

10 βήματα για μια επιτυχημένη διαφήμιση

Δείτε 10 σημεία τα οποία πρέπει να λάβετε υπόψη πριν ξεκινήσετε μια νέα διαφήμιση ή προωθητική ενέργεια.

από τον Βασίλη Δ. Παππά*

Σε αυτό το άρθρο θα μάθετε τα βασικά για να γράψετε επιτυχημένες διαφημίσεις. Παρόλο που δεν μπορώ να σας εγγυηθώ ότι ακολουθώντας τα παρακάτω σημεία θα απογειώσετε τις πωλήσεις σας, αυτές οι μικρές συμβουλές που ακολουθούν, είναι τα θεμέλια για να δημιουργήσετε αποτελεσματικές διαφημίσεις.

- Καταρχήν, πριν ξεκινήσετε να διαφημίσετε, σκεφτείτε για ποιο λόγο θέλετε να διαφημιστείτε.** Είναι κάτι που σε πολλούς δεν είναι ξεκάθαρο. Θέλετε να παρουσιάσετε ένα νέο προϊόν; Να αυξήσετε την αναγνωρισιμότητα της επιχείρησής σας; Να προωθήσετε μια νέα προσφορά; Τι ακριβώς θέλετε να πετύχετε; Σκεφτείτε το πριν ξεκινήσετε.
- Ξεκαθαρίστε που απευθύνεστε.** Και αφού είσατε σίγουροι για τον λόγο που κάνετε την διαφήμιση, τώρα σκεφτείτε την “αγορά-στόχο” που θέλετε να απευθυνθείτε. Τους ιδανικούς “αναγνώστες – υποψήφιους αγοραστές”. Ιδανικός θεωρείται ο πελάτης που θέλετε να έχετε εκατοντάδες από αυτούς. Εάν δεν μπορείτε να τους προσδιορίσετε – τότε δεν μπορείτε και να τους βρείτε! Θέλετε να απευθυνθείτε μόνο σε αυτούς που είναι πιθανότερο να αγοράσουν. Προσδιορίστε τους με δημογραφικούς όρους (που ζουν; που εργάζονται; ποια είναι η ηλικία τους; το φύλο τους; η οικονομική τους κατάσταση, η μόρφωση τους;) και με ψυχογραφικούς όρους (ποια είναι τα ενδιαφέροντά τους; με ποιον τρόπο αγοράζουν; είναι συντηρητικοί; πόσο εύκολα δέχονται νέα πράγματα και αλλαγές; ποιές λύσεις ψάχνουν;). Προσδιορίστε τον “ιδανικό” σας πελάτη και θα έχετε λύσει τον μισό γρίφο!
- Τι θέλετε να πείτε μέσα από την διαφήμιση σας;** Εκφράστε ξεκάθαρα το μήνυμα της διαφήμισης σας. Θα πρέπει να γνωρίζετε ότι οι άνθρωποι κάνουν 2 ερωτήσεις. Η πρώτη είναι: *Γιατί να το αγοράσω αυτό;* και η δεύτερη είναι: *Γιατί να το αγοράσω από εσένα;* Εάν δεν μπορείτε να τις απαντήσετε έχετε αποτύχει. Όλα τα υπόλοιπα είναι περιττά.
- Επιλέξτε το σωστό μέσο διαφήμισης.** Για να επιλέξετε το σωστό μέσο, θα πρέπει πρωτίστως να γνωρίζετε σε ποιους απευθύνεται το μήνυμά σας. Αυτό το λύσαμε στο Νούμερο 2. Τώρα σκεφτείτε: ποιες εφημερίδες είναι πιθανότερο να διαβάζουν; ποια περιοδικά; ποια ραδιόφωνα είναι το πιθανότερο να ακούν; ποια web-site επισκέπτονται; χρησιμοποιούν το facebook; που συχνάζουν; Θα πρέπει να έχετε μια απάντηση για τις παραπάνω ερωτήσεις.
- Γράψτε όπως μιλάτε.** Αποφύγετε τεχνικές ορολογίες και λέξεις που θα εντυπωσιάσουν. Το πιθανότερο είναι να μπερδέψετε τους “αναγνώστες – υποψήφιους πελάτες σας”. Οι περισσότεροι άνθρωποι είναι πιο άνετοι να διαβάζουν με τον τρόπο που μιλούν.
- Πουλήστε λύσεις όχι προϊόντα.** Οι πελάτες σας ψάχνουν λύσεις στα προβλήματά τους. Δεν τους ενδιαφέρει το προϊόν ή εταιρεία σας, αλλά ούτε και εσείς προσωπικά. Το μόνο που τους νοιάζει είναι βρουν την καλύτερη δυνατή λύση στο πρόβλημά τους, όσο πιο φθηνά και γρήγορα γίνεται. Τίποτα άλλο! Ουσιαστικά το προϊόν σας “στέκεται” ανάμεσα σε αυτούς και την λύση που ψάχνουν – το οποίο τους κοστίζει χρήματα! Αλλάξτε λοιπόν την προσέγγιση και τον τρόπο σκέψης σας. Βρείτε τις λύσεις που θέλουν οι πελάτες σας και γράψτε στην διαφήμιση σας με ποιον τρόπο μπορείτε να τις καλύψετε.
- Αφιερώστε πολύ χρόνο στην επικεφαλίδα σας.** Καταρχήν πρέπει να πούμε ότι η διαφήμιση σας θα πρέπει να έχει μια επικεφαλίδα. Μην βάζετε στην κορυφή το logo και τα στοιχεία επικοινωνίας σας. Γράψτε έναν τίτλο που θα τραβήξει την προσοχή του αναγνώστη. Γράψτε 10 τίτλους πριν αποφασίσετε ποιον θα χρησιμοποιήσετε. Ο τίτλος θεωρείται ως η διαφήμιση της διαφήμισης και θα



Yeah, it's that HOT!

WWW.TABASCO.COM

πρέπει να δώσετε μεγάλη σημασία σε αυτόν. Έρευνες έχουν δείξει ότι ο τίτλος διαβάζεται έξι με εφτά φορές περισσότερο απ' ό τι η υπόλοιπη διαφήμιση.

8. **Ζητήστε από τους αναγνώστες – υποψήφιους πελάτες σας, να κάνουν κάτι.** Είναι αστείο πόσες διαφημίσεις δεν περιλαμβάνουν αυτό το βήμα. Ζητήστε τους να έρθουν και να αγοράσουν το προϊόν σας. Ζητήστε τους να επισκεφθούν την ιστοσελίδα σας, να σας πάρουν τηλέφωνο, ή να περάσουν από το κατάστημα σας. Δεν ξέρω τι ακριβώς θα είναι αυτό για την περίπτωση σας, αλλά ζητήστε τους να κάνουν κάτι!
9. **Επιλέξτε την αποτελεσματικότητα από το design.** Εάν όλοι κοιτούν το fancy design της διαφήμισης σας, τότε έχει αποτύχει. Δεν θέλετε όλοι να λένε “τι ωραία διαφήμιση”. Θέλετε να “πουλήσετε” – μην το ξεχνάτε αυτό. Το σωστό design σε μια διαφήμιση θα πρέπει να είναι αόρατο. Να αναδεικνύει τα σημεία που πρέπει χωρίς να παίζει τον πρωταγωνιστικό ρόλο.
10. **Κάντε συνεχώς test.** Η μέτρηση των αποτελεσμάτων της διαφήμισης αποτελεί το σημαντικότερο βήμα για την βελτίωση της αποτελεσματικότητας της. Εάν κάνετε μια καταχώριση στην εφημερίδα και δεν σας έχει πάρει τηλέφωνο κανείς, τότε αλλάξτε τον τίτλο ή την εικόνα. Τρέξτε ταυτόχρονα δύο ίδιες διαφημίσεις με διαφορετικό τίτλο σε δύο διαφορετικές εφημερίδες, και με διαφορετικά τηλέφωνα επικοινωνίας. Δείτε ποια δουλεύει καλύτερα. Στο internet η μέτρηση της αποτελεσματικότητας της διαφήμισης είναι ευκολότερη, είτε χρησιμοποιώντας το Google Adwords, είτε τις facebook Ads.

Αυτά ήταν 10 σημεία που θα πρέπει όλοι να γνωρίζετε πριν ξεκινήσετε μια διαφήμιση. Υπάρχουν αρκετά ακόμα που θα πρέπει να λάβετε υπόψη σας (δεν θα μπορούσαμε να τα αναλύσουμε όλα σε ένα άρθρο), όμως εφαρμόζοντας τα παραπάνω, έχετε θέσει σίγουρα τα θεμέλια για να κάνετε αποτελεσματικές τις διαφημίσεις σας.

Κλείνοντας, ένα ακόμα σημείο που θεωρώ θα πρέπει να λάβετε υπόψη σας, είναι οι νέες αγοραστικές τάσεις. Αίσθηση δική μου, αλλά και πολλών άλλων, είναι ότι οι “αγοραστικές αποφάσεις” όλο και περισσότερων ανθρώπων, βασίζονται στις κοινές αξίες, τον ίδιο τρόπο σκέψης, και τις ίδιες προοπτικές που δημιουργούνται μεταξύ αγοραστή και πωλητή. Η αίσθηση ότι «κινείσαι στο ίδιο μήκος κύματος» με κάποιον άλλο, και ότι ο άλλος πραγματικά σε καταλαβαίνει, σε κάνει ανοιχτό και πρόθυμο να συνεργαστείς μαζί του. Οι σημερινοί καταναλωτές δεν αγοράζουν απλά αυτό που πουλάς. Αγοράζουν αυτό που είσαι.

**Ο Βασίλης Δ. Παππάς είναι Επιχειρηματικός Σύμβουλος με ειδίκευση στο Μάρκετινγκ μικρών επιχειρήσεων. Είναι ιδιοκτήτης του site epixeirein.gr και του γραφείου Επιχειρηματικών Συμβουλών ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ. Βοηθάει μικρές επιχειρήσεις να αναπτύξουν την δουλειά τους χρησιμοποιώντας μεθόδους και τεχνικές Μάρκετινγκ. Μπορείτε να επικοινωνήσετε μαζί του στο email info@epixeirein.gr.*

Πηγή άρθρου: <http://epixeirein.gr/2011/07/25/10-steps-to-successful-ads/>