حال اجرا هستید ۱۲۰
مقدمه بخش دوم ۱۲۲
فصل ششم: رسانه‌های اجتماعی: بازاریابی استراتژیک ۱ و ۲ را تقویت می‌کند ۱۲۴
هدف کلی شما ۱۲۵
GOOGLE+ ۱۲۵
نویسندگی گوگل ۱۲۸
لینکدین ۱۲۹
افزودن صفحه شرکت ۱۳۱
توصیه ها ۱۳۱
گروه ها ۱۳۲

www.ketab.ir

فیس بوک ۱۳۲
توییتر ۱۳۳
ارسال به سایت‌های رسانه‌های اجتماعی ۱۳۶
برنامه ریزی پست‌های خود از قبل با HOOTSUITE ۱۳۷
زمان اجرا ۱۳۷
فصل هفتم: یک وبلاگ راه اندازی کنید: تقویت بازاریابی استراتژیک ۳ ..... ۱۳۹
نکات سریع برای طراح وب شما ۱۴۱
نکات سئو قبل از نوشتن اولین پست ۱۴۵
پیدا کردن شخصیت وبلاگ نویسی ۱۴۷
چگونه من یک استخدام کننده اجرایی شدم ۱۴۹
چهار پست بعدی شما ۱۵۱
ایده‌های بیشتر برای انتخاب و انتخاب ۱۵۱
یک ایده جالب برای ایجاد ترافیک ۱۵۳
با ایده‌های خودت می‌آیی ۱۵۴
رسیدن به داشبورد وبلاگ خود تا بتوانید پست بگذارید ۱۵۵
آماده شدن برای افزودن عکس ۱۵۵
ارسال به وبلاگ شما ۱۵۶
وبلاگ نویسی اجتماعی ۱۵۷
فصل هشتم: بازاریابی ویدیویی: بازاریابی استراتژیک ۴، ۵ و ۶ را تقویت می‌کند ۱۵۸
تقویت بازاریابی استراتژیک ۴: نوشتن اسکریپت ویدیوی شما ۱۵۹
تقویت بازاریابی استراتژیک ۵: ایجاد ویدیوی شما ۱۶۱
آماده شدن برای فیلمبرداری ۱۶۲
استخدام یک فیلمبردار کم هزینه یا بدون هزینه ۱۶۵
ایجاد یک ویدیوی متن روایت شده ۱۶۵
ایجاد اسلاید در پاورپوینت ۱۶۶
ایجاد اسلاید در KEYNOTE ۱۶۷
تبدیل اسلایدهای پاورپوینت به ویدیو ۱۶۸
تبدیل اسلایدهای کلیدی خود به ویدیو ۱۷۰
تقویت بازاریابی استراتژیک ۶: ارسال ویدیوی خود در YOUTUBE و تبلیغ آن ۱۷۱
ویدیوی خود را آپلود کنید و کانال خود را ایجاد کنید ۱۷۲
تنظیمات پیشرفته ۱۷۴
کانال شما ۱۷۴
آپلود ویدیو در VIMEO ۱۷۴

www.ketab.ir

تبلیغ ویدیوی شما ۱۷۵
پاسخ‌های ویدیویی ۱۷۵
آبفشان ترافیک ۱۷۶
HTTP://FIVERR.COM/ ۱۷۶
فصل نهم: تبلیغات: تقویت بازاریابی استراتژیک ۷ و ۸ ..... ۱۷۸
ایده‌های داستانی که رسانه‌ها دوست دارند ۱۷۹
گره زدن داستان خود به اخبار ۱۸۱
گره زدن داستان خود به یک تعطیلات، یک رویداد سالانه، یا یک فصل ۱۸۱
تعطیلات خود را ایجاد کنید ۱۸۳
کراوات افراد مشهور ۱۸۳
بخش‌های روند و نظرسنجی ها ۱۸۴
لیست‌های شماره گذاری شده ۱۸۵
چگونه به قطعات ۱۸۶
ایجاد جنجال یا رد کردن یک افسانه ۱۸۶
سالگردها ۱۸۷
نمونه ای از بیانیه مطبوعاتی ۱۸۸
نوشتن بیانیه مطبوعاتی شما ۱۸۹
قالب بندی نسخه شما ۱۹۱
تعیین محل ارسال بیانیه مطبوعاتی ۱۹۳
پیدا کردن اطلاعات تماس رسانه محلی ۱۹۴
یافتن مخاطبین رسانه ملی و منطقه ای ۱۹۵
خدمات انتشار اخبار ۱۹۵
تماس رسانه‌ها با شما ۱۹۷
وبلاگ نویسی مهمان ۱۹۹
مطرح کردن رسانه ها ۲۰۰
فصل دهم: ایمیل مستقیم: بازاریابی استراتژیک ۹ و ۱۰ را تقویت می‌کند ۲۰۴
همه چیز با فهرست مناسب شروع می‌شود ۲۰۶
داستان‌های موفقیت ایمیل مستقیم ۲۰۸
نوشتن نامه فروش شما ۲۰۹
قبل از اینکه نامه فروش خود را بنویسید ۲۱۱
اولین جمله شما ۲۱۲
پاراگراف دوم شما ۲۱۳
پیشنهاد شما ۲۱۴

www.ketab.ir

بیانیه اعتبار شما ۲۱۴
قدرت PS ۲۱۵
ایجاد نامه فروش شما ۲۱۵
فراتر از حرف اول ۲۱۶
دریافت ایمیل مستقیم شما چاپ و ارسال می‌شود ۲۱۸
تقویت استراتژی بازاریابی ۹ ..... ۲۱۹
تقویت استراتژی بازاریابی ۱۰ ..... ۲۱۹
فصل یازدهم: سرمایه گذاری مشترک: تقویت بازاریابی استراتژیک ۱۱ و ۱۲ ..... ۲۲۱
یافتن شرکای مناسب ۲۲۲
طرز فکر شرکای بالقوه شما در سرمایه گذاری مشترک ۲۲۵
ایجاد نامه ای برای تبلیغ محصول خود ۲۲۹
ملاحظات ویژه برای شرکای سرمایه گذاری مشترک اینترنتی ۲۳۰
شریک بلند مدت JV ۲۳۲
فصل دوازدهم: گام بعدی ۲۳۶
تمرکز بازاریابی شما برای سال آینده ۲۳۹
رژیم بازاریابی ما در باران ملایم ۲۴۱
پیوست اول: برون سپاری ۲۴۴
اگر بعد از استخدام شخصی با مشکل مواجه شدید ۲۴۸
پیوست دوم: یک آغازگر کوتاه در مورد بهینه سازی موتور جستجو ۲۴۹
ساختن صفحه اول ۲۵۲
پیوست سوم: بسته ابزار بازاریاب اکراه کننده ۲۵۳
به یاد داشته باشید که موفقیت چه احساسی داشت ۲۵۴
تنفس متمرکز ۲۵۴
قدردانی ها ۲۵۶
درباره نویسنده ۲۵۸

www.ketab.ir

مقدمه

چرا به برنامه بازاریابی یک هفته ای نیاز دارید؟

سنگی در اتاق استخر من وجود دارد که کلمه «صبر» روی آن حک شده است. فکر می‌کنم سنسی من آن را به من داد، یا ممکن است همسرم یا همسایه من باشد. . ظاهراً فهرست طولانی‌ای از افرادی وجود دارد که احساس می‌کنند این چیزی است که باید روی آن کار کنم.

اگر راست گفته شود، فکر نمی‌کنم تنها باشم. تصور می‌کنم اگر ساده‌تر بود، کارهای زیادی انجام می‌دادید. من هم همینطور.

متأسفانه، پاسخ‌های ساده معمولاً فقط برای مسائل ساده وجود دارد. من مطمئن هستم که استثنائاتی وجود دارد، اما من متوجه می‌شوم که هر چه مشکل چالش برانگیزتر باشد، همانطور که استادان شطرنج می‌گویند، ما باید بیشتر به "عمیق بازی" فکر کنیم.

به عنوان مثال، اجازه دهید موضوع جذب مشتریان جدید بیشتر را در نظر بگیریم.

در ظاهر، پاسخ باید ساده باشد: فقط از آنها بپرسید.

"هی تو. من متوجه شدم که ما هرگز ملاقات نکرده ایم، و شما من را نمی‌شناسید، اما می‌خواهید وسایل من را بخرید؟

خوب، شاید ما آن را کمی زیباتر می‌گوییم، اما آیا شما مقصر نبوده اید؟ من می‌دانم که دارم.

به این میگن فروش به غریبه ها.

آیا کار می‌کند؟ مطمئناً اگر مایلید با افراد کافی صحبت کنید. این به نوعی مرا به یاد استراتژی من در دهه ۷۰ می‌اندازد که در دیسکو پیش زنان می‌رفتم و از آنها می‌خواستم با من بیرون بروند.

www.ketab.ir

کار کرد؟ مطمئن. خیلی خوب . . . گاه و بیگاه. اما از نظر شما کیفیت چطور؟ خوب . . . که کمی مشکوک بود

مشکل این است که اگر استراتژی ما اساساً از افراد غریبه بخواهیم تا با ما تجارت کنند، نه تنها با رد شدن زیادی مواجه می‌شویم، بلکه هیچ فیلتری در مورد انواع مشتریانی که در نهایت با آنها مواجه می‌شویم، نداریم.

مسلماً، اگر مشتری ندارید، ایده داشتن هیچ مشتری، صرف نظر از اینکه چقدر بد باشد، خوب به نظر می‌رسد. اما من فکر می‌کنم مهم است که به یاد داشته باشیم که هدف این است که هم کیفیت و هم کمیت را داشته باشیم.

پس چگونه این کار را انجام دهیم؟

کلید داشتن یک سیستم برای پیروی است. شما را نمی‌دانم، اما وقتی برنامه‌ای دارم، وقتی می‌دانم مراحل بعدی چیست، احتمال اینکه در مسیر باقی بمانم بسیار بیشتر است. تا آخر یه چیزی رو میبینم برعکس، زمانی که من فقط یک مرحله از این فرآیند را کشف کرده‌ام، پس از انجام تنها یک کار، به احتمال زیاد تسلیم می‌شوم (یا حواس‌ام پرت می‌شود).

بنابراین اگر تلاش بازاریابی شما با نیت خوب اما نتایج ملموس کمی پر شده است، من چیزی برای شما دارم. این برنامه بازاریابی یک هفته ای نامیده می‌شود و طی پنج روز آینده ما با یکدیگر همکاری خواهیم کرد تا نیازی به تعقیب مشتریان را یک بار برای همیشه از بین ببریم.

با ریسک بیان چیزهای بدیهی، موفقیت هر شرکتی به داشتن جریان ثابت مشتریان بالقوه جدید بستگی دارد. متأسفانه، بسیاری از کسب‌وکارها تنها به مشتریان فعلی خود و ارجاع‌ها به عنوان روش‌های اصلی خود برای کسب و کار جدید متکی هستند. اگرچه این ممکن است در کوتاه مدت یک استراتژی موفق باشد، اما همیشه منجر به ترن هوایی "جشن یا قحطی" می‌شود که بسیاری از مشاغل تجربه می‌کنند.

این چیزی است که من معتقدم.

۱. بازاریابی لازم نیست گران، وقت گیر یا گیج کننده باشد.

۲. شما می‌توانید یک سیستم بازاریابی بسیار موثر را راه اندازی کنید و کاری را که قرار است در یک هفته انجام دهید انجام دهید.

۳. نکته کلیدی تمرکز بر یک سیستم به جای یک سری فعالیت‌های غیر مرتبط است.

۴. در نهایت، بازاریابی موفق اولاً در مورد توسعه روابط و در مرحله بعد فروش چیزها است.

۵. هر کسی می‌تواند این کار را انجام دهد.

www.ketab.ir

این کتاب دقیقاً به شما نشان می‌دهد که چگونه سیستم بازاریابی خود را تنظیم کنید. نکته کلیدی این است که مراحل را دنبال کنید. تا زمانی که مرحله شماره ۱ را به پایان نرسانید نگران مرحله ۴ نباشید. بدیهی به نظر می‌رسد، اما بسیاری از مردم در این تله می‌افتند.

نکته پایانی این است که اگر آنچه را که من به شما می‌گویم انجام دهید، دیگر هرگز نباید نگران باشید که مشتری بعدی شما از کجا می‌آید.

من متوجه شدم که این یک بیانیه نسبتاً جسورانه است، پس من کی هستم که چنین ادعایی داشته باشم؟

از بسیاری جهات من خیلی با تو فرق ندارم. سال‌ها با آن چرخه‌های تجاری ضیافت یا قحطی دست و پنجه نرم می‌کردم و به این فکر می‌کردم که آیا زمانی فرا می‌رسد که بتوانم از تعقیب مشتریان خودداری کنم و از آنها بخواهم به دنبال من باشند.

با نگاهی به بیست سال پیش به زمانی که برای اولین بار کسب و کار خود را شروع کردم، اولین کسی خواهم بود که اعتراف می‌کنم که گذار از زندگی شرکتی به کارآفرینی آسان نبود.

یکی از چیزهایی که مرا غافلگیر کرد (اگرچه نباید می‌بود) این بود که در حالی که رزومه نسبتاً چشمگیری با پپسی و کرافت فودز داشتم، متوجه شدم که واقعاً شبکه بزرگی از مخاطبین ندارم. تقریباً همه کسانی که می‌شناختم در جایی که من کار کرده بودم کار می‌کردند. بنابراین، مدت زیادی طول نکشید که من بیش از چند بار در این مسیر پیمودم و فهرست ناچیز مخاطبین خود را برای سرنخ‌ها و ارجاع‌ها بالا بردم.

مانند بسیاری از مردم، شنیدم که رویدادهای شبکه راه خوبی برای ملاقات با مشتریان احتمالی است، بنابراین به چند گروه ملحق شدم، به جلسات اتاق بازرگانی رفتم و حتی چند گروه روتاری را آزمایش کردم. مشکل این بود که من واقعاً در رویدادهای "ملاقات و اختلاط" خوب نیستم، بنابراین هرگز از آنها سود زیادی نبردم. اکثر همه کسانی که ملاقات کردم گفتند که از این چیزها کسب و کار زیادی به دست آوردند، اما بنا به دلایلی این نوع رویدادها هیچ وقت برای من کار نکرد - متوجه شدم که در دام معاشرت با افراد معدودی که از قبل می‌شناختم گرفتم.

کمی ناامید شده بودم که یک برنامه کاست قدیمی را از پسر عمویم جری قرض گرفتم. این بازاریابی مغناطیسی دن کندی بود و مقدمه ای بود که به آن بازاریابی با پاسخ مستقیم می‌گویند. به عبارت ساده، این بازاریابی است که در آن با ارائه چیزی به آنها به صورت رایگان، مشتریان بالقوه جدیدی را جذب می‌کنید و سپس پیام‌های مداوم را برای ایجاد اعتماد و تبدیل آنها به مشتریان پولی دنبال می‌کنید. این نوعی بازاریابی است که در آن می‌توانید فوراً نتایج خود را پیگیری کنید، بنابراین

www.ketab.ir

دلارهای ارزشمند بازاریابی خود را هدر ندهید.

صادقانه بگویم، من ابتدا در برابر بازاریابی با پاسخ مستقیم مقاومت کردم زیرا نمونه هایی که در مورد آنها خواندم بر روی صاحبان رستوران‌ها و لوله کش‌ها متمرکز بود. من فکر می‌کردم که مشتریان من متفاوت هستند - آنها برای این نوع بازاریابی بسیار پیچیده هستند.

اما من از ایده استفاده از اطلاعات رایگان برای به دست آوردن مشتریان بالقوه برای بالا بردن دستانشان، و سپس استفاده از یک توالی بازاریابی قطره ای برنامه ریزی شده برای ایجاد اعتبار و در نهایت تبدیل این مشتریان بالقوه به مشتریان و مشتریان، بسیار خوشم آمد. به این نتیجه رسیدم که واقعاً چیزی برای از دست دادن ندارم، بنابراین آنچه را که یاد گرفتم تغییر دادم تا بر جایگاه خود متمرکز شوم، که مشاوران و دیگران بودند که مشاوره و خدمات ارزشمندی ارائه می‌دهند.

به هر حال، برای کوتاه کردن یک داستان طولانی، کارساز بود. واقعاً خوب، در واقع. سال بعد از ۴۵۰۰۰ دلار به ۹۷۰۰۰ دلار رسیدم. برای شخصی مثل من که ۱۸۰۰ دلار در حساب جاری من داشت، این یک جهش بزرگ به جلو بود.

و بهتر شد

من به آزمایش ایده‌ها ادامه دادم. برخی از آنها کار نمی‌کردند - اما بسیاری از آنها کار می‌کردند، و در عرض دو سال کسب و کار من به حدود ۲۵۰۰۰۰ دلار رسید. این در سال ۲۰۰۲ بود، و همانطور که ممکن است به خاطر بیاورید، این زمانی بود که اینترنت واقعاً شروع به رونق کرد. به طور ناگهانی ایجاد وب سایت‌ها بسیار آسان تر (و ارزان تر) شد. اکنون این برنامه‌ها به نام پاسخ‌گوی خودکار وجود داشتند که به شخصی مثل من (که مطلقاً هیچ مهارت فنی نداشت) این امکان را می‌داد تا تقریباً کل سیستم بازاریابی را خودکار کند.

درآمد من ۵۰ درصد افزایش یافت. و بعد دوباره این کار را کرد.

من اعتراف می‌کنم که این بسیار عالی بود. به جای اینکه مجبور باشم بیرون بروم و سعی کنم در رویدادهای شبکه با غریبه‌ها صحبت کنم، به معنای واقعی کلمه یک لیست انتظار از مشتریان داشتم. این بدان معناست که می‌توانم هزینه‌هایم را افزایش دهم، و مهم‌تر از آن، انتخاب کنم که با چه کسی کار کنم.

به هر حال این زندگی من برای سه سال آینده بود و عالی بود.

اما همه چیز تغییر می‌کند و در مورد من این تغییر به شکل یک شرکت مشاوره مدیریت بین المللی بود که در حال گذراندن یک وصله سخت بود. با کمال تعجب، برای یک شرکت میلیارد دلاری، آنها واقعاً هیچ بازاریابی انجام ندادند. تقریباً تمام تجارت آنها از ارجاعات و تکالیف تکراری ناشی می‌شد.

www.ketab.ir

این کار تا زمانی که تعدادی از مشتریان بلندمدت آنها قرارداد خود را تمدید نکردند و ارجاعات شروع به خشک شدن کردند، خوب کار کرد. سپس آنها شروع کردند به نگرانی در مورد اینکه چگونه می‌خواهند خط لوله خود را با تجارت جدید پر کنند.

یکی از شرکای ارشد آن‌ها مقاله‌ای را که درباره روش بازاریابی‌ام نوشتم خواند، از رویکرد غیرفروش سخت من خوشش آمد و از من خواست که برای ملاقات با او و برخی دیگر از شرکا به نیویورک بروم.

آن مکالمه منجر به یک نامزدی پنج ساله شد که در آن من ۲۷۵ نفر از ۳۵۰ شریک را در مورد آنچه که قرار است طی پنج روز آینده پوشش دهیم، آموزش دادم.

کار کرد؟ بدیهی است که اگر پاسخ «نه» بود، این داستان را برای شما تعریف نمی‌کردم، و صادقانه بگویم، موفقیتی که آنها به دست آوردند بیشتر به دلیل تمایل آنها برای اجرای آنچه من آموزش دادم و پذیرش ایده‌ها و رویکردهای جدید بود.

آن وقت بود که خبر در مورد من به گوش رسید.

این یک دوره زمانی بسیار پر سر و صدا بود. اما قیمتی داشت.

بسیاری از کارهای من در اروپا بود. در ابتدا به طرز وحشتناکی پر زرق و برق بود، و من این تجربه را با هیچ چیز عوض نمی‌کردم. اما به شما سایده می‌شود. یازدهمین باری که به دوسلدورف می‌روید، واقعاً چیزی فراتر از یک سفر مشاوره ای بسیار طولانی می‌شود.

به‌علاوه، در حالی که از کار با برخی از شرکت‌های مشاوره برتر دنیا لذت می‌بردم، تمایل داشتم این روش بازاریابی را آموزش دهم و در قالبی صمیمی‌تر به کار ببرم - کار با شرکت‌های کوچک‌تری که واقعاً می‌خواستند در یک جایگاه خاص نشان دهند. این چیزی است که من را بیشتر هیجان زده کرد.

که مرا به جایی که امروز هستم هدایت می‌کند. مشتریان من در مشاوره، بیمه، خدمات مالی، املاک و مستغلات، آموزش، و پانزده تجارت خاص دیگر هستند.

وجه مشترک همه آنها این است که میل به داشتن لیست انتظار از مشتریان بدون تماس سرد یا فروش سخت است. احتمالاً مانند شما، آنها زمان یا پول زیادی برای سرمایه گذاری در بازاریابی ندارند، اما تمایل زیادی برای جذب جریان‌های مداوم مشتریان جدید دارند.

در فصل‌های آتی، به شما کمک می‌کنم تا پاسخگوترین بازار طاقچه خود را شناسایی کنید و به شما نشان خواهم داد که چگونه می‌توانید آنها را وادار کنید تا «دست‌هایشان را بالا ببرند» و علاقه اولیه خود را نسبت به اینکه چه کسی هستید و چه چیزی ارائه می‌دهید ابراز کنند. سپس به شما نشان خواهم داد که چگونه آنها را از مشتریان بالقوه بیکار به مشتریان پولی از طریق یک سری پیام‌های خودکار تبدیل کنید. اگر نویسنده نیستید، نگران نباشید - من الگوهایی را در اختیار شما قرار می‌دهم

www.ketab.ir

که اجرای کل این فرآیند را آسان می‌کند.

همانطور که این افراد بالقوه وارد سیستم "ارتباطات قطره ای" شما می‌شوند، شروع به ایجاد رابطه با آنها خواهید کرد. آن‌ها احساس می‌کنند که شما را می‌شناسند، حتی اگر هرگز رو در رو ملاقات نکرده باشید.

مربی فروش گرتا شولز، که مشتریان جدیدی را با استفاده از ویدیوهای آنلاین رایگان جذب می‌کند، می‌گوید این بسیار عادی است که وقتی برای اولین بار ملاقات می‌کنند به او بگویند: «احساس می‌کنم از قبل شما را می‌شناسم». آنها مطالبی را که در ویدیوهایم گفته ام نقل می‌کنند.»

وکیل برایان میتمن، که از این نوع سیستم بازاریابی در com.thedisabilityguide استفاده می‌کند، می‌گوید که این سیستم به او کمک می‌کند تا مشتریانی را برای فعالیت‌های ناتوانی‌اش جذب کند که سطح درک عمیق‌تری از فرآیند ادعا دارند و بنابراین مشتریان بهتری پیدا می‌کنند: «اکنون فردی دارم که برای گرفتن وکیل مثل بقیه عجله نکردم. آنها اطلاعاتی را که ارائه می‌دهم خوانده‌اند و از من می‌پرسند که آیا ممکن است به پرونده آنها علاقه مند باشم یا خیر.

این در واقع همان چیزی است که برنامه بازاریابی یک هفته ای در مورد آن است: به دست آوردن دید در بازار تخصصی خود، آموزش مردم در مورد مشکلاتی که حل می‌کنید، و تماس مشتریان با شما در مورد اینکه چگونه می‌توانید به آنها کمک کنید.

برای من کارآمد است، برای مشتریان کسب و کار کوچک من کار می‌کند، و حتی برای یک شرکت مشاوره میلیارد دلاری کار می‌کند. حالا وقت آن است که اجازه دهید برای شما کار کند.

www.ketab.ir

دستور کار ما برای پنج روز آینده:

روز اول: شما تعیین خواهید کرد که روی کدام بازار خاص تمرکز کنید. کلید جذب تعداد زیادی مشتری جدید، داشتن یک پیام بازاریابی است که مستقیماً با یک گروه خاص صحبت می‌کند. من دقیقاً به شما نشان خواهم داد که چگونه پاسخگوترین بازار طاقچه را شناسایی کنید و اگر بیش از یک بازار دارید چگونه انتخاب کنید.

روز دوم: من به شما نشان خواهم داد که چگونه یک پیشنهاد رایگان قانع کننده ایجاد کنید که مشتریان بالقوه را برای درخواست آن ترغیب کند. این پیشنهاد اولین مرحله در فرآیند جذب مشتری است و من یک الگوی جامع برای ایجاد یکی از خود در یک روز در اختیار شما قرار خواهم داد.

روز سوم: شما یک وب سایت ساده تک صفحه ای ایجاد خواهید کرد که پیشنهاد رایگان شما را تبلیغ می‌کند و نام هایی را برای لیست ایمیل شما می‌گیرد. بله، می‌دانم که فناوری گاهی اوقات می‌تواند مانعی برای شما باشد، اما نمی‌خواهم شما نگران این موضوع باشید. تنها کاری که باید در روز

سوم انجام دهید این است که کپی را برای صفحه وب بنویسید. من دقیقا به شما نشان خواهم داد که با چه کسی تماس بگیرید تا سایت خود را تنها با چند دلار راه اندازی کنید. از زمان نوشتن این مقاله، من ۶۵ وب سایت دارم که هر کدام یک پیشنهاد رایگان ارائه می‌دهند و افراد بالقوه جدیدی را جذب می‌کنند، و به سختی می‌توانم "HTML" را بنویسم. به من اعتماد کن، اگر من می‌توانم این کار را انجام دهم، شما هم می‌توانید. من شما را از طریق تمام مراحل راهنمایی می‌کنم.

روز چهارم: شما پنج تا هفت پیام بازاریابی قطره‌ای (بر اساس الگوهایی که ارائه می‌دهم) می‌نویسید که پس از درخواست پیشنهاد رایگان شما، به‌طور خودکار به مشتریان بالقوه شما تحویل داده می‌شود. این پیام‌ها نقش دوگانه ایجاد رابطه اعتماد و تبدیل مشتریان بالقوه به مشتریان پرداخت کننده دارند.

روز پنجم: اکنون بخش سرگرم کننده فرا می‌رسد - هدایت ترافیک به وب سایت شما و جذب مشتریان جدید بیشتر. امروز شما تبلیغات می‌نویسید (دوباره با استفاده از الگوهایی که ارائه خواهم داد) و شروع به اجرای آنها در گوگل، بینگ، فیس بوک یا لینکدین خواهید کرد. تنها چیزی که نیاز دارید یک بودجه تبلیغاتی ۵۰ تا ۱۰۰ دلاری است و در حال راه اندازی هستید. در پایان روز، سرنخ‌های هدفمندی خواهید داشت که به وب سایت شما می‌آیند.

به یاد داشته باشید که اگرچه هدف این است که کمپین خود را در یک هفته راه اندازی کنید، اما اگر کمی بیشتر طول بکشد، مشکلی نیست. فقط مطمئن شوید که اجازه ندهید اینرسی به شما کمک کند. ضمناً، اگر نمی‌خواهید هیچ یک از کارهایی را که پوشش می‌دهم شخصاً انجام دهید، به شما نشان خواهم داد که چگونه آن را برون سپاری کنید. فقط بین **پیوست اول** برای کم‌هزینه‌ترین و مطمئن‌ترین راه‌ها برای یافتن افراد دیگری که این کار را برای شما انجام دهند.

من همچنین به شما نشان خواهم داد که چگونه از SEO، رسانه‌های اجتماعی، بازاریابی ویدئویی، تبلیغات و سرمایه گذاری مشترک به عنوان ابزارهایی برای هدایت افراد بیشتری به وب سایت خود و درخواست پیشنهاد رایگان خود استفاده کنید.

یک نکته دیگر: به تعویق انداختن کار می‌تواند به طور دوره ای سر زشت خود را بالا ببرد، و روزهایی یا حداقل قسمت هایی از روزها وجود خواهد داشت که در مقابل وظیفه ای که در دست دارید کمی مقاومت خواهید داشت. از آنجایی که همه در یک زمان با این مشکل مواجه می‌شوند، من ایجاد کرده ام**پیوست ج**، "مجموعه ابزار بازاریاب بی میل"، و شامل تمریناتی است که به شما کمک می‌کند تا از هر چیزی که لحظه ای شما را از هدف شما برای اجرای سیستم جذب مشتری باز می‌دارد عبور کنید.

برای شروع آماده اید؟ شروع کنیم.

www.ketab.ir