

بهترین استراتژی های بازاریابی اینترنتی

تعداد کمی استراتژی بازاریابی آنلاین وجود دارد که در صورتی که به درستی انجام شوند می توانند به موفقیت در بازاریابی بینجامند. یک برنامه استراتژیک بازاریابی که به درستی و با تحقیقات کامل برنامه ریزی شده باشد می تواند حجم بالایی از ترافیک را برای وب سایت تجاری شما به ارمغان آورد.

اینترنت تمام جنبه های زندگی ما را فراگرفته است، ما از دوره بازاریابی سنتی عبور کرده ایم، امروزه شما می توانید تجارت خود را از یک نقطه واحد و با بهره گیری از بازاریابی آنلاین در تمام نقاط جهان عرضه کرده و اداره نمایید. برای افزایش دادن فاکتورهای موفقیت شما در بازاریابی آنلاین، استراتژی های موفق بازاریابی بخش ضروری و مهمی از بازاریابی اینترنتی را تشکیل داده اند. برای کسب موفقیت باید روی یک استراتژی کار کنید و آن را عرضه کنید. سه مرحله وجود دارد که نقش بسیار مهمی را در استراتژی بازاریابی ایفا می کنند و شما باید دقت داشته باشید که هر سه این مراحل باید توسعه یابند تا تمام پتانسیل بالقوه آن ها برای رسیدن به موفقیت بیشتر استفاده شود. هر سه این مراحل با یکدیگر همبستگی دارند بنابراین اگر موفق نشوید یکی از این مراحل را به انجام برسانید شانس موفقیت شما از دست خواهد رفت.

۱. توسعه محصول

این نخستین مرحله از یک استراتژی بازاریابی بزرگ است، اگر می خواهید موفقیت بزرگ تری را در تجارت آنلاین تجربه کنید باید یک محصول بزرگ را عرضه کنید. پیش از آن که عرضه محصول خود را آغاز نمایید باید مشق شب خود را به طور کامل انجام دهید. شما باید درباره احتیاجات و گرایش های بازار تحقیق نمایید تا بدانید چه کسانی به دنبال محصولات شما می گردند. اگر محصول شما نتواند احتیاجات بازار را برطرف نماید یا گرایشات مشتریان را راضی نماید شانس دستیابی به موفقیت برای شما به حداقل می رسد.

شما باید یک چیز دیگر را نیز بدانید، محصول شما نباید تنها به احتیاجات بازار پاسخ دهد بلکه باید در نوع خود بی نظیر باشد، یگانگی محصول بی رقیب بودن آن را در بازار تضمین می کند و زمانی که رقابتی وجود نداشته باشد میزان موفقیت شما به طور خودکار افزایش می یابد.

با یک تحقیق جامع و کامل مشتری هدف خود را پیدا می کنید، به یاد داشته باشید بازار هدف شما یک بازار جهانی است بنابراین محصول شما باید جهانی باشد، برای عرضه محصولی تلاش کنید که منحصر به فرد باشد، با گستره بزرگی از منطقه هدف، با کیفیت بال و در نظر گرفتن زبان ها، مناطق و عقاید منطقه هدف بازاریابی.

بهترین محصول برای شما محصولی است که بتوانید خودتان و با استفاده از خلاقیتتان آن را عرضه نمایید، با ابزار و تکنولوژی کنونی به راحتی می توانید محصول مناسب برای خود پیدا کنید. امروزه زمینه هایی مانند اطلاعات، نرم افزار، سایت های خصوصی و سرویس های اینترنتی به عنوان بخش هایی حیاتی در در تجارت در نظر گرفته می شوند و پتانسیل بزرگی برای کشف خدمات این بخش ها وجود دارد.

۲. توسعه طراحی وبسایتی ویژه برای پیشرفت محصول

زمانی که یک محصول درخور و شایسته را برای تجارت آنلاین عرضه می کنید، گام بعدی توسعه وبسایت خواهد بود. وب سایت باید به گونه ای توسعه یابد که نیاز به پیشرفت آن محصول ویژه را برطرف نماید، توسعه وبسایت تنها باید روی یک هدف متمرکز باشد و آن جذب بازدیدکنندگانی است که برای خرید محصول به آن سر می زنند.

واژگان اغلب قدرتمندترین ابزار بازاریابی هستند، استفاده از تیتراها و سرفصل های چشمگیر با توضیحاتی مناسب درباره محصول می توانند بازدیدکنندگان شما را به مشتریانی بالقوه تبدیل کنند. نوشته ها یا مقالاتی که در صفحه اول وب سایت شما نمایش داده می شوند چهارچوب تجارت شما را بیان می کنند، هرچند تصاویر زیبا و فانتزی علائق بازدیدکنندگان را هدف می گیرند و باعث جلب توجه آن ها می شوند این کلمات هستند که قدرت تبدیل بازدیدکنندگان را به مشتریانی واقعی دارند.

هر جمله واحد در صفحات وبسایت شما می تواند حامل پیام و مقصودی باشد که به سفارش محصول توسط بازدیدکنندگان منجر شود. برای ارائه یک معرفی مطلوب و دلپذیر از محصولات با نویسنده ای ماهر مشورت کنید. با شناسایی درست مشکلات و نیازهای مشتریان بالقوه خود آن ها را متقاعد کنید که تنها راه حل برطرف کردن نیاز یا مشکلشان محصول خاص شماست. درباره مزایای هرچه بیشتر و برتری که در محصولات وجود دارد به مشتریان بگویید و اینکه چگونه آن محصول می تواند بهترین راه حل برای حل مشکل آن ها باشد. راه حل خود را به مشتریان عرضه کنید تا متقاعد شوند که این تنها کلید ممکن است.

با طراحی تاثیرپذیر یک وبسایت برنامه پیشرفت و توسعه خود را عملی نمایید. با امتحان کردن بهترین تکنیک های بهینه سازی برای موتورهای جستجو (سئو) تلاش کنید تا وبسایت خود را در صفحات نخست موتورهای جستجو قرار دهید. تلاش کنید بازاریابی ایمیلی جذاب و تاثیرگذاری داشته باشید. تعدادی مقاله مرتبط با محصولاتان ایجاد کنید.

۳. توسعه استراتژی بازاریابی تهاجمی

استراتژی بازاریابی شما مرحله آخر برنامه استراتژیک شما را تشکیل می دهد. این استراتژی می تواند به دو صورت کوتاه مدت و بلند مدت باشد.

الف : استراتژی بازاریابی کوتاه مدت : این ایده ها و فنون هستند که به افزایش آنی و یا جهش در ترافیک کاری منجر می شوند. تابلوهای تبلیغاتی، بهینه سازی برای موتورهای جستجو یا نمایش گاه به گاه تبلیغات مرتبط با محصول می توانند استراتژیهای کوتاه مدت بازاریابی باشند.

ب : استراتژی های بازاریابی بلندمدت ایده هایی هستند که برای دستیابی به یک جایگاه ثابت و ویژه نزد مشتریان در بلند مدت انجام می شوند. با وجود آن که این استراتژی ها به کسب نتایج سریع منجر نمی شوند اغلب کسب درآمدی ثابت را فراهم می کنند و حتی برای مدت بیشتری نیز به کسب نتایج مورد انتظار می انجامند.

از طریق وبسایت خود تسهیلات بیشتری عرضه کنید و قیمت هایی رقابتی برای محصولاتان در نظر بگیرید، به ایمیل هایی که دریافت می کنید پاسخ به موقع پاسخ دهید، در مورد محصولاتان در نشریات آنلاین بنویسید از ابزار پاسخ دهی خودکار برای پاسخ دهی هرچه تاثیرگذارتر به ایمیل های دریافتی خود استفاده کنید.

با برقرار کردن تعادل کامل بین استراتژی های کوتاه مدت و بلندمدت می توانید جریانی ثابت از بازدیدکنندگان را به مشتریانی همیشگی بدل نمایید. چرا به انتظار نشسته اید؟ محصولی را عرضه کنید، یک وبسایت طراحی کنید و در دنیای تجارت آنلاین به نبرد بپردازید.

پرداخت

ارائه دهنده راهکارهای تجارت الکترونیک

برای مشاوره رایگان و همکاری با پرداخت تماس حاصل نمائید