

## كيف تبني استراتيجية تسويق لمشروعك بدون رأس مال؟



ترجمة وتحرير: نون بوست

إذا كنت مؤسس شركة ناشئة، فقد تعتقد أنك بحاجة إلى توفير الكثير من رأس المال من أجل بناء وتنفيذ استراتيجية تسويقية فعالة لمشروعك الجديد. وعلى الرغم من أن توفير المال مفيد بالتأكيد، إلا أنه يمكنك صياغة استراتيجية تسويقية تتطلب الحد الأدنى من الإنفاق وتؤدي إلى تحقيق نتائج جديرة بالاهتمام. ويتمثل مفتاح النجاح في وضع أهداف معينة نصب عينيك وتحديد الأدوات التي قد تكون ذات فاعلية وتساعدك على تحقيق أهدافك.

وضع أهداف لاستراتيجية التسويق الخاصة بك

من المرجح أن العديد من مؤسسي الشركات الناشئة يعتقدون أنهم يحتاجون لاتباع استراتيجية تسويقية، "بيد أنه ليس لديهم فكرة واضحة عن المفهوم الصحيح للتسويق أو الأسباب الكامنة وراء اتباعه. وفي الحقيقة، لا يمكن أن ينجح مؤسسو الشركات الناشئة في حال اتبعوا هذا النهج التسويقي غير المدروس، لأنه يؤدي إلى هدر الوقت والطاقة والموارد. ومع ذلك، قد تكون معرفة طريقة البدء صعبة، خاصة إن لم تكن خبيرًا في مجال التسويق.

إن عملية وضع بعض الأهداف لما تحاول تحقيقه من خلال جهود التسويق التي تبذلها، وفهم مكان تموضعك فيما يتعلق بعملية تطوير المنتج

ما هو مفهوم التسويق؟ بصفتك مؤسس شركة ناشئة، يجب أن تعرف أن مفهوم التسويق يتمحور حول فهم جمهورك المستهدف، ومعرفة كيفية الترويج لمنتجك أو خدماتك لهذا الجمهور لتتمكن من استقطابهم وتحويلهم إلى عملاء، وفهم من يريد فعلاً منتجك ومن ثم تحديد الطرق التي تمكنك من جذبهم لشرائه.

إن عملية وضع بعض الأهداف لما تحاول تحقيقه من خلال جهود التسويق التي تبذلها، وفهم مكان تموضعك فيما يتعلق بعملية تطوير المنتج، ستساعدك على ضمان أنك لا تقوم فقط بالتسويق لمجرد رغبتك في ذلك. وسواء كنت تحاول قياس حجم السوق، أو اختبار مدى إثبات المفهوم، أو توجيه الناس إلى منتجك، أو توسيع نطاق عملك، فأنت بحاجة إلى معرفة السبب الذي يدفعك إلى اتباع استراتيجية

تسويق معينة.

مع وجود الكثير من وسائل التسويق المتاحة، قد تكون محاولة الاختيار بين الأدوات أو الأساليب التي يمكنك استخدامها صعبة

لا شك في أن وضع استراتيجية تسويق يعد أمرًا مهمًا لإيجاد التمويل. وإذا كنت تفكر في تطوير منتجك وتأمل في جذب الجمهور دون بذل أي مجهود للترويج له، فربما لن يثير ذلك إعجاب المستثمرين. أما إذا كانت لديك استراتيجية تسويقية، فيمكنك حينها أن تثبت للمستثمرين أنك جاد بشأن تطوير شركتك الناشئة وتفكر بطريقة استراتيجية في كيفية الحصول على العملاء وجعل منتجك ناجحًا.

الاستفادة من أدوات التسويق المناسبة

مع وجود الكثير من وسائل التسويق المتاحة، قد تكون محاولة الاختيار بين الأدوات أو الأساليب التي يمكنك استخدامها صعبة، خاصة بالنسبة لمؤسس شركة ناشئة. لهذا السبب، من المهم أن تكون مدركًا لماهية الوسائل الأكثر فعالية التي لا تتطلب منك إنفاق الكثير من الأموال. وفيما يلي، ثلاث وسائل يمكنك استخدامها لإنشاء استراتيجيتك التسويقية دون الحاجة إلى صرف الكثير من المال.

البريد الإلكتروني

يعد استخدام البريد الإلكتروني طريقة ممتازة لجذب العملاء إلى منتجك، وسيساعدك على القيام بالكثير من الأمور بدلًا عنك بمجرد أن تتمكن من إيجاد الطريقة الصحيحة. ويعتبر البريد الإلكتروني من بين أكثر وسائل التسويق المتاحة فعالية، ويمكنك استشعار ذلك إذا تمكنت من تحقيق الأهداف التي وضعتها من خلاله. وهناك عدد من أدوات البريد الإلكتروني التي تكون بأسعار معقولة للغاية وبعضها مصمم خصيصًا للشركات الناشئة، حيث لا تتطلب منك دفع الملايين لإدارة جهات الاتصال، على غرار "ميل شيمب" أو "زوهو ميل" أو "كونستانت كونتاكت".

بمجرد إنشاء قوائم جهات الاتصال الخاصة بك، يمكنك البدء في تقسيم هذه القوائم إلى فئات مختلفة وإنشاء مهام سير عمل بريدك الإلكتروني بصفة آلية لتحويل العملاء المحتملين إلى عملاء حقيقيين

لن يكون البريد الإلكتروني مفيدًا لك إلا إذا بذلت جهدًا لإنشاء قوائم جهات اتصال جيدة. وعندما تكون شركتك الناشئة في مراحلها المبكرة، قد تشعر بالقلق إزاء كيفية إنشاء قوائمك الخاصة والتأكد من الوصول إلى جمهورك المستهدف. وتتمثل إحدى الطرق في البدء بالاتصال بصفة مباشرة مع الأشخاص الذين تعتقد أنهم مهتمون بمنتجك، وتطوير جهات الاتصال الخاصة بك من خلال اتخاذ بعض التدابير التحفيزية على غرار القيام ببعض الإحالات لمنتجك. وهناك طريقة أخرى لجذب العملاء تتمثل في دمج رابط للاشتراك عن طريق البريد الإلكتروني على موقعك ليتمكن الأشخاص من معرفة المزيد عن منتجك والحصول على عرض توضيحي.

بمجرد إنشاء قوائم جهات الاتصال الخاصة بك، يمكنك البدء في تقسيم هذه القوائم إلى فئات مختلفة وإنشاء مهام سير عمل بريدك الإلكتروني بصفة آلية لتحويل العملاء المحتملين إلى عملاء حقيقيين. كما يجب عليك إعداد استراتيجية تساعدك على إدارة محتوى البريد الإلكتروني الخاص بك للتأكد من أنه قوي ومتناسق ومتوافق مع قوانين البريد الإلكتروني وأفضل الممارسات المعمول بها.

فكر في طبيعة المواضيع التي ستتطرق لها وطول رسائل البريد الإلكتروني واللهجة والأسلوب البصري الذي ستتبعه، ناهيك عن طبيعة الصور والروابط التي تريد استخدامها. وتجدر الإشارة إلى أن البريد الإلكتروني يعد أداة قوية للغاية لأنه يتيح لك الوصول إلى الأشخاص على مستوى شخصي أكثر، لذلك كن مدركًا جيدًا لما ترسله إلى جهات الاتصال الخاصة بك، خاصة في وقت مبكر.

## تحسين محركات البحث (SEO)

تعتبر تقنية تحسين محركات البحث مثلاً جيداً على أن إنشاء العمل من بدايته يمكنه أن يؤدي إلى نتائج طويلة الأمد. وتوفر تقنية "سيو" العديد من الممارسات الجيدة لموقع الويب الخاص بشركتك الناشئة، التي يمكنك تطبيقها في وقت مبكر ولا تحتاج إلى خبرات علمية. وتتلخص تقنية سيو "الجيدة" في بعض النقاط الأساسية، أهمها جودة المحتوى، ومدة انخراط المستخدمين في المحتوى الخاص بك وتجربة المستخدم ومدى سهولة الوصول إلى المحتوى الخاص بك.

يجب التركيز على الكلمات المفاتيح الطويلة والأكثر دقة، مثل "تطبيق لعبة الرياضيات للأطفال" الذي سوف يمنحك فرصة أفضل للحصول على تصنيف المحتوى الخاص بك على غوغل

أولاً، يجب عليك تحديد ما يبحث عنه الأشخاص فيما يتعلق بمنتجك. إذا كان المنتج الخاص بك متواجداً في سوق شديد التشبع، مثل تطبيقات الألعاب الخاصة بالأطفال، فقد يكون من الصعب احتكار كلمات المفاتيح العامة لأن الشركات الكبيرة استحوذت على الكثير منها على محرك البحث غوغل.

ثم، يجب التركيز على الكلمات المفاتيح الطويلة والأكثر دقة، مثل "تطبيق لعبة الرياضيات للأطفال" الذي سوف يمنحك فرصة أفضل للحصول على تصنيف المحتوى الخاص بك على غوغل. كما يوجد عدد من الملحقات المجانية والقابلة للتنزيل على غرار "الكلمات المفتاحية في كل مكان" التي ستوضح لك عدد الأشخاص الذين يبحثون عن الكلمة المفتاح ومدى المنافسة في ما يتعلق بنتائج البحث.

بمجرد تحديد الكلمات المفاتيح الخاصة بك، ستتمكن من إنشاء محتوى جديد حولها بالإضافة إلى تحسين المحتوى الخاص بك. وستحتاج أيضاً إلى إنتاج محتوى عالي الجودة ومفيد وممتع للقراءة ويتضمن أشكالاً أخرى من الوسائط مثل الصور أو الرسوم التوضيحية أو مقاطع الفيديو. وإذا لم تكن مسوّقاً، فإنه من المفيد استشارة خبير تسويق أو استئجار متعاقد وتقديم أسهم رأس مال له مقابل خدماته.

تعد عمليات إطلاق المنتج في السوق وسيلة فعالة لخلق الوعي حول المنتج الخاص بك والحصول على العملاء

إلى جانب ذلك، يجب أن تبحث عن طرق لوصول المحتوى داخل موقعك بدلاً من توجيه الزوار إلى محتوى خارجي فقط، ويعني ذلك تضمين روابط داخلية لصفحات أخرى على موقع الويب الخاص بك تكون ذات صلة ويمكن أن تفيد الزائر الذي قد يتطلع إلى معرفة المزيد. ويمكن أن تساعدك الروابط الداخلية على تقليل معدل الزائرين لموقعك ومغادرته بشكل فوري، ونتيجة لذلك يُرسل إشعار لغوغل يفيد بأن المحتوى جيد ويلقى تفاعلاً من قبل الأشخاص.

### عملية إطلاق المنتجات في السوق

تعد عمليات إطلاق المنتج في السوق وسيلة فعالة لخلق الوعي حول المنتج الخاص بك والحصول على العملاء. ويعتبر إطلاق المنتج أمراً مهماً بشكل خاص بالنسبة للشركات الناشئة نظراً لعدم تمتعها بشهرة العلامة التجارية الكبيرة التي يمكن الاعتماد عليها مثلما تفعل العديد من الشركات الكبرى. وعندما يتعلق الأمر بعملية إطلاق المنتج الخاص بك، لا تقلق بشأن مثاليته، فكلما أطلقت منتجك في وقت أبكر، تمكنت من قياس مدى استجابة العملاء لمنتجك وتحديد ما إذا كنت بالفعل تسير على المسار الصحيح أم لا.

أما في حال كانت شركتك في مرحلتها المبكرة، فلا تحاول إجهاد نفسك أو القيام بحملة كبيرة، على غرار حملة شركة "كيك ستارتر"، لإطلاق منتجك خاصة إذا لم تكن مستعداً. وبدلاً من ذلك، ابدأ بخطى صغيرة وانهض بنفسك مع مرور الوقت.

إذا كنت تريد إنجاح جهودك التسويقية حقًا، تأكد من التركيز على ”السبب“ قبل ”الكيفية“

للتحضير لإطلاق المنتج الخاص بك، ستحتاج إلى إنشاء خطة إطلاق. ويجب أن تتضمن هذه الخطة عملية تطوير واختبار المنتج الأولي بعد المصادقة على فكرتك بنجاح. كما يجب أن تشمل الخطة أيضًا إنشاء قائمة بريد إلكتروني قبل الإطلاق تتضمن جهات اتصال أعربت بالفعل عن اهتمامها بشراء المنتج، إما من خلال موقع الويب الخاص بك أو صفحة هبوط أو في مكان آخر.

في هذا الصدد، يعد موقع ”برودكت هنت“ مناسبًا لإطلاق منتجك، وفي حال وقع القيام بذلك بشكل صحيح، فإنه يمكن أن يساعد منتجك على الوصول إلى جمهور كبير وخلق عدد كبير من الزيارات بشكل سريع. وتستغرق طريقة الإطلاق وقتًا وجهدًا، لكنها لا تكلف شيئًا تقريبًا، كما أنها تعتبر وسيلة رائعة لعملية إطلاق المنتج.

على الرغم من أن هذه الأدوات المذكورة آنفًا لا تمثل سوى عدد قليل من الأدوات الممكنة، لكن من شأنها مساعدتك على البدء في إعداد استراتيجية تسويق، ناهيك عن كونها مناسبة لمؤسسي الشركات الناشئة الذين يتطلعون إلى توفير المال وتحقيق النتائج المرجوة. وإذا كنت تريد لجهودك التسويقية أن تنجح حقًا، تأكد من التركيز على ”السبب“ قبل ”الكيفية“.

المصدر: هاكرنون