



## מדריך לשיווק באמצעות מוצרי פרסום

שיווק הוא אחד התחומים הרחבים ביותר והקשים ביותר בניהול עסק או חברה. ישנן שיטות רבות לשיווק ולעתים מיטשטש הקו בין פעולות שיווק לפעולות פרסום, אולם על מנת לנהל עסק בצורה יעילה ולהשיג לקוחות רבים ככל האפשר וכמובן לקוחות איכותיים (לקוחות המסוגלים ורוצים לבצע הזמנה) יש לעמוד על ההבדלים והשוני בין השניים ולהבין בדיוק מה היא תרומתה של כל פעולה. בבסיסה פעולת השיווק היא להגיע לשוק רחב ככל האפשר המעוניין בשימוש או רכישה של מוצרים או שירותים מחברתכם, פרסום לעומת זאת הוא מושג די כוללני המגלם בתוכו שיטות ומתודות רבות להפיץ ידיעה לגבי חברה, מוצר או שירות. חלק בלתי נפרד מתחום השיווק הוא יכולות מיתוג, הכוונה לגרם למוצר, שירות או חברה להיות משווקים ברמה גבוהה כך שאדם המעוניין במוצר דומה יפנה ישירות אליכם פשוט כי שם המוצר שלכם מוכר לו מפעילויות שיווק שביצעתם.

### החליטו מי הוא קהל היעד

כמו בכל פעולה כאשר מדובר במכירות, פרסום ושיווק, אחד הדברים הראשונים שעליכם להחליט הוא מי קהל היעד אליו אתם פונים. נסו לצמצם את האפשרויות ככל הניתן מבחינה דמוגרפית, גיאוגרפית וכלכלית. הכוונה פרטו את טווחי הגילאים אליהם אתם פונים, את מיקום הלקוחות הפיזי אליו אתם פונים (למשל לקוחות בתל אביב, בארץ או בעולם?) וכמובן את היכולות הכלכליות של קהל היעד (אם אתם מוכרים תכשיטי יהלום מן הסתם קהל היעד הוא אנשים אמידים ומעלה), החלטות אלה יתנו לכם מושג לגבי השיטות והמוצרים שעליכם לבחור בהם ויעזרו לכם למקד את פעולותיכם כך שלא רק שתחסכו זמן וכסף אלא גם תשיגו תוצאות טובות יותר עבור ההשקעה שלכם בשיווק.

### אופן הפניה לקהל היעד

לאחר שהחלטתם את מאפייני קהל היעד שלכם, חישבו על רצונותיו של אדם המתאים לפרופיל שקבעתם כקהל היעד שלכם:

1. איפה הם אוהבים להימצא?
2. מה הם אוהבים לרכוש?
3. מה הן ההעדפות שלהם מבחינת מאפייני מוצרים ושירותים?
4. כמה מודעים הם למתחרים?
5. האם חשוב להם לרכוש מוצרים או שירותים הנחשבים מותגים?
6. כמה דומיננטי המחיר עבורם?

### אופן הפניה של לקוחות

כיום אנו עדים לגל הולך וגובר של לקוחות אינטרנט, לקוחות המבצעים רכישות ברשת האינטרנט, למרות שרכישת מוצרי פרסום בדרך כלל אינה מתבצעת דרך רשת האינטרנט מכיוון שמדובר בכמות גדולה של מוצרים ומתנות ברב המקרים מה גם שכאשר מדובר בהדפסת לוגו, חריטה או רקמה של סמל או מלל על מוצר – אין תחליף לשיחה טלפונית או פגישה.

אחד ההיבטים החשובים בתחום השיווק הוא לאפשר ללקוחות להגיע אליכם, ישנם לקוחות שיעדיפו דואר אלקטרוני או SMS ואפילו התכתבות בדואר או בפקסים, וחלקם יעדיפו להגיע אליכם בכל מקרה זהו חלק מאד חשוב וכדאי לכם לדעת מה הוא ה-Action Item שפעולות השיווק שלכם מעודדות את הלקוחות לבצע.