

## زمان مناسب برای آغاز تبلیغات در یک کسب و کار چه زمانی است؟

وقتی شما یک **کسب و کار** جدیدی را تاسیس و شروع می کنید، بایستی کاربران و مشتریان خود را شناسایی کنید به این معنی که به مردم اجازه دهید کسب کار شما را بهتر ببینند و بدانند شما دقیقاً چه کاری انجام می دهید؛ تا بتوانید بقای کسب و کار خود را با فروش تضمین کنید.

**موفقیت در کسب و کار**، بدون تبلیغ تقریباً غیرممکن است. **تبلیغات** یک نوع آگاهی بخشی به مخاطب بوده که از طریق انتقال پیام صورت می گیرد. زیرا با اطلاع رسانی در خصوص یک محصول یا خدمت، مخاطب را در مورد ویژگی های مختلف آن محصول آگاه کرده و آنها را ترغیب به خرید خواهید کرد.

همه ساله مسئله ی متمایز شدن از سایر پیام ها و جلب توجه مخاطبان اهمیت بیشتری پیدا می کند، برای **تبلیغات موثر** باید **روش های تبلیغات** ساده تر شوند تا بتوانند یک پیام مرتبط و انگیزاننده را برای مخاطبان خود به همراه داشته باشد. این بدان علت است که فرصت سخن گفتن شما با مشتریان روز به روز کمتر و کمتر می شود و شما نباید حتی کوچکترین فرصت ها را نیز از دست بدهید.

**زمان بندی تبلیغات** تأثیر شگرفی در نتایج دارد. برای استفاده مؤثر از بودجه و رسیدن به بالاترین بازگشت در **سرمایه گذاری**، باید زمانی تبلیغ کنید که مشتریان قصد خرید دارند. در بعضی از مشاغل ۸۰ درصد از حجم فروش در زمانی کمتر از ۱۰ درصد از سال رخ می دهد.

### چه زمانی باید تبلیغات کنید؟

تبلیغات خود را در چه روز یا روزهایی باید انجام دهیم؟ برای پاسخ به این سوال باید **بازار هدف**تان را بررسی کنید. مشتریان هدفتان چه زمانی به خرید می روند؟ چه روزهایی بیشترین فروش را دارید؟ آخر هفته یا اواسط هفته؟

به عنوان مثال بعضی مشاغل مانند فست فود و رستوران که در آخر هفته بیشترین مراجعه کننده را دارند، تبلیغات خود را در روز چهارشنبه منتشر می کنند. به این ترتیب مشتریان فرصت بررسی و انتخاب آنها را برای آخر هفته خواهند داشت. اگر نوع کسب و کار و مشتریان خود را بشناسید، می توانید زمان مناسب تبلیغات را پیدا کنید.

### ارزش زمان در تبلیغات

**زمان** بزرگترین **ثروت زندگی** است. شما می بایست بهترین انتخاب ها را در بهترین زمان های ممکن انجام دهید. اگر در زمان ممکن انتخاب درست را انجام دادید یقیناً دست یافتن شما به آنچه آرزوی آن را داشته اید، سریعتر خواهد بود. در **زندگی**

**کاری** خود همانند تولیدکنندگان اتومبیل های مسابقه باشید، همه فکر و تلاش تیم های سازنده، برای کاهش زمان رسیدن است.

**تبلیغات** یکی از علت های مهم در کاهش زمان رسیدن به خواسته ها و **اهداف کسب و کار** ماست. به همین دلیل زمان و مقوله تبلیغات را باید جدی گرفت.

### فواید زمان در تبلیغات

- **هزینه تبلیغات** بالاست. با کنترل زمان می توانید هزینه ها را کاهش دهید. مانند راه اندازی کمپین های تبلیغاتی
- زمان سریع حرکت می کند. پس باید به سراغ **تبلیغات سریع** بروید. مانند تبلیغات اینترنتی
- زمان مشتری کوتاه است. پس به سراغ **تبلیغات های دیداری و شنیداری** بروید. مانند پادکست ها و فیلم ها
- زمان به یاد ماندن تبلیغ شما در ذهن مشتری ها کوتاه است، پس تبلیغات باید کوتاه و گیرا باشد؛ مانند بیلبوردها و محتوای کوتاه ویدئویی ( ویدئو در اینستاگرام و موشن گرافی)
- زمان همیشه اندک است. اما تبلیغات موثر زمان بر است. پس **شرکت تبلیغاتی** را با تحقیق انتخاب کنید.
- خاطره ها در گذر زمان شکل می گیرند، تبلیغات زمان کار شما را برای مشتری به خاطره تبدیل می کند.

### هدف از اجرای تبلیغات

هدف از تبلیغات را میتوان به دسته های زیر تقسیم کرد:

1. برای ایجاد **آگاهی از برند** و در اختیار گذاشتن اطلاعات لازم در رابطه با آن برند و یا محصول و سرویس خاص ( زیرا زمان رقابت در دنیای اقتصادی روز به روز کم می شود )
2. دعوت افراد و ترغیب آنها به خرید و آشنایی با برند کسب و کار شما ( زیرا زمان رقابتی است و محصولات رقابتی )
3. ایجاد یادآوری در ذهن مخاطب و تثبیت جایگاه برند ( زیرا زمان فراموش کار است )

### تبلیغات موثر برای جذب مشتری چگونه است؟

ممکن است که شما صاحب یک **کسب و کار سنتی** یا آنلاین باشید، اما از تعداد مشتریان و فروش خود راضی نیستید. مدام این سوال ذهن شما را درگیر می کند که « چگونه برای جذب مشتری تبلیغات کنیم » یا « روش های تبلیغات موثر برای جذب مشتری » به چه صورت است؟

دو قانون بسیار مهم در مورد تبلیغات موفق که باید به یاد داشته باشیم:

**۱- قانون اول:** هر جا پای منطق و احساس بطور هم زمان در میان باشد، همیشه احساس برنده تاثیر زمانی آن بلندتر است.

**۲- قانون دوم:** تبلیغات همیشه باید بعنوان یک سرمایه در نظر گرفته بشه نه هزینه. ( گر صبر کنی ز غوره حلوا سازی )

برای کنترل زمان در تبلیغات چه نکاتی را باید بدانیم؟

### رسانه درست را برای تبلیغات انتخاب کنید

صرفا معروف بودن یا پر خواننده بودن یک روزنامه مهم نیست شما باید بررسی کنید، آیا مشتریان هدف شما آن روزنامه را مطالعه می کنند؟ رسانه ای را برای تبلیغات انتخاب کنید که مخاطب آن، مشتریان هدف شما هستند. اگر رسانه ای را پیدا کردید که بخش عمده ای از بازار هدف شما مخاطب آن رسانه بودند، سعی کنید خیلی بیشتر از رقبا در آن رسانه سرمایه گذاری و محصول یا خدمات خود را تبلیغ کنید.

### با تبلیغات خود معامله کنید

اگر بابت تبلیغات پولی پرداخت می کنید، در مقابل باید انتظار بازده یی را داشته باشید، که بتواند به بهترین نحو ممکن جذب مشتری نماید. پس برای تبلیغات سرمایه گذاری بلند مدت نکنید، مثلا تبلیغات یکساله. بلکه قرارداد کوتاه مدت بندید، مثلا چهار ماهه، اگر این تبلیغات موفق و مفید بود مجددا تمدید خواهید کرد.

### از تبلیغات زود خسته نشوید ( دنبال بازده سریع نباشید)

تبلیغات یک نوع سرمایه گذاری است. یک سرمایه گذاری شبیه بازار بورس. وقتی شما در بازار سرمایه سهامی را می خرید، آیا سریع به بازده مورد انتظار خود می رسید؟ نه، چرا که رسیدن به بازده نیازمند سپری شدن زمان است. در تبلیغات نیز، شما نیازمند گذراندن مدت زمانی برای تکرار تبلیغ خود هستید. برای مثال اگر در رادیو تبلیغ می کنید، حداقل به مدت چهار ماه هر هفته بایستی محصول خود را تبلیغ کنید تا به بازاری که مد نظرتان است دست پیدا کنید.

### سعی نکنید برای همه جذاب باشید

هیچ محصول یا خدمتی وجود ندارد که برای همه جذاب باشد. بسیاری از صاحبان کسب و کارها، از جمله مدیران شرکتها، سعی می‌کنند راه‌هایی را برای دسترسی به تمام بازارها پیدا کنند. ولی به طور معمول، این روش عملی نیست. این کار می‌تواند برای کسب و کارهای کوچکی که نمی‌توانند همزمان در چند بازار فعالیت کنند، به فاجعه منتهی شود. پس بهتر است که بازار هدف خود را بشناسید و بهترین‌های خود را به مخاطبان‌تان ارائه دهید.

## تبلیغات خود را از پیش، آزمایش کنید

اگر پول و زمان کافی برای سرمایه‌گذاری بر روی **گروه‌های کانونی (focus group)** دارید، می‌توانید تبلیغات خود را بر روی افراد دیگر آزمایش کنید و واکنش آنها را بسنجید. آیا آنها پیامی را که می‌خواهید منتقل کنید، درک می‌کنند و می‌پذیرند؟ اگر چنین نیست، بفهمید که چگونه می‌توانید پیام‌تان را به شکل موثرتری به آنها منتقل کنید. البته راه‌های ارزان‌تری نیز (در مقایسه با گروه کانونی) برای **آزمایش تبلیغات** شما وجود دارد. برای نمونه می‌توانید از **پرسشنامه** استفاده کنید.

## بر تبلیغات خود نظارت کنید

شما به راحتی می‌توانید از مشتری یا ارباب‌رجوع بپرسید که چگونه با محصولات یا خدمات شما آشنا شده است. با وجود اینکه انجام این کار بسیار ساده است، ولی بسیاری از **صاحبان کسب و کار**، به خود زحمت انجام آن را نمی‌دهند. دانستن اینکه موثرترین **عناصر آگهی‌های تبلیغاتی** شما، کدام عناصر هستند و کدام رسانه‌ها، **سودآورترین فرصت‌های تبلیغاتی** را برای شرکت شما فراهم می‌کنند، بسیار سودمند است.

دانش را نوشتن ثبت می‌کند. پس اطلاعات حوزه کاری خود را با دقت جمع‌آوری کنید و بر فعالیت‌های کاری همانند تبلیغات نظارت دقیق داشته باشید. **ارزیابی تبلیغات** می‌تواند شما را به اهداف‌تان نزدیک‌تر کند.

برای آنکه در عرضه تبلیغات بتوانید با کمترین هزینه، بهترین نتیجه را کسب کنید، کافی است در انتخاب تیم تبلیغاتی خود وسواس به خرج دهید. دپارتمان تبلیغات و روابط عمومی هومه با حضور کارشناسان جوان و خیره‌آماده است تا شرایط حضور موفق شما را در بازار رقابتی فراهم کند. جهت ارتباط با ما می‌توانید با شماره‌های 02128129248 و 09129479841 تماس بگیرید.