

# چگونه تبلیغات

## پر فروش

### داشته باشیم؟

فروش محصولات و خدمات، موضوعی بسیار مهم برای هر کسب و کاری است. در واقع می‌توان گفت در اکثر موارد هدف اصلی تبلیغات همین موضوع است. صاحبان کسب و کارها، هزینه‌های کنند، وقت می‌گذارند و نتایج تبلیغات را بررسی می‌کنند تا فروش بیشتر و بیشتری داشته باشند. اما چرا گفتم در اکثر موارد هدف تبلیغات فروش بیشتر است؟ چون علاوه بر این، هدف‌های مهم دیگری هم هست که با تبلیغات می‌توان به آن رسید:

✓ افزایش آگاهی از برنده

✓ انتقال پیام برنده به مخاطبان

✓ معرفی تخفیف در رابطه با یک سرویس یا محصول خاص

✓ معرفی پیشنهادهای جدید درباره یک محصول یا خدمات خاص

✓ افزایش ترافیک وب سایت

✓ افزایش نصب یک اپلیکیشن

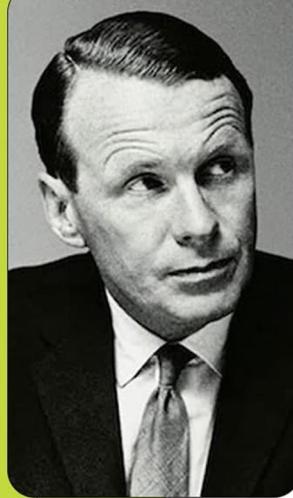
پس می‌توان هدف دیگری هم برای تبلیغات در نظر گرفت اما به نظرم باز هم هدف کلی این است که در بلند مدت فروش یک برنده یا کسب و کار افزایش پیدا کند.

تهیه شده توسط گروه تحقیق و توسعه لاین استور



در این باره فکر کنید...

شاید فاصله شما با ثروت تنها یک تبلیغ خوب باشد  
(دیوید اگیلوی، پدر علم تبلیغات)



لاین استور، مشاور و مجری آموزش و تبلیغات شبکه های اجتماعی

اگرچه درباره فروش بیشتر به کمک اجرای برنامه تبلیغاتی درست می توان کتاب ها نوشت، اما قرار است ما به طور خلاصه به این موضوع مهم بپردازیم **چرا تبلیغات کنیم؟**

اصلًاً چرا باید تبلیغات کنیم؟ اشتباهی که بسیاری از صاحبان کسب و کارها دچار آن می شوند این است که تصور می کنند هزینه برای تبلیغات یعنی دور ریختن سرمایه! اما واقعیت ماجرا این است که از دل برود هر آنکه از دیده برفت». این ضرب المثل فقط برای روابط فردی صدق نمی کند بلکه بیانی درست در مورد تاثیرگذاری تبلیغات در این روزگار است. اگر صاحب یک کسب و کار، برنده یا محصول خود را تبلیغ نکند، دیگران برنده و محصول خود را تبلیغ می کنند و مخاطبانی که شاید قرار بود محصولات آن کسب و کار را خریداری کنند، به سراغ رقیابیش خواهند رفت. به همین سادگی به همین دردناکی

بهتر است برویم سر اصل مطلب، واقعاً چه کار کنیم تا تبلیغات ما موفق باشد و محصولات خود را بهتر و بیشتر به فروش برسانیم؟ چه کار کنیم تا تبلیغات پر فروشی داشته باشیم؟ ساده ترین و در عین حال درست ترین جواب این است که درست تبلیغ کنید.

ارزش تبلیغات و تقاووت دو تبلیغ فقط و فقط در میزان فروش آنهاست، نه چیز دیگری  
(دیوید اگیلوی، پدر علم تبلیغات)

لاین استور، مشاور و مجری آموزش و تبلیغات شبکه های اجتماعی

تحقیق کنید!

هیچ کس از نشستن به جایی نرسیده، موفقیت به راحتی به دست نمی آید. پس قبل از هر چیز تحقیق کنید اما درباره چی؟  
دو مورد مهم وجود دارد که باید درباره آن ها تحقیق کنید: مخاطبان و رقبا.  
۱. در مورد مخاطبان خود تحقیق کنید.

تبلیغات خوب منجر به شناخت مخاطب می شود. اگر مخاطبان خود را نمی شناسید، چطور می خواهید پیام برنده خود را ایجاد کنید؟ قبل از اینکه حتی به طراحی تبلیغات فکر کنید، در مورد مخاطبانتان تحقیق کنید.

مخاطبان شما چه کسانی هستند؟ آن ها چند سال سن دارند؟ بیشتر مرد هستند یا زن؟ در کدام منطقه جغرافیایی بیشتر زندگی می کنند؟ زبان بیشتر آن ها چیست؟ کدام پیام رسان یا شبکه اجتماعی را ترجیح می دهند؟



کوچک و بزرگ بودن بازار هدف به معنای بهتر یابدن بودن آن نیست. بهترین بازار هدف برای هر کسب و کاری، بازاری است که مخاطبان و ویژگی هایشان را بشناسید و توافقی تحقق خواسته هایشان را داشته باشد.

لاین استور، مشاور و مجری آموزش و تبلیغات شبکه های اجتماعی

اگر نمی توانید به این سوالات درباره مخاطبان خود پاسخ دهید، آماده تبلیغات نیستید.

راز شماره ۱ موفقیت تبلیغات این است که مصرف کننده خود را بشناسید.

زمانی که مصرف کنندگان محصول یا سرویس های خود را بشناسید، می توانید به دنبال بهترین راه برای برقراری ارتباط با آن ها باشید.

۲. چه چیزی شما را از رقبا متمایز می کند؟

تبلیغات موثر می تواند به شما در بر جسته شدن کمک کند. بررسی کنید چه چیزی باعث می شود از رقبا متمایز شوید؟

مردم هر روز و هر لحظه در معرض انواع تبلیغات هستند. بنابراین، چه چیزی باعث می شود مشتریان بالقوه شما در مقایسه با رقیباتان محصول یا خدمات شما را بخرند؟ این چیزی است که شما باید بدانید و روی آن تمرکز کنید؛ به مشتریان بالقوه خود نشان دهید که چرا کسب و کار شما انتخاب شماره یک آنهاست و چرا آنها حتی نباید رقبای شما را در نظر بگیرند و به آن ها فکر کنند. درباره مزیت های محصول و خدماتی که در اختیار مشتری قرار می دهید، تحقیق کنید.

بررسی کنید که شما چه برتری بر رقیبان خود دارید، چون قرار است آن را به رُخ بکشید.

به این کار در اصطلاحات بازاریابی "پیشنهاد فروش منحصر به فرد" گفته می‌شود.

هر تبلیغ باید یک پیشنهاد خوب به مصرف کننده بدهد نه اینکه فقط حاوی کلماتی برای بزرگ کردن محصولات یا یک ویترین برای تبلیغات باشد. هر آگهی باید به مخاطب بگوید: "این محصول را برای این مزیت خاص خریداری کنید."

پیشنهاد برنده شما باید چیزی باشد که رقبای شما نمی‌توانند آن را ارائه دهند یا ارائه نمی‌دهند. در یک کلام، پیشنهاد شما باید منحصر به فرد باشد. این پیشنهاد باید آن قدر قوی باشد که بتواند مشتریان جدید را جذب و مشتریان قبلی را حفظ کند.

### محل مناسب را انتخاب کنید.

وقتی مخاطبان خود را بشناسید، به طور خودکار برای موفقیت آماده می‌شوید. حالامی دانید چه کسی یا چه کسانی محصولات شما را خریداری می‌کنند. پس وقت آن رسیده که بدانید این افراد چه می‌خواهند و نیاز خود را در کجا جستجو می‌کنند؟ باید بدانید مخاطبان شما بیشتر در اینستاگرام هستند یا در تلگرام؟ بیشتر در وب سایت‌ها جستجو می‌کنند یا اینفلوئنسرها را دنبال می‌کنند؟

linestore.ir



۹۹ درصد تبلیغات چیز خاصی نمی‌فروشند  
(دیوبید اگیلوی، پدر علم تبلیغات)

لین استور، مشاور و مجری آموزش و تبلیغات شبکه‌های اجتماعی

بسیاری از کاتالوگ ها و بروشورها در زیر پای مردم له می شوند، هزینه تبلیغات رادیو و تلویزیون هم که مانعی برای کسب و کارهای کوچک است. در این بین شبکه های اجتماعی و وب سایت ها رسانه های ارزان قیمت، تاثیرگذار با تعداد مخاطبان زیاد، گزینه جذابی برای تبلیغ هستند؛ امروزه حدود ۴ میلیارد نفر در جهان و بیش از ۵۰ میلیون نفر در ایران کاربر شبکه های اجتماعی هستند و تعداد بیشتری از این افراد برای جستجوی مطالب خود به وب سایت ها مراجعه می کنند. به همین دلیل شبکه های اجتماعی پر طرفداری مانند اینستاگرام و لینکدین و همچنین پیام رسان های محبوبی مانند تلگرام، واتس اپ، روپیکا، سروش، ایتا و... به عنوان بستری جذاب برای اجرای کمپین های تبلیغاتی مورد توجه هستند؛ در کنار شبکه های اجتماعی، وب سایت ها به عنوان ابزارهای کمکی جهت معرفی بیشتر محصولات و خدمات یک برنده یا سرویس های یک شرکت مورد استفاده قرار می گیرند.

#### راهی برای موفقیت!

اگر به دنبال بهینه سازی پیج اینستاگرام خود هستید، یا اسلامی خواهید یک پیج جذاب راه اندازی کنید، به دنبال طراحی پست های جذاب هستید یا می خواهید در تلگرام، برنده خود را بسازید، با مخاطب ارتباط برقرار کنید و محتوای ارگانیک در اختیار آن ها قرار دهید، روی تیم حرفه ای لاین استور حساب کنید؛ طراحی وب سایت اختصاصی برای معرفی برنده، محصولات و سرویس های خدماتی نیز از کارهای تخصصی لاین استور است. زمان را از دست ندهید، رقبای شما مدت هاست که در فضای مجازی فعالند و از این بستر سودآور کسب درآمد می نمایند.

#### طرحی چشم نواز را انتخاب کنید.

شما تحقیقات خود را انجام داده اید و در نهایت مکان مناسب برای دیده شدن را انتخاب کرده اید. اکنون باید توجه مخاطبان خود را با طراحی برجسته به خود جلب کنید. این که شما در مقابل مخاطبان مورد نظر خود هستید به معنی این نیست که آنها به شما توجه می کنند؛ باید تصویری ایجاد کنید که برای مخاطب هدف شما جذاب باشد. از رنگ هایی استفاده کنید که متناسب با محصول و برنده شما باشد. طرح خود را روشن، واضح و شفاف ایجاد کنید. علاوه بر این، فراموش نکنید که لوگوی خود را در جای مناسبی از طرح اضافه کنید. تبلیغات شما باید به راحتی مشتریان بالقوه را پیدا کرده و محصولات شما را به فروش برساند.

از یک عنوان قدرتمند استفاده کنید: توجه مخاطب را به خود جلب کنید!

جلب توجه نیاز به مهارت و تمرین دارد. جلب توجه می‌تواند ظریف باشد و به صورت غیر ملموس انجام شود. مردم هر روز با تبلیغات زیادی روبه رو می‌شوند که نمی‌توانند همه آن هارا ببینند یا بخوانند. به همین دلیل است که باید مطمئن شوید که تبلیغات شما واقعاً توجه آنها را جلب کرده و توجه آنها را حفظ می‌کند. [این کار را با یک تیتر موثر انجام دهید.](#)



سوالی که باید بپرسید این است که "شما سعی دارید چه کسانی را جذب کنید؟ چه چیزی توجه آنها را جلب می‌کند؟" به دنبال تیترهای قدرتمند باشید. دیوید مکنزی اگيلوی بزرگترین تبلیغ کننده تاریخ یک بار اظهار داشت که در عرض سه ساعت آگهی می‌نویسد ولی سه هفته طول می‌کشد تا به عنوان اصلی آن آگهی برسد.

این استور، مشاور و مجری آموزش و تبلیغات شبکه های اجتماعی

تبلیغ خود را به یاد ماندنی کنید.

مشتریان و خریداران روزانه با بمباران زیادی از تبلیغات مواجه می‌شوند. برای موفقیت تبلیغ خود، باید چیزی به یاد ماندنی خلق کنید. تبلیغ شما باید مصرف کنندگان را در جای خود متوقف کند و آن هارا به تصویر شما خیره نگه دارد.

حتی برای لحظاتی. جذب احساسات مخاطبان راهی عالی برای به خاطر سپردن محصول شماست. اگرچه ممکن است که مخاطبان همه جنبه های تبلیغات شما را به خاطر نیاورند، اما به یاد خواهند آورد که تبلیغات شما چه احساسی در آن ها ایجاد کرده است.

تبلیغ خود را منحصر به فرد کنید.

منحصر به فرد ساختن تبلیغ با به یاد ماندنی بودن آن تفاوت چندانی ندارد، اما به همان اندازه مهم است. هنگام طراحی تبلیغات، نمی توانید ایده عالی شرکت دیگری را بذدید و لوگو و محصول خود را جایگزین آن کنید. تبلیغات اینطور عمل نمی کند با این حال، می توانید از یک تبلیغ یا کمپین عالی به عنوان الگو استفاده کنید. فقط به یاد داشته باشید که در نهایت تبلیغ را برای خودتان اختصاصی کنید.

در بین هزاران تبلیغی که مخاطبان را هدف گرفته اند، موفقیت شما بستگی به این دارد که چقدر بتوانید خود را از دیگران متمایز کنید. هنگام طراحی تبلیغات خود، باید پیشنهاد منحصر به فردی برای فروش محصول خود پیدا کنید. این تنها چیزی است که محصول شما را از بقیه متمایز می کند. محصول یا شرکت شما چه کاری انجام می دهد که هیچ کس دیگری در بازار انجام نمی دهد؟ تبلیغات خود را بر آن مرکز کنید.

**به مخاطبان پیشنهادی بدهید که نتوانند رد کنند!**

صرف کنندگان عاشق معامله هستند. بنابراین یک پیشنهاد خوب به آنها بدهید تا بارها و بارها به سمت شما بازگردند. این پیشنهاد می تواند قیمتی بی نظیر، دوره آزمایشی رایگان، ارسال رایگان و یا یک بسته بندی شکیل و زیبا از محصولات شما باشد. تمامی این کارها تلاشی برای ارائه خدمات خوب به مشتریان است.

بعد از ارائه پیشنهاد مقاومت ناپذیر خود، مطمئن شوید که آن را به خوبی تبلیغ می کنید. مردم وقتی می بینند که شما قرار است یک محصول یا خدمتی عالی به آنها ارائه دهید، کمتر می توانند در برابر آن مقاومت کنند. شاید این کار در ابتدا برای شما هزینه بردار باشد اما به آینده و سودی که کسب خواهید کرد، فکر کنید.

**درباره مزایای محصولات و سرویس های خود صحبت کنید.**

چه چیزی برای مخاطبان شما مفید است! تبلیغات باید بر مزایای محصول و خدماتتان تمرکز کند. معرفی ویژگی های محصولات یا خدمات شما مهم است، اما توضیح درباره مزایای آن برای مشتری واقعاً همان چیزی است که دیگران در مورد آن صحبت می کنند. به هر حال، مردم بیشتر به چیزهایی که از خدمات شما دریافت می کنند علاقه دارند تا آن چیزی که شما انجام می دهید. متوجه شدید؟ پیچیده بود؟

برای فهمیدن این موضوع کارهای زیر را انجام دهید:

✓ تمام محصولات (یا خدمات) خود را لیست کنید.

✓ برای هر یک از محصولات یا خدمات، ویژگی‌های آن را لیست کنید.

✓ در لیست بعدی نتیجه هر ویژگی یعنی مزایایی که آن محصول یا سرویس برای مشتری دارد را ذکر کنید.

به عنوان مثال، شما می‌توانید بگویید که یک پنل ارائه خدمات مجازی دارید که مشتریان می‌توانند به صورت ۲۴ ساعته وارد سیستم شده و به انواع سرویس‌های تبلیغاتی در شبکه‌های اجتماعی برای پیج، کانال، گروه و یا وب سایت خود دسترسی داشته باشند. استفاده از این پنل باعث صرفه جویی در زمان برای مشتری می‌شود؛ مثل پنل ممبر فالوور و نوتیفیکیشن لاین استور؛ پنل ممبر و فالوور لاین استور ارائه دهنده کلیه سرویس‌های مربوط به تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی، برای شما این امکان را فراهم کرده تا از سرویس‌های موجود جهت ارتقا صفحات خود در شبکه‌های اجتماعی مختلف بهره مند شوید. ثبت نام در این پنل برای کلیه افراد رایگان است. **مزیت بزرگ پنل ممبر فالوور لاین استور این است که می‌توانید به تمامی خدمات شبکه‌های اجتماعی به طور همزمان دسترسی داشته باشید**.

### بیش از حد تبلیغاتی نباشد.

به خریداران نشان دهید که محصول شما چه کاری می‌تواند برای آنها انجام دهد، چگونه می‌تواند زندگی آنها را بهبود بخشد و چرانمی تواند بدون آن زندگی کند. موضوع مهم این است که بر مصرف کننده خود و اینکه محصول شما چگونه مشکلات او را حل می‌کند، تمرکز کنید. از گفتن اینکه چرا کسب و کار شما بهترین است یا چرا شما بهترین هستید، خودداری کنید. خریداران اهمیتی نمی‌دهند که شما فکر می‌کنید کسب و کار شما عالی است. برای آن‌ها مهم است که چگونه می‌توانید به آنها در بهبود زندگی‌شان کمک کنید.

linestore.ir



یک آگهی تبلیغاتی خوب، محصول را می‌فروشد  
بدون اینکه توجه‌های را به خود جلب کند  
(دیوید اگیلوی، پدر علم تبلیغات)



لاین استور، مشاور و مجری آموزش و تبلیغات شبکه‌های اجتماعی

تبلیغ کنید.

بسیار خوب تا اینجا به این نتیجه رسیدیم که نباید بیش از حد تبلیغاتی باشد، اما مخاطب باید شما را پیدا کند. به دنبال کنندگان و طرفداران خود نشان دهید که در کجای توانند شما را بیابند. به مشتریان خود پیامک بفرستید و به آنها بگویید که شبکه های اجتماعی یا وب سایت منتظر حضور شان هستید و احتمالاً پس از پیدا کردن شما، تخفیف یا امتیاز خاصی دریافت خواهند کرد. این کار نه تنها دسترسی شما به مخاطب و مشتری را افزایش می دهد بلکه به کسب و کار شما نیز اعتبار می بخشد.  
ترس را از خود دور کنید.

مردم از خرج کردن پول خود برای محصولات نامرغوب عصبی می شوند. امروزه تعداد زیادی محصولات بی کیفیت در کسب و کار های مختلف وارد بازار می شوند. مردم نگران هستند که در مورد بسیاری از محصولات و خدمات، پول خود را هدر بدنهند.

اگر مردم می ترسند پول خود را از دست بدهند و از خرید خود پشمیمان می شوند، بعید است که محصول شما را خریداری کنند. اما اگر این تردیدها را برطرف کنید، به مردم انگیزه داده می شود تا محصول یا خدمات شما را امتحان کنند.

بنابراین ارائه یک ضمانت بدون ریسک ایده خوبی است. دانستن اینکه هیچ خطری وجود ندارد و اینکه با خرید محصول یا خدمات شما چیزی از دست نمی دهند، یک انگیزه قوی برای خرید است. این ریسک را "معکوس" می کند و بخشی از آن را بر عهده فروشند می گذارد. به این می گویند "برگشت خطر".

اگر مشتریان بالقوه بدانند که در صورت عدم رضایت می توانند پول خود را پس بگیرند، دیگر نگران هدر دادن پول خود نخواهند بود و به احتمال زیاد آن را امتحان خواهند کرد.

به علاوه، بسیاری از مردم احساس خوبی نسبت به محصولی دارند که شرکت آن را تضمین نماید. این کار نشان می دهد که محصول شما ارزشمند است و نمی ترسید از آن پشتیبانی کنید.

برخی از فروشگاه های بزرگ از ریسک برگشتی استفاده می کند و ضمانت بازگشت پول را برای محصولات خود دارند.

به عنوان مثال مجموعه لاین استور در دانشگاه مفهومی شبکه های اجتماعی که یک آموزشگاه آنلاین تخصصی شبکه های اجتماعی است، به کلیه کاربران عزیز تا ۷ روز پس از خرید دوره های آموزشی در صورت عدم رضایت، وجهه مورد نظر را با ضمانت بازگشت می دهد.

#### ۷. "دعوت به عمل" را در برنامه تبلیغاتی خود بگنجانید.

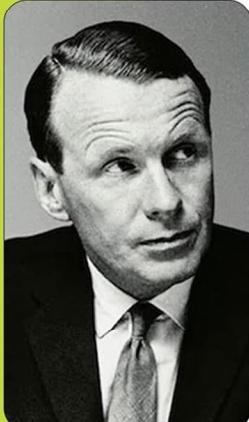
به مشتریان بالقوه فقط در رابطه با آنچه شرکت شما انجام می دهد یا در مورد محصولات و خدمات خود اطلاعات ندهید، بلکه آنها را تشویق به اقدام کنید. مستقیماً به آنها بگویید روی تبلیغ شما کلیک کنند، محصول خود را سفارش دهند، هزینه خدمات شما را پرداخت کنند و ... به این می گویند دعوت به عمل یا کال تو اکشن؛

به عنوان مثال، "فراخوان برای اقدام" می تواند افراد را تشویق کند تا برای اطلاعات بیشتر به شما ایمیل ارسال کنند یا یک فرم را پر کنند تا اطلاعات بیشتری در مورد خدمات شما کسب کنند، عضو وب سایت شما شوند و محصول یا خدمات را خریداری کنند. برای این کار باید از کلمات هیجان انگیز و متقاود کننده استفاده کنید تا تشویق شوند بر روی لینک مورد نظر کلیک کنند یا فرم شمارا پر کنند و برای آن وقت بگذارند.

به آنها دلیلی ارائه بدھید که همین حالا خرید کنند!

وقتی مردم یک آگهی را می بینند، ممکن است فکر کنند که بعداً محصولات آن را امتحان خواهند کرد. اما اغلب مردم در گیر زندگی خود هستند و ممکن است همه تبلیغات و حتی محصولاتی را که به آن علاقه دارند را نیز فراموش کنند. بنابراین، شما باید مردم را تشویق کنید که همین الان اقدام کنند نه بعداً. شما می توانید این فوریت را به هر روشی ایجاد کنید. به عنوان مثال، می توانید برای پیشنهاد منحصر به فرد خود زمان محدودی را تعیین کنید. اگر مردم ببینند که تنها زمان مشخصی مانند چند ساعت یا چند روز برای دستیابی به یک معامله فراموش نشدندی دارند، به احتمال زیاد همین الان به سراغ آن می روند. البته این تنها راه ایجاد احساس فوریت نیست. بلکه می توانید محصولات خود را در تعداد کم عرضه کنید.

linestore.ir



من قواعد دستور زبان را نمی دانم. اگر سعی  
داری که مردم را ترغیب کنی که اقدامی انجام  
دهند یا چیزی بخرند، به نظر من می رسد که  
باید از زبان خود آن ها استفاده کنی  
(دیوید اگیلوی، پدر علم تبلیغات)

لاین استور، مشاور و مجری آموزش و تبلیغات شبکه های اجتماعی



از نظرات مشتریان راضی استفاده کنید.

یکی از مهمترین بخش‌های ایجاد یک تبلیغ موثر، ایجاد اعتماد و علاقه به شرکت و برنده شما است. به یاد داشته باشید که مردم این روزهای نگرانی های زیادی دارند، به ویژه وقتی در فضای آنلاین خرید می کنند. ایجاد اعتماد در کسب و کار، محصولات و خدماتی که ارائه می دهید، بسیار مهم است.

شما می توانید این کار را با نشان دادن رضایت دیگران انجام دهید. به مخاطب نشان دهید که دیگران در گذشته از تصمیم خود برای خرید از شما یا همکاری با شما راضی بوده اند؛ امروزه مردم به مصرف کنندگان دیگر اعتماد می کنند و نظرات آن ها را دنبال می کنند تا بدانند که آن ها درباره یک شرکت، محصول یا خدمات آن چه می گویند؟

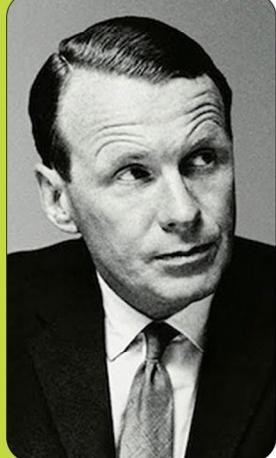
شمانمی توانید مردم را مجبور کنید که درباره نظرات دیگران نسبت به شما جستجو نکنند، اما می توانید با افزودن نظر مشتری فعلی که از خدمات و محصولات شما راضی است، به آنها آرامش خاطر را بدهید؛ دیدن سایر مصرف کنندگان که مانند آنها هستند و از محصول شما راضی هستند، می تواند مشتریان بالقوه را تشویق کند تا محصول یا سرویس شما را امتحان کنند.  
از گرافیک هیجان انگیز استفاده کنید.

مردم تمایل زیادی به دیدن دارند تا خواندن! یک متن ساده می تواند خسته کننده باشد. مخاطب همیشه نمی خواهد همه مطالبی را که در یک آگهی یا مقاله نوشته شده است، بخواند. با افزودن گرافیک هیجان انگیز به تبلیغات خود می توانید توجه دیداری مشتریان خود را جلب کنید؛ می توانید تصاویر محصولات خود را قرار دهید. می توانید خودتان عکس بگیرید یا از تصاویر موجود در اینترنت استفاده کنید. استفاده از رنگ ها در یک متن و گرافیک جذاب می تواند باعث جلب توجه مخاطب شود.

اطلاعات تماس خود را کامل ارائه دهید.

باور کردنی نیست اما جالب است بدانید که اغلب تبلیغات در مجلات گران قیمت، پوسترها، بیلبوردها و ... بدون اینکه اطلاعات تماس مربوط به شرکت تبلیغ کننده را داشته باشند، منتشر می شوند.

linestore.ir



شما نمی توانید حوصله مردم را سر برید و  
بفروشید، تنها زمانی می توانید بفروشید که  
کنجکاوی و توجه آن ها را جلب کنید  
(دیوید اگیلوی، پدر علم تبلیغات)

لین استور، مشاور و مجری آموزش و تبلیغات شبکه های اجتماعی

تا اینجا به مخاطب گفته اید که چه می فروشید، حالابه آنها بگویید از کجا بخورد. شما باید برای اطلاعات بیشتر و بعنوان بخشی از اطلاعات تماس، از وب سایت خود استفاده کنید. با این کار اگر مردم سایت شما را بررسی کنند و تحت تأثیر قرار گرفته باشند، شанс بیشتری برای تبدیل آنها به مشتری واقعی دارید.

همچنین می توانید نحوه عملکرد تبلیغات خود در وب سایت را اندازه گیری کنید تا از میزان موفقیت خود مطلع شوید و اگر به نتایج مورد نظر خود نرسیدید، بدانید که کجا باید تغییر ایجاد کنید..

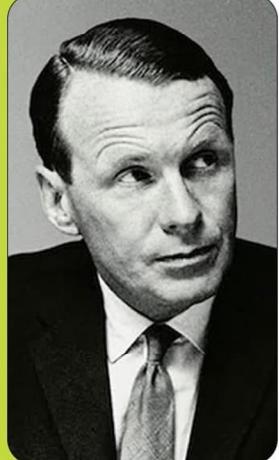
#### ۰ مشتریان را راضی نگه دارید.

به یاد داشته باشید که همیشه باید مشتریان خود را بیش از حد تحویل بگیرید. ایجاد یک تبلیغ موثر خیلی عالی است اما اگر مشتریان خود را راضی نکنید تبلیغات، شما را به جایی نمی رسانند. پس شما باید بر روی ارائه بهترین تجربه به مشتریان خود تمرکز کنید.

اگر همیشه بیش از انتظار مشتری به او محصولات و خدمات خود را ارائه می دهید، پس هرگز نگران نالمید شدن مشتری و مخاطب خود نباشد. در آینده خواهید دید که مشتریان شما بارها و بارها باز می گردند و به احتمال زیاد دوستان و اطرافیان خود را نیز به همراه خواهند آورد

مشتری مداری، راضی نگه داشتن مشتری با شیوه صحیح است. در حقیقت با اعتماد سازی می توان نگرش مثبت مشتریان را نسبت به برنده و محصولات خود جلب کرد. البته نکته مهم این است که مشتری نباید تصور کند که ما هر طور شده به دنبال جلب رضایت او هستیم زیرا در این صورت ممکن است ما را فردی متقلب یا احمق تصور کند.

linestore.ir



هیچ وقت تبلیغاتی ننویس که نمی خواهی  
خانواده ات بخواهند. تو به زن خود دروغ  
نمی گویی، پس به زن من هم دروغ نتو  
(دیوید اگیلوی، پدر علم تبلیغات)

لاین استور، مشاور و مجری آموزش و تبلیغات شبکه های اجتماعی

# چگونه تبلیغات

## پر فروش

### داشته باشیم؟

از اینکه وقت ارزشمند خود را برای مطالعه این کتابچه گذاشته  
اید، صمیمانه سپاسگزاریم.

کپی برداری از متن، تصاویر و انتشار این کتابچه برای شما  
مخاطبان عزیز رایگان و مجاز است.

می توانید با انتشار این فایل برای دوستان اهل علم خود، در  
جهت هر چه بیشتر نشر علم یاری رسان ما باشید.

لطفا جهت دریافت دیگر کتابچه های رایگان، به وب سایت  
لاین استور مراجعه کنید.

تهیه شده توسط گروه تحقیق و توسعه لاین استور