

مدیریت استراتژیک

هک رشد (Growth Hacking)

هک رشد، چیستی و چرایی

پرسش های نخستین

- چگونه می توانیم از راه های میان بر در سریعترین زمان، کسب و کار خود را رشد دهیم؟

منظور از هک رشد چیست؟

- راه میان بری بوده که زمینه ساز رشد سریع کسب و کارها می شود و خیلی زود، جایگاه آن ها را در بازار تثبیت می کند.
- استفاده از مجموعه ای از مؤثرترین تکنیک ها و استراتژی های خلاقانه و مقرون به صرفه، برای رشد کسب و کار در سریعترین زمان ممکن.

منظور از رشد چیست؟

- رشد درآمد، رشد تعداد مشتری ها، رشد آگاهی از برند، رشد تعداد دانلودهای یک برنامه و رشد ترافیک سایت.

چه کسی برای اولین بار هک رشد را معرفی کرد؟

- شان ایس برای اولین بار در سال ۲۰۱۰ این مفهوم را معرفی کرد.
- ایس به کمک تعدادی از همکارانش، توانست انجمن هکهای رشد یا GROWTHACKERS را راه اندازی کند. در سال ۲۰۱۳ اولین همایش این انجمن در سانفرانسیسکو برگزار شد.

چرا هک رشد؟

- به شما امکان می دهد تا با حداقل هزینه بیشترین بهره وری را داشته باشید.

هک رشد برای چه کسانی مناسب است؟

- طرفداران این تکنیک، ابتدا کسب و کارهای نوپا بودند. با بودجه محدودی که داشتند، باید بدون صرف هزینه های سنگین برای تبلیغات سنتی، روی غلتک می افتادند و رشد می کردند.
- اما حالا این تکنیک فقط مخصوص کسب و کارهای تازه کار نیست؛ هر کسب و کاری می تواند فرصت های جدید رشد را در هر بخشی از کسب و کار پیدا و با هک رشد، آن فرصت را رشد دهد.

آیا شغلی یا سمتی به نام هکر رشد وجود دارد؟

- فردی که استراتژی های هک رشد را تدوین و اجرا می کند.
- تمرکز هکر رشد، بر روی «رشد» کسب و کار، به اون کمک می کند تا هیچ چیز تمرکزش را به هم نزند و تنها به رشد کسب و کار فکر کند.

- هرگز رشد، فقط به استراتژی‌هایی توجه و علاقه نشان می‌دهد که باعث رشد کسب و کار می‌شود.

دلیل انتخاب عنوان هک رشد چیست؟

- از آنجا که هرکس انسان‌هایی هدف‌گرا هستند، از هر روشی برای رسیدن به اهداف خود استفاده می‌کنند. حتی گاهی با خلاقیت خود، روش‌های جدید ابداع می‌کنند.

کیف هک رشد

- جذب مشتریان جدید (با استفاده از ایمیل، وبلاگ، سئو، همکاری در فروش، رسانه‌های اجتماعی و...)
- فعال سازی و متقاعدسازی مشتریان برای استفاده از محصول (استفاده از: صفحه اصلی، صفحه فرود، بیان ویژگی‌های محصول)
- حفظ مشتریان فعلی (ایمیل‌های یادآور، وبلاگ‌ها و رسانه‌های اجتماعی)
- کسب سود
- ارجاع و ترغیب مشتریان فعلی به ارجاع دیگران

تکنیک‌های هک رشد

آیا محصول شما متناسب با نیازهای مشتری است؟

- استراتژی‌های هک رشد را با پرسونای مخاطب تطبیق دهید.

آیا ایده، خلاقیت یا نوآوری ای در محصول شما وجود دارد؟

- خلاقیت زیربنای هک رشد است.
- اضافه کردن ایده‌های خلاقانه در هر لایه از کسب‌وکار (از تولید محصول گرفته تا تبلیغات آن)
- فرمول خلاقیت: برآورده سازی نیازها یا حل مشکلات مشتریان به شیوه ای نو، متفاوت بودن و جلب توجه کردن
- بهره گیری از رویکردهای تفکر جانبی، گاو بنفش و ...
- بهره گیری از تکنیک‌های SCAMPER، ارتباط اجباری، بارش فکری، بارش فکری معکوس و ...

بازاریابی محتوا (استفاده از محتوا برای تبلیغ محصول)

- راه اندازی وبلاگ و تولید محتوای ارزشمند
- تولید محتوا برای شبکه‌های اجتماعی
- اجرا و شرکت در وبینار

با متخصصان و پرسنال برندها و Influencer های شناخته‌شده در صنعت خود همکاری کنید

- این کار بخشی از اعتبار آن فرد را به کسب‌وکار شما تزریق می‌کند.
- در لینکدین و اینستاگرام صفحات افراد شاخصی را که در زمینه کاری شما فعال هستند، دنبال کنید و با آن‌ها مرادده داشته باشید؛ مثلاً کامنت بگذارید، پست‌هایشان را لایک کنید یا لایوی با آن‌ها برگزار کنید.

- می‌توانید نظر این متخصص‌ها را دربارهٔ مسائلی که در حوزهٔ کاری شما وجود دارد، جویا شوید و پاسخ آن‌ها را در قالب یک نقل‌قول بیاورید.
- آدم‌ها از تبلیغات بیزارند؛ اما اگر این تبلیغات به شکل توصیه و پیشنهاد از سمت یک فرد مشهور، مورداعتماد و تاثیرگذار انجام شود، نتیجه کاملاً فرق می‌کند.

برای معرفی محصول بر سواد دیداری و شنیداری مشتریان تاکید کنید

- افراد ذاتاً رنگ و شکل و تصاویر را دوست دارند و هر موضوعی که در این قالب ارائه شود را سریع‌تر هضم می‌کنند.
- ویدئوها به تصمیم‌گیری برای خرید کمک می‌کنند.

آیا مشتریانانتان شما را به دیگران معرفی می‌کنند؟

- در بازاریابی ارجاعی، مشتری مبلغ و مروج شماست و دیگران هم از روی اعتمادی که به آن شخص دارند، پیشنهادش را می‌پذیرند؛ البته دلیل و انگیزهٔ اصلی هر دو طرف از این کار، دریافت پاداش از شماست.
- برای مثال، فیدیبو به کسانی که عضو سایت هستند و دیگران را هم به عضویت دعوت می‌کنند، یک کارت هدیه تقدیم می‌کند.

با گیمیفیکیشن، مخاطب را با خود همراه کنید

- با استفاده از عناصر و المان‌هایی که در بازی وجود دارد، مثل سیستم پاداش و امتیازدهی، مشتری را تشویق کنید کاری را که می‌خواهید، انجام دهد.
- برای مثال، می‌توانید روی محصولات یک کد قرعه‌کشی مخفی کنید و در پایان هر ماه از بین کسانی که ۳ کد را برای شما ارسال کرده‌اند، قرعه‌کشی و جوایزی برای برنده آماده کنید.
- یا در اینستاگرام چالشی راه بیندازید و از مخاطبان بخواهید این چالش را اجرا و با هشتگ خاصی به اشتراک بگذارند (مثل کاری که چند سال قبل کاله با ماست لاکتیویا انجام داد).

رویدادها را جدی بگیرید

- خودتان رویداد رایگان برگزار کنید.
- در برخی از رویدادهای معتبر، اسپانسر شوید.

نظر مشتریان فعلی را به صورت سیستماتیک جویا شوید

- چون وقتی صحبت از رشد در میان باشد، مشتریان قدیمی مثل یک صندوقچه، پر از اطلاعات مفید هستند و کم‌وکاستی‌های کسب‌وکار شما را بهتر از هرکسی می‌دانند!

امتحان کنید!

- تست A/B آزمایشی است که به طور همزمان دو نوع از یک چیز (مثلاً دو تا CTA) را با هم مقایسه می‌کند و هر کدام را که عملکرد بهتری داشته باشند، به شما نشان می‌دهد.
- می‌توانید ۲ متن پیامک متفاوت را برای ۲ گروه از مشتریان ارسال کنید تا ببینید کدام یک مشتری را بیشتر ترغیب می‌کنند.
- دو نوع بسته‌بندی را برای محصول در نظر بگیرید و نتایج را با هم مقایسه کنید.

نمونه هک رشد کسب‌وکارهای موفق ایرانی

بلوبانک

- این بانک دیجیتالی در یک ایده هوشمندانه و با کمک تکنیک بازاریابی ارجاعی، توانست در کمتر از سه سال (از سال ۹۸ تا حالا) بیش از یک میلیون کاربر را به نصب اپلیکیشن و استفاده از خدماتش مجاب کند!
- به این شکل که به هر کاربر یک کد دعوت داده می‌شد و آن کاربر، دوستان و اطرافیان را به افتتاح حساب در بلوبانک دعوت می‌کرد و به ازای هر دعوت موفق، یک هدیه ۳۰ هزار تومانی دریافت می‌کرد!

تپسی

- تبلیغات خلاقانه (مثل تبلیغات مقایسه‌ای)
- بهادادن به رضایت و بازخوردهای مشتریان
- سیستم امنیت سفر

دیجی کالا

- استفاده به جا از بازاریابی محتوایی و ایمیل مارکتینگ
- محتواهای ویدئویی جذاب
- مانور دادن در شبکه‌های اجتماعی به ویژه اینستاگرام
- بهبود خدمات مثل بازگشت کالا
- پیشنهادهای شگفت‌انگیز و کدهای تخفیف
- مسابقات و چالش‌های خلاقانه‌ای (مثل چالش اخیر آنباکس در ۱۰۰ ثانیه)