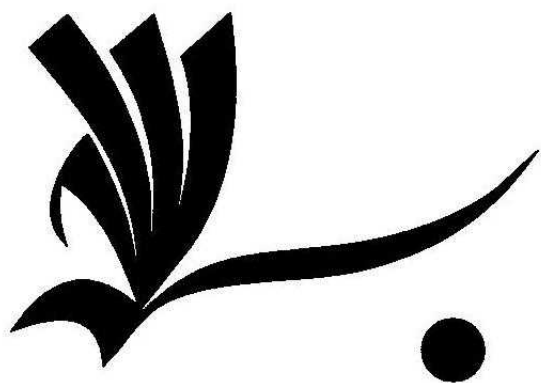




۱۵۱ ایده سریع برای تبلیغات اثربخش

تألیف:

جین جواچیم

مترجم

امید لطفی (بشیرتگر سازمان اتکا)

دکتر احمد روستا (هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی)

سرشناسه	چواکیم، جین سی، ۱۹۴۸ - م. Choudary, Sangeet Paul
عنوان و نام پدیدآور	۱۵۱ ایده سریع برای تبلیغات اثربخش / مولف جین چواکیم؛ مترجم امید لطفی، احمد روستا.
مشخصات نشر	تهران: انکا، انتشارات، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	۱۷۷ص: مصور، جدول، نمودار.
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۸۹۱۰-۷۱-۸ ریال ۲۵۰۰۰۰
وضعیت فهرست نویسی	فیبا
یادداشت	عنوان اصلی: c۲۰۰۸۱۵۱, quick ideas for advertising on a shoestring.
یادداشت	کتاب حاضر تحت عنوان "۱۵۱ ایده سریع تبلیغات، بدون اینکه پول زیادی خرج کنید..." با ترجمه بابک حاجیان توسط شرکت چاپ و نشر بازرگانی در سال ۱۳۹۷ فیبا گرفته است.
یادداشت	واژه‌نامه.
عنوان دیگر	۱۵۱ ایده سریع تبلیغات، بدون اینکه پول زیادی خرج کنید...
خوان گر رده	صد و پنجاه و یک ایده سریع برای تبلیغات اثربخش.
موضوع	آگهی‌های تبلیغاتی -- مدیریت
موضوع	Advertising -- Management
موضوع	آگهی‌های تبلیغاتی -- هزینه‌ها
موضوع	Advertising -- Evaluation
شناسه رده	ون الستاین، مارشال
شناسه افزوده	Lotfi, Omid
شناسه افزوده	روستا، احمد، ۱۳۲۷ - مترجم
شناسه افزوده	Rosta, Ahmad
شناسه افزوده	انکا، انتشارات
رده بندی کنگره	HF۵۸۲۱ ج۹ ۱۳۰۸
رده بندی دیویی	۶۰۹/۱
شماره کتابشناسی ملی	۵۶۸۳۳۳۹

عنوان:	۱۵۱ ایده سریع برای تبلیغات اثربخش
مترجم یا مترجمان:	امید لطفی، احمد روستا
ویراستار فنی و ادبی:	دکتر احمد روستا، سکان لاهی (پژوهشگر سازمان انکا)
زمان و نوبت چاپ:	۱۳۹۸/اول
شمارگان:	۲۰۰ نسخه
طراح جلد:	امیررضا همتیان (پژوهشگر سازمان انکا)
شابک:	۹۷۸ - ۶۰۰ - ۸۹۱۰ - ۷۱ - ۸
قیمت:	۲۵۰۰۰۰ ریال



انتشارات

کلیه حقوق چاپ این کتاب محفوظ و متعلق به سازمان انکا است.

هر نوع تکثیر یا نشر تمام یا بخشی از این کتاب منوط به اجازه کتبی سازمان انکا خواهد بود.

نشانی: تهران، خ امام خمینی (ره)، خ شهید مرادی، ساختمان شهدای مرکزی انکا، انتشارات سازمان انکا

تلفن: ۰۲۱-۶۱۹۱۵۱۲۴ | دورنگار: ۰۲۱-۶۱۹۱۵۳۵۵ | وبسایت: www.etkapublishing.ir | ایمیل: info@etkapublishing.ir

پیش گفتار مترجم

گرایش شرکت‌ها به استفاده از راهکارهای تبلیغات اثربخش، روزبه‌روز در حال افزایش است. آگاهی از ایده‌های ناب، بهترین فرصت برای تحول است. اگرچه کتاب‌های گوناگونی در مورد تبلیغات به رشته تحریر درآمده‌اند، اما کتاب ۱۵۱ ایده سریع برای تبلیغات اثربخش، کتابی ویژه است که با ارائه ایده‌های متنوع می‌تواند راهنمای مناسبی برای فعالان اقتصادی، گروه‌های حرفه‌ای، مدیران و اساتید، پژوهشگران، دانشجویان و علاقه‌مندان بازاریابی، فروش، ارتباطات و تبلیغات باشد.

این کتاب با توجه به کاهش سرانه مطالعه و کاهش تمایل عمومی مطالعه برای متون طولانی، مجموعه جالبی از ایده‌ها، ترفندها و نکات آموزنده و مختصر و مفید می‌باشد و هر کس بنا بر نیازمندی و علاقه‌مندی خود می‌تواند از آن استفاده کند. انتظار می‌رود مطالعه این کتاب ارزش‌آفرین و ارزش‌افزا باشد و باعث بروز ایده‌ها و پدیده‌های نوین گردد.

این کتاب توسط پژوهشگر برجسته و نویسنده و نوآوری سازمان اتکا امید لطفی با همکاری و نظارت آقای دکتر احمد روستا عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی ترجمه گردیده است. امید است این اثر در جهت ارتقا دانش مدیران و متصدیان حوزه مدیریت بازاریابی میهن عزیز اسلامی ایران، به‌ویژه سازمان اتکا مفید واقع گردد. انشاء...

فهرست

- مقدمه ۱
۱. محصولات جدیدی برای مشتریان فعلی پیدا کنید ۳
۲. به بودجه بیندیشید ۴
۳. اختصاص کارمزد به مشتریان؟ ۵
۴. بودجه فرصت ۶
۵. گزاره فروش منحصر به فردتان را بریف کنید ۷
۶. حداکثر تلاش‌تان را بکنید ۸
۷. ایده‌های بزرگ به معنی کارهای بزرگ هستند ۹
۸. افزایش شیوه‌های پرداخت ۱۰
۹. تبادل با کسب و کارهای غیر رقیب ۱۱
۱۰. کمک مالی ۱۲
۱۱. ارائه تخفیف به سازمان‌های عام‌المنفعه ۱۳
۱۲. ارزش طول عمر مشتریان‌تان را مشخص کنید ۱۴
۱۳. تهدیدها را به فرصت تبدیل کنید ۱۵
۱۴. کسب و کارتان را به دقت بسازید ۱۶
۱۵. ارسال پستی کاتالوگ به خریداران آنلاین ۱۷
۱۶. جلد فقط تصویر زیبا نیست ۱۸
۱۷. تابلوی اعلانات اشتراکی طراحی کنید ۱۹
۱۸. به کارگیری کلمات فروش تأثیرگذار برای رسیدن به موفقیت ۲۰

۱۹. از توصیه‌نامه‌ها برای افزایش فروش استفاده کنید ۲۱
۲۰. فرمول مسئله‌راه‌حل ۲۲
۲۱. هیچ‌وقت پی‌نوشت را فراموش نکنید ۲۳
۲۲. بروشور چندمنظوره ۲۴
۲۳. استعدادهای تازه‌ای پیدا کنید ۲۵
۲۴. قالب‌های استاندارد هزینه را کاهش می‌دهند ۲۶
۲۵. واژه‌ها و جملات مقابل صدا و تصویر ۲۷
۲۶. رویکرد شخصی داشته باشید ۲۸
۲۷. باید‌ها و نباید‌های طراحی ۲۹
۲۸. جذابیت بنرهایتان را بالا ببرید ۳۰
۲۹. فهرست مشتریان را تبدیل به پایگاه داده کنید ۳۱
۳۰. بهبود فهرست مشتریان ۳۲
۳۱. مسابقه، سرنخ‌های شما را گسترش می‌دهد ۳۳
۳۲. آزمایش پیشنهادهای جدید در ارسال هر پست ۳۴
۳۳. تبادل فهرست هزینه را کاهش می‌دهد ۳۵
۳۴. قانون بیست هشتاد ۳۶
۳۵. پیگیری الزامات پستی ۳۷
۳۶. سر قیمت فهرست چانه‌بزنید ۳۸
۳۷. برای مشتریان خیلی فروش افزایشی کنید ۳۹
۳۸. مذاکره بیشتر بر سر فهرست ۴۰
۳۹. تعداد خرید مشتریان را افزایش دهید ۴۱
۴۰. دقت در اجاره فهرست ۴۲

۴۱. پرداختن یا نپرداختن هزینه پست!..... ۴۳
۴۲. نام‌های تکراری متعلق به مشتریان پرخرید هستند..... ۴۴
۴۳. پست مستقیم برای ایجاد مشتریان بالقوه؟..... ۴۵
۴۴. با استفاده از تلویزیون ملی، در هزینه صرفه‌جویی کنید..... ۴۶
۴۵. زنجیره‌های احساسی پاسخ زیادی دریافت نمی‌کنند..... ۴۷
۴۶. تبلیغات اطلاعاتی هزینه‌بر هستند..... ۴۸
۴۷. بهترین برنامه برای موفقیت DRTV..... ۴۹
۴۸. بهترین زمان برای حمایت تبلیغات DRTV..... ۵۰
۴۹. کاهش بودجه DRTV برای حصول افزایش خرده‌فروشی..... ۵۱
۵۰. تبلیغ شدید در بهترین فصل..... ۵۲
۵۱. نمایش در شبکه ارزان‌ترین حالت است..... ۵۳
۵۲. DRTV در توضیحات تصویری بیشترین کاهش دارد..... ۵۴
۵۳. درخواست سفارش کنید..... ۵۵
۵۴. زمان DRTV وجود ندارد..... ۵۶
۵۵. گردش گسترده بیشترین میزان پخش را دارد..... ۵۷
۵۶. ایمیل مصرف‌کنندگان..... ۵۸
۵۷. ایمیل بنگاه به بنگاه..... ۵۹
۵۸. هرگز ایمیلی را بدون پیشنهاد ارسال نکنید..... ۶۰
۵۹. خواننده شدن ایمیل..... ۶۱
۶۰. ایمیل رایگان است..... ۶۲
۶۱. پاسخ به ایمیل سریع است..... ۶۳
۶۲. ارسال کارت‌های هدیه الکترونیکی با ایمیل..... ۶۴

۶۳. اشتباهات ایمیلی که باید از آن‌ها اجتناب کنید ۶۵
۶۴. انجام بی‌نقص سفارش ۶۶
۶۵. افزایش ارزش طول عمر مشتری ۶۷
۶۶. استفاده از بازاریابی مستقیم ۶۸
۶۷. نوسانات فصلی کارتان را مشخص کنید ۶۹
۶۸. بازاریابی‌تان را ادغام کنید، وجهه‌تان را حفظ کنید ۷۰
۶۹. صفحات - ۱. خانه را برای تبلیغات اینترنتی طراحی کنید ۷۱
۷۰. تبلیغات مناسبی در اینترنت ۷۲
۷۱. فضاهای باقیمانده در مجلات هنر را کاهش می‌دهند ۷۳
۷۲. به‌کارگیری رنگ در تبلیغات مجله ۷۴
۷۳. واحدهای تبلیغاتی کوچک نقش تعیین‌کننده‌ای دارند ۷۵
۷۴. کارت‌های تبلیغاتی میزان پاسخ را بالا می‌برند ۷۶
۷۵. آیا ویژه‌نامه‌ها مناسب شما هستند؟ ۷۷
۷۶. زمان‌بندی تبلیغات به‌منظور اثرگذاری هرچه بیشتر ۷۸
۷۷. با استفاده از مجلات پیش‌تاز شوید ۷۹
۷۸. آزمون تقسیم در مجلات ۸۰
۷۹. مجله تی وی گاید برای آزمون عالی است ۸۱
۸۰. چگونه پاسخ‌ها را زود پیش‌بینی کنیم ۸۲
۸۱. کارت‌های قرعه‌کشی ۸۳
۸۲. رسانه مناسبی را برای کسب و کارتان انتخاب کنید ۸۴
۸۳. قفسه‌های تبلیغاتی‌تان را مبادله کنید ۸۵
۸۴. کسب درآمد از تبلیغات داخل بسته ۸۶

۸۵. ارزشیابی رسانه با CPM ۸۷
۸۶. همیشه بر سر نرخ چانه بزنید ۸۸
۸۷. ابتدا از بهترین رسانه‌تان استفاده کنید ۸۹
۸۸. فضای انتظار می‌تواند هزینه‌تان را کاهش دهد ۹۰
۸۹. زمان‌بندی تبلیغات روزنامه‌ای مهم است ۹۱
۹۰. روزهای مناسب را برای تبلیغ در روزنامه بدانید ۹۲
۹۱. انتخاب بر اساس بخش‌بندی روزنامه ۹۳
۹۲. انتخاب بر اساس روزهای روزنامه ۹۴
۹۳. آیا باید از تبلیغات روزی در رسانه استفاده کنید؟ ۹۵
۹۴. تخفیف عددی روزنامه‌ها هزینه را کاهش می‌دهد ۹۶
۹۵. کارت‌های آماده در روزنامه‌ها ۹۷
۹۶. دفترچه‌های کوپن نرخ کمتری دارند ۹۸
۹۷. روزنامه‌های بزرگ گزینه‌های بیشتری را ارائه می‌دهند ۹۹
۹۸. بهترین اندازه تبلیغات ۱۰۰
۹۹. طراحی در تبلیغات کوچک خیلی مهم است ۱۰۱
۱۰۰. به خلاقیت ادامه دهید ۱۰۲
۱۰۱. گروه خلاق را با تخصص در روزنامه استخدام کنید ۱۰۳
۱۰۲. آزمایش پیشنهاد: شیوه مرسوم ۱۰۴
۱۰۳. مهم‌ترین ضمانت ۱۰۵
۱۰۴. محصولاتان باید جذاب‌ترین عامل باشد ۱۰۶
۱۰۵. از خبرنگارها استفاده کنید، آن‌ها ارزان هستند ۱۰۷
۱۰۶. پیشنهادها ویدیویی در تلویزیون کارساز هستند ۱۰۸

۱۰۷. شرط بندی و مسابقه ۱۰۹
۱۰۸. فروش اقساطی استقبال را افزایش می دهد ۱۱۰
۱۰۹. پیشنهاد هایتان را به تناسب مشتریان ارائه کنید ۱۱۱
۱۱۰. پیشنهادها لحظه آخری را برجسته بزنید ۱۱۲
۱۱۱. ارسال رایگان همیشه پیشنهاد جذابی است ۱۱۳
۱۱۲. پیشنهاد را در ایمیلی ارسال کنید که قطعاً خوانده خواهد شد ۱۱۴
۱۱۳. از قالب چاپی استفاده کنید ۱۱۵
۱۱۴. صرفه جویی در کاغذ به صرفه جویی در هزینه ۱۱۶
۱۱۵. چاپ دسته ای، هزینه به شدت کاهش دهید ۱۱۷
۱۱۶. تا کردن کاغذ به جای برش ن، هزینه را کاهش می دهد ۱۱۸
۱۱۷. نمونه ها فروش را افزایش می دهند ۱۱۹
۱۱۸. از محصولات خودتان به عنوان هدیه استفاده کنید ۱۲۰
۱۱۹. بازاریابی متقابل هزینه را کاهش می دهد ۱۲۱
۱۲۰. قرار دادن تبلیغات در بسته های پستی هزینه پست را کاهش می دهد ۱۲۲
۱۲۱. از مسابقات محلی و هدایا پشتیبانی کنید ۱۲۳
۱۲۲. نامناسب برای پاسخ مستقیم ۱۲۴
۱۲۳. صبح/عصر بهترین زمان برای اطلاع رسانی هستند ۱۲۵
۱۲۴. با مبادله زمان هزینه را کاهش دهید ۱۲۶
۱۲۵. حرف شماره ها؛ راهکار مناسب ۱۲۷
۱۲۶. خدمات پشتیبانی عالی ارزش طول عمر را افزایش می دهد ۱۲۸
۱۲۷. کارت های وفاداری سودمند هستند ۱۲۹
۱۲۸. ارتباطات خوب وفاداری را افزایش می دهد ۱۳۰

۱۲۹. با پژوهش تعداد اشتباهات را کاهش دهید ۱۳۱
۱۳۰. در فروشگاه مسابقه برگزار کنید ۱۳۲
۱۳۱. با کمک فناوری، رفت و آمد در فروشگاه را افزایش دهید ۱۳۳
۱۳۲. از ویرترین فروشگاه برای نمایش پیشنهادهای استفاده کنید ۱۳۴
۱۳۳. ارسال سریع از درون فروشگاه میزان فروش را بالا می‌برد ۱۳۵
۱۳۴. رویدادهای درون فروشگاه برای مشتریان آنلاین ۱۳۶
۱۳۵. بیش از رشه معنی سود را بالا می‌برد ۱۳۷
۱۳۶. پیام‌های صوتی فروش را افزایش می‌دهند ۱۳۸
۱۳۷. صفحه فرودتان باید صوت باشد ۱۳۹
۱۳۸. وبسایت لازم است و غیر ضروری نیست ۱۴۰
۱۳۹. پیشنهادهای را در وبسایتان امتحان کنید ۱۴۱
۱۴۰. تابلو اعلانات خودتان را بسازید ۱۴۲
۱۴۱. وبسایتان را بروز نگاه دارید ۱۴۳
۱۴۲. استفاده افراطی از فلش ۱۴۴
۱۴۳. مسیریابی آسان در وبسایت یکی از اهداف است ۱۴۵
۱۴۴. با تبلیغات پاپ آپ در وبسایتان بیش فروشی کنید ۱۴۶
۱۴۵. برای گوگل تبلیغ کنید ۱۴۷
۱۴۶. با گوگل تبلیغ کنید ۱۴۸
۱۴۷. آمار وبسایت را تحلیل کنید ۱۴۹
۱۴۸. موفقیت وب - سعی و خطا ۱۵۰
۱۴۹. محتوای وبسایت را تقویت کنید ۱۵۱
۱۵۰. برند و محتوای خدماتی وبسایت را حفظ کنید ۱۵۲

۱۵۱. گنجینه وبسایت را برای کسب موفقیت افزایش دهید ۱۵۳

۱۵۴. واژه نامه ۱۵۴

۱۷۶. درباره نویسنده ۱۷۶

www.ketab.ir

مقدمه

اگر این کتاب را می‌خوانید، یا در حال حاضر کمپین تبلیغاتی را اجرا می‌کنید، یا اینکه قصد انجام این کار را دارید. شاید هم کمپین تبلیغاتی‌تان نتیجه‌بخش نیست؛ شاید احساس می‌کنید که بهترین معامله‌ها فقط نصیب بزرگ‌ترین شرکت‌های تبلیغاتی می‌شود. آیا می‌توان گفت که اجرای کمپین تبلیغاتی موفقی کمی‌گر-کننده است؟

اگر کارآفرین هستید، احتمالاً در دلتان بهترین هستید، ولی دانش بالایی از تبلیغات ندارید. این کتاب تمام مبانی را یادتان نمی‌دهد، ولی مثلاً به‌گونه پیش‌بینی^۱ خوب کمک می‌کند که بیشتر روش‌های نتیجه‌بخش را انتخاب کنید تا روش‌ها، ناامید

تبلیغات نقش اساسی برای حفظ نام کسب‌وکارتان در ذهن مشتریان دارد. برتری نسبت به رقبا بدون تبلیغات سخت است. مهم‌ترین نکته‌ای که باید بدانید این است که باید همواره تبلیغاتتان را ارزشیابی کنید. تبلیغات سخت نیست، فقط زمان می‌برد: زمان برای ارزشیابی، زمان برای برنامه‌ریزی و زمان برای بهره‌برداری هرچه بیشتر از سرمایه‌تان. این کتاب کمک می‌کند تا با مقدار پول، تبلیغاتتان تأثیرگذار و سودآور باشد.

پس در حین مطالعه این کتاب، ایده‌های سریع را در پوشه‌های مختلف بگذارید تا در زمان مناسبی آن‌ها را اجرا کنید. درباره آن‌ها صحبت کنید. امتحانشان کنید. هرچند ماه آن‌ها را بازبینی کنید تا

ببینید که می‌توانید به سراغ ایده سریع بعدی بروید یا خیر. سپس کتاب را دوباره بخوانید و ایده‌های جدیدی را انتخاب کنید تا یک پله بالاتر بروید.

www.ketab.ir