

هفته قبل چند و چون بسته بندی زعفران را شرح دادیم و گفتیم که بسیاری از واحدهای بسته بندی هم اکنون غیر فعال یا نیمه فعال هستند، چرا که توان فنی و آموزشی کافی برای بازاریابی محصولاتشان را ندارند. قرار شد این هفته سراغ کلوگاه کار یعنی بازاریابی برویم. راه اندازی یک تیم بازاریابی حرفه ای ایده اصلی امروز است که علاوه بر زعفران، می تواند برای حوزه های دیگر هم مفید باشد.

کسب و کار

تجربیات شما

تجربیات خود را با مادر میان بگذارید

تجربیات یک تیم بازاریابی زعفرانی
در ادامه برای تکمیل مطلب و ارائه تصویر دقیق تر از این مسجوع کار، برخی تجربیات یک بازاریاب زعفران را مرور می کنیم. او خودش تولید ندارد و فقط برای شرکت های بسته بندی، بازاریابی می کند. برخی نکات مورد تاکید او عبارت اند از:

۱- **به کار غیر رسمی و بدون کد بهداشتی فکر نکنید:** برخی اینگونه فکر می کنند که می توانند زعفران را در خانه و بدون دریافت مجوز - پروانه بهره برداری و کد بهداشتی - پیش ببرند. شاید بتوان این کار را برای برخی محصولات دیگر انجام داد اما برای زعفران عملاً ممکن نیست. چرا که فرودشدگان به این موضوع بسیار حساس هستند و هیچ وقت محصول شما را نخواهند خرید.

اولاً مردم چنین محصولی را نمی خرند و ثانیاً در صورت کشف موضوع توسط بازرسان، فرودشدگان جریمه خواهند شد. بنابراین آن ها از شما محصول را نمی خرند و عملاً فرایند بازاریابی شما قفل می شود.

۲- **برای بسته بندی خرج کنید:** زعفران تقریباً یک محصول لوکس است. به ویژه که به تازگی خرید آن به عنوان سوغاتی و همچنین توسط گردشگران رونق گرفته است.

در این صورت هرگز کسی یک بسته بندی معمولی و خیلی ساده را نخواهد خرید. نوع بسته بندی و طراحی روی آن اهمیت بسیاری دارد.

۳- **شناسنامه بدهید:** با توجه به گسترش روش های تقلب در زعفران و ارائه محصولات غیر کیفی، سعی کنید برای محصول خود شناسنامه درست کنید. مثلاً در بسته بندی درج کنید که زعفران تولید کدام منطقه است و تست کیفیت کجا انجام شده است؟ اگر محصول را گرانیک است قید کنید و حتی در طراحی تصاویری از محل تولید و فرایند بسته بندی ارائه کنید.

برای انتقال نظرات، پیشنهادها و تجربیات خود درباره ایده امرو و ایده های آتی و همچنین برای عضویت در کانال مربوط به ایده های کسب و کار از شماره ۰۹۲۵۱۸۶۷۴۵ به تلگرام استفاده کنید.

با قیمت های بالا؟
در گام بعد برای شروع، نحوه ورود به بازار و انعقاد قرارداد با مشتریان را هم ارزیابی و انتخاب کنید. مثلاً اگر مشتریان مورد اعتمادی یافته اید - این اعتماد ممکن است به هر روشی حاصل شده باشد - می توانید محصولات را برای فروش امانی و اگذا کنید یا این که محصول را به صورت مدت دار به خرده فروشان عرضه کنید.

۲- شناسایی و دسته بندی راه های ارتباط با مشتری

در گام بعد مسیرهای ارتباط با بازار را شناسایی و دسته بندی کنید. مشتری نهایی را در نظر بگیرید؛ راه های ارتباط با تیم و موثر با این مشتریان را دسته بندی کنید. فضای مجازی را از دست ندهید. یک وب سایت یا کانال شیک برای معرفی محصولات به اعتبار شما و اعتماد مشتری خواهد افزود. مثلاً می توانید یک برنامه ماهانه یا سالانه فرعه کشی طراحی کنید و از مشتریان بخواهید برای شرکت در فرعه کشی کد روی بسته بندی را در بخش مربوط در سایت وارد کنند. هزینه ها و منافع خود از این طرح را ارزیابی کنید. البته کاریابی این ایده هم وابسته به نوع بازار هدف شماست؛ طبیعتاً برای مصرف کنندگان عمده یا مشتریان خارجی، این کار موضوعیت نخواهد داشت.

مسیرهای ارتباط با مشتری می تواند چاپ تبلیغات کاغذی باشد یا این که بازاریابان شما به صورت متناوب و به صورت رودر رو محصول را معرفی کنند. اگر بازارهای مطمئنی داشته باشید شاید بتوانید این مرحله را حذف کنید اما برای تثبیت بازار هدف و از دست نرفتن بازار - به ویژه با توجه به انبوه رقبا - لازم است راه های ارتباط موثری تعریف و مدام از آن استفاده کنید.

۳- ایجاد یک تیم حرفه ای متناسب با نوع بازار و نوع ارتباط

حالا که مسیر بازاریابی و فروش را انتخاب کرده اید می توانید متناسب با انتخاب های خود یک تیم حرفه ای تشکیل دهید. شاید این تیم خودتان و برادران باشد؛ شاید هم یک مجموعه ۱۰ نفره. اگر قرار است حضوری و رودر رو بازاریابی کنید افرادی خوش برخورد و با قدرت بیان مناسب را به کار بگیرید. اگر بیشتر فروش شما از طریق فضای مجازی است باید افرادی برای طراحی سایت خوب یا سئو (SEO) مناسب و همچنین افرادی برای تولید محتوای خوب در سایت یا کانال استخدام کنید.

اگر مشتریان خارجی را هدف قرار داده اید باید افرادی آشنا به فرهنگ و زبان مشتریان، شما را در تولید و بازاریابی و فروش همراهی کنند. حالا دوباره هزینه ها را با احتساب هزینه های بازاریابی، ارزیابی کنید. احتمالاً سود شما از بسته بندی هر یک کیلوگرم زعفران، از ۵۰ هزار تومان - که هفته قبل محاسبه کردیم - کمتر شود. اما قطعاً در این حالت میزان فروش و به خصوص پایداری فروش شما بیشتر خواهد بود و در مجموع سود بیشتری خواهید برد.

راه همین بازار قرار دهید. یا اگر می توانید در سطح خرده فروشگاه ها و مغازه ها ارتباط داشته باشید، خرده فروشی را برگزینید. یا اگر در منطقه گر دشگری مثل قم یا مشهد یا اصفهان زندگی می کنید - یا به آن ها دسترسی دارید - بازار مشتریان خارجی را هدف قرار دهید. واضح است که در هر حالت، نوع بسته بندی شما، توضیحات روی آن (و حتی زبان توضیحات)، طراحی آن و حتی نام و برند که برای محصول انتخاب می کنید متفاوت خواهد بود.

تخمین اندازه بازار

بعد از این که بازار یا بازارهای هدف خود را با توجه به اولویت ها شناسایی و انتخاب کردید، اندازه بازار خود را تخمین بزنید. اگر یادتان باشد هفته قبل گفتیم که اگر در ماه ۲۰ کیلوگرم زعفران بسته بندی کرده و بفروشید ماهانه حدود ۱۰ میلیون تومان سود خالص خواهید داشت. حالا این ارزیابی را انجام دهید که بازار هدف شما کشتش این مقدار خریدار دارد؟ مثلاً اگر بازار گر دشگری اصفهان را هدف قرار داده اید، آماری از تعداد گردشگران سالانه استخراج کنید و بررسی کنید که اگر از هر ۱۰ نفر یک نفر محصول شما را بخرد، سالانه چقدر در این بازار فروش خواهید داشت؟ برای این که حتماً از هر ۱۰ گردشگر یک نفر محصول شما را بخرد، باید با چند فروشگاه و در چه نقاطی ارتباط برقرار کنید؟ برای فروش در بازار خرده فروشی داخلی چطور؟ می توانید تخمین ها را با توجه به سرانه مصرف خانوار انجام دهید.

تخمین هزینه های بازاریابی

در گام بعد هزینه های بازاریابی را تخمین بزنید. مثلاً ممکن است به این نتیجه برسید که برای خرده فروشی در مناطق نزدیک حرم در مشهد یا قم یا نزدیک مناطق مذهبی و گردشگری در شیراز، باید محصول شما توسط ۵۰ فروشگاه در معرض دید قرار گیرد.

برای این منظور باید افرادی آموزش دیده را همراه با نمونه محصولات خود را می این فروشگاه ها کنید و مدیران آن ها را قانع کنید که محصول شما مشتریان خاص و قابل توجه خواهد داشت. طبیعتاً این فرایند بی هزینه نیست. این هزینه ها را در محاسبات خود لحاظ کنید.

حالا به قیمت گذاری و روش های پرداخت فکر کنید

در گام بعد، به این فکر کنید که آیا می توان حجم بازار تخمین زده شده را با تخفیف قیمتی توسعه داد؟ ممکن است این موضوع در باره برخی بازارها مثل خریدهای سوغاتی یا خریدهای گردشگران موضوعیت نداشته باشد چرا که چندان با نرخ ها آشنا نیستند. اما درباره بازار خرده فروشی داخلی، مصرف کنندگان عمده و... ارائه تخفیف می تواند بازار شما را بزرگ کند و سود را افزایش دهد.

خلاصه آن که باید با توجه به نوع بازار ارزیابی کنید که چه نوع استراتژی قیمت گذاری بهینه خواهد بود؟ ارائه در سطح قیمت های معمول ۴۰٪ تخفیف یا عرضه محصولات لوکس

۳۳ کلیدی بازاریابی به زبان خودمانی

اگر درباره بازاریابی در فضای مجازی جستجو کنید یا کتاب های مربوط را بخردید، با انبوهی از کلمات و عبارات ثقیل مواجه خواهید شد؛ از تحلیل SWOT تا آنالیز موقعیت و انواع استراتژی ها! اما همه این موارد در سه گام قابل ارائه است که در ادامه خواهد آمد. البته باید توجه کرد که این مراحل، به رغم سادگی، نباید در اجرا ساده انگاشته شود بلکه لازم است با دقت و وسواس هر گام را به پیش ببرید تا یک کسب و کار فعال و پربرونق داشته باشید.

۱- شناسایی و دسته بندی بازارهای مصرف کالا

ابتدا لازم است تمام بازارهای مصرف کالای مدنظرتان را شناسایی و دسته بندی کنید. سعی کنید هیچ گزینه ای را از دست ندهید. بعد از تهیه این فهرست جامع، می توانید از بین آن ها بازار هدف خود را انتخاب کنید. البته برای انتخاب لازم است قیود و شرایط تولید و بازاریابی خود را در نظر بگیرید.

مثلاً درباره زعفران می توانید بازار را از نظر نوع مشتری (خانگی یا صنعتی) یا نوع مصرف (مصرف شخصی یا سوغاتی) دسته بندی کنید. همچنین می توانید بازار را از نظر با لعل یا بالقوه بودن دسته بندی کنید؛ یعنی سراغ بازارهای موجود بروید یا خودتان با نوآوری، یک محصول جدید و بازار جدید ایجاد کنید. در گام بعد بازار را از نظر جغرافیایی هم دسته بندی کنید. برخی موارد عبارتند از:

- خرده فروشی؛ مصرف خانگی یا سوغاتی؛ برای مشتری ایرانی یا گردشگران خارجی؟
- رستوران ها، هتل ها و آشپزخانه ها
- تولید کنندگان مواد غذایی (که از زعفران به عنوان چاشنی استفاده می کنند)؛ تولید کنندگان سوهان و...
- هیئت های مذهبی؛ در دوره های زمانی خاص برای پخت برخی نذری ها
- خریداران حضوری یا مجازی؟
- بازارهای بالقوه؛ مثلاً برخی مواد غذایی که شما می توانید به تولید کنندگان پیشنهاد کنید به جای طعم دهنده های پیشین از زعفران استفاده کنند؛ به عنوان مثال در آمریکا محصولی به اسم برنج زعفرانی تولید می شود. این نوع برنج، قبل از پخت زعفرانی بسته بندی و فروخته می شود. تولید چای و نوشیدنی زعفرانی و... هم از این دست است.

- بازار سازی؛ تولید محصول جدید با بازار هدف مشخص به جای صرف بسته بندی زعفران؛ مثلاً ایجاد بسته سوغاتی که یکی از اقلام آن زعفران است.

انتخاب بازار هدف

در این مرحله سعی کنید بازارهای هدف مدنظر خود را محدود کنید؛ برای این منظور ارتباطات فعلی و قدرت بازاریابی موجود خود را در نظر بگیرید. مثلاً اگر می توانید با برخی رستوران ها ارتباط برقرار کنید، یکی از اولویت ها



مراحل و نکات کلیدی راه اندازی یک تیم بازاریابی

بازاریابی حرفه ای زعفران در ۳ گام

گروه اقتصاد
h.habibi@khorasannews.com

واحدهای تولیدی متوقف و نیمه فعال در کشور کم نیستند. به ویژه از سال ۹۴ به بعد، بر اثر رکود طرف تقاضا، اخبار بسیاری مبنی بر فعالیت واحدهای تولیدی کشور با کمتر از ۵۰ درصد ظرفیت می شنویم. آن ها مشکلی برای تولید ندارند اما در مرحله فروش، نمی توانند کاری از پیش ببرند. رقبای داخلی و خارجی بسیاری دارند و توان بازاریابی اندک. هفته قبل مشخصاً درباره محصول زعفران هم گفتیم که بیش از آن که خرید تجهیزات و راه اندازی واحد بسته بندی مهم باشد، بازاریابی و تضمین بازار فروش مهم است. به همین مناسبت شماره امروز را به بازاریابی اختصاص داده ایم. نکات و تجربیاتی که در ایده امروز تشریح می شود، اگر چه با تاکید بر زعفران تدوین شده اما برای هر محصول دیگری می تواند مورد استفاده قرار گیرد.

چارت سالیانه
استانبول
بهترین نرخ تور و بلیت
051-38442300
Atratravelagency
www.atratravel.com

باصیه گرمه
کویر مصر
ایراج دریاچه نمک
051-31406
09126781300

کارتان سالیانه
کیش
هتل آرامیس
هتل خاتم
037659300
binaloodagency

تور لاکچری گروهی
کویر مصر
فول کارنتی هتل های نوز نجف و شهدا
معجزه سفر شرق 09155020189 38474850

دبی عربستان
ترکیه
028420420
www.parmistour.ir
پارمیس

تور گروهی ۶ روزه کیش قشم
تور کویر + یزد
اصفهان شام
028909300 0915118781

آژانس هواپیمایی و جهانگردی
تشریفات
هنگ کنگ - ماکائو
028909300 0915118781

پکن شانگهای گوانجو
بالی سریلانکا ویتنام
باکو تایلند مالزی
برزیل آرژانتین
آفریقای جنوبی
05131406 09126781300

فرزاتگان اشکدری
دبی
مالیزی، تایلند
036108030
www.ashgezar124.ir
028909300 0915118781

کیش
هتل آرامیس
هتل خاتم
037659300
binaloodagency

کارتان سالیانه
کیش
هتل آرامیس
هتل خاتم
037659300
binaloodagency

کارتان سالیانه
کیش
هتل آرامیس
هتل خاتم
037659300
binaloodagency

کارتان سالیانه
کیش
هتل آرامیس
هتل خاتم
037659300
binaloodagency

کارتان سالیانه
کیش
هتل آرامیس
هتل خاتم
037659300
binaloodagency

کارتان سالیانه
کیش
هتل آرامیس
هتل خاتم
037659300
binaloodagency

کارتان سالیانه
کیش
هتل آرامیس
هتل خاتم
037659300
binaloodagency

کارتان سالیانه
کیش
هتل آرامیس
هتل خاتم
037659300
binaloodagency

کارتان سالیانه
کیش
هتل آرامیس
هتل خاتم
037659300
binaloodagency

کیش قشم
باو سیر ۳۱۸۱۰
اقساط دلخواه
036036010

کیش
ارزانترین قیمت
تخصص ماست
036036010

فرزاتگان اشکدری
دبی
مالیزی، تایلند
036108030
www.ashgezar124.ir
028909300 0915118781

کیش
هتل آرامیس
هتل خاتم
037659300
binaloodagency

کیش
هتل آرامیس
هتل خاتم
037659300
binaloodagency

کیش
هتل آرامیس
هتل خاتم
037659300
binaloodagency

کیش
هتل آرامیس
هتل خاتم
037659300
binaloodagency

کیش
هتل آرامیس
هتل خاتم
037659300
binaloodagency

کیش
هتل آرامیس
هتل خاتم
037659300
binaloodagency

کیش
هتل آرامیس
هتل خاتم
037659300
binaloodagency

کیش
هتل آرامیس
هتل خاتم
037659300
binaloodagency

کیش
هتل آرامیس
هتل خاتم
037659300
binaloodagency

کیش
هتل آرامیس
هتل خاتم
037659300
binaloodagency

اقساط دلخواه
کیش قشم
باو سیر ۳۱۸۱۰
اقساط دلخواه
036036010

کیش
ارزانترین قیمت
تخصص ماست
036036010

فرزاتگان اشکدری
دبی
مالیزی، تایلند
036108030
www.ashgezar124.ir
028909300 0915118781

کیش
هتل آرامیس
هتل خاتم
037659300
binaloodagency

کیش
هتل آرامیس
هتل خاتم
037659300
binaloodagency

کیش
هتل آرامیس
هتل خاتم
037659300
binaloodagency

کیش
هتل آرامیس
هتل خاتم
037659300
binaloodagency

کیش
هتل آرامیس
هتل خاتم
037659300
binaloodagency

کیش
هتل آرامیس
هتل خاتم
037659300
binaloodagency

کیش
هتل آرامیس
هتل خاتم
037659300
binaloodagency

کیش
هتل آرامیس
هتل خاتم
037659300
binaloodagency

کیش
هتل آرامیس
هتل خاتم
037659300
binaloodagency

کیش
هتل آرامیس
هتل خاتم
037659300
binaloodagency

تور کویر مصر هتل سنتی بالی
فردوسی سیر
فردوسی سیر واحد نمونه صنعت گردشگری
38480080

صدور ویزای اربعین
پرواز اقطار اتوبوس
028909300 0915118781

کیش - قشم
اقساط
۱۰ ماهه

تور کویر مصر
051-31406
09126781300

گارانتي سالانه هتل جبل النور نجف
گارانتي سالانه هتل نبع الحياه كربلا

آژانس هواپیمایی تمدن پارس

پرواز هر هفته یکشنبه سه شنبه و پنج شنبه
ترانسفر فرودگاهی و گشت رایگان

رفت و برگشت هوایی

فروش پروازهای نجف و بغداد

فروش کلیه پروازهای خارجی و داخلی

اخذ ویزای گروهی و انفرادی عراق

تلفن: 037284070
همراه: 09159922003
آدرس: خیابان کاشانی ۶

تور کویر مصر
051-31406
09126781300

تور کویر مصر
051-31406
09126781300