

اقدامات تبلیغی موردسنجش قرار گرفت. متعاقب این اقدام، ۳۰ نفر از خریداران سیستم‌های گرمایش خورشیدی برای دریافت میزان رضایت و انگیزه آن‌ها مورد مصاحبه قرار گرفتند.

۴ - نتایج پروژه: نتایج این پروژه ۱۰ ماهه بسیار خشنودکننده بود: بررسی‌های قبل و بعد از اجرای پروژه نشان داد که اجرای برنامه‌های آگاه‌سازی موجب تأثیرگذاری بر سطح دانش و دیدگاه بیش از ۵۰ درصد از صاحبان استخرهای شنا در منطقه آبشار نیاگارا شده است.

۵ - درس‌های آموخته‌شده: برخی از اقدامات تبلیغی به خوبی انجام گرفت: پروژه نمایشی در میدان نیاگارا یک موفقیت کامل بود. مراکز خرید اماکن خوبی برای نمایش محصولات هستند.

مدل خورشیدی گرمایشی که برای پروژه‌های نمایش ایجاد شد، گرچه گران‌قیمت بود ولی وسیله تبلیغی چشمگیری بود. مردم به محلی که پانل خورشیدی در آن قرار داده شده بود و دیوارهایی که عکس‌های نصب قرار داشت جذب و جلب می‌شدند.

### اقدامات آتی بازاریابی

گسترش بازار برای سیستم گرمایش خورشیدی یک اقدام چندگانه است. یک فرمول جادویی بر برنامه‌های تبلیغی وجود ندارد. صاحبان استخر در ایالت «کبک» با پمپ استخرهای خود را گرم می‌کنند، بیشتر از استخرهای منطقه اونتاریو دارای سیستم گرم‌کننده نیستند، درحالی‌که درصد بالایی از استخرها در «بریتیش کلمبیا» به وسیله گاز طبیعی گرم می‌شوند؛ بنابراین، برنامه‌های تبلیغی برای هر یک از مناطق یادشده باید با توجه به ویژگی‌های این مناطق تنظیم و تعدیل شوند که برای آن‌ها مناسب باشند. تولیدکنندگان تجهیزات خورشیدی باید به تقویت ارتباطات با شرکت‌های سازنده استخر در مناطق خود پردازند. سازندگان استخر به‌طور مستمر با مشتریان خود ارتباط دارند و در مورد نحوه گرم کردن استخر مورد مشورت آنان هستند. برای نیل به یک بازار باثبات، عرضه‌کنندگان سیستم‌های گرمایشی خورشیدی باید به گروهی از متخصصان و کارشناسان در زمینه بازاریابی و نصب دسترسی داشته باشند که در فصل اوج فروش، مورد بهره‌برداری قرار گیرند.

طراحی و اجرای نوعی برنامه «کارآموزی خورشیدی» برای آموزش و اشتغال تابستانی دانشجویان مورد لزوم است که در نهایت آن‌ها را برای اشتغال دائم در صنعت گرمایش خورشیدی آماده سازد.

یک گروه مشاوره‌ای کانادایی برای حصول رشد ۵۰۰ درصدی فروش سیستم‌های خورشیدی گرمایش استخر در منطقه آبشار نیاگارا، (اونتاریو) مشاوره بازاریابی محصول را به دست گرفت. هدف از این پروژه آزمایشی که با حمایت سازمان منابع طبیعی کانادا صورت می‌گرفت آزمون تأثیرات بازاریابی مبتکرانه و اقدامات تبلیغی برای فروش سیستم‌های خورشیدی گرمایش استخر در جامعه اونتاریو بود. منطقه آبشار نیاگارا به دلیل وسعت کافی بازار، محدودیت کافی برای نفوذپذیری برنامه تبلیغاتی و ثروت نسبی ساکنان آن به خاطر اشتغال بالا در صنعت گردشگری، به عنوان محل اجرای پروژه در نظر گرفته شد. اولین اقدام مشاور، ایجاد اتحاد بین صنایع و سازمان‌های محلی ذی‌ربط بود. این پروژه دارای پنج مرحله زیر بود:

۱ - سنجش وضع موجود بازار: در ماه فوریه یک نظرسنجی مستقیم نسبی از بیش از دو هزار صاحب استخر در شهر انجام یافت که طی آن پرسش‌هایی در مورد دانش و دیدگاه‌های آنان در مورد گرمایش استخر مطرح شد. برای اینکه مکاتبات مربوطه جنبه شخصی پیدا کند، فهرست پستی افراد مربوطه از سازندگان استخر دریافت گردید. نامه‌های مزبور شامل یک پاسخنامه مختصر، یک راهنمای دو صفحه‌ای در مورد سیستم گرمایش خورشیدی و یک پاکت تمبردار برای پاسخ بود. به پاسخ‌دهندگان ارائه یک تجهیزات مربوط به استخر وعده داده شده بود.

۲ - برنامه آگاه‌سازی در مورد سیستم‌های خورشیدی: برنامه‌ای شامل اقدامات گسترش آگاهی در زمینه سیستم‌های گرمایشی خورشیدی استخر در منطقه آبشار نیاگارا به شرح زیر است:

- کسب حمایت شورای شهر و سایر سازمان‌های مربوطه شهرداری از قبیل اداره مآنگ‌ها و گردشگری

- همکاری با سه شرکت سازنده عمده استخر در نیاگارا برای عرضه سیستم‌های گرمایشی خورشیدی در نمایشگاه‌های آن‌ها در فصول بهار و تابستان

- ارائه سمینارهای مربوط به سیستم‌های گرمایشی خورشیدی به خریداران بالقوه

- اقدامات رسانه‌ای، نظیر پخش بیانیه‌های مطبوعاتی و انجام مصاحبه‌های مطبوعاتی با شبکه‌های تلویزیونی محلی

- دیگر فعالیت‌های تبلیغی، نظیر شرکت در مراسم روز کانادا.

۳ - ارزیابی تأثیرات: در یک مصاحبه دو مرحله‌ای تلفنی میزان گسترش اطلاعات و دیدگاه‌های مخاطبان پس از