

۱- یک جمله در مورد خود بنویسید. یکی از نیازهای اصلی هر سازمان پکیج اداری و کارت ویزیت مدیران است؛ آیا تا به حال فکر کرده‌اید که می‌توانید اسلوگان خود را نیز در بالای سربرگ اداری، به وسیله‌ی ورد و بدون نیاز به چاپ مجدد، درج نمایید؟

۲- مرزهای ناشناخته‌ی ارتباطی خود را فتح نمایید. اگر تا کنون برای ترویج خود از تبلیغ در رسانه‌های عمومی استفاده می‌کردید و بیشتر با کانون‌های تبلیغاتی که به تولید این امور می‌پردازند ارتباط داشتید؛ سعی کنید دایره‌ی ارتباطی خود را وسیع‌تر کرده و این‌دفعه دست‌اندرکاران روزنامه‌های الکترونیکی یا سایت‌های خبری معتبر را هدف‌گذاری کنید. برای انتخاب رسانه‌ی جدید، با تولید یک محتوای تبلیغی بسیار کارا و تاثیرگذار، برای تبلیغ فرصت بیشتری به خود بدهید.

۳- عوامل مروج را شناسایی و آنها را تغذیه اطلاعاتی کنید. علاوه بر اینکه برای سایت‌ها و روزنامه‌های الکترونیکی آگهی تولید می‌کنید، اخبار و شرح وقایع قابل چاپ و جذاب را برای مراکز خبری ارسال نمایید. اگر تا کنون نیازی به تولید محتوای ترویجی و تبلیغی نداشتید، اکنون لازم است که کارمندان خود را بر این موضوع متمرکز کنید.

۴- به ترویج شفاهی بیانید. فکر می‌کنید تجارت شما برای اطرافیان شما چه منفعتی خواهد داشت؟ در شرایطی که همواره امکان مراجعه‌ی مشتریان بزرگ با سود کلان وجود ندارد، لازم است به مشتریانی خرد بیانید، شاید که در آینده آنها تبدیل به مشتریان دائمی شما شوند، شاید هم نه! در هر حال صحبت کردن با اطرافیان می‌تواند دریچه‌ی ورود یک مشتری تازه به تجارت شما باشد. پس همیشه برای گفتن حرف‌های طبقه‌بندی شده آماده باشید و آنها را با محصول یا خدمت جدید قابل عرضه‌ی خود به‌روز نمایید. به‌خاطر داشته باشید که از مخاطبان کارت ویزیت یا شماره تماسی جهت پیگیری دریافت کنید.

۵- پیام‌های پستی طراحی کنید. شاید تا کنون تنها استفاده‌ای که از تبلیغات ایمیلی به عنوان یکی از رسانه‌های اجتماعی شده، ارسال پیام برای معرفی محصولات و خرید آنها بوده، در حالی که می‌توانید در کنار تهیه لیستی از محصولات خود با ارایه‌ی قیمت و ایجاد صفحه‌ی خرید؛ به محتوایی بیانید که مصرف‌کنندگان جدیدی را با شما آشنا کند.

۶- یار ترویجی پیدا کنید. اگر لیست شرکت‌ها یا سازمان‌های همکار با سازمان خود را مرور نمایید، نمونه‌های بسیاری را که در راستای تجارت شما فعالیت می‌کنند، مشاهده خواهید کرد. شما می‌توانید با شرکت‌هایی که مرادده‌ی کاری یا همکاری مشترک دارید پیشنهاد رفاقت ترویجی دهید. به این‌گونه اگر شما بروشور سازمان خود را برای جای دیگری ارسال نمایید، کارت ویزیت یار ترویجی خود را نیز در بسته‌ی ارسالی قرار دهید. یعنی اگر تجارت شما در حوزه‌ی صنعت چاپ است، شما می‌توانید برای مشتریان خود کارت ویزیت یک شرکت تبلیغاتی که با شما مرادده‌ی کاری دارد را ارایه نمایید. البته شرکت تبلیغاتی نیز باید مروج شما باشد.

۷- سعی کنید در رسانه‌های اجتماعی حضور پررنگ داشته باشید و حضور خود را به رسانه‌های عمومی نیز گسترش دهید. با یک مثال ساده می‌شود این مسأله را روشن کرد: اگر سازمان شما با چند خبر یا گزارش در رسانه‌های اجتماعی مطرح شود، اقبال حضور در یکی از برنامه‌های رادیویی و پاسخ به سوالاتی که عموم مردم در حوزه‌ی تجارتتان را خواهید داشت. با اینکه حضور شما در یک گفتگوی رادیویی جنبه‌ی تبلیغی ندارد، اما نام شما به عنوان یکی از فعالان یک تجارت خاص موردنظر شنوندگان قرار خواهد گرفت.

۸- یک سمینار یا جلسه‌ی معرفی رایگان ترتیب دهید این حرکت را می‌توانید با یاران ترویجی خود نیز شکل دهید. برگزار کردن سمینار اطلاع‌رسانی با هدف آموزش به مصرف‌کننده و ارایه‌ی ایده‌های نوین به آنها از حرکت‌های مورد استقبال بیشتر مصرف‌کنندگان است. اگر شما سمینار را در محل کار خود برگزار کرده و ایده‌های ترویجی خاص و

مورد توجه را نیز برای مکان برگزاری در نظر بگیرید که خیلی بهتر خواهد بود. در ضمن دادن تخفیف یا هدایای رایگان به خریداران میتواند از دیگران فعالیتهای ترویجی شما باشد. (برای اینکار حتماً برنامه ی فروش مستقیم خود را به دقت طراحی نمایید.)

۹- از هدیه‌های کم بها اما جذاب استفاده نمایید. تا به حال کارت پستال، بلوز یا کلاه تبلیغاتی دریافت کرده‌اید؟ اکثر مخاطبانی که هدایای تبلیغاتی دریافت کرده‌اند ابراز می‌دارند که به دلیل علامت‌های تبلیغی به ندرت از این وسایل استفاده می‌نمایند. پس مطابق سلیقه‌ی مصرف‌کنندگان از ایده‌های تبلیغاتی به‌جز آرم استفاده کنید و این وسایل کم‌بها را به ابزار ترویجی قوی تبدیل سازید.