



Stela Diaconu

13 GREȘELI DE MARKETING

CARE ÎȚI SABOTEAZĂ VÂNZĂRILE

Dacă ai nevoie de o colaborare
CONTACTEAZĂ-MĂ!

Tel 074098500

Email: sivstela@yahoo.com

Facebook: StelaPFA

Instagram: @steladiaconupfa

Dezvoltarea și creșterea firmei sunt frânate și chiar există riscul să ajungi la faliment dacă faci aceste **13** greșeli în marketing.

1 Lipsa unui LOGO reprezentativ și memorabil

Logo-ul este prezent în toate materialele ce alcătuiesc identitatea vizuală, fiind primul factor pe baza căruia se face diferențierea. Este evidentă importanța acestuia deoarece un logo bine realizat poate să atragă clienți, pe când unul lipsit de originalitate, superficial sau chiar de prost gust, poate plasa subiectul reprezentat într-o zonă gri sau chiar dezagreabilă.

2 Folosești un singur canal de comunicare cu clienții potențiali.

Testează toate platformele și aplicațiile noi ce apar online și offline. Alocă suficient timp campaniilor de promovare. Poți avea mai multe categorii de public țintă, ce folosesc canale diferite.

Some

3

Nu aloci buget și timp suficient pentru promovare

Repede și cu buget mic nu te aștepta la rezultate.

4

Nu ai o strategie clară de marketing

O strategie este mai amplă, se întinde pe o perioadă mai lungă și în general are loc la un nivel mai înalt față de tactici sau idei

5

Nu ai control asupra activelor de marketing online.

Lipsa controlului asupra activelor de marketing te face să te îmvârți în buclă. De fiecare dată când schimbi agenția de marketing o iei de la început cu Logo, Liste de clienți, listă de emailuri, etc... Însă, când deții controlul asupra acestor active, dacă schimbi echipa de marketing poți continua strategia de marketing.

SoMe

6

Alergi prea mult după clienți noi și nu îi fidelizezi pe cei vechi.

Un client nou = 5X mai scump ca menținerea clienților existenți. Clienții mulțumiți = cea mai eficientă metodă de promovare. Este mai ușor să faci mai mulți bani vânzând mai mult clienților actuali, decât să atragi un alt client, mai ales pe servicii.

7

Folosești un limbaj de lemn în comunicarea cu clienții în loc să ai o comunicare prietenoasă și persuasivă.

În campanii, pliante, conținutul creat pe blog, site, descrieri de produse și servicii, comunicate de presă, încercați să scrieți așa cum vorbiți, cât mai natural, mai uman.

8

Nu oferi beneficii, reduceri sau pachete promoționale

Chiar dacă în mod normal poate nu este perioada în care ai fi acordat reduceri, acum este o ocazie să îți ții clienții conectați.

Some



Ignori email marketing-ului

Avem acces la email de pe mobil în fiecare moment al zilei. De ce să nu (re)capeți încredere în email marketing și în capacitatea newsletterelor de a capta atenția și interesul? În plus, a devenit mai simplu ca niciodată să-ți personalizezi mailul către clienți, iar cu câteva tricks, poți avea doar de câștigat! Nu-ți trebuie decât curaj să dezvolti o strategie de comunicare prin email cu comunitatea ta!



Imaginea nerealistă asupra bugetului

Bugetul reprezintă un punct sensibil pentru echipele de marketing. Estimarea eficientă a bugetelor se poate realiza doar după o analiză a datelor, a background-ului companiei și a scopurilor campaniei de marketing. Nu alocarea sau estimarea nerealistă a bugetului contribuie la succes, ci investițiile. Dacă e necesar micșorează bugetul, dar nu renunța la promovare.

SoMe



Copierea altui continut

Copiatul sau furtul de continut care nu iti apartine este una dintre cele mai mari greseli in content marketing. Google favorizeaza doar continutul original si informativ, asa ca, plagiatul trebuie eliminat cu strictete in procesul de creare de continut.



Asteptarea rezultatelor imediate

In marketingul trebuie sa ai rabdare si staruinta pentru a obtine rezultate pozitive. Trebuie sa urmaresti cu atentie propria strategie. Graba nu este deloc prietena cu marketingul. Daca vrei sa incerci scurtaturile, s-ar putea sa te afunzi in probleme. Marketingul are nevoie de un efort deplin prin crearea de continut pentru distribuirea acestuia pe diferite canale. Metodele care necesita rabdare si timp aduc mereu rezultate pozitive.

SoMe

13

Nu ceri recomandări de la clienții mulțumiți

Când clienții potențiali au puține informații, nu știu cu adevărat cine este autentic și cine nu. Plasând o părere de la un client real care are experiență directă cu o afacere oferă un aer de credibilitate. Este un mod simplu și util de a valida o afacere. Poate diminua în mod substanțial scepticismul. În comparație cu un concurent fără testimoniale, acest lucru poate oferi afacerii dvs. un avantaj considerabil. Poate reprezenta o tactică de a atrage clienții nehotărâți.

**Marketingul ia o afacere de la zero
și o aduce în stadiul de afacere
stabilă și statornică pe piață.**

**"O afacere mare pornește mică"
(Richard Branson).**

Some

**Dacă ai nevoie de o colaborare
CONTACTEAZĂ-MĂ!**

Tel 074098500

Email: sivstela@yahoo.com

Facebook: StelaPFA

Instagram: [@steladiaconupfa](https://www.instagram.com/steladiaconupfa)

