



AĞIZDAN AĞZA PAZARLAMA İÇİN EKSİKSİZ KILAVUZ

Farklı pazarlama stratejileri ve kampanya türlerini anlamak, bir markayı veya işletmeyi daha iyi pazarlamanıza yardımcı olabilir. Bir strateji, insanların onun hakkında söyledikleri aracılığıyla bir işletmenin farkındalığını artırmayı içeren ağızdan ağza pazarlamadır. Ağızdan ağza pazarlama kampanyalarını kullanmak, potansiyel müşterilere organik hissettirecek şekilde markanız hakkında daha fazla farkındalık oluşturmanıza yardımcı olabilir.

AĞIZDAN AĞZA PAZARLAMA NEDEN ÖNEMLİDİR?

Ağızdan ağza pazarlama önemlidir çünkü potansiyel müşterilere hitap etmenin ve işi artırmanın en etkili yollarından biridir. İnsanlar, diğer reklam türlerine kıyasla güvendikleri kişilerin tavsiyelerini dinlemeye daha yatkındır. Sosyal medya ve çevrimiçi varlıkların bir işletmenin başarısı için çok önemli olduğu günümüz dünyasında özellikle önemlidir. Bu pazarlama türü, bir işletme veya ürün hakkında farkındalık yaratmanın her zaman etkili bir yolu olmuştur, ancak son zamanlarda daha da önemli hale gelmiştir.

Kulaktan kulağa pazarlama tekniklerini kullandığınızda, diğer kanallardan takipçi toplamak yerine müşterilerle daha kolay bağlantı kurabilir ve geri bildirimlerini alabilirsiniz. Bu pazarlama biçimini kullanmak aynı zamanda markanın takipçileri ve müşterileri ile etkileşime girmesine, onları donatmasına ve güçlendirmesine olanak tanıyarak onların daha değerli hissetmelerine ve şirketin sunduklarını genellikle daha fazla takdir etmelerine yardımcı olur.

Ağızdan ağza pazarlama, insanlar birbirleriyle konuşabildiğinden beri var olmasına rağmen, şirketlerin çabalarında kullanmaları çok daha önemli hale geldi. Teknoloji, bireyler ve sevdikleri markalar arasındaki sosyal bağlantıları artırdı, bu nedenle bu bağlantılardan yararlanmak başarılı bir pazarlama kampanyasının önemli bir yönüdür. Sadık bir müşteri bir ürün veya marka hakkında çılgın bir gönderi yazarsa, arkadaşları ve sosyal medya platformu aracılığıyla bağlantıları bu gönderiyi görebilir ve bir reklama göre daha fazla ilgi gösterir.

Ağızdan ağza pazarlama, diğer birçok pazarlama biçiminden daha güvenilir ve tekrarlanabilir, bu da onu bir ürün veya işletme hakkında farkındalığı artırmak için başarılı bir genel stratejinin önemli bir bileşeni haline getirir. Bu tür pazarlamanın arkasındaki fikir, ister çevrimiçi ister çevrelerindeki kişilerle sohbet ediyor olsunlar, insanların markanız hakkında nasıl konuşmalarını sağlayacaklarını bulmaktır.

Etkili bir ağızdan ağza pazarlama kampanyası nasıl yapılır?

Bir işletme veya marka hakkında daha fazla farkındalık yaratacak bir ağızdan ağza pazarlama kampanyası uygulamak ve yürütmek için şu adımları izleyin:

Açıyı belirleyin: İnsanların markanız hakkında konuşmasını sağlayacak bir pazarlama kampanyası oluşturmanın ilk adımı, onu neyin özellikle ilginç ve çekici kıldığını belirlemektir. İnsanların etrafındaki sohbete katkıda bulunmak istediğinden emin olmak için marka hakkında özellikle benzersiz olanı paylaşın.

İnsanların sizi nasıl hatırlayacağını belirleyin: Müşterileriniz markayla ilgili yaşadıkları belirli bir deneyimi hatırlamıyorsa, başkalarıyla bu konuda konuşma olasılıkları daha düşüktür. Markanızı daha akılda kalıcı hale getirmenin yollarını arayın. Örnekler, çevrimiçi ortamlar aracılığıyla yorumlara ve geri bildirimlere yanıt vermek için zaman ayırmayı, bir tavsiye programı oluşturmayı ve her müşterinin şirketle etkileşim kurarken mükemmel hizmet almasını sağlamayı içerir.

Duygu uyandırın : İnsanlar markanızla etkileşime girerken herhangi bir duygu hissetmedilerse deneyimlerini paylaşma olasılıkları daha düşüktür. Şirketle etkileşime girenlerde olumlu duygular uyandırmanın yollarını arayın. En ilgi çekici reklam kampanyalarından bazıları, izleyicilerin bir tür duygu yaşamasına neden olmuştur. Bu duygu çoğu zaman insanlarda kalır ve onun hakkında başkalarıyla konuşmalarına neden olur.

Yaratıcı olun: İnsanların ürününüz veya markanız hakkında konuşmasını sağlamak için pazarlama kampanyalarınızda yaratıcılığı kullanmanın yollarını arayın. Markayı pazarlama şeklinizde daha yaratıcı olmak, şirketi ve sunduklarını farklılaştırmaya yardımcı olacak ve bu da ona daha fazla dikkat çekebilecek.

Bir hikaye anlatın: İnsanlar genellikle arkalarında anlamlı hikayeleri olan markalar hakkında konuşmayı severler. Her şirketin bir tür hikayesi vardır, bu yüzden sizi takip edenlerin markanızın ne anlama geldiğini ve nasıl bir şirket haline geldiğini bilmelerini sağlamak için kendinizinkini olabildiğince sık paylaşın.

Şeffaf olun: Müşterinin dürüst ve güvenilir olduğunu düşündüğü bir marka hakkında olumlu konuşma olasılığı daha yüksektir. Şeffaflık, tüm sektörlerde çok değer verilen bir şeydir, bu nedenle insanlarla etkileşim kurarken ve onlara hizmet sunarken mümkün olduğunca şeffaf olduğunuzdan emin olun.

AĞIZDAN AĞIZA PAZARLAMA TÜRLERİ

AĞIZDAN AĞIZA PAZARLAMANIN ÜÇ ANA TÜRÜ ŞUNLARDIR:

Viral ve paylaşılabılır sosyal medya içeriği

Örnekleme

Tavsiyeler

Viral ve paylaşılabılır sosyal medya içeriği

Paylaşılabılır içeriğin belirlenmesi, ağızdan ağıza pazarlama stratejisi oluşturmanın önemli bir yönüdür. Şirketler genellikle çok fazla içerik yayınlar, ancak müşterileri, arkadaşlarına ve bağlantılarına hitap etmediği için bunu paylaşmakla ilgilenmeyebilir. Listeler, testler ve videolar dahil olmak üzere belirli içerik türlerinin, büyük bir zaman yatırımı gerektirmek yerine hızlı bir şekilde gözden geçirilmesi kolay olduğu için paylaşılma olasılığı daha yüksektir.

Viral olan sosyal medya kampanyaları, bir marka hakkında çok hızlı bir şekilde farkındalık yaratabilir. Bir gönderiyi viral hale getirmek için, takipçilerinizin neyle ilgilendiğine ve neleri paylaşmaya istekli olduğuna bakmak önemlidir. Geniş bir kitleye hitap eden sevimli hayvanlar ve mizahi öğeler gibi belirli

şeylerin görüntüleri de daha paylaşılabilir. Yürekten gelen hikayeler ve insan bağlantılarının paylaşılması, bir marka veya ürün hakkında basitçe bilgi gösterenlerden daha olasıdır.

Örnekleme

Bir ürünün örneklerini sunmak, ağızdan ağza pazarlamanın başka bir türüdür. Bir numune karşılığında, potansiyel müşterilerle paylaşmak için müşterilerden size bilgi verecek bir anketin tamamlanmasını veya bir referans isteyin. Ürün örneğini alanlar, özellikle özellikle memnun kalırlarsa, marka elçileriniz de olabilirler.

Tavsiyeler

Tavsiye aramak, ağızdan ağza pazarlama çabasının önemli bir bileşenidir. Yönlendirme, esasen, şirketinizle olumlu deneyimlerini paylaşan ve başka bir kişiyi de markayla ilişki kurmaya teşvik eden kişidir. Bazı şirketler, yönlendirmeleri teşvik etmek için yönlendirme ödül programları oluşturur. Ayrıca, şirketinize birini tavsiye eden birine teşekkür etmek için resmi bir yol oluşturmak isteyebilirsiniz; bu, o kişinin takdir edildiğini hissetmesine ve tavsiye etmeye devam etmek istemesine yardımcı olabilir.

Yeni başlayanlar için ağızdan ağza pazarlama stratejileri

Ağızdan ağza pazarlama stratejilerini uygulamaya ilk başladığınızda, çok fazla zaman veya para gerektirmeyen daha basit taktiklere bağlı kalmak isteyebilirsiniz. Bu stratejiler şunları içerir:

Ne yaptıklarını belirlemek için rakipleriniz üzerinde araştırma yapın ve onlardan bir adım önde olmanın yollarını belirleyin. Ağızdan ağza pazarlama, başkaları hakkında olumsuz konuşmayı değil, işletmenizin aynı sektördeki diğerlerinden öne çıkmasına yardımcı olacak temel farklılaştırıcılar aramayı içerir.

Müşterilerinizin markanızla ilgili deneyimlerini ve geri bildirimlerini paylaşmalarını kolaylaştırmak için sosyal medyada bir varlık oluşturun.

Özellikle memnuniyetlerini ifade eden gerçek kişilerden gelen referanslarınız varsa, gelecekteki kampanyalarda olumlu geri bildirimlerden ve incelemelerden yararlanın. Benzersiz bir hashtag oluşturmak, müşterilerinizin markanızla ilgili paylaştığı içeriği belirlemenize ve bununla ilgili neyi sevdiğini belirlemenize yardımcı olabilir.

Markanızı benzersiz kılan şeylere odaklanan, daha dikkate değer ve tartışmaya değer olmasına yardımcı olabilecek bir kampanya geliştirin. İşletmenizin gerçekten farklı ve hatta ilginç yönlerini belirlemek, sosyal medya ve diğer çevrimiçi yollar aracılığıyla paylaşmak üzere bu yönleri odaklanan içerik geliştirmeyi kolaylaştırır.

Şirketinizle yaşadıkları bir deneyimden bahseden bir gönderi, resim, video veya gif paylaşanları teşvik edin. Bu bir indirim kodu veya ücretsiz bir hediye olabilir.

Gelişmiş ağızdan ağza pazarlama stratejileri

Pazarlama stratejinizi oluşturmaya devam ederken, markanızla ilgili konuşmaları artırmak için daha gelişmiş taktiklerden bazılarını uygulamayı düşünün. Bunlar şunları içerir:

Son birkaç yılda daha yaygın hale gelen etkileyicilerle etkileşim kurun. Bir etkileyici, bir marka hakkında çok fazla farkındalık yaratabilir ve şirketinizin başka türlü ulaşamayacağı insanlarla etkileşime geçebilir. Etkileyicileri ararken, hedef kitlenizin üyelerini içeren bir takipçi kitlesine sahip olabilecek kişileri düşünün.

Her bir müşterinin deneyimine yatırım yapın. Bu tür pazarlama, mevcut müşterilerinizin tavsiyeleriyle beslenir. Beklentilerini aşan bir deneyim yaşadılarsa, şirketinizi önerme olasılıkları çok daha yüksektir.

Markanız için ürün veya hizmet puanlarını artırmak için bir kampanya geliştirin. Uygulayacağınız kampanyanın türü, iş modelinize bağlı olacaktır, ancak incelemelere sahip olmak, insanların şirketinizden satın alma şansını artırabilir. Çoğu durumda, incelemeler olası satış yaratmayı ve satışları artırabilir. Popüler bir inceleme sitesine yorum bırakanlara bir teşvik sağlayabilir veya kendi şirketinizin web sitesinde bir inceleme bölümü oluşturabilirsiniz.

Müşterilerin markanızı yaymasını kolaylaştıran, arkadaşlarına ve ailelerine tavsiye edenlere fayda sağlayan ve sonuçları etkili bir şekilde ölçmenize olanak tanıyan bir tavsiye programı oluşturun. Bu tür bir program oluşturma sürecini basitleştiren birkaç çevrimiçi tavsiye programı mevcuttur.