

# تکنیک های نگارش نامه های موثر بازاریابی و فروش



## صادق فراهانی

- مدرس و مشاور کسب و کار
- مدرس بازاریابی ، مذاکره ، مناقصه
- سخنران بین المللی سال ۲۰۱۵ مدیران استراتژیک
- نویسنده کتاب فرایند برگزاری مناقصات
- Instagram: sadeghfarahani\_1977



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

- ✓ ما در هر جایگاهی که باشیم چیزی برای فروش داریم و می خواهیم آن چیز را بیشتر بفروشیم!
- ✓ نویسنده ای که کتابی می نویسد می خواهد کلماتش را بفروشد ،
- ✓ کارخانه داری که محصولی را تولید می کند می خواهد محصولش را بفروشد
- ✓ پزشک می خواهد علم و تخصص اش را بفروشد
- ✓ یک سخنران انگیزشی می خواهد صحبت هایش را بفروشد ،
- ✓ پس در هر شغلی که باشیم و هر جایگاهی که داشته باشیم چیزی برای فروش داریم
- ✓ و برای فروش به تنها چیزی که نیاز داریم تولید محتوای حرفه ای و با کیفیت است .

## مطالعات بازاریابی نشان می دهد

✓ نقش نامه های فروش از سایر ابزارهای بازاریابی مشابه

✓ نظیر ارسال بروشور و کارت در فروش قویتر و موثرتر است

**چهار گام برای نگارش قوی نامه های فروش**

## هنگام نوشتن نامه فروش باید به چه نکاتی توجه داشت

۱- بازار خود را شناسائی کنید. (شناسایی بازار هدف).

۲- مشکلات بازار هدف را شناسائی کنید. ( شناسائی مشکلات بازار هدف).

۳- محصول یا خدمات خود را راه حل مشکل آنها اعلام کنید.

۴- آنها را ترغیب کنید و از آنها بخواهید که کالا یا خدمات را هر چه سریعتر سفارش دهند

سوالاتی که قبل از نوشتن مکاتبه در مورد  
محصول و مخاطب بهتر است مطرح شود

## در مورد محصول سوالات خود را مطرح کنید

- ✓ مزایا و مشخصات این محصول کدامند؟ (یک فهرست کامل تدارک ببینید).
- ✓ مهم ترین مزیت آن کدام است؟
- ✓ تفاوت این محصول با محصولات رقیب چیست؟
- ✓ اگر محصولات شما متفاوت از سایر محصولات مشابه نیست، روی چه نکته خاصی می توان تأکید کرد که سایر شرکت های رقیب آن را نادیده گرفته اند؟
- ✓ با استفاده از چه فن محصول شما به رقابت می پردازد؟
- ✓ محصول شما چه مسئله ای در بازار را حل می کند؟
- ✓ جایگاه محصول شما نسبت به محصولات مشابه چیست؟



## در مورد مخاطب خود سوالاتی مطرح کنید

- ۱) چه کسی این محصول را خواهد خرید؟ (در چه بازاری به فروش خواهد رسید؟)
- ۲) سرویس اصلی این محصول برای مخاطب چیست؟
- ۳) چرا مخاطب به این محصول احتیاج دارد؟ و چرا همین حالا به آن نیازمند است؟
- ۴) عمده ترین نگرانی خریدار در هنگام خرید این محصول چیست؟ (ارزش، تحول آن، عمل آن، قابل اعتماد بودن آن، خدمات و نگهداری آن، کار آیی و در دسترس بودن آن؟)
- ۵) خصوصیات خریدار چیست؟ چه نوع فردی است؟
- ۶) خریدار چه انگیزه ای دارد؟

## پاسخ به سوال های مخاطب در توضیح محصول

- این محصول برای چه کسانی مناسب است ؟
- جزئیات اساسی این محصول چیست ؟
- یک شخص در چه جاها یا موقعیت مکانی از این محصول امکان دارد استفاده کند ؟
- یک شخص در چه زمان یا زمان هایی ممکن است از این محصول استفاده کند ؟
- این محصول چه مزیت هایی نسبت به محصولات رقیب دارد و یا به طور کلی مزیت اصلی این محصول چیست؟
- این محصول چگونه کار می کند ؟
- اما بعد از یافتن پاسخ مناسب برای این پرسش ها زمان نوشتن توضیحات محصول می رسد .

هدف از نوشتن تبلیغ

## هدف نوشتن تبلیغ خود را معین سازید

- برانگیختن حس کنجکاوی
- به منظور فروش
- پاسخگویی به سوالات
- معرفی یک کالای جدید یا تحول یک کالای قدیمی
- برای ایجاد تماس با مشتریان و خریداران حائز شرایط
- انتقال اخبار و اطلاع مرتبط با کالا
- برای شناساندن محصول و نشان دادن برتری آن - برای ساختن تصویر ذهنی از کمپانی

## هدف نوشتن تبلیغ خود را معین سازید

- قبل از نوشتن متن خود، محصول را بررسی کنید؛
- خصوصیات آن،
- مزایای آن،
- تاریخچه آن،
- موارد استفاده از آن
- و بازار آن را.

# توضیح محصول در بازاریابی به چه معنایی است ؟



## توضیح محصول در بازاریابی به چه معنایی است ؟

- ویژگی های فیزیکی مانند رنگ ، مواد تشکیل دهنده ، وزن و ..
- ویژگی های خاص محصول مانند گارانتی ، طول عمر ، عمر مفید و ...
- و موارد دیگر مثل مزایا، دستورالعمل استفاده از محصول

# توضیح محصول کوتاه و ساده اما مفید بنویسید





## توضیح محصول را کوتاه و مختصر بنویسید

- ✓ چرا این محصول برای شخص آنها مفید است؟
- ✓ این محصول چگونه می تواند به آنها کمک کند؟
- ✓ این محصول چه مشکلی از آنها را حل می کند؟
- ✓ و پاسخ به این سوالات دقیقا همان چیزی است که شما باید در توضیح محصول تان به آنها بپردازید

**اهمیت نامه نگاری در بازاریابی و فروش**

# توجه به مخاطب

- در نحوه نگارش نامه های رسمی و اداری ممکن است نیازی نباشد نامه از دید مخاطب نگارش شود و صرفا نوشتن درخواست در یک یا دو جمله با رعایت دستور ادبیات فارسی کافیهست.
- در نامه های بازاریابی و فروش که با هدف بازاریابی، توافق تجاری و فروش ارسال می گردد بایستی قوانین مذاکره و استانداردهای مکاتبات بازاریابی و فروش رعایت شود.



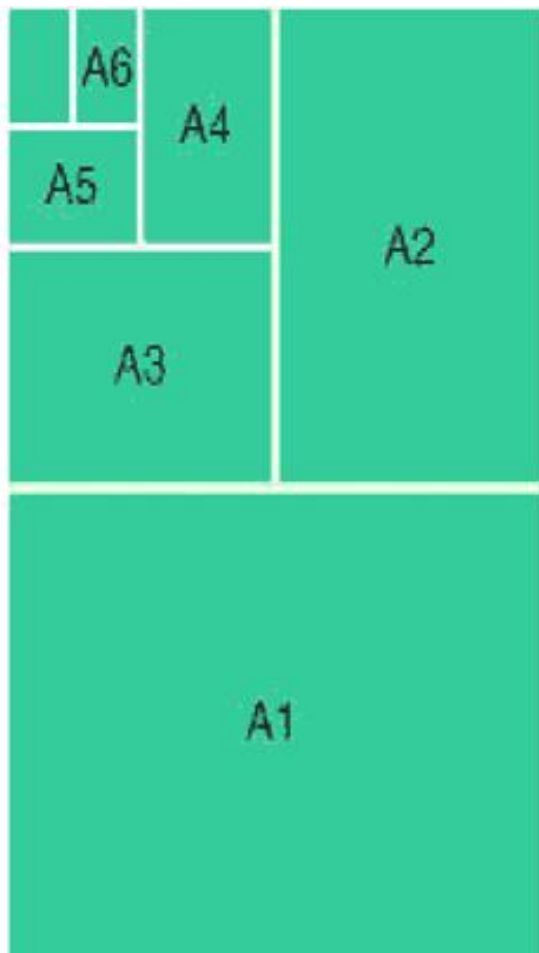
# توجه به مخاطب

- دقت کنید نگارش اینگونه نامه ها باید طوری باشد که مخاطب از هر جهت نسبت به محصول یا خدمتی که قرار است ارائه شود قانع و مطمئن شود.
- در حین نگارش نامه های رسمی و اداری با هدف فروش محصول یا خدمت خود را به جای مخاطب بگذارید و نامه را به گونه ای بنویسید که برای جلب اطمینان بتواند شما را به جای مخاطب متقاعد کند.

**✓ اگر نامه بازاریابی قرار است به صورت فکس یا پستی ارسال شود بهتر است ابعاد ۴ A را انتخاب کنید**



# ابعاد نامه های بازاریابی



- ما طبق استاندارد ۳۷۹ موسسه استاندارد کاغذ نامه را در ترکیب از **A3** تا **A6** مورد استفاده قرار می دهیم
  - ورق نوع **A3** بیشتر در بخش مالی کاربرد دارد.
  - ورق نوع **A6** بیشتر به عنوان یادداشت استفاده می شود.
- ✓ هرگز در نامه های بازاریابی از ورق A5 استفاده نکنید**

# اندازه و ابعاد نامه‌های اداری

- قطع A4

- اندازه آن  $210 \times 297$  میلی‌متر

- مخصوص نامه‌هایی که از ۵ سطر صفحه A4 (قطع بزرگ) بیشتر باشد

- قطع A5

- اندازه آن  $148 \times 210$  میلی‌متر

- مخصوص نامه‌هایی که از ۵ سطر صفحه A5 (قطع کوچک) کمتر باشد.

# اندازه و ابعاد نامه‌های اداری

## • قطع A3

- اندازه آن  $297 \times 420$  میلی‌متر است.
- برای جداول، نمودارها و صورتهای مالی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

## • قطع A6

- اندازه آن  $105 \times 148$  میلی‌متر
- بدون سرلوحه است
- برای مبادله پیام اداری بین کارمندان و یا به عنوان یادداشت مورد استفاده قرار می‌گیرد.

**اجزا و ارکان نامه‌های اداری**



# اجزا و ارکان نامه‌های اداری

نامه اداری از سه پنج قسمت به قرار زیر تشکیل می شود:

۱- سر لوحه

۲- عناوین گیرنده و موضوع نامه

۳- متن نامه

۴- امضا نامه

۵- گیرندگان رونوشت

این پنج قسمت ارکان نامه اداری می باشند ، چرا که با نبود هر یک از آنها نامه از اعتبار افتاده و حالت خود را از دست می دهد.

▪ نامه های اداری و رسمی معمولا با واژه هایی « احتراماً » ، « با احترام » ، « پیرو » ، « بازگشت » ، « عطف » و... شروع و با عبارتی چون « با سپاس » ، با تشکر ، نام موسسه یا سازمان و یا فرستنده به پایان می رسد.

▪ محتوای نامه نیز شامل واژه هایی خواهد بود که به نامه رسمیت ببخشد

✓ **در حوزه نگارش نامه های بازاریابی و فروش به خاطر داشته باشید که نامه حکم سند را دارد .سند دارای تاریخ، شماره و امضا هر مکتوبی که یکی را نداشته باشد سند محسوب نمی شود.**

✓ **در نگارش نامه کلیاتی وجود دارد که می بایست به آن دقت شود**

# نامه های بازاریابی

رعایت ارکان نامه های اداری می تواند در نامه های بازاریابی که با هدف جذب مشتری جدید است هم کارایی داشته باشد ولی در نامه های بازاریابی کمی از رسمیت واداری بودن نامه کم وبه محتوا ومعرفی خدمت یا محصول اضافه می کنند

به طور کلی در نگارش نامه های بازاریابی نیازی به رعایت قوانین نامه اداری نیست . به این معنی که ممکن است نامه بازاریابی کمی نسبت به سایر نامه ها فانتزی تر باشد و در آن به جای استفاده از واژه های رسمی واداری از واژه های دیگری مانند:

« دوست عزیز»

« مشترک گرامی»

«آقا/خانم ..... گرامی» و..

# نامه های بازاریابی

در کل واژه ها و کلمات صمیمی تر آغاز شود .  
و محتوای خلاصه تر نوشته شود  
تا خواننده به مطالعه نامه دریافت شده اشتیاق بیشتری داشته باشد

آرم (نشان)  
نام سازمان

باسمه تعالی

شماره: .....  
تاریخ: .....  
پوسته: .....

سر لوحه  
~~(سربرگ)~~

نحوه طراحی سربرگ نامه های تجاری وبازاریابی

# سربرگ نامه های تجاری وبازاریابی

نامه های بازاریابی که قرار است به طور کلی طراحی و چاپ شود و قرار نیست بر روی سربرگ تایپ شود می توان به راحتی قواعد نامه های داری و رسمی را شکست و کمی از طرح ها و رنگ های فانتزی تر استفاده کرد .

استفاده از رنگ سازمانی در نامه بازاریابی توصیه می شود.

# نامه می بایست بر اساس سلايق خواننده تنظيم شود.

• همه نامه ها با اسمه تعالى شروع می شوند.

• اگر به اصناف می نویسید از هوالرزاق،

• و برای پزشکان از هوالشافی استفاده نماید.

• و...



# عنوان‌های گیرنده، فرستنده و موضوع نامه

بر اساس مصوبه دفتر تشکیلات و روش‌های سازمان امور اداری و استخدامی کشور در سال ۱۳۵۵ مقرر گردید

دو ساختار داریم؛

در ساختار اول:

به: .....

از: .....

موضوع: .....

در ساختار دوم:

نام فرد: .....

سمت فرد: .....

موضوع: .....

## ۵ عنوان غلط در مکاتبات :

ریاست محترم  
مدیریت محترم  
شرکت محترم  
سازمان محترم  
معاونت محترم

متن نامه شامل سه پاراگراف

## پاراگراف اول

به معرفی عرضه کننده محصول یا خدمت بپردازید.

## پاراگراف دوم

شامل ویژگی ها و مزایایی خواهد بود که شما برای  
گیرنده نامه در نظر گرفته اید.

## پاراگراف سوم

به طور معمول پاراگراف سوم در نامه های بازاریابی می تواند شامل قیمت و راهنمای خرید نیز باشد

## مشخصات امضا :

- نام و نام خانوادگی در سطر اول پایین کاغذ سمت چپ
- عنوان سازمان در سطر دوم پایین کاغذ سمت چپ

## نکات تاثیر گذار بر نامه ها فروش

- نامه فروش را به مخاطب اصلی آن ارسال کنید.
- در آغاز نامه بهتر است مخاطب را با نام خودش خطاب کنید
- برای بخش های مختلف بازار هدف خود نسخه های متفاوتی از نامه فروش خود را تنظیم کنید.
- کار را برای مشتری آسان کنید و یک فرم سفارش را هم ضمیمه نامه خود کنید
- از برچسب های آماده برای درج نشانی روی پاکت نامه استفاده نکنید.
- از جملات و عبارات کلیشه ای روی پاکت استفاده نکنید
- مکاتبه مجدد را دو یا سه هفته بعد انجام دهید.



با تشکراز حسن توجه شما بزرگواران  
پیروز و سربلند باشید



Instagram: [sadeghfarahani\\_1977](https://www.instagram.com/sadeghfarahani_1977)