



MARKA SADAKATİNİ GÜÇLENDİRMEK İÇİN 7 PAZARLAMA STRATEJİSİ

Marka savunucuları yaratmanın 7 yolu:

Çalışan savunuculuğunu teşvik edin: Şirketler, çalışanları olumlu deneyimlerini şirket içinde yayınlamaya teşvik ederek genellikle güvenilirlik oluşturur. Çalışanlarınızın kendilerini özdeşleştirdiği veya yararlı bulduğu içerikler oluşturmayı düşünün; bu, onları meslektaşlarıyla paylaşma olasılığını artırabilir.

Atölyelere ev sahipliği yapın : Bazı şirketler, müşterilere ürünlerini yeni ve yaratıcı şekillerde nasıl kullanacaklarını öğretmek için atölye çalışmaları düzenler. Bir atölye oluşturursanız, satış ve marka bilinirliğindeki potansiyel artışı analiz etmek için yıllık olarak düzenlemeyi düşünün.

Yarışmalar düzenleyin : Yarışmalar, marka sadakatine ilham vermenin hızlı bir yoludur. Örneğin, takipçilerinizden bir şirketin bir sonraki ürünü için fikir göndermelerini isteyebilir ve takipçileri en yaratıcı fikirlerle ödüllendirebilirsiniz.

Çevrimiçi topluluklar oluşturun: Marka odaklı forumlar oluşturmak, müşterilere belirli ürünler hakkında geri bildirimde bulunabilecekleri, şirketlere doğrudan sorular sorabilecekleri veya ürün eğitimleri oluşturabilecekleri bir yer sağlar. Bu toplulukları, müşteri sorularına hızlı bir şekilde yanıt vererek fikirleri kitle kaynaklı olarak kullanmak veya daha fazla marka bağlılığına ilham vermek için kullanabilirsiniz.

Geri bildirim yanıt verme: Daha fazla marka bağlılığı oluşturmak için müşterilere olumlu geri bildirimler için teşekkür edebilir veya potansiyel müşterilere dinlediğinizi göstermek için yapıcı eleştirilerde bulunabilirsiniz. Yeni pazarlama kampanyalarını yönlendirmek için ortak geri bildirim konularını kaydetmeyi düşünün.

Ödüller verin: Müşterilerinizi markanızla etkileşimde kalmalarını sağlamak için indirimler, rozetler veya tanınırlıkla ödüllendirebilirsiniz. Müşterileri bir kupon kodu alma şansı için markanızı sosyal medyada paylaşmaya teşvik ederek markanızı olumlu bir deneyimle ilişkilendirmelerine yardımcı olabilirsiniz.

Referansları paylaşın: Olumlu müşteri referanslarını paylaşmak, bir markayı tanıtmanın ve yorumları bırakan müşterileri ödüllendirmenin uygun maliyetli bir yoludur. Müşterilerin ürünlerinizle duygusal olarak bağ kurduğunu gösteren referanslar özellikle ikna edicidir.