



در مسیر موفقیت

ارزشش رو داره؟

🔗 مفهوم تازه‌ای به نام کمینه مارکتینگ پذیرفتنی (Minimum Viable Marketing) نگرشی جدید است که تلاش می‌کند بیشترین نتیجه را با صرف کمترین منابع به شکلی هوشمندانه به دست بیاورد. تمرکز این روش بر مبنای بازخوردها و درک کاربران است و تلاش می‌کند فرضیه‌های ضعیف و بدون بنیان را رد کند. در مدل‌های سنتی زمانی میزان اثربخشی کمپین‌ها سنجیده می‌شود که کمپین‌ها پایان یافته‌اند و امکان سنجش داده‌های به‌دست‌آمده از کمپین وجود دارد. اما در روش کمینه مارکتینگ پذیرفتنی، ایده‌ها با گروه کوچکی از مشتریان هدف تست می‌شوند. نتیجه حاصل از این تست می‌تواند تقریب خوبی از نتیجه کمپین در گروه بزرگی از کاربران ارائه کند. این روش به مدیریت منابع کمک و از صرف هزینه و وقت روی ایده‌هایی که به جذب کاربران نمی‌انجامد، جلوگیری می‌کند. این روش چهار مرحله کلیدی را دنبال می‌کند: 🔗 **تایید (Validate)**: شما ایده‌ای دارید که باید پیش از شروع کار آن را بسنجید و اگر جذاب بود آن را اجرا کنید. سنجش و تایید اولیه نیاز است تا مطمئن باشید نزدیکی لازم به کاربران را دارد. 🔗 **اندازه‌گیری (Measure)**: اندازه‌گیری بخش مهمی از کار است. داده‌ها تجسم اثربخشی کمپین نهایی را می‌سازند. در این روش چون داده‌ها محدود هستند، امکان جمع‌آوری و تحلیل مستقیم آنها وجود دارد. 🔗 **یادگیری (Learn)**: از کمپنه مارکتینگ پذیرفتنی می‌توان بسیار آموخت. این روش برای شناخت کاربران و آنچه برای آنها مطلوب است مناسب است و با مرور دستاوردهای آن می‌توان اثربخشی روش‌ها را بیشتر کرد. شما با آزمایش روی گروهی از کاربران حدس‌های دقیقی از نتایج کمپین اصلی خواهید داشت.

🔗 **بهبود (Improve)**: ایده اولیه و مسیر مارکتینگ را براساس آنچه به‌دست‌آمده است بهبود دهید. تمام این فرآیند برای رسیدن به یک روش مطلوب و تأثیرگذار انجام می‌شود و باید به ارتقای ایده اولیه بینجامد.

در ادامه لازم است چهار سوال زیر را بپرسید:

🔗 این ایده می‌تواند خیلی سریع تست شود؟

🔗 می‌تواند بازخوردهای کمی از کاربران بگیرد؟

🔗 چقدر طول می‌کشد دوباره تکرارش کنید؟

🔗 آیا مردم درباره کمپین شما مشتاق هستند؟

دانش بنیان

«خودباوری» اولین گام دانش بنیان شدن

🔗 محور شرکت‌های دانش بنیان حول فناوری می‌گردد و به‌کارگیری این فناوری‌ها منوط به حضور افراد متخصص است. به باور ما بیش از ۷۰ درصد فارغ التحصیلان، در رشته تحصیلی خود متخصص هستند. اما چطور می‌شود از بین این تعداد فقط اندکی کارفرین می‌شوند؟ برای پاسخ نمی‌توان انگشت اشاره را به سمت هدف خاصی گرفت، زیرا خانواده در پرورش فردی با اعتماد به نفس موثر است، مدرسه باید دانش آموزی خلاق و کنجکاو تربیت کند، دانشگاه نیز باید محلی مناسب برای دانشجو به معنی واقعی کلمه یعنی جوینده دانش باشد و در انتها صنعت گره کار خود را با دستان فارغ التحصیلان متخصص باز کند. برای کنار هم قرار گرفتن تکه‌های این پازل بزرگ زمان و انرژی زیادی لازم است، اما چرامنتظر بمانیم؟ یک پیشنهاد! همین الان بایبید تمرین ساده‌ای انجام دهیم. هر جا هستید به محیط اطرافتان با دقت نگاه کنید. حتما وسایل یا دستگاه‌هایی را خواهید یافت که ساخت ایران نیستند. آیا شما با دانش و تجربه توان ساخت حداقل یکی از آنها را دارید؟ شاید این دستگاه‌ها قدیمی باشند و شما ایده یا طرح جدیدی برای جایگزینی آنها داشته باشید. پس خودتان را باور کنید. دانش و تجربه شما می‌تواند شروع کسب و کاری جدید باشد. به جای ورق زدن صفحه استخدام روزنامه‌ها، به این فکر کنید روزی آگهی استخدام شرکت شما چاپ شود. شرکت‌های دانش بنیان ساخته و پرداخته ذهن کسانی است که به جای صرف وقت در کارهایی‌ها سعی کردند با ظرافت و دقت از دریچه دانش و تخصص به محیط اطرافشان نگاه کنند. 🔗



اولویت‌های مشخص شده، طرح‌های دانش بنیانی که به رفع نیازها و ارتقای توانمندی بخش‌های مختلف درگیر در این صنعت کمک کنند، پس از ارزیابی و تأیید فنی، از سوی این پژوهشگاه و با همکاری این ستاد حمایت شود. / معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

بازدیدکنندگان صفحه بیشتر احساس اهمیت داشته باشند تا پیش از اتمام زمان مقرر برای ثبت نام در وبینار اقدام کنند.

بر اساس گزارش شرکت ارتباطات اینترنتی ردی تالک (ReadyTalk)، بیشتر افراد حداقل سه هفته پیش از ارائه وبینار شروع به تبلیغ می‌کنند. بنابراین برای ارائه یک وبینار موفق حتی باید زودتر از سه هفته جلوتر همه چیز را مهیا کرده باشید.

🔗 **نکاتی برای ارائه یک وبینار فوق العاده** نقش فناوری در وبینار بسیار پررنگ است. اگر به دفعات وبینار برگزار می‌کنید، حتما از باکیفیت بودن صدا و تصویر خود مطمئن شوید. مستقیم به دوربین نگاه کنید؛ این کار باعث می‌شود هر شرکت‌کننده‌ای احساس کند دارید مستقیم به او نگاه می‌کنید و این شروع بسیار خوبی برای برقراری ارتباط با مخاطبان است.

پیش از آغاز وینار حتما یک بار به صورت آزمایشی آن را برگزار کنید. این کار باعث می‌شود راحت تر از تجهیزات و نرم افزارها استفاده کنید و هنگام سخنرانی، اطلاعات و تصاویر مورد نیازتان را به آسانی و به صورت پیوسته ارائه دهید. با تجربه ترها توصیه می‌کنند برای نشان دادن تصاویر و نمودارها، کمی سریع عمل کنید تا مخاطبان توجهشان را از دست ندهند. همچنین تصاویر باید واضح و گویا و متن و نوشته زیادی نداشته باشد.

اگر وبینار را به زبان انگلیسی و برای مخاطبانی در کشورهای مختلف و غیرانگلیسی زبان ارائه می‌دهید، هر چقدر هم زبانتان خوب باشد سعی کنید گفتاری ساده و روان داشته باشید. وبینار بیاومزد. همچنین باید ارائه دهندگان را معرفی کنید و اطلاعاتی در ارتباط با تخصص و حوزه فعالیتشان فراهم آورید. تاریخ، ساعت و مدت زمان برگزاری وبینار را به صورت دقیق مشخص کنید تا مخاطبانتان بتوانند برای شرکت در آن برنامه ریزی کنند.

سخنرانی تبلیغی مشخصی ارائه دهید که تمام راهی که برای برقراری ارتباط با مخاطب تا این لحظه طی کرده اید را خراب کند. سعی کنید به شرکت کنندگان نشان دهید چگونه با استفاده از راه حلی که شما ارائه داده اید و اطلاعاتی که به تازگی دریافت کرده اند می‌توانند مشکلاتشان را برطرف کنند.

با کمک وبینار می‌توانید معامله برای هر دو طرف را با یکی از روش های زیر شیرین تر کنید:

🔗 فراهم کردن هدایای رایگان برای شرکت کنندگان

🔗 تخفیف های تشویقی به شرکت کنندگان برای خرید محصولات یا خدماتی که ارائه می دهید

🔗 برای تشویق شرکت کنندگان به انجام کاری، محدودیت های زمانی خاصی اعمال کنید؛ به طور مثال برای استفاده از تخفیف تازه زمانی یک هفته ای در نظر بگیرید. این کار باعث ایجاد احساسی می‌شود که باید سریع تر اقدام کنند.

در نهایت پس از ارائه وبینار، نمونه ضبط شده را نیز می‌توانید در شبکه های اجتماعی برای علاقه مندان و جذب مخاطب بیشتر به اشتراک بگذارید. همچنین در وبگاه رسمی خود امکان اطلاع رسانی قرار دهید تا مخاطبان پس از ثبت نام در یک وبینار، از زمان برگزاری وبینارهای بعدی نیز با دریافت ایمیل یا پیامک مطلع شوند و آنها را نیز دنبال کنند. 🔗

منبع: Optimonster

طرح های دانش بنیان برای رفع نیاز و ارتقای توانمندی صنعت برق حمایت می شود

پژوهشگاه نیرو به عنوان متولی مدیریت پژوهش و فناوری در صنعت برق کشور و این ستاد منعقد شده تا از طرح های دانش بنیان در حوزه فوتونیک، لیزر، مواد پیشرفته و ساخت برای رفع نیازها و ارتقای توانمندی صنعت برق، حمایت شود. وی خاطرنشان کرد: این تفاهم نامه مقرر شد تا پرمبنای



با «وبینار» مشتری‌هایتان را چند برابر کنید

اگر از فناوری وبینار و کاربردهایش در کسب وکارتان استفاده کنید، مشتری‌ها به سمت شما می‌آیند

🔗 چنانچه می‌خواهید روشی جدید و پربازده برای بازاریابی محصولات یا خدماتتان امتحان کنید که در عرض یک ساعت تعداد مخاطبان را تا چند برابر افزایش دهد، از قدرت وبینار (webinar) غافل نشوید. وبینار یکی از جدیدترین روش‌های ارائه مطلب به صورت مجازی است. این ویژگی موجب شده وبینارها طیف گسترده‌تری از مخاطبان را فارغ از محل زندگی و شرایط اقتصادی با خود همراه کنند. استفاده از وبینار برای بازاریابی موضوعی است که به تازگی بسیار مورد توجه قرار گرفته و با موفقیت‌های چشمگیری نیز همراه بوده است. اینجا با وبینار و علت موفقیت آن در حوزه کسب وکار بیشتر آشنا می‌شویم و راهکارهایی را برای استفاده از آن برای بازاریابی و افزایش فروش محصولات بررسی خواهیم کرد.

مخاطبان ارتباط برقرار می‌کند. همچنین میزان انتقال اطلاعات درک مخاطب در این روش به مراتب بالاتر از ارائه محتوا به صورت نوشتاری است. شرکت‌های تجاری از وبینارها برای ارائه محصولات و خدمات جدید، افزایش محتوا و انتقال تجربیاتشان به مخاطب بهره می‌گیرند.

گرچه وبینارها می‌توانند در مخاطبان انگیزه لازم برای خرید محصول ایجاد کنند، اما هدف اصلی وبینار جریان سازی و افزایش آگاهی در میان شرکت‌کنندگان است. بنابراین نباید آن را با جلسات متقاعدسازی فروش اشتباه گرفت. زمانی که بتوانید آگاهی مخاطبان را بالا ببرید، احساس نیاز به محصول جدید برای ارتقای کیفیت زندگی در مخاطب شکل خواهد گرفت و این بهترین زمان برای فروش محصول خواهد بود. اگر هنوز متوجه نشده‌اید وجه تمایز وبینار و جلسات فروش چیست، در ادامه با ما همراه باشید.

چند کار مهم پیش از برگزاری وبینار

از مواردی که می‌تواند در ارئه مناسب وبینار تأثیرگذار باشد، شرکت ارائه‌کننده خدمات وبینار است. در حال حاضر نرم افزارهای مختلفی برای ارائه وبینار به صورت رایگان یا در ازای دریافت هزینه وجود دارد. آنها را بررسی کنید و حتما موارد زیر را در انتخاب شرکت ارائه دهنده خدمات وبینار مدنظر قرار دهید:

🔗 قابلیت تطابق با سایر نرم افزارهایی که در طول وبینار استفاده خواهید کرد

🔗 امکان استفاده رایگان برای شرکت کنندگان

🔗 امکان بخش تصاویر ویدیویی و نمایش صفحه نمایشگر رایانه در طول

وبینار

🔗 امکان ثبت نام برای شرکت در وبینار

🔗 امکان ضبط وبینار برای شرکت کنندگان

🔗 قابلیت پرسش و پاسخ آنلاین در زمان ارائه وبینار

برای شروع سعی کنید از نرم افزارهایی که امکان ارائه وبینار را به صورت رایگان فراهم می‌کنند استفاده و در ادامه بر اساس گسترش ویژگی‌های مورد انتظارتان از نمونه‌های قوی‌تر استفاده کنید.

🔗 **چطور موضوع وبینار انتخاب کنیم؟**

اولین گام برای موفقیت در بازاریابی با وبینار انتخاب موضوع مناسب و جذاب است. برای این کار از چند روش می‌توانید استفاده کنید:

🔗 موضوعاتی که به نظراتن برای ارائه وبینار جالب هستند را روی وبلاگ یا استوری اینستاگرامتان قرار دهید و با استفاده از ابزارهای نظرسنجی بر اساس استقبال و نظرات مخاطبان میان آنها انتخاب کنید.

🔗 از بخش امور مشتریان شرکت خود بخواهید موضوعاتی را که بیشتر مورد سوال مشتریان بوده پیشنهاد دهند.

🔗 از وبینارهایی که افراد دیگر ارائه می‌کنند ایده بگیرید و موضوعاتی که با استقبال بیشتری روبه رو شده را انتخاب کنید.

🔗 پس از این مرحله باید عنوانی جذاب و گیرا برای وبینار خود انتخاب کنید. وبینار نیز مانند دیگر مراحل بازاریابی به جلب توجه مخاطبان نیاز دارد. عنوان مناسب علاوه بر جذابیت باید اطلاعات مناسبی در خصوص موضوع وبینار به مخاطب ارائه کند.

🔗 استفاده از تصاویر مرتبط و چشمگیر، استفاده از مفاهیم و تصاویر طنز و فانتری یا جملات ساده اما تأثیرگذار مثل «کاملاً رایگان!» به جذب مخاطب بیشتر کمک خواهد کرد.

🔗 **ساختار بندی اولیه وبینار**

همان‌طور که پیشتر اشاره شد، وبینار یکی از بهترین فرصت‌ها برای فروش محصولات بدون بیان تبلیغ مستقیم فروش است. این نکته بسیار مهمی است که نباید به هیچ وجه در طول ارائه وبینار خود فراموش کنید. زمانی که می‌خواهید وینار تان را طراحی کنید، به این موضوع فکر کنید دقیقاً به دنبال فروش چه محصولی هستید یا از شرکت‌کنندگان توقع دارید پس از شرکت

نظرات ارسطو درباره وبینار!

احتمالا برای شما نیز اتفاق افتاده در وبیناری شرکت کرده باشید که نتوانسته توقعتان را برآورده کند. کیفیت مناسب مطالب ارائه شده در وبینار علاوه بر اثرگذاری روی مخاطبان، آنها را به مشتریان همیشگی وبینارهایی آتی شما تبدیل خواهد کرد. اما چگونه می‌توانید از باکیفیت بودن وبینار خود مطمئن شوید؟

دورویکردی در برگزاری وبینارها به خوبی امتحان خود را پس داده‌اند؛ اولی توجه کردن به پیشنهادها و راهکارهای «ارسطو» در این باره است!در تاریخ از قول ارسطو آورده شده: «به آنها بگویید که می‌خواهید چه چیزی را به آنها بگویید و در نهایت بگویید که چه گفته‌اید!» به عبارت دیگر ابتدا موضوع خود را معرفی کنید، سپس آن را شرح داده و در نهایت خلاصه‌ای از آن را مجدداً مرور کنید.

رویکرد دیگر صحبت با مخاطبان از مشکلات پیش رویشان است!

تجربیات خود را با آنها به اشتراک بگذارید، به آنها راه حل ارائه و مزایای استفاده از این راه حل ها را توضیح دهید. درست بعد از ارائه راه حل‌هاست که به صورت کاملاً غیرمستقیم ذهن مخاطبان را به سمت محصول مورد نظر سوق می‌دهید.

هرکدام از این دو ساختار را که استفاده کنید، درواقع آنچه را قرار است در آغاز در اختیار شرکت کنندگان قرار گیرد روشنی طراحی می‌کنید، در اواسط وبینار آن را ارائه و در انتها بر آن تأکید می‌کنید.