



دیجیتال مارکتینگ آفلاین

سرفصل مقاله:

- دیجیتال مارکتینگ آفلاین چیست؟
- مزایای دیجیتال مارکتینگ آفلاین
- معایب دیجیتال مارکتینگ آفلاین
- تغییرات بازاریابی آفلاین با گذشت زمان
- دیجیتال مارکتینگ آفلاین یک مکمل است
- دیجیتال مارکتینگ آفلاین در کجا کاربرد دارد؟
- انواع استراتژی‌های دیجیتال مارکتینگ آفلاین

دیجیتال مارکتینگ آفلاین چیست؟

دیجیتال مارکتینگ آفلاین عبارت است از هرگونه فعالیت تبلیغاتی که در جهت معرفی برند، وبسایت یا محصولات خود خارج از بستر اینترنت انجام می‌دهیم. دیجیتال مارکتینگ آفلاین در واقع همان روش سنتی تبلیغات کسب‌وکار است که شامل بروشور، تراکت و... می‌شود.

۰۲۱۷۷۹۸۸۰۲۴

info@nasv.ir

www.nasv.ir



تأثیر اینترنت بر کسب و کارها و مشاغل غیرقابل انکار است اما در بعضی موارد هنوز هم بازاریابی آفلاین تأثیر بیشتری بر شناخت و معرفی برخی مشاغل و محصولات دارد.

مزایای دیجیتال مارکتینگ آفلاین:

بدون شک هر نوع روش بازاریابی و دیجیتال مارکتینگ مزایا و معایب مخصوص خودش را دارد است از جمله مزایای دیجیتال مارکتینگ آفلاین می‌توان به:

- تبلیغات به روش‌های مختلف
- بدون محدودیت در تبلیغات
- دسترسی به مخاطبان بدون نیاز به اینترنت
- استفاده از تبلیغات رادیویی، تبلیغات تلویزیونی، آگهی‌های کاغذی و...

اشاره کرد.

معایب دیجیتال مارکتینگ آفلاین:

شاید از جمله دلایلی که سبب شده تا مشاغل و یا شرکت‌ها کمتر به دنبال دیجیتال مارکتینگ آفلاین باشند:

- پرهزینه و زمان‌بر بودن تبلیغات
- نیاز به حضور و فعالیت فیزیکی کارمندان در زمان اجرا
- نداشتن قابلیت اندازه‌گیری و دنبال کردن تبلیغات

می‌باشد.



تغییرات بازاریابی آنلاین باگذشت زمان:

با آمدن بازاریابی آنلاین، بازاریابی آفلاین نسبت به گذشته تغییرات چشمگیری داشته است و باوجوداین تغییرات از این نوع بازاریابی مانند گذشته استقبال نمی‌شود. این نوع بازاریابی با رسانه‌های آنلاین در حال رقابت است و یا می‌توان گفت که تکمیل‌کننده‌ی این نوع رسانه‌ها محسوب می‌شود. تنها راهی که درگذشته برای تبلیغات مرسوم بود استفاده از روش‌های سنتی بود که این روش‌ها شامل چاپ آگهی در مجلات، روزنامه‌ها، خبرنامه‌ها، استفاده از کارت‌های ویزیت، تبلیغات تلویزیونی، رادیویی، تبلیغات در سمینارها و ... بود. در آن زمان برای ارتقای کسب‌وکارها از این روش‌ها برای معرفی برند و محصولات خود استفاده می‌کردند.



دیجیتال مارکتینگ آفلاین یک مکمل است:

با به وجود آمدن اینترنت، علایق مخاطبان نیز تغییر کرد و باعث گسترش رسانه‌ها، پیشرفت دستگاه‌های دیجیتال و ... شد. اینترنت همچنین باعث تغییر استراتژی‌های بازاریابی آفلاین نیز گردید.

درواقع با استفاده از بازاریابی آفلاین می‌توان مخاطبان را به سمت رسانه‌های دیجیتال (شبکه‌های اجتماعی)، اپلیکیشن‌ها و وبسایت‌ها هدایت کرد درواقع بازاریابی آفلاین تکمیل‌کننده‌ی بازاریابی آنلاین است.



با یکی کردن بازاریابی آفلاین و آنلاین می‌توان نتیجه‌های بهتری از تبلیغات خود گرفت و همچنین سود این نوع تبلیغات چند برابر می‌شود.

کاربرد دیجیتال مارکتینگ آفلاین چیست؟

این نوع بازاریابی معمولاً در شرکت‌ها کاربرد دارد چراکه شرکت‌ها از این **دیجیتال مارکتینگ آفلاین** برای برند سازی اطراف کسب‌وکار خود استفاده می‌کنند. در همه‌ی مشاغل از جمله کسب‌وکارهای کوچک تا بزرگ می‌توان از **دیجیتال مارکتینگ آفلاین** استفاده کرد و سبب شناخت بیشتر برند و کسب‌وکار خود شد.

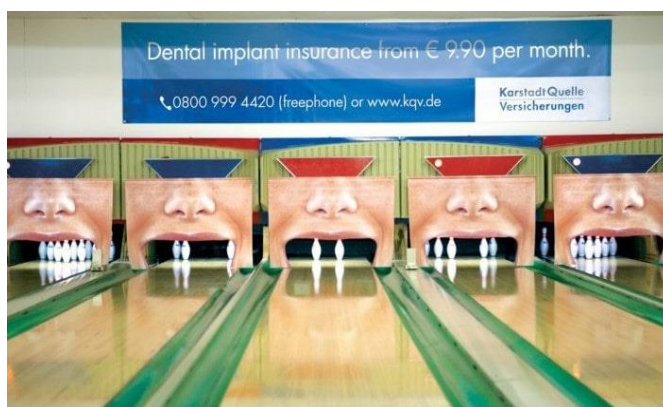
کسب‌وکارهای کوچک می‌توانند برای تبلیغات خود از روزنامه‌های محلی و آگهی‌های کاغذی استفاده نمایند. کسب‌وکارهای بزرگ که می‌خواهند به مشتریان خود دسترسی داشته باشند برای تبلیغات خود از بیلبوردها، آگهی‌های تلویزیونی و رادیویی استفاده می‌کنند. در واقع **دیجیتال مارکتینگ آفلاین** باعث افزایش اعتبار این نوع کسب‌وکارها می‌شود.

شرکت‌های بین‌المللی، شرکت‌های بزرگ با برندهای منحصربه‌فردی هستند که برای برند سازی و تبلیغات، هزینه‌های بالایی را پرداخت می‌کنند. این نوع شرکت‌ها امور **دیجیتال مارکتینگ آفلاین** خود را در محیط‌های مختلف انجام می‌دهند که می‌تواند شامل تبلیغات در سطح شهر، کشور و یا حتی جهان باشد.



چند نمونه از بهترین دیجیتال مارکتینگ های آفلاین:

1. یکی از شرکت های بیمه دندان پزشکی به جای تبلیغات معمول جایی را برای بازی بولینگ ترتیب داد و با طراحی متفاوت و جذاب توجه ها را به خود جلب کرد.



2. تصویری که در زیر مشاهده می کنید مربوط به تبلیغات یکی از برندهای آرایش و زیبایی است. این تصویر نوعی ترس از پیری را ایجاد می کند و راه حل آن را نیز کرم پودر خود معرفی می کند.





3. تبلیغ خلاقانه کلینیک حیوانات در محوطه یک مرکز خرید بزرگ به دوستداران حیوانات و کسانی که از حیوانات خانگی نگهداری می‌کنند یادآوری می‌کند شما ممکن است نزدیک حیوان خانگی‌تان باشید اما از دیدن هجوم کک‌ها به آن ناتوان باشید.



انواع استراتژی‌های دیجیتال مارکتینگ آفلاین:

می‌توان گفت که هدف اصلی این نوع استراتژی‌ها، افزایش ترافیک آنلاین، فروش و همچنین سود شرکت است. استراتژی‌های متفاوتی از بازاریابی آفلاین وجود دارد که در زیر به برخی از آن‌ها می‌پردازیم:

- قیمت‌های تخفیفی
- پست حلزونی
- برنامه‌های وفاداری



قیمت‌های تخفیفی: با ارائه‌ی کوپن‌های آنلاین می‌توان به‌صورت مستقیم مشتری را به سمت وبسایت هدایت کرد. اکثر فروشگاه‌های عمومی و شرکت‌های مختلف برای تبلیغات و فروش محصولات خود از روزنامه‌های محلی استفاده می‌کنند.

شرکت‌ها به‌جای این‌که بن‌های تخفیف خود را در روزنامه‌ها بگذارند بهتر است آن را در وبسایت‌های خود قرار دهند تا مشتری برای دریافت بن تخفیف مجبور به چاپ و گرفتن بن از وبسایت شرکت شود پس با این‌حال اگر مشتری تخفیفی می‌خواهد باید از وبسایت شرکت استفاده کند.

پست حلزونی: پست حلزونی یا پست مستقیم از رایج‌ترین رسانه‌های مورد استفاده در بازاریابی آفلاین است. بازاریاب‌ها می‌توانند فهرستی از آدرس‌ها را بر طبق اطلاعات شخصی افرادی که احتمال خرید بیشتر محصول را دارند تهیه نمایند. به‌طور مثال فروشگاه‌هایی که غذای خانگی حیوانات را می‌فروشند می‌توانند لیست افرادی که به‌صورت آنلاین وسایل پزشکی خریداری نموده‌اند را تهیه کند.

برنامه‌های وفاداری: شرکت‌ها از همه لحاظ برای جذب مشتری بیشتر و ایجاد مشتری تکراری اغلب به برنامه‌های وفاداری تکیه می‌کنند. برنامه‌های وفاداری در **دیجیتال مارکتینگ آفلاین**، مشتریان را تشویق می‌کند تا مشتری ثابت کسب‌وکار شوند.

برای مثال می‌توان ساندویچ‌فروشی را مثال زد. ساندویچ‌فروش می‌تواند به مشتریانی که برای بار چندم به آنجا مراجعه می‌کنند ساندویچ رایگان بدهد با این‌حال کار هم بر تعداد مشتریان اضافه می‌شود هم باعث رونق در کسب‌وکار می‌شود.

شما عزیزان می‌توانید در زمینه **دیجیتال مارکتینگ** متناسب با کسب و کارتان به طور رایگان از **کارشناسان ما** **مشاوره دریافت کنید.**