

دیجیتال مارکتینگ برای برندهای لاکچری؛ از چه استراتژی استفاده کنیم؟



نویسنده: مهران منصوری فر

حتماً شما هم می‌دانید که برندهای لاکچری شرایط نسبتاً متفاوت‌تری نسبت به دیگر تجارت‌ها به عنوان یک برند تجاری دارند. اگر به درستی این شرایط را بدانید و هم‌راستا با آن برای بهبود وضعیت کسب‌وکارتان تلاش کنید، آن زمان متوجه می‌شوید که قیمت گران محصولات لاکچری تأثیری در فروش بالای آن‌ها نخواهد داشت.

امروزه برندهای لاکچری سختی‌های زیادی را در راه تغییر دادن استراتژی‌های دیجیتال مارکتینگ خود تجربه می‌کنند و شاید بتوان گفت که علت اصلی این موضوع لاکچری بودن برند و قیمت‌های گران این دسته از کالاها است. به عنوان مثال تلفن‌های هوشمند کمپانی اپل امروزه جزء دسته کالاهای لوکس در کشور ما محسوب می‌شوند و به جرأت می‌توان گفت که شرکت اپل این موضوع را مدیون استراتژی‌های به کار گرفته از ابتدای تأسیس این کمپانی است.

هنگامی که شما یک کسب‌وکار در زمینه محصولات و کالاهای لوکس (لاکچری) راه‌اندازی می‌کنید، هیچ‌گاه نمی‌خواهید که نظر عموم و تصویری که از برندتان ساخته‌اید را با استراتژی‌های غلط که اغلب توسط افراد غیرمتخصص به کار گرفته می‌شود نابود کنید. اما با این حال نیاز دارید که استراتژی‌های

دیجیتال مارکتینگ برای برندهای لاکچری؛ از چه استراتژی استفاده کنیم؟

مختلفی را جهت رسیدن به کامیابی و معروف نمودن برندتان به عنوان یک برند لاکچری استفاده نمایید تا هرچه سریع‌تر به نتیجه‌ی دلخواه مورد انتظارتان برسید. بنابراین بر اساس موارد گفته شده به نظر شما چگونه باید بدون آسیب وارد نمودن به وجهه برندتان روش‌های مختلف برای یافتن استراتژی برنده در دیجیتال مارکتینگ را برای برندهای لاکچری امتحان کنید و با این حال تصویری که سال‌ها برای ساختن آن در ذهن مخاطبان زحمت کشیده‌اید را خراب نکنید؟



ما در این مقاله از مدیروب سعی کرده‌ایم تا به صورت شفاف به این سؤال و مباحث مربوط به آن پاسخ دهیم و استراتژی‌های مهمی که می‌توانند در روند رو به رشد کسب‌وکار شما تأثیرگذار باشند را به شما معرفی کنیم. به جرأت می‌توان گفت که پس از خواندن این مقاله شما تا حدود زیادی با راه و روش‌های فعالیت در بازار دیجیتال مارکتینگ آشنا خواهید شد. در اینجا قصد داریم چندین راه و روش طلایی برای استفاده در دیجیتال مارکتینگ برندهای

لاکچری را به شما معرفی نمایم که علاوه بر این که نتیجه‌ی خوبی به شما خواهند داد در آینده باعث تقویت اعتبار برند شما نیز خواهند شد.

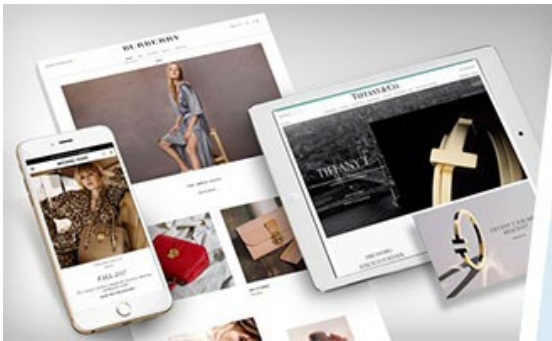
بر روی جلوه‌های بصری و دیدنی تمرکز کنید

دیجیتال مارکتینگ به راحتی برای کسب‌وکارها این امکان را فراهم نموده است که بتوانید از جلوه‌های بصری در تمامی تبلیغاتتان استفاده نمایید تا زیبایی‌های برندتان را بتوانید هر چه بیشتر در دید عموم و کاربران اینترنت قرار دهید و از این طریق مشتری‌های زیادی را جذب نمایید. مهم نیست که کسب‌وکار شما در رابطه با چه دسته بندی و چه صنعتی است و یا این که در چه زمینه‌ای فعالیت می‌کنید، در واقع شما باید به عنوان یک برند لاکچری و لوکس تمام تلاش خود را به کار گیرید تا از این بابت اطمینان حاصل نمایید که برند شما به بهترین شکل ممکن برای کاربران و مشتریان اینترنتی به نمایش گذاشته شده است و تمام کارایی‌های آن در تبلیغات شما به درستی به چشم می‌خورد. بنابراین باید تلاش نمایید تا این هدف یعنی نشان دادن بهترین تصویر از محصولات خود را در بهترین حالت ممکن به تحقق برسانید و مسیر رسیدن به آن را برای خود کوتاه‌تر نمایید.

یکی از بهترین راه‌ها برای تمرکز بر روی جلوه‌های بصری تمرکز بر روی شبکه‌های اجتماعی مانند پینترست و اینستاگرام است که در آن‌ها عکس‌ها

و فیلم‌ها جزئی جدایی ناپذیر و اصلی هستند. این رسانه‌های اجتماعی جزء اصلی‌ترین شبکه‌های اجتماعی در دنیای امروز هستند که در دسته جلوه‌های بصری حرف زیادی برای گفتن دارند و شما باید تمرکز بسیار ویژه‌ای بر روی آن‌ها داشته باشید تا بتوانید به طور طبیعی از دیجیتال مارکتینگ با استفاده از جلوه‌های بصری بیشترین سود را برده باشید. به کارگیری این رسانه‌های اجتماعی همچنین سبب می‌شود که بتوانید درگیری ذهنی زیادی را در مورد برندتان برای مصرف‌کنندگان ایجاد کنید. بر اساس تحقیقات انجام شده این نتیجه حاصل شده است که ۹۳ درصد از درگیری ذهنی مصرف‌کنندگان در مورد یک برند لاکچری به دلیل شبکه اجتماعی اینستاگرام یکی از پر مخاطب‌ترین شبکه‌های اجتماعی دنیای امروز می‌باشد.

علاوه بر بهره بردن از شبکه‌های اجتماعی شما همچنین می‌توانید یک وبسایت با کیفیت و خوب برای برند لاکچری خود طراحی نمایید تا بهترین ویژگی‌های محصولات خود را در آن به نمایش بگذارید تا مشتریان بتوانند با مراجعه به این وبسایت از ویژگی محصولات شما و خدماتی که ارائه می‌کنید مطلع شوند. این کار سبب می‌شود که شما از طریق همین وبسایت نیز بتوانید فروش زیادی را انجام دهید و همچنین در نهایت به عنوان یک برند محبوب نیز برای گوگل شناخته شوید و به سوددهی مورد انتظار خود دست یابید.



تلاش کنید تا بهترین تصویر از محصولات خود را در بهترین حالت ممکن نشان دهید.

مدریس

به عنوان مثال وبسایت کمپانی اپل که یکی از بزرگترین و لاکچریترین برندهای تولید موبایل و لپتاپ است از جلوه‌های بصری و استایل‌های خاص در وبسایت خود برای نمایش محصولاتش استفاده می‌نماید. اپل برای یکی از معروفترین محصولات این شرکت که از سری موبایل‌های هوشمند iPhone است، تنها مقداری توضیحات ساده با چند پارگراف کوتاه در وبسایت درج کرده و در مورد آن توضیحات مختصری ارائه می‌دهد. اما بقیه صفحات مربوط به این گوشی‌ها را عکس‌های مختلف که معمولاً نمای خیلی خوبی از کالا را نشان می‌دهند تشکیل می‌دهد.

در واقع این برند لاکچری از عکس‌ها و جلوه‌های بصری به گونه‌ای استفاده نموده است که بدون آن که توضیحی درباره‌ی محصول خود ارائه کند به شما ویژگی‌های آن را معرفی می‌کند و سعی می‌کند که به شما تجربه‌ی دیدن واقعی این محصول را القا نماید. به طور کلی می‌توان گفت که عکس‌ها و جلوه‌های بصری به عنوان یک استراتژی بسیار مناسب در دیجیتال مارکتینگ برندهای لاکچری به شمار می‌رود زیرا علاوه بر نمایش زیبایی‌های محصول

می‌توانید کارایی‌های آن محصول را نیز به رخ بکشید و یک تجربه‌ی همه‌جانبه را برای مصرف‌کنندگان برندتان به وجود بیاورید.

به مشتریان خود بگویید که چرا وجود دارید

در حالی که همیشه یکی از مهم‌ترین فاکتورها در بازاریابی دیجیتال همانند این نکته به مشتریان است که محصول شما دقیقاً چه کاری انجام می‌دهد و یا به بیان ساده‌تر این محصول که شما آن قدر در فروش آن مصمم هستید چه کاربردی دارد، مشتریان همیشه دوست دارند که بدانند دقیقاً محصول مد نظرشان را از چه کسی خریداری می‌کنند. شما به سادگی می‌توانید به مشتریان خود بگویید که چرا کسب‌وکارتان را تأسیس نموده‌اید و هدفتان از این امر چه بوده است و در واقع چه چیزی است که شما را از رقیبانتان متمایز می‌کند.

به طور کلی دانستن تفاوت شما با دیگر برندها یکی از مهم‌ترین نکات قابل توجهی است که مشتریان را به سمت برند شما و صرف هزینه برای خرید از شما سوق می‌دهد و در آنها یک حس وفاداری نسبت به برند شما به وجود می‌آورد. شما باید یک رابطه احساسی با مشتریان خود ایجاد کنید تا مشتریان خود را به نوعی زیرمجموعه شما بدانند و به این نکته پی ببرند که با خرید از شما، حالا جزئی از مجموعه شما هستند و شما برایشان

اهمیت قائلید. در واقع همین مسئله است که وفاداری به برند را در مشتریان نهادینه می‌کند و باعث می‌شود برای اینکه با شما بمانند همیشه هزینه کنند و با دوستان خود راجع به برند شما حرف بزنند و همیشه سعی کنند که دیگران را به خرید از شما ترغیب کنند.

به بیان دیگر مشتریان شما تبدیل به تبلیغ‌کننده برند شما می‌شوند. هرگاه به این نقطه در بازاریابی محصولات خود رسیدید یعنی شما میلیون‌ها بازاریاب که تنها به دلیل وفاداری به برند شما برایتان تبلیغ می‌کنند در سراسر جهان دارید و با گذشت زمان بردارایی‌های شما به طور زیادی افزوده خواهد شد. دقیقاً مانند کاری که کمپانی اپل با مشتریان خود انجام داده است و می‌توان گفت که این کمپانی و یا ده‌ها کمپانی مشابه دیگر، امروزه به جایگاهی رسیده‌اند که حتی اگر هیچ‌گونه تبلیغاتی هم انجام ندهند، لطمه‌ای به فروش کلی آن‌ها وارد نمی‌شود.

بسیاری از برندهای لاکچری تنها تصور می‌کنند که داشتن صفحه درباره ما در قسمت بالای سایت به تنهایی می‌تواند اطلاعات کافی در مورد برندشان را در اختیار مشتریان بگذارد ولی حقیقت امر این است که کسی به این صفحات اهمیت آن‌چنانی نمی‌دهد و کمتر کسی پیدا می‌شود که این صفحات از وبسایت شما را باز کند و مطالب موجود در آن را مطالعه نماید. بنابراین شما

باید کاری کنید که خودتان و دلیل وجود برندتان را در صفحه اول سایت به مشتریان خود بفهمانید به طوری که وقتی کسی وارد وبسایت شما شد در همان صفحه اول مجذوب برند شما شود و علاقه‌مند به دیدن سایر صفحات وبسایت شما و در نهایت خرید از شما شود. داشتن صفحه‌ی اول سایتی که بسیار جذاب باشد و هدف اصلی برند شما را نمایش دهد می‌تواند یک رابطه‌ی احساسی عمیق بین مشتریان شما و برندتان ایجاد نماید.

همچنین شما می‌توانید در صفحه مربوط به هر کدام از محصولاتتان یک داستان کوتاه درباره‌ی این که چگونه به فکر تولید یا تهیه این کالا افتاده‌اید و این که چه شد که این کالا را به این مرحله رساندید بنویسید. انجام این کار این حس را به مشتریان می‌دهد که آن‌ها در حال خریداری کالایشان از مکانی قابل اعتماد هستند و نه یک کمپانی بزرگ که تنها هدفش فروش است.

با این حال هنوز هم درک این مسئله که چه قدر گفتن دلیل وجودتان به مشتریان اهمیت دارد کمی مشکل است زیرا این موضوع فراتر از درک انسان بر ذهن مشتریان تأثیر می‌گذارد. این مسئله به قدری مهم است که سیمون سینک یکی از بزرگ‌ترین افراد در زمینه‌ی تبلیغات است در کتاب «با چرا شروع

کنید» به ظرافت تمام جزئیات این موضوع را بیان می‌نماید. در این کتاب به توضیحات بسیار کامل‌تری از این موضوع پرداخته شده است، بنابراین خواندن این کتاب در این رشته از بازاریابی قطعاً خالی از لطف نخواهد بود.



چرا ما می‌خواهیم وارد یک بازار مشخص بشویم (یا شده‌ایم)
و چرا فکر می‌کنیم مشتریان باید از ما خرید کنند؟

تالیپور

از بازاریابی به وسیله‌ی محتوا و سئو کمک بگیرید

به عنوان یک برند لاکچری شما می‌خواهید که تصویری از خود به عنوان یک متخصص صنعت که به خوبی می‌داند مشتریان شما چه چیزی احتیاج دارند ترسیم کنید. می‌توان گفت که رسیدن به این هدف از طریق بازاریابی یا مارکتینگ به وسیله‌ی محتوا و سئو آن‌چنان که فکر می‌کنید هم دشوار نیست. امروزه تولید محتوا و بهینه‌سازی آن برای موتورهای جستجو یکی از بهترین راه‌ها برای دیده شدن در فضای وب و موتور جستجوی گوگل است که بهتر است قبل از راه‌اندازی هر نوع کسب‌وکار اینترنتی ابتدا با این مقوله آشنا شوید.

استفاده از پست‌های طولانی در وبسایت می‌تواند به مشتریان کمک کند

تا تمامی ویژگی‌های محصولاتان را که قصد دارید به آن‌ها معرفی کنید را به آن‌ها بشناسانید. علاوه بر این از طریق ساخت چنین پست‌هایی در وبسایت مربوط به کسب‌وکارتان می‌توانید به مشتریان خود مشکلاتی که می‌توانند از طریق محصول شما حل کنند را به آن‌ها اطلاع دهید و مخاطبین خود را با عملکرد و نحوه کارکرد محصولات خود آشنا سازید. این کار را حتی با نوشتن چند پاراگراف کوتاه نیز می‌توانید انجام دهید اما دقت داشته باشید که اگر در نوشتن محتوا از مقاله‌های کامل‌تر و جامع‌تری استفاده نمایید به مرور زمان بازدهی شما بالا خواهد رفت. در واقع هدف از این کار این است که به مشتریان خود این گزینه را بدهید که اطلاعات مورد نیازشان را سریع‌تر کسب کنند و تمام چیزی که خودتان نیز می‌خواهید را از این طریق به آن‌ها اطلاع دهید.

علاوه بر مسائل ذکر شده شما می‌توانید از بازاریابی محتوا و از طریق محتواهای بصری برای نشان دادن این که دقیقاً محصول شما چه چهره‌ای دارد و یا ظاهر آن به چه شکل است و آیا مشتریان از آن خوششان خواهد آمد یا خیر استفاده نمایید. به طوری که می‌توانید عکس‌هایی از کاربردهای مختلف محصولاتان را در سایت خود به عنوان محتوا قرار دهید و مشتریان با نگاه کردن به آن‌ها روش کار محصول شما را نیز ببینند و دقیقاً متوجه نوع استفاده از محصولاتان بشوند. در واقع انجام این کار به مشتریان این حس را

می‌دهد که گویی آن‌ها قبلاً از کالای شما استفاده نموده‌اند و می‌دانند روش استفاده‌ی آن چگونه است.

یکی دیگر از مهم‌ترین کارهایی که می‌توانید برای بهتر کردن دیجیتال مارکتینگ خود انجام دهید به کارگیری سئو و قواعد آن با استفاده از تولید محتوا است. به کارگیری سئو در تولید محتوا برای وبسایتتان می‌تواند ترافیک ورودی به سایتتان را از طریق گوگل افزایش دهد به طوری که هرگاه کسی به مشکلی برخورد و در گوگل به دنبال چاره‌ای برای آن مشکل می‌گشت مستقیماً به سایت شما هدایت شود زیرا در واقع کالای شما چاره و راه حلی بالقوه برای حل کردن آن مشکل به خصوص است.



با استفاده از تولید محتوا و به کارگیری سئو و قواعد آن،
دیجیتال مارکتینگ برند خود را بهبود بخشید
تلپورب

هنگامی که این اتفاق می‌افتد شما در واقع از این نکته‌ی مثبت بهره برده‌اید که مشتری شما قبل از اینکه وارد سایت شما شود می‌داند که می‌خواهد چه مشکلی را حل کند و دقیقاً دنبال چه کالایی می‌گردد و اگر کالای شما در واقع حلال آن مشکل باشد شما برد کرده‌اید و فروش شما به آن مشتری قطعی خواهد بود. در واقع تنها کاری که شما در اینجا باید انجام دهید

جواب دادن به چندین سؤال است که می‌دانید معمولاً ذهن مشتریان را در مورد این مشکل درگیر می‌کند و پس از آن دستیابی به یک مشتری که می‌خواهد قطعاً هزینه صرف کند. پاسخ به این پرسش‌ها از طریق بازاریابی و تولید محتوا به بهترین شکل ممکن امکان‌پذیر است.

چگونه یک نماینده دیجیتال مارکتینگ برای برند خود انتخاب کنید؟

حال که چندین مزایای کلیدی از به کارگیری دیجیتال مارکتینگ را در کسب و کارتان درک نموده‌اید ممکن است استخدام یک نماینده برای انجام دادن جنبه‌های ذکر شده از کارتان را در نظر بگیرید؛ اما چگونه می‌توانید یک نماینده مورد اعتماد انتخاب کنید که تنها جهت پیشرفت برند لاکچری شما عمل کند و نه در جهت ضرر زدن به آن؟ قدم اول در استخدام یک نماینده دیجیتال مارکتینگ برای برندهای لاکچری پیدا کردن شخصی است که دارای سابقه کار بازاریابی برای برندهای لاکچری باشد. بنا بر طبیعت و ماهیت بازاریابی برای یک برند لاکچری، شما به شخصی نیاز دارید که به طور ویژه نیازهای اصلی و فرعی شما را بشناسد.

به وسیله‌ی استخدام یک نماینده یا بهتر است بگوئیم کارشناس که دارای سابقه‌ی کار در زمینه‌ی بازاریابی برندهای لاکچری است می‌توانید متوجه شوید

که به چه مقدار در بازاریابی برای اشخاص قبلی موفق بوده‌اند. این کار می‌تواند از ریسک‌های ایجاد ضرر برای شما به شدت جلوگیری کند اما باید این نکته را در نظر گرفته باشید که ممکن است استخدام چنین شخصی که کاملاً با تجربه است برای شما هزینه‌ی بالایی داشته باشد ولی مطمئن باشید که در بلند مدت کسب‌وکار شما را به جایگاه خیلی خوبی خواهد رساند.

همچنین ممکن است که شما یک کارشناس دیجیتال مارکتینگ بخواهید که دارای تمامی جنبه‌های مورد نظر شما در زمینه‌ی بازاریابی باشد. انجام این کار از استخدام چندین متخصص دیجیتال مارکتینگ که دائماً یکدیگر را برای انجام کارهای مختلف سرزنش می‌کنند جلوگیری می‌کند و در نهایت به کار شما اعتبار می‌بخشد. چنین ایده‌ای همچنین می‌تواند سبب ایجاد یک استراتژی منسجم در بازاریابی برای شما شود که در نهایت تمامی تاکتیک‌ها و کانال‌های موجود را به کار می‌برد و به بیان کلی سبب موفقیت برند شما خواهد شد. چه بخواهید چنین شخصی را برای بازاریابی دیجیتال خود استخدام کنید و چه بخواهید این کار را خودتان برای برند لاکچری خود انجام دهید همیشه باید برای برنامه‌ریزی در مورد استراتژی دیجیتال مارکتینگ خود وقت بگذارید و با انجام برنامه‌ریزی از ضرر رساندن به آن جلوگیری نمایید.



شخصی را به عنوان نماینده دیجیتال مارکتینگ خود انتخاب کنید که نیازهای اصلی و فرعی شما را بشناسد.

مدیر

نتیجه گیری

با توجه به موارد گفته شده، بازاریابی دیجیتال جهت فروش محصولات لاکچری می‌تواند یکی از بهترین راه‌ها جهت کسب درآمد باشد. مخصوصاً اگر شما به خوبی استراتژی مخصوص به کسب‌وکار خود را شناسایی کرده باشید و از آن به خوبی هر چه تمام بهره برده باشید. به طور مثال همان‌طور که گفته شد جلوه‌های بصری می‌توانند یکی از بهترین استراتژی‌ها جهت درگیر کردن ذهن مخاطبان برند شما باشد مخصوصاً اگر برندتان از زیبایی خاصی برخوردار باشد. همچنین بیان کردن داستان‌های مختصری درباره‌ی برند خود می‌تواند از راه‌های جالب و قابل توجه برای جذب مشتری باشد. علاوه بر این شریک کردن مشتریان با پیشینه برندتان نیز می‌تواند در این راه به شما کمک شایانی نماید. پس سعی نمایید که قبل از هر چیزی استراتژی مورد نظرتان را در کسب‌وکار خود پیدا کنید.