

## بازاریابی عمودی چیست؟

به تعبیر ساده بازاریابی عمودی، پیش‌رفت هدف‌مند در صنایع خاص معنا می‌شود. هزینه‌های این نوع بازاریابی بسیار گزاف است.

در صناعی که رقابت تنگاتنگ وجود دارد، بازاریابی عمودی می‌تواند راه‌حل‌های نو و درهای تازه پیش روی صاحبان مشاغل بگشاید. بیش‌تر بازارهای خوب از سوی غول‌های نرم‌افزاری به رسمیت شناخته نشده‌اند. یک طراح خلاق ممکن است راه‌های ساده‌ای برای توسعه‌ی شاخه‌ی شناخته شده‌ای از یک صنعت خاص پیدا کند. افزون بر این اغلب مصرف‌کنندگان تمایل کمی برای کار کردن با برنامه‌های صنایع خاص دارند. آن‌ها بیش‌تر دوست دارند با نرم‌افزارهای شخصی که مخصوص شرکت‌های کوچک‌تر است کار کنند. مصرف‌کنندگان بیش‌تر از شرکت‌هایی خرید می‌کنند که با خواسته‌ها و صنایع مورد نیاز مشتری آشنا باشند. صنایع حرفه‌ای مایلند که تامین‌کنندگان نیازهای آن‌ها را بشناسند. گاه یک پیش‌نهاد یا یک نظریه‌ی مکمل می‌تواند با کمی دوراندیشی برنامه‌های عمومی یک بازار یا صنعت خاص را توسعه دهد. تغییرات کوچکی در توزیع می‌تواند نتایج مهمی را در یک صنعت خاص به وجود آورد.

اگر شما بتوانید به درخواستی که از سوی یک صنعت خاص طرح شده است، پاسخ مناسب دهید، فرصت‌های بی‌شماری از سوی آن صنعت به وجود خواهد آمد. فرصت‌های بی‌شماری برای هدف‌گیری تدریجی بازار به منظور ارایه‌ی روش‌های مشخص در یک صنعت یا بازار خاص وجود دارد.

درحالی که برخی از درخواست‌ها هدف خاصی دارند، بیش‌تر درخواست‌های عمومی با کمی ابتکار می‌تواند در یک صنعت یا بازار خاص، موثر واقع شود. در یک مثال قابل لمس می‌توان از نرم‌افزار خاص **MSA Herp** نام برد. **MSA Herp** یک نرم‌افزار خزنده شناسی است که اطلاعات مهمی را درباره زندگی، عادات، خوراک و دیگر ویژگی‌های مارها و سوسمارها در بردارد. این نرم‌افزار شامل اطلاعات فروشگاه‌های حیوانات دست‌آموز، باغ وحش‌ها و پارک‌های ایالتی است که اطلاعات بسیار سودمندی در اختیار مراجعه‌کنندگان قرار می‌دهد. به دلیل فراهم کردن نظرات خاص مشتریان، این برنامه در حوزه‌ی اختصاصی خود به یکی از مراجع اساسی تبدیل شده است. نرم‌افزاری که درخواست‌های زیادی داشته باشد، می‌تواند ویژگی‌های مورد نظر افراد بسیاری را برآورده کند. در این حالت یک ویرایش‌گر **HTML** به راحتی می‌تواند بازار آموزش یا برنامه‌ی عمومی استفاده از یک نرم‌افزار پرترفدار را در یک صنعت خاص همانند فروشگاه خرده‌فروشی یا دفتر وکالت پوشش دهد.

تغییرات کدها و به کار بردن فوت‌وفن‌هایی در برنامه‌نویسی همانند "کمپایل‌های شرطی" می‌تواند به فراهم آوردن یک بازار خاص کمک کند. این کمک تنها می‌تواند شامل تغییر در اصطلاحات فنی یا ارایه‌ی تصویری برنامه باشد. این ایده به شما کمک می‌کند تا بتوانید به درخواست‌های منحصر به فرد مشتریان خاص پاسخ‌های به موقع و سودمند دهید. اگر فکر تازه‌ای در سر ندارید باید آن را به وجود آورید. عده‌ای از مشتریان را که از شما خرید کرده‌اند، در نظر

بگیرید. تنی چند از آن‌ها را انتخاب و از آن‌ها دلایل استفاده از برنامه‌ی تولیدی خود را سوال کنید. پاسخ‌های آن‌ها ممکن است شما را شگفت‌زده کند. با صحبت کردن با مشتریان موجود و بهره‌گیری از نظرات آن‌ها، شما می‌توانید مصرف‌کنندگان جدیدی پیدا کنید و راه‌های دستیابی به مشتریان آینده را که تا کنون در نظر نگرفته بودید، پیدا کنید.

به منظور هدف قرار دادن موثر بازارهای عمودی، اغلب تمام آن‌ها احتیاج به تغییرات دارند. با دنبال کردن رابطه‌ی مناسب تبادل و فهرست اسامی **net**،ها می‌توانید برای دستیابی به این بازارها تلاش کنید. راه‌حل‌های نرم‌افزارهای عمومی ابتکارهای مخصوص انجمن‌های مجازی هستند که به ترویج و تبلیغ محصولات شما کمک می‌کنند. با عضو شدن یا راه‌اندازی یک انجمن آنلاین، مخاطبان بسیار و یا حتی یک پایگاه کاربری قدرت‌مند برای پژوهش شما فراهم می‌شود. صفحات وبی را در نظر بگیرید که در خصوص یک صنعت خاص طراحی شده باشد. این صفحات می‌توانند در ارابه‌ی صنایع مورد جست‌وجو و موضوعات مرتبط با آن کمک کند. از دیگر راه‌های موثر در دستیابی به بازارهای هدف می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: تاییدیه مشتری شامل جزییات به کارگیری تولیدات شما در صنایع خاص. توضیح درباره‌ی این که چه‌طور یک برنامه‌ی تولیدی شما می‌تواند مشکل مشخصی را در یک صنعت خاص حل کند یا بهبود بخشد. ارابه‌ی یک راه‌حل عمومی برای یک مشکل عمومی که به مشتریان کمک کند، مشکلات خود را در هر روز به روشی مناسب حل کنند.