

## راهنمای بازاریابی اینترنتی

### کسب و کار اینترنتی

دوست من ، تو اگه به فروشگاه بزرگی رو داشته باشی ، جنسی که توی اون فروشگاه میتونی بفروشی خیلی محدوده و هر چقدر هم که اون جنس زیاد باشه بلاخره یه روزی تموم میشه و تو باید دوباره بری و اون جنس رو برای فروشگاه خودت فراهم بکنی ، حالا مواقعی پیش میاد جنس کم یاب و بعضا نایاب هم میشه و مشکلاتی رو برای صاحب کسب و کار بوجود میاره و از طرفی ، تو فقط میتونی فقط توی بازه ی زمانیه خاص ، وقتیکه فروشگاهت باز هستش و زمانیکه تو یا فروشنده ای که برای فروشگاهت استخدام کردی توی فروشگاه باشین ، توانایی این رو پیدا میکنین تا محصولات فروشگاه رو بفروشین و معامله انجام بدین! حالا سوال من از تو اینه ، چه راهی میتونه باشه تا تو هر وقت و هر زمان از شبانه روز که خواستی بتونی معامله بکنی؟

دوست عزیزم ، من جواب این سوال رو میدونم و بهت میگم که راه حل این دغدغه چی هست؟

### کسب و کار اینترنتی

اگه برای اولین بار هست این جمله رو میشنوی شاید با خودت بگی چرا کسب و کار اینترنتی؟ این روش از کسب و کار ، توی جهان و حتی تاریخ نظیر نداره و عالی هستش . یه کسب و کار مدرن و امروزی که خیلی جلوتر از کسب و کاری هست که تا الان توی عمر خودت دیدی. شروع این کسب و کار به قدری آسون هست که تو حتی اگه کمترین علم از کامپیوتر رو هم داشته باشی در حدی که فقط نرم افزار های آفیس یا همون ورد ، اکسل و پاورپوینت و نرم افزار های ساده و معمولی ای که هر کاربری از اون ها استفاده میکنه ، باز هم میتونی این کار رو شروع بکنی و حتی بدون نیاز به هیچ مدرک تحصیلی ، جواز ، کارهای اداری و خیلی از موانع و مشکلاتی که تو کسب و کارهای سنتی باید انجام بدی رو نیازی به انجامشون نیست.

میدونی دوست خوبم؟ تنها چیزی که برای این کار نیازه فکر و استعداد و ایده پردازی نو هستش. سرعت و پیشرفت توی این کار هم بستگی به تو و پول در آوردن و پولدار شدنت داره ، توی این کسب و کار نه کار فرمایی هست! نه ساعت کاری ، نه دود و دم و ترافیک ، نه هوای سرد و گرم ، نه چک و سفته و خیلی از موارد اعصاب خرد کن دیگ . تو این کسب و کار هر وقت و هر جا که خواستی میتونی کار خودت رو انجام بدی . توی اتوبوس و تاکسی ، کنار دریا ، حتی توی مسافرت ها که دور از خونه و محل کارت هستی و خیلی از جاهای دیگ که حتی فکرش هم نمیتونی بکنی.

این کسب و کار ، کسب و کاری هستش که به شانس نا محدود رو به تو می‌ده تا پولداری بشی اما همش بهانگیزه و تلاش تو بستگی داره.

توی این روش از کسب و کار اصلا نیاز نیست تا سرمایه ای رو وارد کسب و کارت بکنی یا حداقل به سرمایه ی ناچیز و خیلی کم رو نیاز داره . وقتی میگم کم یعنی خیلی کم ، خیلی کمتر از چیزی که فکرش رو بکنی برای همین تقریبا چیزی هم برای از دست دادن نخواهی داشت .

توی این کسب و کار فروش تو ۴۲ ساعته هست و نیازی نداری تا منتظر مشتری توی فروشگاهت باشی چون توی این کسب و کار حتی وقتی که تو خواب هستی فروش صورت میگیره و این بی نظیره.

وقتی تو کسب و کار اینترنتی رو شروع میکنی حوزه فعالیت تو به محله و شهر و استان محل زندگیت ختم نمیشه ، حوزه فعالیت تو کل کشوره دوست من ، اره درست میشنوی کل کشور و این ینی فروش خیلی خیلی زیاد و بی نهایت ، حتی ممکنه این گستردگی بازار کسب و کار اینترنتی به بیرون از کشور هم برسه و این شگفت آورده . توی این کسب و کار نیازی به هیچ فروشنده و کارمند و حسابداری نداری و این ینی صرفه جویی توی درآمدی که تو کسب و کار خودت بدست میاری چون همه چیز به صورت سیستم و اتوماتیک انجام میشه ، خودتی و پولی که در میاری.

توی این کسب و کار مشتری هایی که داری میتونن به صورت خود جوش برای کسب و کار تو بازار یابی بکنن مثلا توی دنیای مجازی با لایک کردن محصولات تو بدون این که متوجه بشن تبلیغات دهان به دهان که بهترین نوع تبلیغ هست رو انجام بدن.

با این نوع کسب و کار ، تو در روزهای تعطیل و نیمه شب هم میتونی محصولاتت رو به روز بکنی و در مقابل ، همونطور که گفتم کاربران و مشتریای کسب و کار تو هم میتونن هر وقت که تمایل داشتن چه روز تعطیل و چه نیمه شب از سایتت بازدید بکنن و محصولاتت رو بخرن ، بدون این که کمترین تبلیغ رو داشته باشی و هزینه ای برای تبلیغات کسب و کارت پرداخت کرده باشی چون کار با سیستم کسب و کار اینترنتی نیازی برای پرداخت هزینه تبلیغات رو نمی طلبه ولی تبلیغات نا محدودی رو همیشه برای محصولات کسب و کار انجام داد.

مزیت دیگه ای که این کسب و کار داره نمایشگاه محصولات کسب و کار هست که محدودیت جا و مکان برای محصولات وجود نداره ، جلوه های گرافیکی ای که توی فروشگاه اینترنتی خودت برای محصولات کسب و کارت استفاده میکنی ، قشنگ ترین و شیک ترین و ویتترین و شیشه در بین نمایشگاه محصولات فروشگاه های فیزیکی رو دارن که هیچ محدودیتی از هر لحاظی رو که فکرش رو بکنی نداره.

چند سالی هست که داره کسب و کارهای فیزیکی توی دنیا به بن بست میخورن و به جاش کسب و کارهای اینترنتی به صورت مداوم در چند سال موفقیت چشم گیری رو توی جهان بدست آوردن به قدری که این

نوع کسب فروش میلیاردی داشتن و طبق برآوردی که انجام شده فروش محصولات دیجیتالی تو سال گذشته بیشتر از ده میلیارد دلار بوده . فکر میکنی این چی رو نشون میده ؟ من فکر میکنم جواب این باشه دوست من ة بیشتر افراد میخوان توی دنیای اینترنت بجای پول دادن به محصولات فیزیکی ، پول رو به اطلاعات آموزشی بدن و پولشون رو صرف دانش خودشون بکنن پس باید به این نتیجه برسیم که در حال حاضر همین الان، بهترین موقع برای شروع یک کسب و کار اینترنتی فوق العاده هستش و جدا از این همه مسائل که مطرح کردم ، این نوع کسب و کار توی کشور ما یه حرفه ی جدید و نوپایی هست برای همین جای پیشرفت زیادی رو برای کسایی که وارد این عرصه میشن داره و میتونه یک سکوی پرتاب خیلی خوبی باشه.

یک کسب و کار اینترنتی کمک میکنه تا نیاز های افراد جامعه بر طرف بشه . همونطور که قبلا گفتم گستردگی توی این روش از کسب و کار محدود به شهر یا استان تو نمیشه ، این گستردگی کل کشور رو در بر میگیره و گاهای بیرون از مرز ها رو هم شامل میشه.

لِول (level) ها و سطوح متفاوت در اینترنت جایی برای کسب و کار و تجارت های کوچیک هستش. کسب و کار های کوچیک اینترنتی ، توانایی این رو دارن تا انقدر سریع پیشرفت کنن تا عملکرد کسب و کار ، قابلیت چند ملیتی پیدا بکنه . به تو گفته بودم هزینه های این نوع کسب و کار خیلی کم و ناچیزه و اگه بخوای سرمایه گذاری رو شروع بکنی از چیزی حدود ۰۸ هزار تومن میتونی شروع به سرمایه گذاری بکنی تا تقریباً ۲/۸۸۸/۸۸۸ تومن . چون فروش اینترنتی تو جهان رتبه ۱ رو به خودش اختصاص داده ، همچنین در کسب و کار اینترنتی نیازی به نیروی کار و مسائلی که توی کسب و کار سنتی هست نداری و خبری از خطراتی مثل سرقت و آسیب های فیزیکی هم نیست یا اینکه کمترین احتمال رو داره تا کسب و کارت از این نظر آسیب ببینه. تو کسب و کار اینترنتی کاربرها یا مشتری ها هر زمان و هر کجا ، امکان دسترسی به محصولات تو رو دارن و میتونن به صورت آنلاین از سایت تو خریدهای خودشون رو انجام بدن . در این روش از کسب و کار ، امتیازی که میتونه برای مشتری های تو داشته باشه اینه که نیاز های اونا قابل پیگیری هست ، پس تو میتونی طبق همین نیازهایی که مشتری داره محصولات خودت رو تولید و برای فروش عرضه بکنی و مسائلی مثل سفارشات مشتری و... در سایت قابل ثبت به صورت اتوماتیک و قابل پیگیری هست .

در فروش اینترنتی به واسطه ی سایتی که داری ، فرصت بیشتری داری تا درباره محصولات خودت با مشتری ها صحبت بکنی و بیشتر درباره ی محصولات به مشتری ها توضیح بدی تا اونا رو قانع و ترغیب بکنی تا از تو خرید داشته باشن برای مثال اگه تو بخوای توی زمینه ی تغذیه ی مناسب با برای پرورش اندام فعالیت بکنی ، میتونی برای اینکه فروش بهتر و بیشتری داشته باشی و از طرفی محصولات رو تکمیل و به مشتری های خودت کمک بکنی کنار محصولاتی که عرضه میکنی فایل تصویری حرکات ورزشی مناسب

برای عملکرد و سوخت و ساز بهتر ، رو تولید و برای فروش بذاری . این اقدامات باعث حس ارتباط بین تو و مشتری میشه و باعث وفا داری مشتری در کسب و کارت میشه و شاید همچنین مزیتی توی کسب کار سنتی نباشه یا خیلی کمترنگ تر از این روش کسب و کار باشه.

این روش کسب و کار در اصل فروش راحت و بدون درد سره چون با این روش تو خیلی راحت می تونی محصولات خودت رو تولید و به مشتری های خودت ارائه بدی

### قسمت ایده پردازی یا داشتن ایده

دوست خوبم بعد از این همه توضیحات ، اقداماتی هستن که برای رسیدن به موفقیت در این نوع کسب و کار باید انجامشون بدی.

اولین قدم توی کسب و کار اینترنتی که خیلی هم مهمه، داشتن ایده هستش.

بین دوست من کسب و کار اینترنتی دقیقا از همینجا شروع میشه!

این روزها استفاده بیشمار کاربران از اینترنت باعث شده تا کسب و کار سنتی آروم آروم کمترنگ تر بشه و افراد به طرف کسب و کار اینترنتی بیان . پتانسیل بالای پیشرفت توی این روش از کسب و کار ، باعث شده تا این نوع کسب و کار توی ایران هم رواج پیدا بکنه.

موقعی که حرف از کسب کار اینترنتی میشه افکار بیشتر افراد به طرف تولید و داشتن یک سایت سوق پیدا میکنه اما قبل از هر اقدامی باید نوع کسب و کار خودت رو مشخص و یک ایده ی ناب رو داشته باشی.

وقتی یه نگاهی به کسب و کاری که توی این کار موفق بودن بندازیم ، رمز و راز اونا رو فقط باید داشتن یک ایده ی خوب و بکر بدونیم ، حالا این ایده باید از کجا بیاد ، و تا جایی که به نتیجه برسه رو بهت توضیح میدم! برای ایده پردازی میتونی از این سه روش الهام بگیری و ازشون استفاده بکنی.

**روش اول استفاده از ایده های جدید و خلاقانه ای هست که به ذهن خودت خطور میکنه:**

در این روش برای رسیدن به یک ایده ی خوب باید از مغزت استفاده بکنی و یک مشکل رو توی دنیای اینترنت و وب حل بکنی.

همیشه فرصت یک نیاز ، برای هر کسب و کار هستش ، حالا اون کسب و کار چه سنتی باشه و چه مثل کسب و کار اینترنتی نو و مدرن باشه ، و اگه این نیاز رو آماده و فراهم کردی یعنی اینکه تو به یک ایده برای حل مشکلی رسیدی ، در حقیقت ایده های بکر و عالی همیشه کنارمون هستن . شاید تو همین مشکلات ریزی که هر روز با اونا سر و کار داری و اونا رو بر طرف میکنی.

میدونی کسب و کارهایی وجود داره که وقتی به نگاهی به گذشتشون بکنی ، میبینی که ایده ی این کسب و کار قبلا خیلی زیاد به فکر رسیده اما خیلی ساده ازشون رد شدی و حالا افسوس این رو میخوری که این ایده و کسب و کار رو میتونستی تو داشته باشی و صاحبش بودی.

اگه خواستی به ایده ی بکر و عالی داشته باشی کافیه فقط با دقت به اطرافت نگاه بکنی و به این فکر بکنی که چطوری به کار رو به جور دیگه انجام بدی یعنی نباید نوک بینی خودت رو ببینی و وسعت دیدت باید چند متر جلو تر هم باشه.

### روش دوم استفاده از ایده ها و سایت های خارجی هستش

این روش توی ایران خیلی رواج پیدا کرده و اگه به خورده به کسب و کار های اینترنتی نگاهی بندازی متوجه این موضوع میشی و میبینی بعضی افراد باهوش چطور از ایده های سایت های خارجی استفاده کردن و موفق هم شدن. وقتی غرب ایران رو تحریم کرد فرصت خوبی برای افراد باهوش پیش اومد تا با پر کردن جای خالی سایت های خارجی با سایت خودشون ، جدا از خدمات رسانی به جامعه ، از این فرصت طلایی به عنوان سکوی پرتابی برای خودشون استفاده بکنن. الان هم دیر نشده ، تو میتونی سایت های کم بازدید رو با به زاویه دید متفاوت برانداز بکنی ، شاید همین سایت های کم بازدید کلید موفقیت تو باشن ، شاید اصلا ایده ای که بهش رسیدی به چیز متفاوت از نمونه خارجی اون سایت باشه اما ممکنه هدف ایده ی تو و هدف اون سایت خارجی یکی باشه. فقط باید به نکته رو رعایت و بررسی کنی و از خودت این سوال رو بپرسی که ؟ آیا ایده ای که انتخاب میکنی با قوانین و مقررات کشور مطابقت میکنه یا نه؟ یا متناسب با موقعیت مکانی که کشور در اون قرار داره هست یا نه؟

### روش سوم استفاده از ایده های سایت های داخلی

خیلی وقتا میبینی که به نفر به کسب و کار اینترنتی رو به به روش بهتر و درست تر انجام میدن و از سایت قبلی هم موفق تر عمل کرده و سهم بیشتری رو توی بازار نصیب خودش کرده.

اینجا باید به ارزش پیشنهاد بهتری برای ارائه به مشتری داشته باشی یعنی باید از خودت بپرسی چه دلیلی داره که با وجود سایت موفق مثل سایتی که ازش ایده برداری کردی مشتری ها بیان و از سایت تو خدمات دریافت کنن یا محصولات تو رو بخرن؟ جواب این سوال میشه ارزش پیشنهادی تو.

برای مثال اگه به اپلیکیشن دیوار توجه بکنی دیوار زودتر از آپ شیپور منتشر شده بود اما شیپور هم وارد عرصه شد و کاربران زیادی رو جذب خودش کرد هر چند هر دو دارن توی یک سطح خدمات رسانی میکنن اما رقابت این دو اپلیکیشن تحسین بر انگیزه.

به غیر از این روش ها ، تو میتونی از روش های دیگ استفاده بکنی مثلا از مهارت و تخصص شخصی خودت برای ارائه خدمات کسب و کار خودت شروع بکنی ، خیلی وقتا مهارت فردی راز رسیدن به موفقیت

هستش ، فقط کافیه مهارت های خودت رو توی دنیای اینترنت به مردم ارائه بدی و سایت خودت رو تبلیغ بکنی.

همینطور تو میتونی از موضوعات داغ این روزها بهره بگیری و یک ایده ی ناب رو برای خودت بسازی ، با یه خورده تفکر تو میتونی به ایده های ناب و خوبی برسی که ممکنه نیاز افراد جامعه یا حداقل قسمتی از جامعه ای که توش زندگی میکنی باشه و ایده ی تو کلید حل مشکلات افراد باشه.

دوست من این رو یادت باشه هر کسب و کاری حتما نیاز نیست که از اول کار با ایده استارت بخوره ، همونطور که گفتم میتونی از فروش مهارت ها و تخصص خودت شروع بکنی و یادت باشه که اگه به ایده ای رسیدی و هیچ کاری انجام ندادی اصلا فایده ای نداره.

ایده یک مسئله ی مهم توی کسب و کار اینترنتیه و اولین فرمول برای رسیدن به هدف هستش . تو با ایده ای که خودت اون رو میسازی و با اجرای بدون نقص اون ایده ، آمادگی این رو پیدا میکنی تا با پیمودن زمان و تغییرات احتمالی ، ایده های خودت رو مطابق با شرایط آینده وقف بدی.

یه نکته رو درباره ی ایده های خودت باید بهشون توجه بکنی و اون ساده بودن ایده ها هستش و باید توانایی این رو داشته باشی تا پیش خودت اون رو توصیف بکنی.

ایده ی کسب و کار اینترنتی میتونه دریچه ای باشه به روی موفقیت و پولدار شدن تو ، چون این روزها مثل سابق کارآفرین بودن به این معنی نیست که تو یه شرکت یا فروشگاه درن دشت داشته باشی و به اصطلاح کسب و کار خشت و سیمانی راه بندازی تا قابلیت های خودت رو نشون بدی . شبکه جهانی اینترنت این فرصت رو بهت میده تا با کمک اون ، کسب و کار خودت رو با کمترین هزینه و شایدم بدون هزینه راه اندازی بکنی ، تو با استفاده از توانایی های مثبت خودت ، میتونی یک کسب و کار خوب و عالی رو برای خودت داشته باشی.

در ادامه چند ایده ی کسب و کار اینترنتی رو بهت توضیح میدم تا بیشتر با این کسب و کار آشنا بشی

## 1 – پرورش دهنده ی کسب و کار

اگه فکر میکنی علم و مهارت شخصی قابل توجهی در هر زمینه ی شغلی داری ، چه دلیلی داره تا نخوای یه کسب و کار راه بندازی تا پیروزی و موفق شدن رو به مردم و اطرافیان خودت نشون بدی . میتونی با تجربه ای که داری ، کمک زیادی به کسانی که دوست دارن تا در زمینه ی فعالیت تو شروع به کار کنن ، بکنی و همینطور به کسانی که قبل تر از تو وارد این حرفه شدن اما با شیوه ی نوین و امروزی این مهارت آشنا نیستن کمک بکنی تا از علم روز عقب نمونند . این کار رو میتونی با ارائه مقالات در مورد کسب و کارت توی سایت خودت و حتی شبکه های اجتماعی انجام بدی، مهارت و تجربه ی شخصی خودت رو به افراد نشون بدی و مشتری های زیادی رو واسه خودت پیدا بکنی.

## 2 - خرده فروشی بعضی از جنس های ویژه

کنترل یه فروشگاه که جنس های خاصی رو بری فروش داره علم و دانش ویژه ای رو میطلبه ، اگه همچین حرفه و دانشی رو بلدی ، می تونی با بر پا کردن یه سایت و فروش محصولات ویژه به افرادی که به این محصولات علاقه دارن کسب و کار خوبی را بندازی . برای هر محصول تولید شده در جهان یک فرد نیازمند در جهان وجود داره حالا این محصول چه فیزیکی باشه و چه دیجیتالی ، چه اسباب بازی بچه ها باشه ، چه فیلم آموزشی در رابطه با موضوعات مختلف . تو با استفاده از خدمات رسانی نوین در قالب وب سایتها همراه با آپشن های آنلاین ، هر وقت که دوست داشتی می تونی کسب و کار خودت رو راه اندازی بکنی . خیلی ها دوست دارن تا محصولات فیزیکی تو رو از طرف تو به مشتری ها برسونن که همین باعث میشه تا تو رو از داشتن انبار محصولات بی نیاز بکنه ، اگه بخوام مثالی رو در رابطه با این مسئله بزنم ، سایت معروف آمازون یا دیجی کالای خودمون بهترین گزینه میتونن باشن 3 - مشاور سوشال مدیا یا رسانه های اجتماعی

یکی از ایده های کسب و کار که طرفدار زیادی هم داره مشاوره ی بازار یابی توی شبکه های اجتماعیه. یه شرکت بزرگ برای اینکه از تکنولوژی روز دنیا عقب نمونه مجبور هست تا یک نفر رو به صورت پاره وقت و یا حتی تمام وقت استخدام بکنه تا کارهای مربوط به حساب های سوشال مدیا مثل فیس بوک و توئیتر و... رو انجام بده اما شرکت های کوچیک و یا متوسط مجبور هستن تا این طور کار ها رو خودشون انجام بدن . مدیران این نوع شرکت ها و کمپانی ها معمولاً به دلیل اینکه مهم بودن مسئله شبکه اجتماعی رو درک نکردن و یا اطلاعات کافی رو نسبت به این شبکه ندارن و یا انقدر سرگرم انجام فعالیت های مربوط به کسب و کارشون هستن ، دیگ وقتی برای شبکه های اجتماعی مربوط به کسب و کارشون رو ندارن و تو میتونی به عنوان یک مشاور به این افراد کمک بکنی تا بهترین تصمیم و برنامه ریزی ها رو در این رابطه بگیرن و یک مفهوم مناسب رو در رابطه با محصولات خودشون به مشتری ها در شبکه های مجازی ارائه بدن. هر چقدر بتونی فالور و دنبال کننده بیشتری جذب بکنی ، کسب و کار تو هم بهتر میشه.

## 4 - تولید و فروش کتاب های دیجیتالی

این روزا با دیجیتالی شدن کتاب ها تولید و نشر اون ، هم خیلی آسون تر شده و هم این کتاب ها بین مردم خیلی رواج پیدا کردن ، برای همین فرصت مناسبی هستش تا بتونی برای خودت یه کسب و کار خوبی رو راه اندازی بکنی . تو با استفاده از بازاریابی اصولی میتونی کتاب خودت رو توی هر زمینه ای که تولید کردی انتشار بدی.

## 5 - فروشگاه مجازی لوازم دست دوم

لوازم دست دوم حتی توی کشورهای پیشرفته هم طرفدارهای خودش رو داره تو میتونی با تولید یک وب سایت یا اپلیکیشن از مردم دعوت بکنی تا لوازم کار کرده ی خودشون رو به وسیله ی برنامه ی تو منتشر بکنن ، تا وقتی که برنامه ی تو معروف بشه و تو با ارائه خدمات ویژه به کاربران تلائی به درآمد زدایی برسی

### برای اینکه راحت به ایده سازی برسی ، مراحل اون رو به تو دوست عزیزم میگم:

قدم اول داشتن دفتر ایده هستش ، همیشه سعی کن یک دفتر چه ی ایده داشته باشی و ایده هایی که هر از گاه به مغزت خطور می کنه رو توی دفترچه ی خودت بنویسی . وقتی به ایده ی نسبتا خوب رسیدی میتونی از اون برای رسیدن به ایده های بهتر استفاده بکنی ، هر چیزی که به نظرت میتونه یه جرقه برای موفقیت تو باشه رو بنویس . جلسه های ایده پردازی تشکیل بده ، حالا موقشه که از رودخونه ماهی بگیری ، بذار تا ذهنت از این ایده به ایده ی دیگه بپره و ماهیگیری رو روی همه ی ماهی ها امتحان بکنه تا بتونه یه ماهی مناسب رو بگیره اما یادت باشه نباید از کوچیک ترین و نا مناسب ترین ماهی بگذری ، سعی کن بدترین ایده رو هم توی کاغذ بنویسی ایده ها رو هر شب یادداشت بکن و هر شب ماهیگیری بکن ، فردا هم باید ماهیگیری بکنی ، همینطور روزهای بد . قبل از این که قصد خوابیدن داشته باشی باید ایده های خودت رو نوشته باشی و صبح روز بعد باید اون ایده ها برنامه ی کاری تو باشن ، این کار به ذهنت جهت میده و باعث میشه تا ذهنت فعال تر بمونه. در مراحل نوشتن ایده ها ۶ ایده ی اول راحت تر به ذهنت میرسه اما ۲ تای آخری انرژی بیشتری رو ازت میگیره تا تو ذهنت بیاد - ایده هایی که به ذهنت میاد به صورت تصویر در بیار و نقاشی اونا رو بکش فقط یادت باشه اصلا مهم نیست که چقدر مهارت نقاشی داری این کار حتی میتونه یه سرگرمی برای تو باشه.

دنبال تجربه باش ، بدست آوردن تجربه های جدید وسعت دید تو رو بیشتر میکنه ، سعی کن با افراد خلاق در ارتباط باشی ، با کسانی که تاثیر گذاری مثبتی روی تو دارن، برخورد داشته باش و باهاشون یک شبکه رو تشکیل بده و ایده های خودت رو باهاشون تبادل بکن ، اگه احساس کردی میتونی باهاشون کنار بیای ، میشه حتی روی همکاری باهاشون حساب بکنی.

اگه بتونی ذهنت رو به یه دستگاه ایده سازی تبدیل بکنی میتونه زندگی تو رو از این رو به اون رو بکنه و اصلا مهم نیست که چقدر ایده پردازی تو خوب هستش یا اینکه شرایط این کار رو داری یا نه . خلاقیت احساس نیست پس اگه همه چی رو به راه نبود یک استراحت کوچیک بکن و دوباره از اول شروع کن.

حس رقابت پذیری



دوست من برای اینکه بتونی کسب و کار خوبی داشته باشی باید از حس رقابت بالایی برخوردار باشی ،  
برای رقابت کردی توی حوزه ی کسب و کار باید همه ی سعی خودت رو بکنی و همه ی تمرکزت رو روی  
رقابت با حریف های خودت بذاری.

خیلی از کسب و کارها در دوران فعالیت خودتون با مشکلات زیادی روبرو میشن که باعث درگیری ذهنی و  
جسمی میشه ، که توی این شرایط تو نباید روحیه ی خودت رو ببازی و باید حس رقابت رو توی وجودت  
پرورش بدی.

دوست عزیزم ، حس رقابت در کسب و کار های اینترنتی شکل بخصوصی به خودش گرفته.

همه ی افراد قوانین کسب و کارشون رو میدونن ، عملکردهای مختلف در بازار کسب و کار باعث شده تا  
کسب و کار رقابتی بین صاحبان کسب و کار ، بوجود بیاد. باید این رو بدونی شناخت رقبا توی هر کسب و  
کاری یکی از نکات اصلی رقابت هستش ، رقابت مثل یک دوره ی مسابقات فوتبالیه که باید توی هر دوره از  
مسابقات همه سعی تو به این باشه تا پیروز میدان باشی

اگه همچین حس رقابتی توی کسب و کار تو یا رقیبت نباشه ، مطمئن باش هیچ وقت پیشرفتی هم توی  
هیچ کدوم از رقبا نخواهد بود . شناخت رقبا یکی از ابزار های مهم در دنیای کسب و کار امروزی هستش و  
نیاز داره تا برای رسیدن به هدف ، اون رو به طور کامل درک بکنی. اینکه رقیب یا رقبا خودت رو بشناسی  
و چطوری باهاشون رقابت بکنی یه مسئله ی مهم و جداگونه هست

این جا باید یه سوال از خودت بپرسی و اون سوال اینه : رقیب من کیه؟

آیا همه ی کسانی که تو زمینه فعالیت تو کار میکنن رقیب تو هستن؟

آیا سطح همه ی رقیبات یکیه؟ رقبای تو دنبال چی هستن؟

محصولی که به مردم ارائه میدی بدرد کدوم یک از اقشار جامعه میخوره؟ قشری

که باعث سر و پا موندن کسب و کار تو میشه کدوم قشر از جامعه هستش؟

دوست من ، رقابت دلیل اصلی هر کسب و کاری که فکرش رو بکنی هستش ، اگه رقابتی نباشه خلایقیت و  
رشدی هم وجود نخواهد داشت ، اینکه بین صاحبان کسب و کار حس و انگیزه ی رقابت باشه میتونه دلیل  
رشد دو طرف و همینطور میتونه دلیل رشد اون صنف از کسب و کار باشه ، برای مثال میشه شرکت های  
اپل و سامسونگ رو توی زمینه ی تولید گوشی های هوشمند مثال زد که چطوری با هم رقابت میکنند تا  
بازار موبایل هوشمند رو توی جهان به اسم خودتون بکنن که نتیجه ای جز پیشرفت چشمگیر و روز به روز  
محصولات این دو کمپانی بزرگ رو هم در بر نداره.

از طرفی رقابت این دو کمپانی خدمت بزرگی به بشریت کرده و راحتی رو به مردم هدیه داده و مردم هم مدیون رقابت سر سخت این دو شرکت بزرگ هستن . یکی از دلایل پیشرفت شرکت های غربی ، انگیزه و حس برتری کمپانی ها نسبت به شرکت ها و کمپانی های رقیب هستش. اگه حس رقابتی بین صاحبان کسب و کار نباشه پیشرفتی هم وجود نخواه داشت و این مسئله باعث ک ند شدن سرعت پیشرفت بشر میشه.

پس باید به این مسئله پی برده باشی که رقابت سالم بین تو و رقبای تو چقدر مهمه و چه تاثیری روی پیشرفت در کسب و کار هر کسی داره ، فکر کن توی یه مسابقه شرکت کردی و بدون هیچ حریفی داری اون مسابقه رو انجام میدی . چه اتفاقی میفته؟ مطمئنا بدون هیچ انگیزه ای با کمترین سرعت راه خودت رو میری و هیچ پیشرفتی نه در تو و نه در سطح مسابقه وجود نخواهد داشت.

پس رقابت توی هر کسب و کاری یک فرصته و باید همیشه از رقابت درس های بزرگی بگیری

شاید از خودت بپرسی که چرا انقد تاکید میکنم که رقابت توی کسب و کار مهم هستش؟

\* رقابت ، تو وجود آدما ایجاد انگیزه میکنه تا از موانعی که پیش روشن هست عبور بکنن و به معیارهای شایسته ای در خور کسب و کارشون هست، برسن

\* رقابت ، مشوق اینه که بین خودت و بقیه افراد تفاوت ها رو پیدا بکنی و در نتیجه این تفاوت ها باعث شناخته شدن بین افراد و جامعه میشه.

\* رقابت ، باعث بوجود اومدن خلاقیت و نوآوری در تولید محصولات و همینطور منجر به ارائه محصولات و خدمات بهتر و با کیفیت تر در بازار کسب و کار میشه.

تو به عنوان یه مدیر کسب و کار امروزی ، باید در خصوص تصمیماتی که برای کسب و کار خودت میگیری تفکرات لازم رو انجام بدی و بعدش عکس العمل نشون بدی و هرچی سریع تر تصمیم خودت رو عملی بکنی.

تسلیم نشدن و صرف هزینه مالی و زمانی

دوست خوبم ، من خیلی وقته به این مسئله رسیدم ، که تنها راه رسیدن به رویاها ، استقامت ، تسلیم نشدن ، حرکت کردن و بی راهه نرفتن از مسیر هدفی هستش که در حال پیمودنش هستیم یا قصد پیمودنش رو داریم .

راستش اگه تو هم استراتژی درست و به جایی رو برای کسب و کار خودت به کار گرفته باشی ، برای رسیدن به هدفت فقط باید صبر کنی و صبر کنی و صبر کنی ! این رو در نظر داشته باش که توی مسیر طولانی ای قدم برداشتی و شکست همیشه توی دو قدمی تو هستش و ممکنه هر لحظه دچار شکست بشی.

بحث اصلی اینه که چطوری مسیر درست رو انتخاب بکنی و چه نقشه هایی برای رسیدن به هدفت داری؟ اما طی کردن این مسیر دقیقا مسئله ایه که بیشتر افراد توی زندگی شون از یاد میبرن ، پس استقامت و تسلیم نشدن هیچ وقت نباید فراموش بشه.

وقتی کسب و کاری رو شروع میکنی ، اول کار باید وقت زیادی رو برای کسب و کارت در نظر بگیری اما وقتی کارت حسابی گرفت و رونق پیدا کرد ، این کسب و کارته که برای تو وقت میذاره و برات کار میکنه . اونوقت دیگ وقت آزاد بیشتری داری ، دیگه کارای تکراری رو انجام نمیدی ، دیگه نگران این نیستی که از کارت اخراج بشی ، ارتباط بهتری با افراد موفق اطراف خودت داری و توانایی این رو داری تا بیشتر روی کسب و کارت تاثیر مثبت بذاری و مهارت هایی که توی نهاد های آموزشی مثل دانشگاه ها یاد نگرفتی رو یاد میگیری و مدام در حال کسترش کسب و کار خودت و یاد گیری مسائل جدید و کسب تجربه میشی. دوست خوبم ، چیزی که آدم های موفق رو از آدم های عادی جدا میکنه علاقه و پشتکار هستش . خلاصه بگم اونا هیچ موقع تسلیم نمیشن.

استقامت و صبور بودن خصوصیتی تو آدمای نیست که ثابت باشه . برای اینکه بتونی به موفقیت برسی باید استقامت داشته باشی.

بین دوست من ، تو فکر میکنی استعداد داشتن توی هر کسب و کاری چقدر مهمه؟ دو برابر استعداد توی کسب و کار استقامت و تسلیم نشدن اهمیت داره . این به اثبات رسیده که استقامت افراد توی کسب و کار خودشون تنها ویژگی اوناست که با موندن و کار کردن توی شغل و حرفه ی خودشون ارتباط مستقیم داره. استقامت توی هر کسب و کاری با علاقه شروع میشه ، یادت باشه اینکه تو بخوای به یه شغل علاقه پیدا بکنی و توی اون شغل دووم بیاری ، اصلا بوجود آوردنی و پیدا کردنی نیست . این یه اشتباه بزرگه که تو فکر بکنی کسی که عاشق شغلشه یه دفعه و در جا عاشق شغلش شده.

دوست من تلاش مداوم و پشت سر هم در طولانی مدت چیزیه که برای تسلیم نشدن توی کسب و کار خودت نیاز داری . استقامت توی کسب و کارهای مختلف بستگی به این داره که بدونی وقت و زمانی که میذاری و تلاشی که میکنی روی زندگی خودت و بقیه افراد چه تاثیری میذاره. باید اراده ی محکم و قوی ای داشته باشی که بتونی باهش آینده ی خودت رو بسازی ، جمله ی معروف هنری فورد موسس و بنیان گذار کمپانی معروف خودرو سازی فورد ، توی این مورد کاملا تطابق داره که میگه : «اگه فکر میکنی میتونی یا نمیتونی ، در هر صورت حق با تو هستش»

برای اینکه توی کسب و کار خودت موفق بشی به زمان نیاز داری ، حتما این جمله رو شنیدی که میگه همیشه رَه صد ساله رو به شبه رفت! اگه کسی بهت پیشنهاد یه شبه پولدار شدن رو میده حتما بهش شک بکن ، تو باید صبر داشته باشی و کسب و کاری که راه انداختی رو باور داشته باشی.

بعضی ها فکر میکنند اگه یه محصول آموزشی رو بخونن و مطابق آموزش اون محصول آموزشی عمل بکنن ، خیلی سریع پولدار میشن و به موفقیت می رسن ، اما مطمئنا حقیقت یه چیز دیگه هست . خیلی ها توی این راه شکست میخورن ، خیلی ها هم با مشکلات روبرو میشن و باهاش مبارزه میکنند ، چون افکار طولانی مدت دارن ، صبر میکنند و به مشکلات چیره میشن و پستی بلندی های کار رو پشت سر میذارن . تو باید بدونی که چی میخوای و میخوای به کجا برسی؟ بعد خوب کار بکنی و استقامت و صبر داشته باشی.

اگه دنبال این باشی که خیلی زود محصولات زیادی بفروشی و یه شبه پولدار بشی ، هیچ وقت نمیتونی توی کسب و کارت موفق باشی ، شاید چند میلیون هم بفروشی اما مطمئن باش فروش پایدار و ثابتی نمیتونی داشته باشی . تو باید فکر بلندی داشته باشی و کوتاه بین نباشی

بین دوست من ، کسب و کار اینترنتی شبیه مسابقات ماراتن هستش نه دوی سرعتی. تو نباید به ۳ و حتی ۶ ماه فکر بکنی ، تو باید به ۱ - ۴ و حتی ۵ سال فکر بکنی ، تو باید برنامه ریزی دقیقی داشته باشی . انتظار بازدهی یک ، دو ساله و شاید بیشتر رو داشته باشی اما مطمئن باش با صبر به هدف میرسی . دوست خوبم موفقیت هیچ وقت راحت نبوده ، من به شخصه تا حالا نشنیدم که کسی بگه موفقیت و میلیونر شدن راحتی.

خیلی از افراد توی کسب و کار خودشون موفق نمیشن ، چون هیچ علاقه ای به کار کردن ندارن ، اگه موفقیت برات مهمه باید با تموم وجودت ، برای رسیدن بهش تلاش بکنی. تو باید هر روز سعی خودت رو بکنی و روی هدفت تمرکز داشته باشی و به چند سال آینده فکر بکنی و همت ، تلاش و پشتکار خودت رو از دست ندی ، باید تو هر لحظه عطش رسیدن به موفقیت رو توی وجودت داشته باشی و همه ی انرژی و وقت خودت رو روی کسب و کار خودت بذاری ، این کاری هستش که آدمای موفق توی دنیا انجام میدن. تنبلی ، تلویزیون و چیزای مختلف دیگ رو بیخیال شو و از انجام دادن کارهای خودت طفره نرو . باید عادت های قدیمی رو کنار بذاری و به عادت های خوب و جدید عادت بکنی.

دوست عزیزم ، برای اینکه بتونی یه کسب و کار پر رونق و عالی داشته باشی ، باید ریسک کنی و از سرمایه گذاری نترسی ، بیشتر افراد از اینکه برای کسب و کار خودشون سرمایه گذاری بکنن میترسن ، برای اینکه یه محصول با محتوای عالی و خوب تولید بکنی باید هزینه ی قابل توجهی رو متقبل بشی . جالبه بدونی بعضیا هستن برای خرید یه محصول مثلا ۱۸ هزار تومنی خیلی سختشون میاد هزینه بکنن اما همون آدمای وقتی قصد تولید یه محصول رو دارن ، فکر این رو نمیکنن که مشتری میخواد به این محصول پول بده پس باید محصول با کیفیت و با محتوایی تولید بکنن ، تو باید خودت رو از این دسته جدا بکنی.

مثلا باید برای محصول خودت یه خورده بیشتر هزینه کنی و یه کاور مناسب تهیه بکنی . همین مسئله ی کوچیک باعث فروش بیشتر محصول میشه . باز هم میگم تو باید روی کسب و کار خودت هزینه بکنی حتی موقعی که کسب و کارت به سود دهی رسید ، باید سرمایه گذاری بکنی و نباید این کار رو بیخیال بشی. اگه یه در صد هم فکر میکنی که من اشتباه میکنم یه کسب و کار پیدا کن که اینطوری نبوده باشه از جدیدترین سایت بگیر تا ورزش ۳ - آپارات و دیجی کالا دارن روی کسب و کار خودشون سرمایه گذاری میکنن.

حتی اگه تو بخوای مغازه ای رو توی یکی از خیابون های شهر خودت افتتاح کنی، یا باید اولش پول داشته باشی، یا باید وام بگیری یا پول های خودت رو جمع بکنی و روی مغازت سرمایه گذاری بکنی تا به درآمدزایی برسی. پس توی کسب و کار اینترنتی هم باید هزینه بکنی ، محصولات آموزشی و محصولات دیگ تولید بکنی ، بازاریابی و سرمایه گذاری انجام بدی ، این کار برای کسب و کار تو ضروری هستش ، شاید اول راه پول کم بیاری اما این یه مسئله ی عادی هستش و ممکنه واسه هر کسی پیش بیاد ، اگه از دلت نمیداد که برای کسب و کار خودت هزینه بکنی بهتره اصلا کسب و کاری راه نندازی چون به نتیجه نمیرسه.

این اسف باره که بعضی از دوستان تمایلی ندارن تا هزینه ای برای کسب و کار خودشون بکنن ، تو باید برای خودت دامین و هاست ، بخری ، برای کسب و کار خودت لوگو داشته باشی ، اگه محصولات فیزیکی برای فروش گذاشتی باید مقدمات ارسال محصولت رو فراهم بکنی ، پس قبل از این که انتظار در آمد زایی داشته باشه باید پول خرج بکنی.

اگه پول نداری باید پول در بیاری ، ۷ روز هفته رو وقت داری ، توی مدت روز ۷ الی ۱۸ ساعت وقت کار کردن داری پس کار کن ، پول در بیار و چاله چوله های کسب و کارت رو پر کن. تو نباید سعی داشته باشی تا از هزینه هایی که برای کسب و کارت بوجود میاد کم بکنی ، چون باعث میشه یه مدت کار بکنی و با در آمد پایین مواجه بشی و همین دلیل کنار گذاشتن کسب و کارت باشه.

#### سایت click bank محصولات دیجیتال

سایت click bank یه سایت خارجی هستش که تو زمینه ی فروش محصولات دیجیتالی فعالیت میکنه که صفحه ی اصلی اون شامل چند تا اسلایدره و تو قسمت سمت چپ سایت دسته بندی موضوعات و کتگوری که مواردی مثل سرگرمی ، تجارت ، کامپیوتر و اینترنت و موضوعات دیگه رو توی خودش جا داده و در وسط صفحه ی اصلی سایت هم بنر هایی از محصولاتی که click bank در آینده قرار هست به محصولات خودش اضافه کنه رو قرار داده.

نحوه ی فعالیت کلیک بانک به این شکل هستش که ، کارکنان این سایت محصولاتی رو تولید میکنند و محصولات خودشون رو توی سایت برای فروش میذارن و اونا رو میفروشن که اکثرا به زبان انگلیسی هم هستش. و یا افرادی هستن که بصورت همکاری در فروش یا افیلیت مارکتینگ (Affiliate Marketing) توی این سایت فعالیت میکنند یعنی محصولات همکارن خودشون رو تو زمینه های مختلف کسب و کار اینترنتی ، رو توی سایت قرار میدن و به فروش میرسونن . با این روش هم تولید کننده محصول ، سود خودش رو میکنه هم کسی که محصول تولید شده رو توی سایت قرار داده . فعالیت توی این سایت برای کسی که بصورت همکاری در فروش کار میکنه خیلی سودآوری داره چون پورسانت و حق کمیسیونیه که کلیک بانک به کاربرای خودش میده چیزی بین ۲۸ تا ۵۸ درصده که خیلی برای کاربرای کلیک بانک به صرفه هستش ، همینطور این سایت یه منبع خوب برای بررسی موضوعی هست که قراره توی اون فعالیت بکنی.

تو میتونی بری تو قسمت افیلیت مارکتینگ و موضوعی که میخوای در اون فعالیت بکنی رو توی سرچ بار سایت جستجو بکنی و بررسی بکنی که چقدر محصولات توی اون زمینه تولید شده و به فروش رسیده؟

تو این بررسی رو میتونی توی سایت های داخلی مثل [ketabesabz.com](http://ketabesabz.com) ، دیجی کالا و سایت های مشابه انجام بدی و حتی میتونی این کار رو توی شبکه های اجتماعی مثل اینستاگرام و فیس بوک هم انجام بدی ، این کار رو باید با جستجو کردن موضوع مد نظر خودت توی صفحه ها و پیج های این شبکه ها انجام بدی . باید بررسی بکنی و ببینی توی اون حوزه چند تا پیج و صفحه ساخته شده و یا این پیج ها چقدر فالور و دنبال کننده دارن؟

صبا ویژن و الکسا (ALEXA)

صبا ویژن یه سایت از بچه های داخل کشور هست که کار اصلیشون در حوزه ی تبلیغات اینترنتی هستش که بزرگترین سایت توی این زمینه در ایران هست اما این سایت به چه درد تو میخوره ؟ بین دوست من ، اگه یه سری به قیمت تعرفه های صبا ویژن بزنی میبینی که به سه نوع تبلیغات اینترنتی اشاره کرده ، که به تبلیغات ویدئویی ، کلیک و بنری دسته بندی شده ، حالا اگه رنکینگ بازدید و تعرفه ی تبلیغات یه سایت معروف رو ببینیم ، بسته به نوع تبلیغاتی که قرار هست بررسی بکنیم ، سایت های پر بازدید رو چک میکنیم و بررسی میکنیم چه نوع حوزه ی فعالیتی ، توی سایت های پر بازدید ایران بیشتر تبلیغ کردن ، این کار کمک بزرگی به انتخاب حوزه ی فعالیت هر کسی که میخواد توی اینترنت کسب و کاری رو راه بندازه ، میکنه.

Alexa این سایت هم یک این سایت هم یک تحلیل گر بازدید کننده های سایت های جهان هست که بر اساس رنکینگ جهانی رتبه بندی شده . موسس این سایت دو نفر به نام های بروس گلیات و بروس کلر هستن که تو سال ۶۶ دهه ی ۶۸ پایه گذاری شد.

تو سال ۶۶ دهه ی ۶۸ میلادی این سایت رو شرکت آمازون خریداری کرد و همکاری هایی هم با گوگل و مایکروسافت داشتن.

این سایت بر اساس بازدید های ۳ ماه گذشته رتبه بندی میشه . در قدم اول الکسا یه میزان ریچ (Reach) و کل بازدید های هر پیج اینترنتی رو در یک روز حساب میکنه ، این معیار رتبه بندی الکسا هستش. حالا شاید از خودت بپرسی reach چیه؟ به میزان اندازه گیری (که با در صد حساب میشه) کل کاربرهای اینترنت در دنیا رو ریچ میگن

همونطور که گفتم هدف این سایت که وابسته به آمازون هم هست ، رتبه بندی سایت های جهان از نظر تعداد بازدید کننده هاست که با معیار ها و فرمول های خاص خودش این کار رو انجام میده.

اگه یه سایتی رو برای خودت درست کردی و کسب و کاری رو راه انداختی و خواستی توی الکسا رتبه ی خوبی داشته باشی اولین کاری که باید انجام بدی اینه که باید یه مدتی رو بین ۱ تا ۳ ماه صبر بکنی تا این مدت زمان از ثبت سایت تو بگذره تا الکسا بتونه از معیار های خودش نسبت به محاسبات سایت تو استفاده بکنه . هر چقدر بازدید از سایت تو بیشتر باشه ، سایت تو این شانس رو داره تا رتبه ی بیشتری رو توی الکسا داشته باشه ، پس هر چه قدر تونستی مطالب جالب و مفید توی سایتت منتشر بکنی همونقدر رتبه ی خوبی توی سایت الکسا خواهی داشت.

Similar sites.com (سیمیلارز سایتز) سایت های مشابه)

این سایت هم یه سایت مفید هست که میتونه کار های تو رو جلو بندازه . این سایت ، سایت های مشابه به هم رو به کاربرای خودش معرفی میکنه مثلا اگه تو میخوای یه سایتی شبیه سایت musicbaran رو پیدا بکنی ، توی سرچ بار این سایت آدرس سایت موزیک باران رو جستجو میکنی و سیمیلاز سایتز هم سایت هایی مثل رادیو جوان ، برف موزیک و سایت های مشابه به این سایت رو بهت معرفی میکنه . کار با این سایت خیلی ساده هستش در حدی که با چند تا کلیک ساده میتونی به چیزی که میخوای برسی و سایت های مشابه رو پیدا بکنی . فقط باید به یه نکته دقت بکنی که این سایت توی ایران فیلتر هست و تو برای استفاده از این سایت از vpn یا پروکسی استفاده بکنی .

اینجا بهت چند تا از پروکسی های خوب رو معرفی میکنم که اولیش psiphon هستش که از ip کشور های اروپایی و بعضی کشور های آمریکایی استفاده میکنه . hotspot پروکسی بعدی ما هست که از سرعت خوبی برخورداره ، free geat پروکسی بعدی هست که به دلیل داشتن کاربرای خیلی زیاد سرعت خوبی نداره و من زیاد بهت توصیه نمیکنمش ، و خیلی از فیلتر شکن های دیگ مثل تور بروزر ، آنپلاک سایت و خیلی از موارد دیگ که میتونه تو رو به استفاده از این سایت کمک بکنه.

آمازون Amazon

خب به احتمال زیاد اسم این سایت به گوشت خورده و گوشت با این اسم آشناست. این سایت بزرگترین سایت توی حوزه ی فروش محصولات دیجیتالی در حوزه ی بین المللی هست که از کتاب الکترونیکی گرفته تا موزیک و موارد دیگه رو برای فروش میذاره حتی محصولات فیزیکی مثل لباس کامپیوتر و محصولات دیگ ، یعنی این سایت نمونه ی تکمیل شده ی سایت کلیک بانک هست که خیلی خیلی توی کار خودش موفق هست. این سایت هم مثل سایت Click bank میتونه برای بررسی محصولات که توی حوزه ی فعالیت تو ، تولید و به فروش رسیده و برای بررسی رونق حوزه ی فعالیت کسب و کارت مورد استفاده ی تو قرار بگیره با این تفاوت که این سایت چون هم خیلی معروف تر و هم خیلی فروش بیشتر و بهتری داره میتونه نتیجه ی دقیق تری نسبت به کلیک بانک داشته باشه.

بذار یه تاریخچه ی کوچیک از شکل گیری این سایت رو بهت بگم شاید انگیزه ای برای تو بشه و چنین سایتی رو برای خودت توی ایران دست و پا کردی.

یک شرکت تجارت الکتریک کار خودش رو تو سال ۱۶۶۲ توی آمریکا شروع کرد و جف بزوس موسس این شرکت ، سایت آمازون رو هم در سال ۱۶۶۵ ایجاد کرد که اوایل فعالیت خودش رو با کتاب های آنلاین استارت زد . در حال حاضر توی آمازون جدا از اون محصولاتی که بهت گفتم که شامل دی وی دی و سی دی هم میشه ، حتی این سایت فروش محصولات دست دوم هم انجام میده که مشتری های مخصوص خودش رو توی سرتاسر دنیا داره . این شرکت بیشترین در صد فروش رو در دنیا داره و دلیلش هم استفاده از تکنیک همکاری در فروش هست که باعث شده کارهای زیادی رو به صورت مستقیم و غیر مستقیم ایجاد بکنه.

اما ایده ی این کار از کجا شروع شد ؟ وقتی جف بزوس درس خودش رو در دانشگاه تموم کرد ، توی چند شرکت شروع به کار کرد یکی از این شرکت ها فیتل بود که در زمینه ی پیاده سازی شبکه های کامپیوتری کار میکرد و بعد از اون توی شرکت shaw کار خودش رو ادامه داد . اما این چیزی که بزوس میخواست نبود . اینجا بود که یه ایده به فکرش رسید ، این زمانی بود که اینترنت با سرعت عجیبی توی جهان در حال رشد بود طوری که با بررسی هایی که انجام داده بود متوجه شد استفاده از اینترنت نسبت به سال قبل ۴۳ برابر شده ، اینجا بود که آمازون متولد شد ، این در حالی بود که هیچ سایتی تا اون لحظه کتاب الکترونیکی به فروش نرسانده بود.

برای نمونه ی داخلی هم سایت دیجی کالا رو میشه در نظر گرفت که کار آمازون رو توی ایران انجام میده با این تفاوت که کتاب الکترونیکی ای برای فروش نداشته ، شاید دلیلش کم بودن سرانه ی مطالعه در کشورمون باشه ، شاید هم سیاست کاری دیجی کالا هست که این کار رو انجام نمیده ای دی پی ال آر دات

کام id plr.com



محصولات plr چیه؟ اول از همه بگم که این کلمه مخفف و کوچیک شده ی private labeling write هست که به معنی برچسب نوشتاری اختصاصی یا همون حق کپی رایت اختصاصی هستش . حالا میرسیم به مفهوم محصولات plr ؟ بین دوست من ، یه سایت هایی توی دنیا وجود دارن که شروع کردن به تولید محصولات دیجیتالی مثل انواع کتاب ها ، فایل های صوتی ، حتی ویدئویی ، با موضوعات مختلف و اونا رو توی سایهون برای فروش گذاشتن ، اما با یه شرط و قوانین خاص که اگه کاربری اومد و این محصول رو خریداری کرد ، حق این رو داره تا مولف این محصول رو به اسم خودش نامگذاری بکنه.

محصولاتی رو که از سایت های پی ال آر میخری و برای فروش توی سایت خودت قرار میدی ، برای اینکه از تکراری بودن محصولت در دنیای اینترنت و کسب و کار اینترنتی به دلیل خرید کردن همون فایل توسط پهبخش دیگ جلو گیری بکنی ، حتما باید این فایل توسط خودت ویرایش بشه ، اطلاعاتی که خودت داری یا از جای دیگ بدست میاری رو بهش اضافه کن تا از تکراری در اومدن محصولت با محصول رقبای خودت جلو گیری بکنی.

چند نمونه از سایت های plr رو به تو دوست خوبم معرفی می کنم که دارن توی این کار فعالیت میکنن .

idplr.com و همین theplrstore.com , bigproductsstore.com, plrassassin.com

در این زمینه سایت فارسی ای وجود نداره یا اگر هم وجود داشته باشه کار خودش رو تازه شروع کرده و هنوز محصولات زیادی رو برای فروش نداره و باید حداقل یه سال کمتر یا بیشتر صبر کرد تا تکمیل تر بشه و محصولات متنوعی رو برای فروش داشته باشه.

اما سایت idplr.com ، این سایت ، یه سایت کامل از محصولات plr هست که در حال حاضر با ۲۶۱۵ تا کتاب ، ۰۶۷ تا نرم افزار ، ۰۷۷ تا ویدئو و بیش از ۱۸۸۸ تا عکس و گرافیک داره کار میکنه که میتونه مرجع خوبی برای کسی که میخواد در سطح بین المللی میخواد کار بکنه باشه . که اگه توی این سایت ثبت نام بکنی میتونی به تعداد محدودی از محصولات این سایت رو استفاده بکنی اما اگه به محصولات بیشتری نیاز داری باید اشتراک طلایی این سایت رو بخری که چیزی حدود ۱۵۸-۴۸۸ هزار تومن برای ۳ ماه ، ۳۵۸-۲۸۸ هزار تومان برای ۱ سال و ۲۸۸-۲۵۸ هزار تومن برای همیشه و مادامالعمر هزینه بر میداره ، که یه قیمت تقریبا مناسب ، برای کسی هست که دوست داره تو سطح خارج از کشور کار بکنه.

اگر هم خواستی از این سایت استفاده بکنی خیلی راحت مثل سایت های قبلی که توضیح دادم ، میای و توی قسمت سرچ بار موضوع مورد نظر رو جستجو و کتاب و محصول مورد نظر خودت رو دانلود و ازش استفاده میکنی . سایت های دیگه ای هم که معرفی کردم دقیقا همین کاربرد و همین روش استفاده رو دارن اما با تعرفه های متفاوت که اگه نیاز بود میتونی ازشون استفاده بکنی.

فایور دات کام fiverr.com

دوست خوبم اگه تو به هر دلیلی نخواستی از سایت های plr استفاده بکنی و از طرف دیگه خودت هم امکانات و شرایط ساخت محصولات شخصی خودت رو نداشتی اون موقع باید چه کاری انجام بدی؟

جواب این سوال پیش من هستش ، تو باید از سایت های فری لنسر استفاده بکنی . حالا سایت های فری لنسر چه نوع سایت هایی هستن؟ [Fiverr.com](http://Fiverr.com) یکی از سایت های فری لنسر هست ، این سایت ها افراد متخصص توی زمینه های مختلف رو استخدام میکنن و در اون زمینه سفارش کار دریافت میکنن مثلاً یه فرد متخصص در زمینه ی هوش مصنوعی رو استخدام میکنن و مقالات و کتاب های در زمینه ی هوش مصنوعی رو سفارش میگیرن و اون فرد متخصص مدت کوتاه این مقاله و یا کتاب رو به صورت اختصاصی به فرد سفارش دهنده تحویل میده . مزیت مهمیکه این سایت ها نسبت به سایت های plr دارن ، همونطور که از شیوه ی کاریشون مشخصه اختصاصی بودن محصولشون هست و محصول تولید شده به کس دیگه ای فروخته نمیشه و تو میتونی با خیال راحت و حتی بدون هیچ ادیت و ویرایشی این محصول رو توی سایت خودت به فروش برسونی.

خب سایت [fiverr.com](http://fiverr.com) هم مثل سایت های دیگه از یک سرچ بار تشکیل شده و دسته بندی و کتگوری هایی که در خودش جای داده . استفاده از این سایت خیلی شبیه به سایت های قبلی هست که بهت توضیح دادم ، همونطور که گفتم میای در قسمت سرچ بار موضوع مد نظر خودت رو سرچ میکنی و از میون صدها پیشنهادات مختلف فرد مورد نظرت رو انتخاب و به اون سفارش کار میدی ، فقط یک نکته رو باید در نظر بگیری ، تو باید از قسمت بیوگرافی هر فرد متخصصی که انتخاب میکنی ، باید چک بکنی و ببینی مشتری های این فرد چه امتیازی بهش دادن و رنکینگ رای مثبت اون فرد از طرف کاربرانی که قبلاً باهانش کار کردن چقدر هست ، باید با کسی کار بکنی که امتیاز بالایی داشته باشه.

سایت های فری لنسر دیگه ای که میتونم بهت پینهاد بدم ، سایت هایی هستن مثل [iwriter.com](http://iwriter.com) , [elance.com](http://elance.com) , [guru.com](http://guru.com) و ...

۴۲ ویزا آنلاین [Visiaonline24.com](http://Visiaonline24.com)

دوست عزیزم تا حالا به این فکر کردی که اگه بخوای از سایت هایی که بهت معرفی کردم ، حالا چه از سایت های plr و چه سایت های فری لنسر ، بخوای چیزی بخری یا محصولی سفارش بدی باید چطوری این کار رو بکنی؟

خب جواب ویزا کارت یا مستر کارت های مجاز هستش؟! ویزا کارت مجازی همونطور که از اسمش مشخصه کارت های مجازی هستن که برای استفاده ازشون ، توی قدم اول باید اونا رو از سایت هایی مثل [visaonline24.com](http://visaonline24.com) بخری وقتی این کار رو کردی ، ایمیل حاوی مشخصات کارت برای تو ارسال میشه ، که باهاتون میتونی از سایت های plr و فری لنسر خرید های خودت رو انجام بدی . اما تفاوت های این

کارت ها با کارت های فیزیکی که تو ایران استفاده میشن این هست که با ویزا کارت های مجازی همیشه از دستگاه های atm پول برداشت و یا از دستگاه های pos خرید کرد ، با این کارت ها فقط میشه از اینترنت خرید کرد . دلیل این مشکل هم عدم مجهز بودن شبکه بانکی ایران به سیستم پرداخت ویزا کارت یا مستر کارت هستش.

Visaonline24.com یکی از سایت های فعالیت در حوزه کارت های اعتباری مجازی هست که میتونی برای خرید از این کارت ها استفاده بکنی و با مبالغی که در سایت ویزاآنلاین ۴۲ هست ، کارت مورد نیاز خودت رو خریداری بکنی.

سایت دیگه ای که میتونم بهت معرفی بکنم visacardland.com هست که میتونی از اون استفاده بکنی یا اگه این دو سایت باب میل نبوده میتونی با یه سرچ ساده توی گوگل سایت مورد نظر خودت رو پیدا بکنی.

هاست و دامین - سایت abtin web

دوست من برای اینکه تو بتونی یه کسب و کار خوبی رو داشته باشی باید یک سایت خوب داشته باشی و برای اینکه یه سایت مناسب برای کسب و کارت راه بندازی نیاز هست تا هاست و دامین تهیه بکنی.

هاست و دامین چیه؟ اگه برای اولین بار هست که داری این دو عبارت رو میشنوی؟! باید مفهوم این دو عبارت رو بدونی چون دونستن این دو عبارت که چی هستن و به چه کاری میان خیلی ضرورت داره ، چون رابطه ی مستقیم با راه انداختن یه سایت داره که نیاز اصلی کسب و کار اینترنتی هستش.

قبل از هر چیزی بهت دامین یا دامنه رو توضیح بدم : دوست من به آدرس های سایت های مختلف دامین میگن مثل [www.modikar.com](http://www.modikar.com) که دامین سایت modikar.com هستش ، پس هر سایتی با یه اسم مشخص میشه که به اسم اون سایت دامین یا دامنه میگن.

اگه یه نگاهی به آدرس سایتمون [www.modikar.com](http://www.modikar.com) بکنی .com . پسوند سایت ما هست اما اگه به <http://modikar.com/sites/353/audio/kharposht.mp3> دقت بکنی kharposht اسم فایل دانلودی ما هست و mp3 . پسوند فایل صوتی ما ، اما .com . پسوند دامنه ی سایتمون هست . پس هر دامنه شامل ۴ قسمت مجزا میشه که اولی اسم دامین و دومی پسوند دامین هستش.

حالا هاست چیه ؟ دوست خوبم هیچ با خودت فکر کردی که ، اگه یه سایتی رو طراحی کردی و خواستی کسب وکار خودت رو راه اندازی بکنی ، فایل هایی که قراره بعد از تولید برای فروش توی سایت خودت بذاری کار برای سایت تو باید این فایل ها رو از کجا بردارن؟ به نظرت این شدنیه که اونا به سیستم تو متصل بشن و اون فایل ها رو از توی کامپیوتر شخصی تو دانلود بکنن؟ همونطور که عقل حکم میکنه و جستِ میگه این منطقی نیست ، پس باید جایی باشه تا فایل ها رو توی اون بذاری و اون جایی نیست جز هاست. پس هاست به فضایی توی اینترنت گفته میشه که داده ها و اطلاعات در اون نگهداری میشن و اطلاعات در اون

ذخیره میکنن ، در اصل ، هاست یه کامپیوتر قدرتمند با تجهیزات منحصر به فرد خودش هست که اطلاعاتی که در اینترنت وجود داره در اون قرار داده میشه . چند نوع هاست وجود داره که نیازی نیست که اون ها رو بدونی اما اگه دوست داشتی میتونی یه سرچ ساده توی گوگل بزنی و در موردش بیشتر بدونی.

حالا برای اینکه توی اینترنت هاست یا فضا داشته باشی ، باید اون رو تهیه کنی . از کجا باید این کار رو کنی؟

از طریق سایت هایی که کارشون فروش هاست هستش ، [www.abtinweb.com](http://www.abtinweb.com) یکی از اون سایت ها هست که کارش فروش هاست و دامینه . این سایت یه سایت داخلی هست که میتونی با وارد شدن تو این سایت ، وارد قسمت ثبت دامنه بشی و بعد از چک کردن قیمت ها و تعرفه هایی که در اختیار کاربرای خودش گذاشته . نوع دامین خودت رو انتخاب کنی که میتونه [.net.com](http://.net.com) ، [.ir](http://.ir) و کلی دامین با پسوند های مختلف باشه اما چون کار تو تجارت هستش باید دامین [.com](http://.com) رو تهیه کنی ، چون که این پسوند مخصوص سایتهای تجاری هستش و سایت تو هم قرار هست تحت عنوان یه سایت تجاری ثبت بشه .

در ادامه روی دکمه یا گزینه ی جستجوی دامنه کلیک میکنی و وارد صفحه جدید میشی و توی صفحه ی جدید داخل قسمت تکس باکس اسم سایت خودت رو وارد و تو جعبه داشبرد صفحه هم ، پسوند سایت خودت رو انتخاب میکنی و با کلیک کردن روی دکمه ی جستجو دامین انتخابی تو ، توسط آبتین وب بررسی میشه و با پیغامی که بهت نشون میده میگه که آیا این دامین قبلا توسط شخص دیگه ای رزرو شده یا نه اگه رزرو شده بود باید یه اسم دیگه انتخاب کنی اگر هم که نه خب وارد مرحله ی بد میشی که پر کردن فیلد مشخصات و پرداخت وجه قابل پرداخت هست که با کارت های اعتباری بانک های ایران هم میشه هاست خودت رو خریداری کنی

سایت های دیگه ای که میتونی ازشون هاست خریداری کنی سایت هایی مثل [tehranhost.com](http://tehranhost.com) ، [mihanwebhost.com](http://mihanwebhost.com) و خیلی از سایت های دیگه هستش که میتونی ازشون هاست مورد نظر خودت رو خریداری کنی.

سایت میلر لایت (خلاصه وار) [mailerlite.com](http://mailerlite.com)

خب میلر لایت چیه؟ میلر لایت یه سایت ایمیل مارکتینگ هستش که باهاش میتونی برای اطلاع رسانی به کاربرای خودت در مورد محصولات ، خبرها و... ازش استفاده کنی ، خبر خوب اینکه که استفاده از این سایت با تعداد ۱۸۸۸ ایمیل و کاربر رایگان هستش.

میلر لایت یه بیانیه داره که میگه : در حال حاضر میلر لایت بهترین و ارزان ترین نرم افزار ایمیل مارکتینگ هستش که نسبت به رقیب های خودش خیلی بهتره ، اون میگه سرویس بررسی ایمیل مارکتینگ گوگل رو

و قیمت هایی که بقیه شرکت های مرتبط برای ارسال خبر نامه های ایمیل اعلام کردن رو مقایسه بکنین و خودتون در مورد استفاده از میلر لایت تصمیم بگیرین.

میلر لایت از ۵ زبانه ی اصلی تشکیل شده که اولین گزینه از چپ داشبرد هست که صفحه ی اصلی ما هستش و کاری جز تکمیل پروفایل و مشخص کردن دامین سایت کار ، دیگه ای نمیشه باهاش کرد . گزینه ی دوم کمپین هستش که تو این قسمت گروه هایی که قرار هست برای اون ها ایمیل ارسال بکنی ، مشخص میشن مثلا اگه تو ۵۸۸۸ تا ایمیل داری و قرار هست به ۴۵۸۸ تا از این ۵۸۸۸ کاربر خودت ایمیل ارسال بکنی اون ۴۵۸۸ نفر رو از این قسمت میتونی مشخص بکنی . زبانه بعدی سابزکرایبرز هستش که در این قسمت تو میتونی لیست ایمیل خودت رو وارد بکنی مثلا همون ۵۸۸۸ ایمیلی که جمع آوری کردی رو تو این قسمت باید با ۳ روش که در ادامه به طور مفصل بهت توضیح میدم وارد میکنی. قسمت وب فرم هم برای ایجاد کردن فرم ایمیل یا ایمیل هایی هست که برای کاربرای خودت که همون ۵۸۸۸ تا ایمیل جمع آوری شده هست میفرستی ، که این امکان رو بهت میده تا هر ایمیل رو به صورت جداگانه طراحی بکنی . آخرین گزینه همگزینه ی اتو میسین هست که از این قسمت میتونی زمانبندی ایمیل های ارسالی رو برای کاربرای خودت انجام بدی ، مثلا هر هفته روز های جمعه ساعت ۱۸ شب یه ایمیل به همه ی کاربرای خودت ارسال بشه. که همونطور که گفتم در ادامه این آپشن ها رو به طور کامل بهت توضیح میدم .

طبق گفته های قبلی من میلر لایت یه جور بازاریابی مستقیم هست که فرستادن ایمیل واسطه ی این بازاریابیه . با این کار میشه هر نوع کالا چه دیجیتالی و چه فیزیکی رو به افراد معرفی کرد ، اهمیت این رو شش بازاریابی رو از اینجا میشه درک بکنی که بفهمی تو سال ۴۸۸۶ شرکت ها و کمپانی های آمریکا ۲۸۸ میلیون دلار برای این کار هزینه کردن.

#### آموزش بازاریابی

دوست عزیزم بازاریابی و فروش یه مسئله ی مهم در قسمت فروشفروش کسب و کار های مختلف هستش. توی بازار یابی اینترنتی جدا از این که باید خیلی ساده و رو راست باشی ، باید با کمترین هزینه بهترین فید بک رو داشته باشی . ابزار هایی که با بازاریابی در ارتباط هستن هر کدومشون به صورت جداگونه میتونن تاثیر به سزایی توی بهتر شدن کسب و کار و بازاریابی تو بکنن ، این ابزار ها چیزی نیستن جز سایت ، ایمیل مارکتینگ ، سوشال مدیا و آپ ها تلفن های هوشمند . توی این دوره و زمونه ، هر کسی دیگه میدونه اگه بخواد تو کورس رقابت بازار بمونه حالا هر بازاری که باشه چه اینترنتی و چه سنتی ، باید خودش و کسب و کار خودش رو با تبلیغات بازاریابی ، فروش و اینترنت اجین بکنه .

بذار یه جور دیگ بهت بگم ، بدون بازاریابی کسب و کار تو بی روح و پوچه ، این روزا کمتر کسی هست که اهمیت این مسئله ی مهم رو انکار بکنه ، شبکه های اجتماعی و استفاده ی آسون و کم هزینه ازشون ، مدیرای کسب و کار های بزرگ رو به فکر بازاریابی توی دنیای مجازی انداخته . این روزا دیگه افراد خیلی

کمی هستن که حساب اینستاگرام نداشته باشن یا از تلگرام و فیس بوک استفاده نکنن ، حتما یادته که همین چند سال پیش اگه میخواستی دنبال چیزی بگردی باید در دسر های زیادی رو متحمل میشدی . تنها راه حل مسئله ارتباط دهان به دهان یا نهایتا ارتباط با مخابرات و گرفتن شماره ۱۱۰ بود . اما الان کافیه تا یه سر به گوگل بزنی و اطلاعات هر چی رو که دوست داری رو توی چند دقیقه بدست بیاریشون ، مثل آدرس ، خدمات و نظرات افراد مختلف درباره ی مسائل مختلف در فروم ها . دوست من همونطور که میدونی دنیا لحظه به لحظه در حال تغییر هستش و کسی میتونه توی کار خودش موفق باشه که خودش رو با شرایط روز وفق بده ، این که بتونه خودش رو با شرایطی که در آینده بوجود میاد زودتر هماهنگ بکنه و یا مهمتر از اون بتونه شرایط رو به حالتی که خودش دوست داره در بیاره.

تو فکر میکنی هنوزم بنر های خیلی بزرگ که توی خیابونا نصب میکنن ، توجه آدمها رو جلب میکنه ؟ به نظر من اینطوری نیست چون دیگه این روزا همه سرشون توی گوشی های خودشونه . این رو انکار نمیکنم که این بنر ها تاثیر غیر مستقیم خودش رو میذارن اما حرف من اینه مخاطب دیگ مخاطب چند سال پیش نیستان دیگ با یه مخاطب هوشمند طرف هستی.

همه ی این بحث ها در رابطه با کسب و کارهای تازه تاسیس و کوچیک شباهت های زیادی دارن ، کسب و کارهای کوچیک دنبال این هستن تا توی بازار اسمی در بیان اما نمیتونن هزینه های سنگین تبلیغات و بازاریابی رو متحمل بشن چون توانایی مالی این کار رو ندارن برای همین دنبال این هستن تا بجای تبلیغ کردن ، دنبال توجه مخاطب از خرید محصول خودشون و تحریک اونا ، برای خرید محصول و خدمات کسب و کارشون هستن. به نظر تو اگه استفاده از روش های قدیمی رو کنار بذاری و از روش های مدرن و امروزی استفاده بکنی بهتر نیست؟

بهتر این نیست بررسی بکنی و ببینی چه چیز با ارزش توی کشور و فرهنگ ما وجود داره تا در معرض دید قرار بگیره ؟ بهتر نیست ببینی مذاق مردم شهر و کشورت چیه؟ به نظر تو بهتر نیست تا یک بانک ایمیل از کاربرانی که به نوع فعالیت کسب و کار تو علاقه مند هستن داشته باشی؟

تو باید هر وسیله و ابزاری ممکنه که در اطراف هست رو مد نظر داشته باشی و با اونا یک منبع در آمد برای خودت درست بکنی . شاید توی مراحل اولیه ی این پروسه به چیزی که انتظار داری نرسی اما صبر و استقامت تو در کسب و کارت باعث میشه به موفقیت هایی برسی که شاید تا الان هم به فکر نرسیده باشه .

کسب و کار خودت رو راه اندازی بکن ، بازاریابی اینترنتی انجام بده چون این کار میتونه خیلی از چیز هایی که در بحث بازاریابی و تبلیغات لازم داری رو رفع بکنه . این روز ها کسب و کار های اینترنتی روز به روز در حال پیشرفت هستن ، برای همین بازاریابی اینترنتی به یک بخش اصلی در این زمینه تبدیل شده.

## تکنیک های بازاریابی

دوست من ، تکنیک های فروش در بازاریابی ، تکنیک هایی هستند که بهت کمک میکنند تا بتونی بهتر و راحت تر بفروشی.

این روزها ما در دنیایی زندگی میکنیم که تحولات خیلی زود با گستردگی زیادی در حال تغییر هستند . این طور که از وضعیت کسب و کار دنیا مشخصه . کسب و کار جهانی در حال وارد شدن به مرحله ای هست که رقابت بین صاحبان کسب و کار به مرحله ی سخت خودش میرسه.

مسئله ای که خیلی ها اون رو درک کردن اینه که اگه کشوری نتونه به هر دلیلی کسب و کار خودش رو با کسب و کار مدرن خودش رو وفق بده ، در آینده ای نزدیک از گردونه ی رقابت ها حذف میشه و خیلی از فرصت های کسب و کار رو به نفع رقبا از دست میده.

از سال های طی شده ی ابتدای تاریخ تا همین امروز فروشنده هایی هستند که ماهیت قلبی دارن و دنبال این هستند تا با فریب و کلاهبرداری مشتری ها رو مجبور به خرید محصول یا ارائه ی خدمات بکنن . وظیفه ی یهفروشنده ی حرفه ای اینه که به قدری ای کیوی بالایی داشته باشه و انقدر سماجت به خرج بده تا افراد رو مجبور بکنه تا اون چیزی رو که نمی خوان که همون خرید کردن هستش بکنه ، اوضاع رقابتی بین کمپانی ها و شرکت های مختلف ، کمپانی ها رو وارد کرده تا با مسئله ی فروش محصولات خودشون به طرز جدی برخورد بکنن و از فروشنده های خبیره برای فروختن محصولاتشون استفاده بکنن . این روزها افراد دیگه مثل قبل دوست ندارن تا با یه فروشنده ی فیس و افاده ای و کسی که فقط به فکر جیب خودش در ارتباط باشن و لحظه به لحظه بهشون مشاوره بدن. تو وقتی داری بازاریابی میکنی پس قصد فروش چیزی رو داری برای همین باید تعریف فروش رو بدونی : فروش عاملی در زیر مجموعه ی بازاریابی هستش ، فروش آخرین قدم در پروسه ی بازاریابی هستش اما اگه از یه زاویه ی دیگه به این مسئله نگاه کنی ، نقطه ی شروع یه رابطه ی بلند مدت با مشتری. اگه تو بخوای بین تو و مشتری یه رابطه شکل بگیره و دوام طولانی مدت داشته باشه باید همه ی پروسه ی عملیات ، مهندسی بشه.

فروش یه رابطه ی دو طرفه بین نماینده ی شرکت یا صاحب کسب و کار و مشتری هستش و ارتباط دوم در این وسط برگشت مشتری به شرکت و خرید مداوم اون از شرکته . وظیفه ی فروشنده اینه که بتونه نیاز مشتری رو بشناسه و نیاز مشتری رو با محصول ، یا خدمات شرکت ست کنه و سعی بکنه تا مشتری باز هم برای خرید به شرکت سر بزنه.

مراحل فروش محصولات اینطوری هستش برای این که تو ذهنت بمونه میتونی اونا رو یادداشت بکنی چون خیلی مهمه : \* جستجو و پیدا کردن مشتری \* مرحله ی قبل از رویارویی و یا تماس با مشتری \* مرحله ی تماس یا ارتباط با مشتری \* معرفی محصول \* بر طرف کردن مشکل \* پاسخگویی مناسب به اعتراضات احتمالی مشتری \* بستن قرار داد \* پیگیری بعد از فروش

طبق قانون ۴۸ / ۰۸ برآیند تریسی ، حول و هوش ۰۸ درصد محصولات رو تنها ۴۸ در صد از مشتری های تو می خرن . یعنی اینکه اگه تو فقط ۱۸۸ تا مشتری از مشتری های مختلف داشته باشی فقط ۴۸ نفر از اونا ۰۸ درصد از درآمد تو رو تامین می کنن . پس باید برای این ۴۸ درصد مشتری وقت بیشتری بذاری ، با اونا در ارتباط باشی و حتی ارتباط خودت رو با مشتری های قبلی حفظ بکنی.

به طور معمول فروشنده ها خیلی زیاد حرف میزنن اما فروشنده های خوب سوال های به جا و در ست میپرسن ! پس تو هم باید کاری بکنی تا سوالاتی رو از کاربران خودت بپرسی و به جواب هاشون برسی. تو باید تمام سعی خودت رو بکنی تا ۷۸ درصد به حرف های مشتری های خودت گوش بکنی و فقط ۳۸ درصد سوال بکنی ، باید فکر و ذکرت کمک به مشتری باشه نه چیز دیگ . این رو یادت باشه ، فقط فروشنده های آماتور هستن که خیلی زود قیمت رو به مشتری اعلام میکنن ، در برخورد اولیه مشتری قیمت محصول تو رو میپرسه . وقتی مشتری با رفتارش به تو «نه» میگه : از لحاظ روانشناختی معامله رو قطع نمیکنه بلکه ازت اطلاعات کامل تر و بهتری میخواد.

دوست عزیزم ، فروش یه نوع کمک به افراد هستش که باعث میشه افراد بتونن زندگی راحت و بی دردسری رو داشته باشن ، توی این سالها نحوه ی فروش محصولات مختلف تغییرات زیادی کرده ، همینطور نحوه ی رقابت کسب و کارها هم مثل نحوه ی فروش ، تغییرات چشمگیری داشته و کلی تغییرات دیگه که باعث شده یه بازار و کسب و کار مدرن بوجود بیاد ، اگه کسی دوست داره تا مشتری های بیشتری برای محصولات خودش داشته باشه باید باهوش باشه.

رقابت در بازاریابی همیشه و هر کجا و در هر سبکی نیاز به آموزش و تمرین مداوم داره ، در غیر اینصورت باعث شکست خوردنت از طرف رقبای خودت میشی . اگه کسب و کارت هر روز وضعیت بهتری پیدا نکنه پس مطمئنا وضعیت بدتری پیدا کرده ، برای همین جز شکست خورده ها میشی.

تو فکر میکنی سال بعد دنیای کسب و کار به چه شکلی در میاد ؟ چطوری باید خودت رو آماده ی این بکنی تا سال بعد بتونی یه بازاریابی خوب داشته باشی.

در اواخر سال ۶۵ هستیم ، اینجاست که کم کم پیش بینی هایی به ذهنت میرسه که سال بعد بازاریابی به چه شکلی در میاد ؟ چه بلایی سر کسب و کارها میاد ؟ تو باید یه برنامه ریزی خوب برای بازاریابی کسب و کار خودت بکنی اگه فکر میکنی که سالی که گذشت یه سال هیجان انگیز در زمینه ی کسب و کار بود؟ بشین و ببین که سال جدید چه اتفاقات نو و تازه ای میفته.

من اینجا ۱۸ روش بازاریابی اینترنتی رو بهت آموزش میدم که خیلی کمک میکنه تا بتونی یه بازاریابی خوب داشته باشی.

۱ - ویدئو های ساخته ی خودت که مفهوم جدیدی داره.



بین دوست من ، به ویدئوی خوب نیاز داره تا مفهوم و محتوای خوبی داشته باشه تا بیننده ی خودش رو به طرف خودش جذب کنه . ویدئوهایی که شرکت های بزرگ مثل Samsung و dove و بقیه ی شرکت ها ، همیشه طرفدارهای خودشون رو داشتن ، تو هم باید از این ویدئو ها الگو بگیری و ویدئوی خودت رو تا حد ممکن با کیفیت بالا تولید کنی . مثلا موزیک ویدئوهای خواننده ی معروف زن آمریکا Shakira که در دوران برگزاری جام جهانی ۴۸۱۲ پخش شد به ویدئوی عالی از همه نظر بود ، چه رنگ ، چه محتوای داستانی و پیامی و چه خود موزیک خلاصه همه چی عالی بود . چون بیشتر افراد از این ویدئو ها استفاده میکنند تو هم باید سعی کنی تا ویدئوی خودت رو با الگو گرفتن از این ویدئو ها بسازی . در واقع توی ویدئو های خودت چیزی رو بیان کنی که مختص برند و کسب و کار تو باشه.

## ۲ - ویدئوهایی با داستان خاص

این روزها بازاریاب ها خیلی روی تبلیغات ویدئویی هزینه میکنند و همینطور انتظار میره این هزینه ها تویسال جدید بیشتر هم بشه ، در حال حاضر روی محتوای ویدئوهای تبلیغاتی کسب و کارها سرمایه گذاری زیادی انجام میشه . کمپانی بزرگ مایکروسافت ویدئوهای زیادی درباره ی برند استوری یا همون داستان شکل گیری برند خودش ساخته ، شرکت اپل هم ویدئوی جدید و خلاقانه ای ساخته و همینطور کمپانی های net e porter و airbnb سایت های خودشون رو به شکل مجله در آوردن . همه ی این کارها و فعالیت های تبلیغاتی از طرف کمپانی ها فقط به دلیل داره اون هم محبوب کردن برند خودشون بین مردم هستش.

## ۳ - بازاریابی ای که توی اون مشتری ها با گوشی های هوشمند به سایت ها دسترسی دارن.

شاید با خودت بگی این گزینه نباید جز این ۱۸ روش باشه . خیلی از تحلیل گرای بازاریابی بر این باورند که صاحبان کسب و کار در آینده ی نه چندان دور باید روی این روش بازاریابی بیشتر فکر بکنن اما من میگم همین الانش هم دیر شده و باید همین الان بهش رسیدگی بشه و توانایی خودشون رو توی این زمینه تقویت بکنن ، چون هرروز به کارهای تلفن های هوشمند اضافه میشه.

معاون قسمت بازاریابی وب ترندز هم با این روش مخالفتی نداره و عنوان کرده : حالا که بازاریاب ها مجبور هستن تا به کاربرایی که از به صفحه ی ۵ اینچی دارن تبلیغات رو میبینن ، پیام خودشون رو برسوندن باید به پیام مختصر و مفید رو انتخاب بکنن.

دوست من ، این نکته رو در نظر داشته باش که بهترین روش های تبلیغات ، یا هنوز شکل نگرفتن یا در حال شکل گیری هستن پس توی این بازه ی زمانی باید تعیین کنی که کدوم روش تاثیر زیادی داره و کدوم روش تاثیر کمتر یا حتی اصلا تاثیر نداره

## ۴ - بازاریابی همزمان ( بازاریابی که طبق اتفاقات روز صورت میگیره)

وقتی که عکس سلفی (الِن دِجِنِرِز) ellen de generes ( کم‌دین و مجری لِد نایت شو معروف تلویزیون آمریکا ، در مراسم اسکار سال قبل رکورد خیره کننده ای رو در توئیتر به اسم خودش ثبت کرد . بازاریاب های خبره و باهوش به این فکر افتادن که بازاریابی رو از یه زاویه ی دیگه نگاه بکنن . چند مدت بعد سلفی های خیلی زیاد از افراد مشهور جهان در توئیتر آپلود شد که حتی به ممنوع شدن این کار از طرف دولت آمریکا هم رسید. دلیل ممنوعیت این کار چیزی جز تبلیغات ناخواسته ی برند ها نبود اما برند های معروف جهان قبلا در مراسمات مهم مثل جام جهانی و مراسمات مختلف دیگ تبلیغات خودشون رو انجام داده بودن که نتیجه بخش هم بوده . پس باید از این امکانات نوین استفاده بکنی و پیام و شعار مناسب برند کسب و کار خودت رو در قالب حوادث روز به مردم و افراد مختلف معرفی بکنی تا باعث دیده شدن هر چی بهتر کسب و کارت بشه.

اگر چه فکر میکنی از این روش ها زیاد استفاده شده اما live instgram یا live tweeting میتونه یهگزینه ی خوب برای تو باشه ، مثل همه بازاریاب های روز که دارن از این روش استفاده میکنن.

**۵ - بازاریابی ای که خصوصی هستش و شخصی سازی شده و نیاز همه ی مشتری ها رو در نظر گرفته.**

از این روش در قالب تکنولوژی دیجیتال استفاده میشه ، در آینده هم از این نوع تبلیغات بیشتر میبینی . این روش میتونه در مشخص کردن موقعیت های جغرافیایی که قصد داری تبلیغات خودت رو انجام بدی ، مورد استفاده قرار بگیره ، تا توانایی پاسخگویی چیز هایی که مشتری ها نیاز دارن رو داشته باشی.

**۶ - مثبت بودن**

چند سال قبل شرکت هواپیمایی جت بلو(jetblue) و فروشگاه آنلاین کفش زاپوس(zappos) یه مسابقه ی تلویزیونی تحت عنوان happist travel day یا همون شادترین روز سفر رو ساختن که جایزه های خیلی زیادی رو به شرکت کننده ها میدادن . بعد از اون یه شرکت هواپیمایی دیگه به اسم westjet یه ویدئو به اسم اعجاز کریسمس بیرون داد که باعث افزایش روحیه سخاوت و بخشندگی در بین مردم میشد . آنالیزر ها و تحلیل گر ها هر چی بیشتر تحقیق میکردن که ببینن چی باعث دست به دست شدن این ویدئو ها بین مردم میشه و خیلی سریع به دست همه میرسه؟ به چیزی جز مسئله ی مثبت بودن ویدئو ها نمی‌رسیدن. این که این طور ویدئو ها خیلی موفق بودن ، نتیجه ی انرژی مثبت و محتوای شاد ویدئو ها بود ، مخصوصا ویدئوهایی که قدردانی و تشکر شرکت و کمپانی مورد نظر از شرکت کننده ها و مردم رو نشون میداد.

**۷ - بازاریابی بصری**

در سال ۴۸۱۲ این روش و شیوه ی تبلیغات رو خیلی ها انجام دادن و تو سال های ۴۸۱۵ و ۴۸۱۶ بیشتر هم شد. سایت ها و شبکه های اجتماعی مثل یوتیوب و اینستاگرام و بقیه ی نرم افزارها در بازاریابی مفهومی و محتوایی عملکرد پررنگ تری دارن و خواهن داشت . همینطور اینفوگرافیک و اطلاعاتی که برای درک بهتر افراد از عکس ها و گرافیک استفاده شده ، یه بخش به خصوصی در این نرم افزارها میتونه داشته باشه.

رستوران های معروف تاکوبل در آمریکا اولین رستورانی بود که برای شناسوندن خودش به مردم از تصاویر فانتزی که اغلب در نرم افزار های مختلف و شبکه های اجتماعی وجود داره که اسمشون ایموجی هستش استفاده کرد و مطمئنا به دنبال این رستوران ، برند های دیگه هم این کار رو انجام دادن . بازاریاب هایی که با شرکت ها و برند های مختلف کار کردن ، ارزش ایموجی ها رو بهتر درک میکنن.

## ۸ - عوامل تاثیر گذار دیداری و بصری مثل یوتیوب

فرهنگ دیداری و حتی شنیداری کشور های مختلف و کشور خودمون خیلی تغییر کرده و در سال هایی که پیش رویی که داریم تغییر بیشتری هم می کنه . قوانین و استانداردهایی که برای وبلاگ ها ، ویدئو ها و عکس ها و باقی جنبه های تبلیغاتی بصری ، تعیین شده ، خیلی از برند ها رو علاقه مند کرده تا با یوتیوب همکاری داشته باشن و نحوه ی ساخت یک ویدئوی تبلیغاتی با استاندارد های روز رو یا بگین ، طوری که همین اواخر چند برند معروف جهان ، دوره های آموزشی یوتیوب رو گذروندن تا از اتفاقاتی که در دنیای تبلیغات بصری میفته عقب نمونن . این طور اتفاقات و رویداد ها یه روزنه ی جدید برای این مسئله ی مهم هستش و راه تبلیغات نوین در دنیا رو هموارتر میکنه.

۹ - تبلیغات) Omni channel ( روشی هستش که کاربر استفاده از یه کانال ارتباطی ، اطلاعات رو دریافت و با یه ابزار ، اطلاعات تکمیلی رو میگیره و تصمیم نهایی خودش رو برای خرید از اون برند میگیره.

تو این مفهوم رو در سایت های خرده فروشی مثل دیجی کالا درک کردی اما این روش همون اندازه که در صفحات وب ارزش داره در بازاریابی هم همونقدر باارزشه

کاربرا دوست دارن ، وقتی از چند ابزار تبلیغاتی اطلاعات میگیرن ، به اندازه ی همون چند ابزار ، با ساختار واحد و یک دستی مواجه بشن ، تبلیغاتی که به این در خواست کاربرا رسیدگی نکنه شکست میخوره . مثل روش هایی که بعضی از بازاریاب ها از اون استفاده میکنن که شخصی سازی شده هستش ، طوری که کاربرا محتوای مربوط به خودشون رو در اون میبینن 11 - استفاده از memes در بازاریابی

دوست من ، شاید از خودت بپرسی memes چی هستش؟ memes تصاویر ، ویدئو ها و عبارت های لفظی مثل تیکه کلام ها هستن که م د نمایش و تقلیدی دارن و برای انتقال مفهوم و حتی ایده استفاده میشه .

Memes بخش های مهم سوشال نت ورک ها هستند . اما ویدئو ها مشخص میکنند که کی و کجا استفاده از memes ها در تبلیغات مفید خواهد بود.

در محیط بازار یابی اینترنتی همه چیز داره تغییر میکنه . توی این زمینه داریم خیلی واضح منحنی نمایی رو میبینیم که نشون میده بازاریابی اینترنتی چقدر موفق عمل کرده. اما یه نکته رو متذکر بشم که بیشتر تکنیک های بازاریابی در ایران بازگشت سرمایه نداره.

مدیریت بحران در کسب و کار

وقتی که یه شرکت با شرایط بحرانی و سخت روبرو میشه و اوضاع مالی شرکت وضعیت بدی پیدا میکنه، صاحب اون شرکت با نگرانی ها، اضطراب و فشار های عصبی خیلی سختی درگیر میشه و احساس میکنه همه چیز علیه اون جبهه گرفتن . تو این مواقع خیلی از مدیران کسب و کار نا امید میشن و با خودشون میگن که کاری از دستشون بر نیامد و دیگه نمیتونن این تجارت رو ادامه بدن . دوست خوب من ، بحران ها فقط بهآسفتگی و نا به سامانی مالی ارتباط پیدا نمیکنه ، وقتی یکی از اعضای یک خانواده به شدت مریض میشه و یا فوت میکنه ، هم خانواده دچار بحران میشه ، هم شخص بیمار خودش ممکنه با آسفتگی روحی و روانی درگیر بشه . مهم اینه که یه فرد ، خانواده و یا مجموعه کسب و کار چطوری این بحران رو مدیریت کنن.

تو توی محیط در حال تغییر و بسیار رقابتی تجارت امروزی، هر دو سه ماه یه بار با نوعی بحران روبرو میشی . با این روال ممکنه دچار بحران مالی، خانوادگی و شخصی هم بشی که اگه بخوایم بحران رو تعریف کنیم، باید بگیم بحران رفتاری یا شکست بزرگ هستش که خیلی اتفاقی رخ میده و هر چی رو که بافتی تو یه لحظه رشته میکنه.

دوست من وقتی با بحران روبرو میشی باید ۲ چیز رو سریع انجام بدی :

۱ - از هدر رفتن منابع جلوگیری کن، سعی کن خسارت رو کنترل کنی و راه خسارت رو با موانع و محدودیت هایی که وجود داره ببندی و به هر طریقی که شده نقدینگی شرکت رو نگه داری

۴ - اطلاعات رو جمع آوری کن ، با افراد با تجربه و موفق صحبت کن تا دقیقاً بدونی با چه مشکلی مواجه هستی.

۳ - مشکل رو حل و فصل کن، این رو وظیفه ی خودت بدون که فقط روی راه حل ها تمرکز کنی و فکر کن چه کاری برای به حداقل رسوندن خسارت و حل مشکلات پیش اومده میتونی انجام بدی.

۲ - برای عملی کردن تصمیم هایی که گرفتی آماده باش، به شرایط قدم بعدیت فکر کن و این رو بدون بیشتر مواقع هر تصمیم هرچقدر بد باشه بهتر از بی تصمیمی هستش.

یکی از فنونی که همیشه با اون به موفقیت کاری یا شخصی رسید «پیش بینی بحران» هست. افراد موفق تو هر رتبه و مقام، از جمله مدیران، مدیران عامل، کارآفرینان، رؤسا و مخصوصا فرمانده های نظامی، همیشه از این فن استفاده میکنند. بعضی از موسسه های خدماتی معتبر برنامه های دقیق و ریزی در مورد ارتباط بحران برای خودشون تهیه و تدارک دیدن که میتونن اونا رو موقع بروز بحران اجرا کنن. این طرح ها باید موقعی برنامه ریزی بشه که اوضاع شرکت روبراهه.

هرچی پیش بینی دقیق تر باشه زمانی که بحران اتفاق افتاده فرصت بهتری برای حل و فصل بحران داری. با اینکه هیچ بحرانی شبیه به همدیگه نیست بازم یه تشابهاتی با هم دارن که در نظر گرفتنشون خالی از لطف نیست.

دوست من تو در مواقع ضروری و بحرانی یه طرح احتیاطی برای پیشگیری از بحران ضروریه. اگه واقعا یه مشکل جدی پیش بیاد، چیکار میکنی؟ اولین اقدامت چیه؟ واکنشت به چه شکلی خواهد بود؟

مدام از خودت بپرس: «کاری که انجام میدم بیشترین بازده برای وقتی که دارم میذارم رو داره یا نه؟»

طرح، نقشه یا گزارشی درست کن و اون رو تفسیر بکن و طبق اون به خودت بگو: اگه موقعیت نامطبویی اتفاق افتاد، چطوری باهاش برخورد میکنم، اسم این کار «تفکر در جستجوی نتیجه» هستش.

کلید دستیابی به موفقیت بزرگ و پیروزی در زندگی و کسب و کار اینه که بتونی ذهنت رو کاملا روی مهمترین کار یا هدف و نتیجه متمرکز کنی، مشخصه ی بارز کسانی که تو حل مشکل بهترین هستن، اینه که این طور افراد در حالی که چشمشون به طرف آینده هستش، حواسشون به مسیرشون هم هست و اتفاقاتی که ممکنه رخ بده رو پیش بینی میکنن و یه برنامه ریزی درست برای مقابله با رخداد های ممکن انجام میدن بحران، یعنی اتفاق بد و غافلگیر کننده ای که تو زندگیت فقط یه بار اتفاق میفته.

اگه یه بحران تو زندگی و کسب و کارت دو بار اتفاق افتاد، بحرانی که مرتبا تکرار بشه مخصوصا بحران مالی، اون موقع هست که تو با مشکل حادی روبرو شدی، معمولا سازماندهی ناکارآمد و ناشیانه ی وضعیت، دلیل این بحران هستش.

ممکنه فکر کنی همین که با بحران روبرو شدی و مشکلات علمی و مسائلی که مربوط به اون میشه رو سرو سامون دادی، برات کافیه و همه چیز روبه راه شده اما نه، تو نمیتونی به راحتی از پیامد ها و اثرات اون خلاص بشی. مدیریت بحران از موقعیت های سختی محسوب میشه که تو اون گاهی این احساس بهت دست میده که کل کره ی خاکی باهات سر جنگ دارن.

توجه داشته باش روشی که برای سر و سامون دادن یه بحران استفاده میکنی، نه تنها بر پیامد های بحران بوجود اومده موثر هستش، بلکه تاثیر زیادی روی روحیه و موقعیت گروه و همکاریات میذاره. اینکه ۵ نفر رو

رهبری کنی یا ۵۸۸ نفر رو، فرقی نمی کنه اما این عملکرد کوتاه زمینه ای رو ایجاد میکنه که خیلی از مشکلات رو میشه تو اون زمان کم تغییر بدی.

بعد از این که اولین بار بحران رو حل کردی، برای اطمینان از اینکه همون بحران دوباره تکرار نشه، گزارش کاملی در مورد مشکلات پیش اومده بنویس و تو این گزارش قید کن که دقیقا چه مشکلی و چطوری اتفاق افتاده؟ از این رخداد چه درسی گرفتی؟ و چیکار میتونی بکنی تا دوباره با این مشکل روبرو نشی؟

طبق تحقیقاتی که دانشگاه استنفورد از بین هزار شرکت برتر و موفق انجام داده، مهمترین مشخصات مدیران بلند پایه، توانایی شون تو حل مشکل در زمان بحران بود.

یه توازن خوب برای اینکه مشخص کنه سطح درایت و بلوغ تجاربت چقدر هستش اینه که، چطوری یه بحرانی رو که سخت میشه جلوی اونو گرفت، مدیریت میکنی. اینکه بتونی بحران رو پیش بینی کنی و ازش درس بگیری، یه ضرورت هستش، چون وقتی بحران بعدی اتفاق میفته، باید بتوی اونو پشت سر بذاری. انتخاب حوزه ی فعالیت

دوست عزیزم طبق اطلاعاتی که از آمارها بدست اومده بیشتر از ۰.۸٪ کسب و کارای اینترنتی تو همون مراحل اولیه شکست میخورن و از هر ۳۸ ایده برای کسب و کار، به جرأت میشه گفت فقط یکی از اونا جواب میده، دلیلش رو هم میتونی توی این جمله درک بکنی: «شاید ایده کسب و کار تو دردی رو از مردم دوا بکنه اما این خودش تنها کافی نیست و به موارد بیشتری نیاز هست.»

این موارد رو میتونی از خودت هم بپرسی: به نظرت کسی هست که بخواد به خاطر رفع نیاز خودش پولی رو به تو بده؟ مشتری هایی که از تو خرید میکنن به اندازه ای هستن که زندگی تو رو بچرخونه؟ چند تا رقیب داری؟ سرمایه لازم رو برای به اجرا در آوردن ایده ی خودت داری؟

و خیلی از موارد دیگه هست که باید مشخص بکنی و شرایط رو بسنجی و ببینی که اصلا ایده ی تو آخرش به ضرر تو ختم میشه یا دری برای موفقیت تو هست؟

پس قبل از این که کسب و کار خودت رو شروع کنی، باید از این که ایده ی تو یه ایده ی ناب هستش و باعث پیشرفتت در زندگی میشه، مطمئن بشی.

مواردی که باید در این رابطه بررسی شون بکنی:

- ۱ - باید بازار هدف خودت رو مشخص بکنی ۴ - میزان تقاضا از طرف افراد رو تخمین بزنی ۳ - باید بدونی چند تا رقیب توی اون حوزه وجود داره و باید از قدرتی که رقبای تو دارن مطلع باشی ۲ - شرایط و امکاناتی که تو رو امیدوار میکنه تا یه محصول با کیفیت و قابل رقابت به مشتری های خودت بدی چی هستن؟ ۵ - روش داد و ستد کردن و دسترسی به بازار کسب و کار

بازار چیه؟ فیلیپ کاتلر پدر بازاریابی مدرن میگه: بازار از مشتری هایی تشکیل شده که یک نوع خواسته و نیاز دارن و برای رسیدن به خواسته هاشون دوست دارن تا پول خرج کنن و این قدرت رو دارن تا این کار رو بکنن.

بازاریابی اینترنتی؟ دوست خوبم، من میدونم که وقتی وارد این کار شدی، با تعاریف مختلفی روبرو شدی اما من یه تعریف خیلی ساده از کسب و کار اینترنتی بهت میگم تا این مسئله رو بهتر درک بکنی.

کسب و کار اینترنتی یعنی گروهی از افراد که دوست دارن علایق و سلیق خودشون رو در رابطه با موضوعات مختلف مثل سینما - موزیک - تغذیه و خیلی مسائل دیگه در اینترنت به طور مشترک استفاده بکنن.

تعریف فیلیپ کاتلر هم در رابطه با کسب و کار اینترنتی دقیقا همینطور هست و مسئله مهم دیگ اینه که به جای مغازه یا فروشگاه باید یه سایت رو مدیریت بکنی و جای رفت و آمد توی خیابون و حواله و پ ر کردن چک و موارد مشابه، باید بین لینک ها و موتور های جستجو گر عبور و مرور بکنی و فقط منتظر این باشی که مبالغ حاصل از فروش محصولاتت به حسابت بیاد. توی این روش کسب و کار، مشتری خودش به سراغتمیاد و از سایت تو بازدید میکنه. مسئله ی مهم دیگه اینه که کاربرا برای دریافت اطلاعات وارد سایت تو میشن و از سایتت بازدید میکنن نه چیز دیگ.

اینجا دیگ نوبت تو هست که کسب و کار خودت رو مشخص بکنی، یادت باشه نباید در یه زمان چند کسب و کار رو داشته باشی. وقت، پول و ابزار راه اندازی کسب و کار همیشه محدوده، پس قبل از هر چیزی فقط باید روی بعضی افراد برای معرفی ایده ی خودت تمرکز بکنی که این افراد **بازار هدف** هستن، اگه کل محیط کسب و کار رو با نشونه هایی به بخش های کوچیک کسب و کار تقسیم بکنی! هر چیزی میتونه به عنوان نشانه ی بخش کوچیک تر اون قسمت محیط کسب و کار حساب بشه مثلاً سن - شغل - منطقه - سطح یا هر چیزی دیگه ای باعث بشه یه مشتری رو از مشتری های دیگه جدا بکنه یه نشونه یا شاخص هست. اینجا یه مرحله ی ویژه برای پیدا کردن یه نشانه ی درسته تا طبق اون بتونی بازار هدف خودت رو مشخص بکنی. اگه بخوام یه نکته ی ریز رو اشاره بکنم اینه که تو توانایی داری که از چند نشونه کمک بگیری.

تو فکر میکنی چطوری میتونی بین مشتری های خودت تفاوت بذاری؟ این کار میتونه باعث چه عکس العملی برای خرید مشتری ها به دنبال داشته باشه؟ ایده ی کسب و کار تو برای چه گروهی مناسبه؟ با این گروه ها چطوری میتونی در ارتباط باشی؟ محصولت رو چطوری بهشون معرفی میکنی؟ فکر میکنی از محصولات تو چقدر استقبال بشه؟

تو باید هر چیزی رو که به ذهنت میاد یادداشت بکنی و حتما باید برای هر چیزی که مینویسی کمکم کم یه جواب داشته باشی، اگه برای سوالی که یادداشت کردی جوابی نداشتی، لازم هست تا در اون مورد تحقیقاتی رو انجام بدی، پس این لحظه نقطه شروع تو به حساب میاد! قبل از هر چیزی تو باید بدونی

فرصت ها و ایده های اصلی هر کسب و کاری از چهار جزء اصلی قابل شکل گیری هستند : ۱ - نیاز مردم ۴ - راه حل تو ۳ - قدرت و توانمندی تو ۲ - رونق حوزه ی کسب و کار مورد نظر تو

ترکیب این چهار رکن اصلی باعث میشه تا یه فرصت یا ایده ی خوب به ذهن افراد برسه. اگه این ایده به ذهن تو رسید و توان این رو داشتی که اون رو عملی بکنی و اون ایده قابلیت این رو داشت که برای تو سود آوری داشته باشه ، اینجا دیگه برای تو یه فرصت عالی هستش که بتونی آینده ی درخشانی رو داشته باشی . توانمندی تو بستگی به دانش ، مهارت و ارتباط قوی تو با همکاران تو داره .

هر چقدر در حوزه کسب و کارت اطلاعات ارتباط ، مهارت ، مدیریت و تخصص زیادی داشته باشی همونقدر ، در به اجرا در آوردن کسب و کار اینترنتی قدرت بیشتری خواهی داشت . یه نکته رو فراموش نکن ، این که مقدار سودی که از کسب و کار تو به تو بر میگردد بستگی به چگونگی اجرای کسب و کارت داره .

دوست من ، در رابطه با بازار هدفی که صحبت کردیم، اگه خواستی حوزه ی کسب و کار خودت رو مشخص بکنی ، باید یه حوزه ای رو انتخاب بکنی که حداقل این شرایط رو داشته باشه ! :

۱ - افرادی که رفتار شبیه به همی در خرید کردن دارن

۴ - ایده و راه حل تو طوری که با رفتار و نیاز این افراد همخونی داشته باشه

۳ - مقدار قابل توجهی از این افراد خریدشون رو از طریق ایده ی تو انجام بدن ، به قدری که سود آوری لازم رو برای تو داشته باشه

۲ - تقاضای این افراد روز به روز افزایش پیدا بکنه و رشد بکنه

۵ - باید خیلی آسون به این افراد دسترسی داشته و باهاشون در ارتباط باشی

حالا باید کاغذ و خودکار خودت رو برداری ، ایده ی خودت رو یادداشت کنی و روی کاغذ بنویسی که چه نیازی در چه افرادی و با چه روشی رو میتونی برآورده بکنی . میزان استقبال و درآمد حاصل از ایده ی خودت رو ارزیابی بکن.

فکر میکنی مزایایی که ایده ی تو داره چیه ؟ اونا رو هم یادداشت بکن ، مطمئن باش این مزایا بعد تغییرات زیادی میکنه و خیلی بیشتر میشه البته اگه یه حوزه ی مناسب رو انتخاب بکنی .

دوست خوبم کسب و کار اینترنتی یه شیوه ی مدرن در دنیای کسب و کار هست که راه انداختن اون زیاد مشکل نیست اما باید طبق اصول پیش رفت و آگاهانه عمل کرد ، این روش کسب در آمد یه روش عملی با در آمد استثنایی و راحت هست . امروزه توی دنیا افراد زیادی هستن که با این روش در آمد های میلیاردی دارن ، وب سایت های آموزشی و تخفیف کالا جزء این سایت های پر درآمد هستن.



دوست من باید دقت بکنی که در حال حاضر ، که اول راه هستی باید حوزه ی فعالیت خوب و درست رو انتخاب بکنی برای موفقیت باید یا یک نیاز بسازی یا یک نیاز پیدا بکنی که ساختن نیاز خیلی سخته و سرمایه ی خیلی زیادی میخواد .

پس برای اینکه به موفقیت برسی و آینده ی روشنی داشته باشی باید دنبال نیاز مردم باشی ، این راز موفقیت در کسب و کار اینترنتی هستش.

تو میتونی کسب و کار خودت رو در بخش پختن غذا ، برنامه نویسی ، آموزش بچه داری تعمیر ماشین یا هر چیز دیگه ای شروع بکنی . حوزه های فعالیت در کسب و کار اینترنتی نا محدود هستن اما امکانات ، شرایط و توان تو محدود هستن پس برای اینکه از یه رشته ای به رشته ی دیگه نری باید یه چارچوب فعالیت برای خودت مهیا بکنی و توی اون چهار چوب مسیر خودت رو طی بکنی.

تو اگه دوست داری توی حوزه ی آشپزی کار بکنی ، به طور طبیعی کسب و کار تو توی حوزه ی کسب و کار لاغری و تناسب اندام نخواهد بود . انتخاب حوزه به تو که داری توی کسب و کار اینترنتی فعالیت میکنی ، محدودیت میده و این محدودیت کمکت میکنه تا بتونی تصمیم های درست تر و بهتری برای کسب و کار خودت بگیری . به عبارتی حوزه ی فعالیت در کسب و کار اینترنتی یه سیستم ارزشی در تصمیماتی که در آینده میگیری بوجود میاره . اگه ندونی باید توی چه قسمت از کسب و کار فعالیت بکنی پس چطوری میخوای بازار هدف خودت رو انتخاب بکنی؟

بعضی از افراد به شانس و اقبال اعتقاد دارن و بوسیله ی گرفتن فال ، خواب دیدن ، استخاره و مسائلی از این قبیل حوزه ی کسب و کارشون رو انتخاب میکنن.

بعضی ها هم هستن ، از روش های شهودی ، عرفانی یا به زبان ساده تر الهام گرفتن استفاده میکنن . اگه از این افراد بپرسی که چرا میخوای توی این حوزه کار بکنی این طوری جواب رو میدن : «به دلم افتاده » ، «یه حس درونی بهم میگه» ، «حس ششم میگه» ، «فکر میکنم که» و جواب هایی شبیه اینا

بعضیا هم هستن این تصمیم بزرگ رو میذارن رو دوش افراد دیگ ، اگه ازشون بپرسی که چرا این حوزه رو انتخاب کردی ، جواب هایی با این شکل و شمایل به گوشت میخوره : «یکی از دوستانم پیشنهاد کرد کار خوبیه» ، «دیدم بقیه توی این کار موفق هستن گفتم من هم بیام توی این کار» ، « پدر و مادرم مجبورم کردن» ، «با یه متخصص مشورت کردم گفته این حوزه آینده ی خوبی داره »

افراد دیگه هم هستن از روش های منطقی استفاده میکنن . مثلاً یه لیست از حوزه های فعالیت تهیه میکنن و با معیار های خاص اونا رو در اولویت میذارن و در آخر هم یکی از حوزه های با اولویت بیشتر رو انتخاب میکنن.

افرادای هم هستن که خیلی وقت هستش دارن توی اون زمینه به صورت سنتی کار میکنن و الان دوست دارن تا در اینترنت هم این کار رو ادامه بدن.

شاید تو هم روش هایی رو به این موارد اضافه بکنی ، به طور طبیعی هر روشی مزایا و معایب مخصوص خودش رو داره ، روش منطقی رو با خیال راحت تری میشه انتخاب کرد ، شاید از روش های دیگه مشکل تر باشه اما نتیجه بخش تر هستش ، همینطور ارزش این سختی رو داره.

در آخر این تو هستی که با توجه به شخصیت خودت ، باورها ، دانش و تجربه ای که داری یه روش رو انتخاب میکنی ، مهم اینه که ادامه راهی که داری طی میکنی ، یه انتخاب خوب و به جا داشته باشی که در آینده ی نزدیک شاهد موفقیت خوب خودت باشی.

#### تهیه ی محصولات

دوست عزیزم ، هر سایت موفق توی دنیای اینترنت محتوا و محصولات با ارزشی رو برای کاربران خودش تهیه میکنه . اگه قصد این رو داری تا در اینترنت کسب و کاری رو برای خودت راه اندازی بکنی ، حتما باید محتوای با ارزشی رو برای کاربران سایت خودت تدارک ببینی . این کار یعنی تولید محتوای ارزشمند یکی از پرفروشترین و پرفروشترین کسب و کارهای اینترنتی هستش .

روز به روز افراد جدیدی در اینترنت وارد این کار میشن ، حالا بعضی هاشون با رعایت اصول و تکنیک ها و تاکتیک های بازاریابی ، هر روز به موفقیت های زیادی میرسن اما بیشتر افراد با رعایت نکردن اصول استاندارد وارد کسب و کار اینترنتی میشن و اول کار شکست میخورن.

حالا یه سوال ؟ توی اینترنت در هر زمینه ای که فکرش رو بکنی ، اطلاعات زیادی بصورت رایگان وجود داره ، چه دلیلی داره تا کاربران محصولات آموزشی مد نظرشون رو از سایت تو خرید بکنن؟ بین دوست من دلیل های زیادی هست تا کاربرا بیان و از سایت تو خرید بکنن ، بذار با یه مثال تو رو توجیه بکنم : فکر کن تو میخوای یه کاری رو یاد بگیری مثلا برنامه نویسی ، اگه تو گوگل بری و جمله ی آموزش برنامه نویسی رو سرچ بکنی ، مطمئنا با کلی صفحه با عنوان برنامه نویسی با زبان های مختلف برای تو به نمایش در میاد . اگه بخوای با استفاده از سایت هایی که با سرچ در گوگل پیدا میکنی این کار رو یاد بگیری ، جدا از این که ، این کار رو نمیتونی به صورت حرفه ای یاد بگیری ، باید منابع خیلی زیادی رو بررسی بکنی و ممکن هست وقت و انرژی خیلی زیادی از تو صرف بشه . حالا ، لا به لای این سایت ها چشمت به یه سایتی میخوره که آموزش برنامه نویسی رو به صورت گام به گام و مرحله به مرحله درست کرده و و صفر تا صد برنامه نویسی رو توی اون فایل جا داده . از خودت این سوال رو بپرس : دوست داری وقت خودت رو که مثل طلا ارزشمنده رو ، صرف جستجو و گشت و گذار تو سایت های مختلف بکنی یا اینکه با خرید یه بسته ی آموزشی که این کار رو خیلی عالی توی فایل آموزشی بهت توضیح داده یاد بگیری؟

یکی از دلایل مهمی که مردم دوست دارن تا محصولات آموزشی رو تهیه بکنن این هست که مایلند تا در کمترین زمان ممکن مشکلشون رو حل بکنن و یا به چیزی که می خوان برسن ، پس اگه تو هم بتونی یه محصول خوب و با ارزش رو در حوزه ی فعالیت خودت تولید و باهش بتونی نیاز افراد رو برطرف کنی ، اونجاست که وارد دنیای فروش اطلاعات یا فروش محصولات آموزشی در اینترنت شدی و میتونی یه کسب و کار اینترنتی با در آمد بالا رو داشته باشی.

چیزی که باعث میشه تا محصولات سایت تو یه چیز خاص و ویژه نسبت به رقبای تو باشه این هست که بتونی تجارب شخصی خودت رو هم توی فایل های آموزشی تزریق بکنی . همینطور اطلاعات اینترنتی و انتشارات مطبوعاتی و ... رو هم جزء منابع محصولات تولیدی خودت بکنی . فقط کمی خلاقیت و نوآوری از طرف تو نیازه تا باعث بشه محصولات تو از نظر کیفی ، رشد بکنه .

تو با چند روش میتونی اطلاعات خودت رو توی اینترنت بذاری و به درآمد برسی:

#### ۱ - محصولات فیزیکی که قابل لمس کردن هستن :

این دسته از محصولات باید با پست و پیک موتوری برای کاربران ارسال بشن که میتونه محصولاتی مثل دیوی دی ها و سی دی ها و همینطور جزوات آموزشی سایت باشه.

#### ۲ - محصولات آموزشی که بصورت مجازی ارائه میشن ، که خودشون به دو بخش مختلف تقسیم بندی میشن :

محصولاتی که قابل مطالعه هستن مثل کتاب های الکترونیکی و pdf ها ، محصولاتی که قابلیت شنیدن و دیدن رو دارن مثل فایل های صوتی و ویدئو هایی که بعد از پرداخت کردن هزینه ی اونا توسط کاربر ، کاربر میتونه اونا رو دانلود بکنه.

#### ۳ - اشتراک آنلاین:

تو این روش کاربر یه مبلغی رو بابت اشتراک در سایت به تو میده و بعد از پرداخت مبلغ و عضویت در سایت تو میتونه محصولات سایت رو دانلود و استفاده کنه.

#### ۴ - دوره های آموزشی آنلاین :

تو این روش کاربرا بعد از خریدن محصولات سایت تو ، در یک بازه ی زمانی مشخص درس هایی رو از طرف سایت دریافت میکنن و در آخر بعد از پس دادن امتحانات اون درس ها یه مدرک الکترونیکی از طرف سایت تو به کاربرا اهدا میشه.

#### ۵ - کلاس های آنلاین یا وبینار:

تو میتونی با استفاده از سیستم های آموزش الکترونیکی بعد از دریافت هزینه های وینار خودت ، کاربرا یا شاگردهای خودت رو وارد کلاس بکنی و مثل کلاس درس واقعی وایت برد خودت رو ، البته وایت برد الکترونیکی خودت رو به کاربرا نشون بدی . تو این روش کاربرا با تو در ارتباط هستن و سوال های خودشون رو در طول تدریس از تو میپرسن ، این روش یکی از رایج ترین روش های فروش اطلاعات در دنیای اینترنت هستش.

هر کسی وارد این کار میشه ، اولین سوالی که به ذهنش میاد اینه : چی رو باید تولید بکنم ؟ در چه رابطه ای باشه ؟ یا به زبان ساده تر ، چی درست بکنم که بتونم اون رو بفروشم و مهم تر از اون راحت تر بفروشمش !؟

این یه شروع فوق العاده برای کسب و کار تو هستش و بستگی به این داره که چطوری بهشون جواب بدی؟  
۱ - چه چیزی رو دوست داری ؟ اصلا مهم نیست که شغلت در اون رابطه باشه یا بک گراندی از اون کار داشته باشی ، مهم اینه که به اون کار علاقه داشته باشی.

۴ - چه کارهایی رو بلدی ؟ مهارت تخصصی تو چیه ؟ هرچیزی رو که بلدی روی یه کاغذ یادداشت کن ۳ - تفریحت چیه؟

۲ - چه چیزی برای تو جذابه ؟

۵ - تو فکر میکنی که تو قبلا به چه چیزی علاقه داشتی که در حال حاضر توی ان حوزه ی کاری فعالیت نمیکنی؟

اگه درست در مورد این ۵ عنوان فکر بکنی ، میشه یک یا چند تا زمینه ی کاری برای خودت انتخاب بکنی ، فقط باید تحقیق و جستجو رو شروع بکنی . اینجا باید بررسی بکنی که در زمینه ای که انتخاب کردی ، افرادافراد توی اینترنت علاقه ای به این کار دارن ؟ شاید با خودت بگی که من درس دادن بلد نیستم یا نویسنده نیستم؟ دوست من اگه تو توانایی این رو داری که با افرادی که در کنار تو هستن ارتباط برقرار بکنی و باهاشون صحبت بکنی ، همون صحبت ها رو هم میتونی بنویسی و اگه بنویسی ، توانایی این رو پیدا میکنی تا با مکاتباتی که انجام دادی توی اینترنت به درآمدزایی برسی . بعضی ها هم هستن که با نوشتن زیاد حال نمی کنن و راحت نیستن. اگه جزء این دسته از افراد هستی ، لزومی نداره نوشته هات رو به صورت رسمی انجام بدی ، هر طور که صحبت میکنی همونطور هم بنویس.

با این کار اعتماد به نفست زیاد میشه و همین کار استارت درست شدن اولین محصول آموزشی تو هستش.

داشتن سایت

دوست خوب من ، این روزا سایت های زیادی درست شدن و سود رسانی همین سایت ها رو هم با چشمای خودت دیدی ، نمونش سایت دیجی کالا ، ورزش ۳ و... . به احتمال خیلی زیاد حداقل یه بار با خودت گفتی که چرا من یکی از این سایتا نداشته باشم؟

یکی از دلایل مهمی که تو موفقیت تو خیلی تاثیر گذاره ، خود تو هستی . همیشه یادت باشه ویژگی های هر کسی توی کسب و کار اینترنتی از مهارت ها و تخصص اون فرد تاثیر بیشتری داره. شاید تویی که این فایل در دسترس تو قرار گرفته ، قبلا سعی داشتی یه کسب و کار اینترنتی داشته باشی تا بتونه یه مقدار از مشکلات مالی تو رو کم بکنه ، اما به دلایل مختلف این کار رو عقب انداختی . مطمئن باش که اگه قبلا قصد راه اندازی سایت و کسب و کار خودت رو داشتی و این کار رو انجام داده بودی؟! حالا چه دو ماه پیش چه چهار ماه پیش ، حداقلش این بود که الان صاحب یه سایت با کلی اعضا بودی و شاید هم از سایتت هم خرید شده بود.

این رو قبول دارم که راه اندازی و جمع آوری کاربر مشکلات خودش رو داره و معقوله ی ریسک رو می طلبه اما این واقعیت توی هر چیزی وجود داره حتی توی بازی کردن ها ، اینجا که دیگه پای یک تجارت و بیزینس در میونه.

پولی که میخواد صرف سرمایه گذاری رو یک کسب و کار سنتی بشه ، خیلی بیشتر از اون چیزی هست که لازمه تا یک کسب و کار و سایت داشته باشی . در کسب و کار اینترنتی هم احتمال شکست وجود داره و هم احتمال پیروزی و این بستگی به خود تو داره تا به کدوم یکی از اینا برسی ، نکته ی دیگه ای که باید بدونی این هست در کسب و کار اینترنتی اگه با شکست مواجه بشی خسارت کمتری میبینی تا اینکه بخوای توی یه کسب و کار سنتی شکست بخوری. اما اگه تو به موفقیت برسی دیگه یه زندگی معمولی نداری ، دیگ لازم نیست برای بقیه کار بکنی و یا برای گرفتن یه روز مرخصی کلی دلیل بیاری ، در آمد این کسب و کار از چندصد هزار تومن شروع میشه و حتی به چند میلیارد تومن هم میرسه.

در آمد تو از سایتت به نحوه ی عملکرد خودت بستگی داره اما بیشتر افراد فکر میکنند که کسب و کار اینترنتی خلاصه میشه توی داشتن یه سایت و فروختن محصولات سایت ولی اینطور نیست و داشتن سایت بخش کوچیکی از کسب و کار اینترنتی هستش . قبل از اینکه بخوای سایت خودت رو راه اندازی بکنی ، باید اقداماتی رو انجام بدی که به موفقیتت خیلی کمک میکنه . بیشتر سایت ها با این تیتتر کار خودشون رو تبلیغ میکنند : « روزی یه ساعت در اینترنت کار بکنین و فلان قدر در بیارین ، حواست باشه نباید گول این سبک تبلیغات و بخوری .

من یه سوالی از تو دوست خوبم دارم به نظرت داشتن یه سایت چه فایده ای داره ؟

اگه از افراد مختلف این سوال رو بپرسی ممکنه نظرات خودشون رو داشته باشن اما مزایای اصلی این سوال میتونه موارد زیر باشه که به چهار دلیل میشه اونا رو تقسیم بندی کرد:

۱ - مطمئنا خبر داری که وقتی برای یک کسب و کاروب سایتی درست میشه ، برای صاحب اون کسب و کار ایجاد درآمد و سود آوری میکنه و کاربرا با حضورشون توی دنیای اینترنت اطلاعات کامل تری رو نسبت به محصولات سایت کسب می کنن . تو باید بدونی ۶۷٪ کاربرا وقتی میخوان چیزی رو خریداری بکنن درباره ی اون توی دنیای اینترنت تحقیق و بررسی انجام میدن.

۴ - هر سایتی برای هر کسب و کاری واجبه و در صدقابل توجهی از اعتبار هر کسب و کاری به سایت اون کسب و کار بستگی داره ، توی این دوره و زمونه کسب و کار های بزرگ و کوچیک برای خودشون سایت دارن و همه دارن به این سمت حرکت میکنن.

۳ - سایت باعث خرید کردن راحت مردم میشه ، یا به عبارتی سایت باعث دسترسی راحت مردم به محصولات و اطلاعات مربوط به محصولات میشه .

دوست عزیزم ، تو از این موضوع اطلاع داری که سایت به طور ۴۲ ساعت در دسترس کاربرای اینترنت قرار داره و توانایی این رو دارن توی این ۴۲ ساعت هر وقت که دوست داشتن ، هر اطلاعاتی که درباره ی محصولات یا خود سایت از جمله ایمیل ، اطلاعات صاحب کسب و کار و... رو که مایل بودن ، دریافت بکنن.

۲ - این روزا سایت یه مسئله ی مهم توی هر کسب و کاری هست ، چه اون کسب و کار سنتی باشه چه مدرن ، این روزا مردم برای بررسی کیفیت یه محصول به اینترنت مراجعه میکنن ، پس ما به این نتیجه میرسیم که اینترنت برای هر کسب و کاری ضروری و واجب هست.

دوست من ، وقتی تو سایت خودت رو راه اندازی کردی ، این باعث رشد ارزش تبلیغات تو میشه. وقتی توی تبلیغات آدرس وب سایتت رو هم درج میکنی ، این اقدام مثل امضای دیجیتال و یه مسیر مناسب برای جذب ترافیک یا مشتری هستش . اینکه مردم به سایتت مراجعه بکنن خیلی آسون تر از چیزی هست که فکرش رو بکنی ، آسون تر از اینکه بخوان نامه بنویسن ، ایمیل بفرستن و حتی بخوان زنگ بزنی ، کاربرای هر سایتی اطلاعات لازم رو خیلی راحت دریافت میکنن و اصلا نیاز نیست تا منتظر اپراتور باشن . همینطور این کار باعث میشه تا به طور مداوم با مشتری ها در ارتباط باشن . تو باید رابطه ی خودت رو با کاربرای خودت اونقدر مداوم نگه داری تا کاربرا آمادگی لازم رو برای خرید از تو پیدا بکنن.

سایت تو باعث میشه تا با مشتری های خودت راحت تر در ارتباط باشی ، تو میتونی اطلاعات مشتری ها رو جمع آوری بکنی و در زمان مناسب بهشون ایمیل بزنی ، این کار به طراوت و تازگی کسب و کارت کمک خیلی زیادی میکنه.

پس با عقب انداختن راه اندازی یه سایت به رقبای خودت کمک میکنی تا تک و تنها توی دنیای اینترنت فعال باشن و یکه تازی بکنن و با این کارت موقعیت های خودت رو ب نفع رقبای خودت بسوزونی.

تو میتونی سایت خودت رو به یک کاتالوگ و ژورنال تبدیل بکنی با این تفاوت که توی این ژورنال جدای از عکس ها و متن ها ، از فیلم ها ، تصاویر متحرک ، صداها و دیگر ویژگی ها استفاده بکنی پس با این تفاسیر اطلاع رسانی دقیق تر و جامع تری رو به کاربرای خودت میرسونی.

اگه تو بخوای از کاتالوگ های فیزیکی استفاده بکنی ، این کاتالوگ ها فقط به دست افراد محدود و مشخصی میرسند و بلاخره یه زمانی کاتالوگ ها تموم میشن اما این محدودیت رو حذف کرده و حتی میتونی همون کاتالوگ و ژورنال رو به صورت دیجیتال در دسترس کاربرای بدی و هیچ سرمایه ای هم برای چاپ و بقیه موارد هزینه نکنی.

تو میتونی از ویژگی ها و قابلیت های نامحدود دنیای اینترنت استفاده بکنی و از روش های مختلف تبلیغ اینترنتی مثل تبلیغات کلیکی ، بنری ، تبادل لینک و... استفاده بکنی و کسب و کار خودت رو توسعه بدی . توی دنیای اینترنت موتور های جستجو بدون اینکه توقع هزینه ای از تو داشته باشن امر مهم بازاریابی رو به بهترین شکل ممکن انجام میدن.

اگه کسی به محصولات سایت تو نیاز داشته باشه ، گوگل که یک موتور جستجو گر هستش اون فرد رو به سمت سایت تو هدایت میکنه. اینکه در روز چند نفر از سایت بازدید بکنن بستگی به معیار هایی داره که گوگل برای خودش در نظر گرفته اما در بدترین شرایط دست کم ۵۸ نفر در روز از سایت تو بازدید میکنن . همیشه یادت باشه فاصله ی سایت تو با کسی که به اطلاعات سایت تو نیاز داره فقط و فقط یک کلیک هستش

حالا برای اینکه یه سایت داشته باشی باید از کجا شروع بکنی؟

اگه تو تصمیمت رو گرفتی تا یه سایت برای خودت راه بندازی باید در مورد این قضیه فکر بکنی ، از خودت سوال بکنی و به جواب جواب سوال های خودت برسی ، مثلا میتونی سوال هایی مثل این سوال ها از خودت بپرسی

:

مزایای این که م بخوای یه سایت داشته باشی چیه ؟ عیبش چیه؟

هدف تو از این که قصد داری سایت درست بکنی ، دراز مدته یا کوتاه مدت؟

حوزه ی فعالیت سایت یا بهتر بگم حوزه ای که میخوای توش فعالیت بکنی چیه؟

آیا وقت لازم برای این که سایتت رو مدیریت بکنی داری؟

آیا توی سایتت بازدید کننده ها توانایی این رو دارن تا نظرات و کامنت های خودشون رو مطرح بکنن؟

و خیلی سوال های دیگ که فقط تنها بخشی از سوال هایی هستن که باید بهشون بررسی ، اگه نتونی جواب های قانع کننده به این سوال ها بدی بهت پیشنهاد میدم که اصلا سراغ شروع ساخت سایتت نری چون فقط و فقط وقت و سرمایه ی تو رو هدر میده.

مطمئن باش به قسمت های سایت فکر کردن و مهمترین بخش ایجاد سایت هست ، تو میتونی بعد از بررسی های لازم اقدام به تولید یه سایت مناسب و خوب برای خودت بکنی ، این مرحله یکی از جنبه های مهم داشتن سایت هستش.

اینجاست که با سایتی که داری ، بیشترین سودی که امکان داره چه از نظر مالی و چه از نظر وقت بهت میرسه و نصیبت میشه.

خب دوست من ، وقتی سایت خودت رو راه انداختی توانایی این رو پیدا میکنی تا با سایت خودت موارد زیر رو هم به راحتی اجام بدی که خیلی هم مهم و با ارزش هستن.

**آموزش :** تو میتونی توی سایت یه بخشی رو اختصاص بدی که به کاربرای خودت مطالب آموزشی رایگان ارائه بدی و اطلاعات رو به دست مخاطبانانت برسونی ، در واقع تو بوسیله ی سایت خودت خدماتت رو به مشتری های خودت ارائه بدی.

**جذب ترافیک :** این کار یعنی ایجاد سایت بهترین روش برای تکمیل بازاریابی توی دنیای مجازی و اینترنت هستش . در واقع میتونی خدمات خودت رو به مشتری ها و مخاطب ها ، با روش جدیدی سرویس دهی بکنی . بعد از این که سایت تو راه اندازی شد از طریق اون میتونی با مشتری های خودت در ارتباط و با روش های اطلاع رسانی مختلف مثل کامنت ها ، چت روم و... با متقاضیان محصولاتت در تماس باشی . با این کار به مخاطبین خودت نشون میدی که چقدر برای اونا ارزش قائل میشی و این میتونه یه روش خیلی خوب و موثر برای نگه داشتنشون باشه.

تبلیغات ( ایمیل مارکتینگ ، شبکه های مجازی ، تبلیغات بنری و...)

دوست خوبم ، وسیله ای که بتونی باهاش یه بازاریابی خوب و تاثیر گذار توی کسب و کار خودت انجام بدی ، انجام یه تبلیغ مناسب و برنامه ریزی شده هستش . علم بازاریابی روش های تاثیر گذاری برای تبلیغات بوجود آورده . این روزا دیگ تبلیغات یه جور حرفه هستش که سایت های خیلی زیادی برای این قسمت از فعالیت خودشون افراد متخصص رو استخدام کردن . پس تو هم نباید از اهمیت این موضوع چشم پوشی بکنی ، اگه سرمایه ای نداری تا صرف تبلیغات بکنی و در چارچوب مالی تنگی به سر میبری باید روش های تبلیغات رو بشناسی ، روش هایی که روی کسب و کارت خیلی موثر خواهند بود و تو مدت زمان خیلی کم ، بهترین نتیجه و فید بک رو بهت میرسونن.



مطمئناً کسی که می‌خواهد کسب و کاری رو راه بندازه ، بدون شک باید به برنامه ریزی دقیقی رو برای بازاریابی و تبلیغ انجام بده ، دلیلش هم مشخصه چون هرکسی ارزش خبر داره.

این کار به فعالیت از پیش برنامه ریزی شده هست که باهش همیشه به مقدار قابل توجهی از بازار هدف خودت برسی . بازاریابی توی دنیای اینترنت به ۲ قسمت تقسیم میشه:

۱ - کالا و خدمات ۴ - روش های ارائه ی خدمات ۳ - قیمت گذاری ۲ - تبلیغات و اطلاع رسانی

هدف اصلی بازاریابی رو همیشه ارائه ی خدمات یا تولید محصولات دونست که قیمت و ویژگی های اون مناسب بوده و باعث رفع نیازهای مشتری میشه و همینطور میتونه رضایت مشتری ، برندسازی ، سود و فروش و ... برای کسب و کارت به دنبال داشته باشه.

نیازی به گفتن نداره اما تبلیغات و بازاریابی انقدر توی دنیا همه گیر شه که برای بحث در موردش همیشه صدها ساعت روش وقت گذاشت . از اصلی ترین قسمت های این موضوع ، آشنایی با شیوه ها و روش های تبلیغات ، بازاریابی و آشنایی با ابزارهای تبلیغات در دنیای بزرگ اینترنت هستش . تو باید مقدار تاثیر هر روش رو بدونی و نسبت به تاثیر گذاری هر کدوم اولویت بندی استفاده از هر کدوم رو انجام بدی . تو در جایگاه یک مدیر فعال در محیط کسب و کار اینترنتی باید با مفاهیم تبلیغات آشنا باشی تا توانایی این رو داشته باشی که کسب و کار خودت رو رونق بدی و از شیوه ها و روش های مختلفی که وجود داره استفاده بکنی . اگه توی فکر این رو در نظری داری که یه بنر تبلیغاتی بسازی ، اول باید در طراحی این بنر تکنیک هایی که در جذب ترافیک تاثیر داره رو رعایت بکنی و مسئله ی بعدی که خیلی مهمه سایت خودت هست که باید روی بنر بیاریش و طوری بشونیش رو بنر که یه آب راهه ی خوبی برای جذب ترافیک باشه . اینجا من از رایج ترین روش هایی که در ایرن استفاده میشه رو بهت معرفی میکنم.

۱ - تبلیغات بنری : که شامل آگهی های مستقیم توی سایت ها مثل ورزش ۳ ، دانلود ها و ... - استفاده از شبکه های تبلیغاتی واسطه گر

۴ - ایمیل مارکتینگ : ارسال تبلیغاتی با میلرلایت و بقیه نرم افزار ها - تبلیغ سایت های دیگه با ایمیل های خبرنامه

۳ - معرفی مستقیم : درج توضیحات درباره ی کسب و کارت در بخش مطالب سایت ها مثل تالار ها و انجمن های گفت و گو ، بخش نظرات سایت ها و وبلاگ ها و مواردی شبیه به اینا

۲ - شبکه های مجازی : سفارش آگهی توی صفحات شخصی با فالور و دنبال کننده های بالا مثل اینستاگرام

، تلگرام فیس بوک و ...

۵ - سایر موارد : ارسال پیام های انبوه تلگرامی ، SMS و...

## تبلیغات بنری:

در این روش تبلیغات توی ایران طرفدارهای خاص خودش رو داره ، تبلیغات بنری از نوع اینترنت به واسطه ی سایت های پر بازدید و تبلیغ پذیر که خیلی هم زیاد هستن انجام میگیره . توی این روش تبلیغ جدا از این که سایت و شرکت تو با تصاویر متحرک و حتی ویدئویی به مخاطب نشون داده میشه ، لینک ارتباطی به سات رو هم شامل میشه که یه روش عالی و با بازدهی بالا هستش. این روش تبلیغات به دلیل لینک بودن بنر با سایت بهترین روش تبلیغاتی از نظر کارشناس ها و محققان هست . طراحان بنر های تبلیغاتی معمولا فرمت فایل ها رو gif یا swf در نظر میگیرن که از فرمت ها رایج بنرهای اینترنتی به حساب میاد.

بنر ها به طور رایج با موضوعات مرتبط و حتی غیر مرتبط توی سایت ها گذاشته و به کاربرا معرفی میشن . این روش تبلیغ باعث بالا رفتن رتبه بندی سایت تو توی الکسا میشه چون به طور مداوم روی صفحه یکی از پر بازدید ترین سایت ها گذاشته میشه و دوم اینکه کاربرا به طور مستقیم به سایت تبلیغ شونده انتقال داده میشن

این بنر ها مثل بنرهای فیزیکی و شهری شامل سایز های استاندارد هستن و این استاندارد ها تقریبا توی همه ی سایت ها رعایت میشن . معیار سایزبندی های بنر های اینترنتی بر اساس پیکسله و با حالت های عمودی و افقی طراحی میشن که سایز های ۶۸\*۲۶۰ پیکسل - ۴۲۸\*۱۴۸ پیکسل - ۶۸\*۴۳۲ پیکسل و... از نمونه سایزهای بنرهای اینترنتی هستش.

سایت های هم هستن که در ازای مبلغ های مشخصی برای کاربران خودشون بنرهای اینترنتی رو طراحی میکنند که استانداردها و نکته هایی که باید توی طراحی رعایت بشن رو استفاده میکنند و مطابق با استاندارد های روز سفارش های خودشون رو انجام میدن . که سایت های [graphici.net](http://graphici.net) - [ponisha.ir](http://ponisha.ir) و [mggraphis.ir](http://mggraphis.ir) و... نمونه سایت های بنرهای اینترنتی هستن.

## شبکه های مجازی:

تبلیغات اصولی در شبکه های اجتماعی یکی از روش های روز تبلیغات هست . در مبحث های قبلی در موردش گفتیم ، که نمونه های پر کاربرد در ایران رو میشه به تلگرام و اینستا گرام اشاره کرد.

این روز ها شبکه های مجازی جایگاه ویژه ای بین زندگی روزمره مردم پیدا کردن ، حتی اگه تو خیابون ، مترو و هر جای دیگه به افرد نا آشنایی توجه بکنی میبینی که این افراد بدون اینکه به محیط اطرافشون توجهی داشته باشن ، توی موبایل و در یکی از شبکه های اجتماعی فرو رفته و کلا توی یه فضای دیگ حضور داره و در حال گفتگو ، ارسال مطالب و فعالیت های دیگ هستش . این یه موقعیت فوق العاده برای توئه تا بتونی کار خودت رو گسترش بدی و بتونی با این روش جذب ترافیک رو انجام بدی . این روزها دیگه

شبکه های اجتماعی جز پررنگ ترین رسانه و به یکی از پر بازدید ترین رویداد ها تبدیل شده و باید دید رو متفاوت و با ارزشی باید به این مسئله داشت ، دلیلش هم به خاطر:

۱ - دسترسی سریع:

دوست من اگه از شبکه ای مثل تلگرام و یا اینستا گرام استفاده میکنی ، الان وقت مناسبه تا کاربرای خودت رو از کسب و کارت مطلع بکنی چون اکثر افراد محدودیت زمانی خاصی رو برای استفاده از این نرم افزار ها ندارن و تو توانایی این رو داری تا تبلیغات خودت رو به صورت شبانه روزی انجام بدی و مطالب مربوط به کسب و کارت رو به افراد مختلف ارسال بکنی. افراد حتی توانایی این رو دارن تا قبل از شروع ساعت کاری خودشون مطالب تو رو ببینن و حتی شاید چند نفر از اونا وقت بازدید از سایتت رو هم داشته باشن . دقت داشته باش اگه تبلیغات و پست هایی که توی شبکه های مجازی منتشر میکنی طبق اصول و با ظرافت باشن اصلا برای مخاطب حس مزاحمت ایجاد نمیکنه.

۴ - هزینه پایین:

اگه بخوای تبلیغات و استفاده از شبکه های اجتماعی رو با روش های دیگه ی تبلیغات مقایسه بکنی به طور یقین هزینه ی پایین شبکه هی اجتماعی رو لمس میکنی و عینا میبینی که چه هزینه ی کمی داره ، قنط باید وقت و انرژی لازم رو صرف بکنی تا به نتیجه ی مطلوب برسی ، اما اگه برنامه ریزی ثابتی داشته باشی و هر روز مقداری از وقت خودت رو صرف این کار بذاری ، شاید پیشرفت چشمگیری رو توی کار خودت حسبکنی.

۳ - برند سازی :

برند سازی یکی از ارکان اصلی توی هر کسب و کار هست . تو باید با هر روشی که بلدی دنبال برند سازی باشی تا با این کار مخاطبان تو با اطمینان بیشتری ازت خرید بکنن . شبکه های اجتماعی یکی از روش های موثر برندسازی هست که به کمی وقت و انرژی میتونی به این امر مهم تا حد زیادی برسی.

تصور بکن اگه تو هر در زمینه ای که فعالیت بکنی ، کسی که محصول یا محصولات تو رو نیاز داره با جستجو در شبکه های اجتماعی به پیج و یا به سایت تو برخورد میکنه و با ورود به سایت تو و مشاهده ی محتویات با ارزش سایت اعتماد اون تا حدی به تو و کسب و کارت جلب میشه و بعد از بررسی های بیشتر به مواردی مثل کامنت های مشتری هایی که از ارتباط با سایت تو و خریدشون راضی هستن که با مثبت بودن کامنتشون این رضایت رو نشون میدم ، اعتماد این کاربر چند برابر میشه.

حالا یه سوال ازت دارم ؟

به نظرت با چند میلیون تومن میتونی این حس اعتماد رو بین افراد مختلف به وجود بیاری؟

یکی از اصلی ترین مسئله ای که توی بازاریابی شبکه های مجازی باید رعایت بکنی کیفیت و نوع مطالبی هست که قصد انتشار اونا رو داری.

اگه قصد فعالیت توی شبکه های مجازی مثل تلگرام و اینستا گرام رو داری تا برند سازی انجام بدی و فروش خودت رو بالا ببری باید سه چیز رو در نظر بگیری و بدونی استفاده ی مداوم از این سه مورد ضروری هست و اگه تصمیم به حذف یکی از این سه روش رو در برنامه های خودت بگیری ، به احتمال زیاد ، در صد قابل توجهی از رسیده به موفقیت رو از دست خواهی داد.

#### ۱ - آموزش دادن:

این اصلا اهمیت نداره که تو چه شغلی داری توی هر کسب و کاری بهترین کاری که توی این شبکه ها میتونی انجام بدی ، ارائه ی آموزشه . این کار باعث جذب مخاطب میشه مثلا اگه در حوزه لاغری و تناسب اندام فعالیت میکنی باید نکاتی رو درباره ی غذاهایی که کالری منفی دارن رو به مخاطبان خودت بازگو بکنی و یا اگه تو حوزه ی آرایش و میک آپ کار میکنی ، پست هایی در رابطه با تشخیص لوازم آرایشی تقلبی و اصلی رو آپلود کن . اگه آموزش رو ز برنامه های خودت حذف بکنی از رسیدن به موفقیت حذف میشی ، یات باشه این محتوای بار ارزش هست که دست توی فضای مجازی پخش میشه و باعث شناخته شدن کسب و کارت میشه.

#### ۴ - تعریف و تمجید کاربران از کسب و کار خودت:

توی شبکه های اجتماعی مطالبی در رابطه با رضایت مشتری ها با اشتراک بذار مثلا یه اسکرین شات یا همون عکس از صفحه در رابطه با کامنت های مثبتی که کاربرایی که از خریدشون راضی هستن میتونه گزینه ی خوبی باشه ، عکس هایی از کلاس های حضوری که تشکیل میشه هم میتونه مورد بعدای برای این کار باشه ... این مطالب اعتماد افراد رو نسبت به کسب و کارت جلب می کنه  
با این پست ها به مردم نشون میدی خرید از تو به منزله ی قبول کردن ریسک برای اونا نیست.

#### ۳ - معرفی محصول و خدمات کسب و کار

مخاطبان و کاربرای تو باید بدونن که قیمت محصولات تو چقدره و چه قیمت گذاری ای روی محصولات خودت انجام دادی ، تو نباید از معرفی محصولات ترس داشته باشی اما به شرطی که دو مورد قبلی رو رعایت کرده باشی.

بعضا برای تشویق مشتری به خرید کردن تخفیف های ویژه ای رو بذار و بن خرید ارائه بده . نکته بعدی این که پست هایی که در رابطه با قیمت محصولات آپلود میکنی باید خیلی کمتر از پست های دو گزینه ی آموزش و تعریف کاربرا باشه . مزایایی که شبکه های اجتماعی دارن اینه که : ۱ - تقریبا همه ی افراد از کل کشور رو میشه توی این شبکه پیدا بکنیم ۴ - شهرت و معروفیت برند شخصی تو رو رتبه بندی سایت تو

تاثیر خیلی زیادی داره ۳ - با شبکه های اجتماعی توانایی این رو پیدا میکنی تا به سوالات مشتری های کنونی و مشتری های آینده جواب بدی که همینطور که قبلا بهش اشاره کردیم باعث معرفی راحت محصولات سایت میشه.

### ایمیل مارکتینگ:

دوست من ، ایمیل مارکتینگ یعنی اینکه تو با نرم افزار های مرتبط برای مشتری های قبلی و کسانی که ایمیل های خودشون رو در لندینگ پیج تو وارد میکنن ایمیل بفرستی و محصولات خودت رو معرفی بکنی . این کار رو باید با هدف این که با کاربرای خودت ارتباط برقرار بکنی و اونا رو نگه درای و وفاداریت رو بهشون نشون بدی ، انجام بدی.

حالا کاربر بسته به دانش خودش میتونه ایمیل ارسالی تو رو صرفا یه ایمیل تبلیغاتی بدونه یا علمی تبلیغاتی بدونه و یا تفریحی تبلیغاتی ، اما چیزی که صد در صد اتفاق میفته چیزی نیست جز ایمیل مارکتینگ.

بعضی از افراد ایمیل مارکتینگ رو یه نوع اسپم میدونن اما اسپم همه چیز میتونه باشه جز ایمیل مارکتینگ . اسپم به ایمیل هایی میگن که کمپانی های بزرگ تجاری ، بدون اجازه ایمیل هایی رو برای تبلیغ به کاربرای اینترنتی ارسال میکنن ، پس اگه تو هم ایمیل های خودت رو بدون اجازه به کاربری ارسال بکنی ، فقط داری اسپم میفرستی پس ، باید فقط به کسانی ایمیل بفرستی که خودشون ایمیل خودشون رو توی لندینگ پیجتو وارد کرده باشن.

کسانی که اسپم ها رو برای کاربرای مختلف که ایمیل هاشون رو از سایت هی دیگ جمع کردن ارسال میکنن ، افرادی هستن که بیشترین ضرر رو به کسب و کار اینترنتی میزنن چون با این اقدام کاربرای اینترنتی رو نسبت به این کسب و کار بد بین میکنن.

اما چطوری باید ایمیل مارکتینگ رو با اصول و شیوه ی درست انجام بدی ؟

همونطور که گفتم اگه بخوای ایمیل های ناخواسته به کاربری بفرستی ، کاری جز ارسال اسپم انجام ندادی و اصلی ترین روش توی ایمیل مارکتینگ اینه که کسی که براش ایمیل میفرستی ، خودش با دستای خودش ایمیلش رو توی لندینگ پیج تو وارد کرده باشه و یا توی سایت تو ثبت نام کرده باشه و یا اصلا خودش برای تو ایمیل فرستاده باشه. با این روش کاربرا دیگ ایمیل های ارسالی تو رو اسپم نمیدونن و همین میتونه یه راه درست برای کسب درآمد تو باشه.

دوست من ، توی بازاریابی اینترنتی اعتماد سازی خیلی خیلی مهمه ، اگه خدایی نکرده بخوای ایمیل هایی که جمع کردی رو بفروشی و یا از ایمیل خریداری بکنی و استفاده های منفی بکنی مطمئن باش با مشکلات جدی برخورد میکنی و میتونه نتایج بدی به همراه داشته باشه.

## برند سازی

برند سازی چیه؟ دوست خوبم بیا قبل از این که بحثی در رابطه با این موضوع بکنیم مفهوم برند رو درک بکنیم:

برند سازی بیشتر از یک معقوله ی اسم و یا مارک تجاریه . برند ، علاوه بر این که یه اسم تجاری به حساب میاد ، حالتی هست که مورد اعتماد مردم قرار گرفته و این قابلیت رو پیدا کرده تا خودش رو توی ذهن و فکر مردم جا بده.

این روز ها معقوله ی برند سازی ریشه ی خیلی بزرگی پیدا کرده تا جایی که افراد برای آموزش این موضوع کمپین راه اندازی میکنند و به نکات خیلی زیادی اهمیت میدن و بهشون توجه میکنند.

حتی بعضی از صاحبان کسب و کار روی نحوه ی تلفظ یک اسم برای انتخاب برند توی زبان های مختلف جهان تحقیق میکنند تا ببینن که کدام یک از نام های تجاری در زبان های مختلف شبیه به هم تلفظ میشن تا ارزیابی های لازم رو انجام بدن تا ببینن کدوم یکی از این اسم ها راحت تر میتونه تبدیل به برند بشه.

این روز ها خیلی از کسب و کارها با این تفکر شروع به فعالیت میکنند که ، توانایی این رو دارن تا توی کسب و کاری که شروع کردن موفق باشن ، برای همین دنبال راهی هستن تا اسمشون رو به سر زبونا بندازن.

تو برای اینکه کسب و کار موفق داشته باشی باید یه برند معروف رو درست بکنی و این کار رو فقط میشه باطراحی یه سایت خوب و مناسب شروع کرد . نکته ای که باید بهش اشاره بکنم اینه که قبلا باید اسم برندخودت رو انتخاب بکنی.

با این تفاسیر میشه این رو گفت وقتی شرکت و کسب و کارت به یه برند تبدیل شد ، دیگه نیازی به تبلیغات نداری اما باید کاری بکنی تا برند و شرکتت تو ذهن افراد بمونه.

بذار این مطلب رو بیشتر برات باز بکنم : از همون اوایل که آدما خودشون رو شناختن و به تمدن رسیدن هرکسی واسه خودش یه اسمی داشته که بوسیله ی اون افراد دیگ اون رو میشناختن ، با این اسامی افراد وارد جامعه شدن و با هویت خودشون آشنا شدن.

توی همین چند صده ی آخر با رشد پی در پی صنعت و تجارت بین مردم ، یک معقوله ی جدید که نیاز همین بازار و تجارت بود در بین افراد و بشریت احساس شد . که چیزی جز برند نبود . این جا دیگ فقط اسم کاربرد نداشت و در کنار اسم جای خالی یه نماد هم حس میشد که با اون ذهن و قلبهای آدما تسخیر بشه و افراد تنها بادیدن اون نماد و شنیدن اون اسم یاد محصولات و خدمات کسب و کار مورد نظر بیفتن.

برند سازی به سلسله مراتب مشخص و بلند مدت هست که اگر درست انجام بشه نتایج فوق العاده ای داره که یکی از اون نتایج سودهی دور از انتظار هست که دقیقا چیزیه که صاحب هر کسب و کاری اون رو میخواه.

خب دوست من ، فکر میکنی باید چه اقدامی انجام بدی تا برندسازی خوبی رو داشته باشیم ؟ من چند نمونه از این اقدامات رو بهت میگم تا بهتر آشنا بشی.

۱ - در مورد محصولات یا خدمات آگاهی رسانی انجام بده : با وجود تکنولوژی و ابزارهای ارتباطی بازهم افرادی هستن که قبول نمی کنن تا بازاریابی قدیمی رو کنار بذارن و شروع به استفاده از ابزارهای مدرن دیجیتال بکنن . تو باید برای اینکه کسب و کار خودت رو به افراد مختلف بشناسونی ، باید از معقوله ی معرفی محصولات و یا خدمات کسب و کارت شروع بکنی و در ادامه بیشتر روی ارزش اون ها تمرکز بکنی اگه نتونی این کار رو انجام بدی وارد شدن به بازار کسب و کار اینترنتی به خورده برات سخت میشه.

۴ - در عملکرد خودت ثابت باش : قبل از اینکه بخوی کسب و کارت رو راه اندازی و اون رو تبدیل به یه برند بکنی ، یه سوال رو از خودت بکن : اینکه این کسب و کار قراره چه تاثیری روی افراد بذاره ؟ بعد از این که به جواب رسیدی ، از راهی که شروع کردی بیرون نرو . منحرف شدن از راهت ، باعث میشه تا نتونی برندسازی خوبی رو انجام بدی.

۳ - از بررسی محصولات کسب و کارت توسط افراد کمک بگیر : تو اگه بخوای چیزی رو بخری ، ملاک هایی که برای خرید در نظر میگیری چیه؟

مثلا میای از دوستا و نزدیکای خودت در رابطه با محصولی که قراره خریداری بکنی پرس و جو میکنی ، بعدمیری سراغ کامنت های کسانی که اون محصول رو خریداری کردن و در قسمت نظرات همون محصول کامنت گذاشتن ، این روزها تقریبا دیگ نیاز نیست که مدام در مورد محصول و یا خدمات کسب و کار خودت توضیح بدی ، رضایت مشتری و کامنت های مثبت اونا همه چیز رو راحت کرده و این میتونه اهرمی برای برند شدن کسب و کارت باشه .

بیشتر افراد انقدر توی دنیای اینترنت گشت و گذار کردن که چشم و ذهنشون خیلی با لوگو های معروف مثل گوگل ، یاهو ، آمازون ، ای بی و خیلی از برند های دیگه برخورد کرده اما اصلا به این فکر نکردن که چه چیزی و چرا باعث شده تا این لوگو ها همه جا وجود داشته باشه و اصلا به این فکر نکردن ک مدیرای این شرکت ها و کمپانی ها چه برنامه ریزی ای داشتن تا برندسازیشون به این مرحله رسیده . اکثرا همه میدونن که این شرکت ها گروه خودشون رو در این رابطه دارن و در این رابطه برنامه ریزی های دقیقی برای این مسئله ی مهم می کنند اما هیچکس این شرکت ها رو الگو قرار نمیده و هیچ برنامه ریزی ای برای برند سازی کسب و کار خودش نمیکنه . توی هر کسب و کاری چیزی که به کسب و کارت ربط داشته باشه

و باعث بشه توی ذهن مخاطب نقش بنده دلیلی میشه تا مشتری و کاربرا به طرف کسب و کارت جذب بشن و این مسئله رعایت اصول استاندارد بازاریابی رو به شدت نیاز داره.

این اصول میتونه شامل مواردی مثل:

۱ - تو باید کارتو با معرفی برند خودت شروع کنی :

محصولی که برای ارائه به مشتری های خودت تولید میکنی باید با توجه به نیاز اونا تولید بشه و به خوبی بررسی های لازم رو در این موضوع انجام بدی . برند و شرکت تو باعث رشد و یا عفول تجارت تو میشه ، تو باید با مشتری ها ارتباط خوبی پیدا بکنی و کسب و کار خودت رو به کسب و کار متفاوتی که تا الان دیدن نشون بدی.

۴-وقعی که داری برند کسب و کارت رو میسازی از نگاه مردم این کار رو انجام بده :

هر کدوم از ما با توجه به رفتار های شخصی و طرز فکری که داریم به وجود اومدیم و تبدیل به شخصیت الان خودمون شدیم ، که وقتی لباسمون رو می پوشیم تا حد زیادی شخصیتمون رو به بقیه افراد نشون میدیم ، دقیقا مثل هر برند کسب و کاری که از دید مردم چیزی که از ظاهر خوب باشه ، باطن رو هم خوب میدونن ۳ - نباید از شعارها و پیام های تکراری استفاده بکنی:

این کار باعث میشه هویت یکپارچه و منظمی بین مردم نداشته باشی

۲ - ایده های جدید رو جسورانه به کار ببر و روی اعتقادات خودت مسمم باش:

هر برند موفق که میبینی دست مایه ی قوانین ، اصول و مقرراتی هست که از طرز فکر یه گروهی سرچشمه گرفته که این قوانین هم در ایده های جدید ، نو و خلاقانه بوجود اومده . تو هم می تونی به تبعیت از برندهای بزرگ جایگاه کسب و کار خودت رو تا حد قابل توجهی بالا ببری.

۵ - لوگو و برند خودت رو به عنوان یه ابزار برای ارتباط با کاربرا در نظر بگیر:

لوگوی خودت رو به طور خلاقانه روی محصولات خودت درج کن طوری که خیلی زود از بین نره و در این صورت لوگوی تو هم دیده میشه ، مثلا اگه محصولات فیزیکی داری اونا رو روی یه پاکت مقوایی محکم چاپ کن و به مشتری های خودت ارسال بکن . این کار فایده ی خیلی زیادی داره چون هر کدوم از کاربرا و مشتری های تو یه بلندگو برای معرفی کسب و کار تو به حساب میاد !.

برندسازی از اقدامات مهم در هر کسب و کاری هستش که خیلی از صاحبان کسب و کار با اقدامات غیر اصولی باعث میشن تا افراد دچار سر در گمی بشن و همینطور عمل برند سازیشون هم صورت نگیره . برای همین چند مورد از اقدامات غیر اصولی برندسازی رو بهت میگم تا باهاشون بیشتر آشنا باشی:

۱ - استفاده ی نادرست از دستورالعمل های برندینگ:



خیلی از مدیرای کسب و کارای مختلف وقتی متوجه میشن که کسب و کارشون نیاز به برند سازی داره شروع به برند سازی میکنن اما بدون در نظر گرفتن اصول برند سازی این کار رو انجام میدن . بعضیا شروع میکنن به اجرای برنامه های تبلیغاتی ، حالا شاید تاثیراتی هم داشته باشه اما به طور حتم با رعایت نکردن اصول برند سازی باعث هدر رفتن زمان و سرمایهشون میشن . اولین اقدامی که در برند سازی باید انجام بدی اینه که یه پیام مفهومی و قابل درک رو برای انتقال نمودن پیام آماده بکنی.

۴ - عدم استفاده از رنگها و تصاویر:

اگه توی برنامه های تبلیغاتی و برند سازی خودت از رنگ ها و گرافیک ها استفاده نکنی اینکه مخاطب بخواد برند تو رو از ذهنش نگه داره خیلی سخت میشه و اگه دوست داری تا کسب و کارت توی بازه زمانی بلند مدت به موفقیت برسه ، این مهمه که تو از رنگ ها و تصاویر توی برند سازی خودت استفاده بکنی ، مثلا اپراتور های ایران رو در نظر داشته باش ، همراه اول - ایرانسل - رایتل مطمئنا اسم هر کدوم رو که میشنوی ذهنت پر میشه از یه رنگ خاصی ، همراه اول ترکیبی از آبی آسمانی و نارنجی - ایرانسل ترکیبی از آبی و زرد - رایتل بنفش ، رنگ ها خیلی بهتر و زودتر توی ذهن آدمای میمونن پس تو هم باید این کار رو انجام بدی تا بتونی برند سازی موفق رو انجام داده باشی.

۳ - عدم سنجش بازدهی تبلیغات و برند سازی:

خیلی از مدیرای کسب و کارهای مختلف بدون این که بازدهی تبلیغات و برندسازی خودشون رو بررسی بکنن، باعث هدر رفتن سرمایه و وقتشون میشن . وقتی تو این کار رو انجام بدی با مقایسه ی روش های بهتر تبلیغات و بازاریابی باعث پیشرفت این مسئله ی مهم تو کسب و کارت میشن ، بررسی این خیلی ساده هسش ، فقط کافیه با روش های مختلف از مشتری بپرسی که با چه روشی با برند تو آشنا شده .

۲ - شعارهای تبلیغاتی غیر قابل باور:

توی ایران اکثر کسایی که توی انتخابات کاندید میشن ، دنبال این هستن تا از شعار جدید ، به زبان عامیانه شعار باکلاس و شعاری که تا الان کسی از اون استفاده نکرده باشن هستن ، اما توجه زیاد و افراطانه به این مسئله باعث میشه تا شعار مورد انتخاب غیر قابل باور به نظر بیاد ، شعار تو هم باید طوری باشه که ویژگی های محصولات و خدمات کسب و کار تو رو شرح بده . هر چقدر شعار غیر معقول تر باشه مشتری بیشتر ازت فاصله میگیره.

۵ - یکی از دلایل فاحش که باعث پس رفت در برندینگ و برندسازی میشه استفاده نکردن از نظرات مشتری هست. تو باید تو بخشی از سایت خودت به این موضوع اختصاص بدی . فقط باید در این رابطه امانت دار باشی و دقیقا چیزی که مشتری گفته رو به بقیه نشون بدی و اینکه قبل از استفاده از این موضوع از مشتری نظرش رو بپرسی و ازش بخوای تا اجازه بده تا نظرش ، اسم و حتی شغل و میزان تحصیلاتش رو هم

عنوان بکنی . اگه بتونی از صدا یا تصویرش هم استفاده بکنی که دیگ عالی میشه و یه شرایط ایده آل برای برند سازی کسب و کارت به وجود میاد.

همه ی این اقدامات باعث میشه تا مشتری توی تصمیم گیری های خودش نسبت به انتخاب سایت و کسب و کار تو زود عمل بکنه.

## SEO سئو

این مبحث ینی سئو سازی سایت کمک بزرگی توی کسب و کارت میکنه تا به موفقیت برسی . برای اینکه سایتت در صفحه ی اول موتور جستجو گرها مثل گوگل قرار بگیری باید اقدامات سئو سازی رو انجام بدی تا سایت تو بازدید های زیادی داشته باشه و همین بازدیدها ، هم باعث جذب مشتری های وفا دار و هم باعث فروش بیشتر بشه . برای همین اقدامات سئو سازی در کسب و کار اینترنتی ضرورت خیلی زیادی پیدا میکنه .

برای اینکه اقدامات سئو سازی رو انجام داده باشی و کسب و کارت رو رونق بدی باید تکنیک های سئو سازی رو بلد باشی که من به چند نمونه از اونا اشاره میکنم:

### ۱ – استفاده از کلمات کلیدی:

دوست من وقتی تو دنبال موضوعی توی گوگل می گردی ، عبارتی که توی گوگل سرچ میکنی کلمات کلیدی هستن و تو باید تو سایت خودت از این کلمات کلیدی استفاده بکنی ، چون گوگل با جستجوی عبارات کلیدی که کاربر توی صفحه ی گوگل ازشون استفاده می کنن ، از بین سایت های موجود توی دنیای اینترنت با در نظر گرفتن معیارهای خودش سایت های مناسب رو به کاربر نمایش میده.

### ۴ – استفاده از بک لینک ها :

وقتی تو در سایت خودت موضوعی رو درج کردی مثلا اگه یه مقاله ای رو در رابطه با طراحی سایت به کاربرای خودت ارائه میدی ، وقتی توی مقاله ی خودت عبارت طراحی سایت رو به یه سایت معروف که در باره ی طراحی سایت هست مثل ورد پرس ، لینک کردی در واقع تو کار بک لینک رو انجام دادی . این کار در سئو سازی خیلی تاثیر گذاره چون یکی از معیار های گوگل برای رتبه بندی سایت ها در ارتباط بودن با سایت های پر بازدید و معروف هست.

### ۳ – استفاده از استراتژی دامنه ی سایت:

URL یا دامنه ی سایت هم باید مختصر و کوتاه باشه و هم در رابطه با مطلب ارائه شده همخونی داشته باشه . به عنوان مثال اگه همون طراحی سایت رو مثال بزنی در قسمت URL یا لینک مطلب از عبارت – WEB DESIGN یا طراحی – سایت استفاده بشه چون گوگل این معیارها رو برای رنکینگ خودش در نظر میگیره

و تو با رعایت این نکته باعث میشی تا گوگل خیلی زود سایت تو رو به کاربرای خودش نشون بده ۲ -  
(استفاده از توضیحات متا) META)

دوست من شاید تو ندونی که متا ینی چی؟ تو وقتی که عبارتی رو توی گوگل سرچ میکنی گوگل یه متن کوتاهی رو زیر هر ردیف از سایت هایی که پیدا کرده رو با رنگ سبز نمایش میده، اون متن کوتاه همون متا هستش. توی متا هم باید از کلمات کلیدی استفاده بکنی و این که باید یه متنی رو در رابطه با مقاله یا موضوعی که درج کردی طوری بنویسی که جلب توجه کنه و کاربر رو به سمت سایت تو بکشونه.

۵ - استفاده از عناوین جذاب

جدای از اینکه باید از تیتراهای جذاب کننده ترافیک توی موضوعات خودت استفاده بکنی باید سعی کنی کلمات کلیدی در اول هر عنوان بیاری تا گوگل بتونه خیلی سریع تر سایت تو رو برای کاربرای خودش نشون بده. همونطور که گفتم این عبارت باید حس کنجکاوی رو در کاربرای بیدار و اونا رو جذب خودش کنه.

اما تا حالا فکر کردی سئو چطوری باعث میشه تا سایت تو بازدید کننده ی بیشتری داشته باشه؟

دنای اینترنت به فضایی تبدیل شده که میشه در اون به تبادل لینک پرداخت و اطلاعات رو جابه جا کرد و بیشتر مردم هم توی این زمینه فعال هستن. از وقتی که شبکه های اجتماعی شکل گرفتن، مدیران کسب و کارهای مختلف همه ی تلاش خودشون میکردن تا نهایت استفاده از این شرایط خوب برندسازی رو انجام بدن. غیر از سوشال مدیا که لحظه به لحظه داره به جمعیت استفاده کنندگانش اضافه میشه، وسیله ی پر قدرت دیگه ای که بیشتر کاربرای توی دنای اینترنت باهاش سر و کار دارن و جزء اولین ابزارهای دنای اینترنت به حساب میاد، وب و طراحی وب هستش. هر کسی توی دنای اینترنت وارد میشه میتونه یه مشتری برای کسب و کار تو به حساب بیاد فقط باید دنبال راهی باشی تا اون رو به طرف کسب و کار خودت جذب کنی، که حتما کارهایی رو برای این مسئله انجام دادی و اطلاعات مورد نیاز رو برای دسترسی مخاطبای خودت در اختیارشون قرار دادی، اما باید یه راه بهتر رو برای جذب افراد پیدا بکنی که سئو یکی از این راه هاست.

سئو چطوری روی کسب و کار اینترنتی تاثیر خودش رو میذاره؟

سئو سازی در واقع ۵ مورد از اقداماتی هست که توی همین مبحث بهت توضیح دادم که از لحاظ ساختار و کدنویسی سایت رو بهینه سازی میکنه و بعد از گذشت چند مدت توجه موتورهای جستجوگر مثل گوگل رو به خودش جلب می کنه. چون افراد با توجه به نیازهای خودشون از کلمات کلیدی در جستجوهای خودشون استفاده میکنن، با رعایت مسائلی که در رابطه با سئو سازی توضیح دادم باعث میشی که سایت تو توی صفحات اول موتورهای جستجوگر قرار بگیره و بتونی ترافیک زیادی رو به طرف سایت خودت جذب بکنی.

هر کدوم از این افراد میتونن به عنوان بازدید کننده وارد سایت تو بشن و در تعداد بازدیدهای سایت تو تاثیر گذاری داشته باشن و یا اینکه در حالت بهتر به یکی از مشتری های کسب و کار تو تبدیل بشن.

اگه فروشگاه آنلاین داری ازت خرید میکنن و اگه خدمات خاصی رو ارائه میکنی متقاضی خدمات کسب و کار تو میشن ، پس سئو روش خیلی خوبی برای شناختن افراد از کسب و کار تو هست . پس میشه گفت سئو یه روش برای برندسازی هم میتونه باشه.

دوست خوبم ، همه چیز به این بستگی داره که چقدر اطلاعات داشته باشی ، تو هرچی بیشتر در این رابطه بدونی همون قدر حرفه ای کار میکنی.

تبلیغات و سئو :

یکی از الزامات شروع یه کسب و کار اینترنتی ، انجام تبلیغات توی دنیای اینترنته و راه های زیادی برای این کار وجود داره . تو باید تبلیغات سنتی رو کنار بذاری و روش سئو سازی رو برای این کار انتخاب کنی توی دنیای اینترنت هر چی بیشتر دیده بشی ، بیشتر تو ذهن افراد میمونی و بیشتر مورد توجه افراد قرار میگیری . تو با استفاده از این روش فقط یه بار وقت و سرمایه ی خودت رو صرف سئو سازی میکنی و سایت رو مطابق با استاندارد های مورد نظر گوگل قرار میدی اما نتیجه ی این کارت رو تا مدت ها در کسب و کار خودت حس میکنی ، فقط باید هر از گاهی پشتیبانی های لازم رو برای سئو سازی انجام بدی تا رقبای کسب و کارت رتبه ی گوگل رو از تو نگیرن.

تبلیغ نویسی

دوست عزیزم ، از همون دوران بچگی همیشه بهت گفتن که اگه یه کاری رو درست و طبق اصول انجام بدی هیچ وقت شکست نمی خوری . توی دنیای اینترنت هم تبلیغ نویسی اصول خاص خودش رو داره ، تو با آگاهی از این اصول توانایی این رو پیدا میکنی تا بفهمی تبلیغ نویسی کجا به دردت میخوره ؟ و موجب افزایش فروش کسب و کارت میشه.

البته تبلیغ نویسی اصلا این ضمانت رو نمیکنه تا فروش محصولات تو در سطح عالی قرار بگیری ، این رویکرد مهم بستگی به مدیریت تو داره .

حالا بیا ببینیم مزیت های تبلیغ نویسی چیه؟

۱ - این مفهوم رو میسونه که تو چه محصولی داری و ویژگی های محصول تو چیه؟

۴ - این کار میتونه باعث برندسازی هم بشه

۳ - باعث میشه تا انگیزه ی مشتری ها رو برای خرید بیشتر و بیشتر بکنه.

۲ - با استفاده از هماهنگ بودن پیام و ویژگی های محصول باعث فروش همیشگی محصول میشه

۵ - باعث میشه مشتری ها و کاربرای سایت محصولات کسب و کارت رو بهتر بشناسن.

اصول پنجگانه ی تبلیغ نویسی:

اصول پنجگانه این شرایط رو فراهم میکنه تا محصول خودت رو به بهترین شکل ممکن به کاربرای خودت معرفی بکنی . این ۵ مورد ابهامات رو از بین میبره و دید تو رو نسبت به این موضوع باز میکنه تا توانایی این رو پیدا بکنی که یه تبلیغ جذاب رو بنویسی . این کار مهمترین بخش بازاریابی هست که تاثیر پررنگی توی کسب و کار تو داره.

۱ - عنوان جذاب :

اولین قدم از این اصول عنوان جذاب و کنجکاو کننده هست ، تو باید یه تیتري رو برای تبلیغ خودت انتخاب بکنی که انگیزه ی مخاطب رو برای خوندن متن تبلیغ بیشتر بکنه مثلا وقتی دم دکه ی روزنامه فروشی میری ، تیتريهای روزنامه ها تو رو دقایق خیلی زیادی اونجا میخ کوب میکنه اما وقتی محتویات مطالب رو می خونی میفهمی که مسئله ی زیاد با اهمیتی هم نبود و چیزی نبوده مه موقع خوندن تست دنبالش بودی!...

تیتري باید توجه مخاطب رو جذب کنه ، برای اینکه عنوان تو این کار رو بکنه فقط ۱۸ ثانیه فرصت داره .

مهمترین آپشنی که یه کاربر میتونه باهاش مواجه بشه ، دریافت پیشنهادات ویژه و رایگان و حتی یه پیشنهاد خیلی خیلی ارزون توی یه زمان محدود هستش کاری که دیجی کالا تو شب یلدا انجام داد مثلا پیشنهادی ویژه ای که به کاربرای خودش داده بود پلی استیشن ۲ رو به مبلغ ۰۸۸ هزار تومن تو مدت ۴ ساعت برافروش گذاشته بود ، این کار با یه پیغام افراد مشخصی رو مورد هدف خودت قرار میدی.

یه نمونه از تبلیغ نویسی های تو میتونه اینطوری باشه ، " زمانی که می خواستم پیانو بزنم همه به من میخندیدند ، اما وقتی شروع کردم ... " این جمله یعنی این که من خیلی خوب پیانو زدم و وقتی پیانو زدن رو شروع کردم همه ساکت شدن .

تو باید یه حس برتری در مشتری ایجاد بکنی ، اگه دوست داری تا تعداد کلیک های که ، تو سایت زده میشه بیشتر باشه میتونی از کلمات جادویی مثل رایگان ، فوری و... استفاده بکنی.

نکته ضروری ای که باید در نظر داشته باشی اینه هست که تو باید از تبلیغ نویسی آگاهی های لازم رو داشته باشی تا بتونی محصولات سایت خودت رو بفروشی . این که یک عنوان مناسب و جذب کننده برای معرفی محصولات انتخاب بکنی برای فروش محصولات کافی نیست این کار فقط باعث جذب مشتری میشه و کاربر رو ترغیب میکنه تا ادامه ی مطلب تو رو بخونن.

۴ - تصاویر و گرافیک حرفه ای:

این که تو از کاریکاتورهایی که فقط با مداد کشیده شده باشه استفاده بکنی میتونه گزینه ی خوبی در این رابطه باشه . کاریکاتوری که توی معرفی محصول استفاده میکنی باید توی وجود مخاطب حس جاذبه ایجاد بکنه و اون حس باید توی کاریکاتور وجود داشته باشه .

رنگ بندی میتونه نکته ی بعدی این قسمت باشه که تو میتونی این رنگ بندی ها رو توی نقش و نگار ایرانی به کار ببری که هم میتونه تم ایرانی بودن رو به سایتت بده و هم به مخاطب .

۳ - اولین پاراگراف :

تو باید یه وعده ای رو توی اوایل متن و یا همون اولین پاراگراف به مخاطب خودت بدی که ترغیب بشه متن رو تا آخر بخونه و نباید زیر قول خودت بزنی و باید بهش عمل کنی ، با این کارت مخاطب یه دلیلی داره تا مطالب رو تا آخرش بخونه.

۲ - استفاده از نکات کلیدی برای کوتاه کردن مطالب به منظور حفظ کاربر:

توی مطالبی که به مخاطبای خودت ارائه میدی ، متنی رو که برای نمایش گذاشتی ، نباید هر پاراگراف بیشتر از سه خط باشه ، چون اکثر مخاطبا تمایلی به خوندن زیاد ندارن ، باید مزایای محصولاتت رو توی دو یا سه پاراگراف قید کنی و از بولد پوینت یا نقطه ی سیاه استفاده بکنی ، توی بولد پوینت باید حسی که داری رو به مخاطب برسونی

۵ - بزرگترین مشکل مخاطب رو پیدا کن :

تو باید دلیل این که محصول خودت رو تولید کردی رو مشتری بگی ، یه مشکل که بیشتر افراد جامعه با اون سر و کار دارن رو در نظر بگیر و برای حل اون مشکل یه راه حل پیدا کن ، برای نمونه میتونم یکی از تبلیغات تلویزیون رو مثال بزنم : تبلیغات میوه خورد کن رو یادته ؟ یه خانمی رو نشون میداد که با کلی درد سر داره یه میوه رو خرد میکنه و حتی گوجه رو ، لافاصله پلان عوض میشد و خانم خوشحالی رو به نمایش میداشت که به راحتی با دستگاه خورد کن داره میوه ها رو خرد میکنه.

تو باید خیلی راحت یه مشکل رو بزرگ جلوه بدی و یه راه حل براش پیدا بکنی . اگه این کار رو کردی مطمئنا توی تبلیغات موفق عمل میکنی . پس یه تبلیغ فوق العاده درست کن و نشون بده محصول تو چطوری یه مشکل رو حل میکنه.

اگه میخوای تبلیغ نویسی کنی باید حواس خودت رو جمع کنی تا بتونی یه تبلیغ مناسب و با اصول استاندارد انجام بدی و یک ارتباط تاثیر گذار روی افراد و مخاطبین خودت داشته باشی .

قیف فروش

قیف فروش یه روش بازاریابی و جذب ترافیک جدید هستش که خلاصه میشه تو مراحلیه که یه کاربر میاد و از سایت تو بازدید میکنه و از یک بازدید کننده تبدیل میشه به یک مشتری . این که میگم قیف برای مفهوم راحت تر تو هستش ، وقتی تو بخوای یه مایع با ارزش رو تو ظرفی با در کوچیک بریزی برای اینکه اون مایع هدر نره از قیف استفاده میکنی . قیف فروش هم دقیقا همین حالت رو داره و از اینکه مشتری حتمی تو از بین نرن مورد استفاده قرار می گیره.

دوست عزیزم ، قبل از اینکه با مخاطب خودت رابطه برقرار بکنی ، این که تو بخوای قصد فروش محصول خودت رو داشته باشی ، این کار امکان پذیر نیست و یا حداقلش خیلی خیلی سخته . امیدوارم با این طرز نگاه کسب و کار خودت رو راه اندازی نکنی که هر کسی وارد سایت تو شد در همون بار اول شروع بکنه به خرید کردن ازت.

من هم مثل تو خدا خدا میکردم اینطوری باشه اما متاسفانه این یک حقیقت تلخ هستش . قبل از هر خریدی شناخت رخ میده و ارتباط بین مشتری و صاحب کسب و کار حرف اول میزنه.

حالا برای این که بهتر با قیف فروش آشنا بشی اون رو بصورت مرحله به مرحله تو این اسلاید بهت نشون دادم



تو برای این که قیف فروش خودت رو بهتر بکنی باید یه دگرگونی خاص رو در اون بوجود بیاری برای این کار میتونی قبل از این که محصولاتت رو بفروشی اون ها رو برای تست به مشتری ها پیشنهاد بکنی . این کار میتونه اعضای سایتت رو تا دو برابر بیشتر بکنه.

فکر کنم یه مثال برای قیف فروش برات محرک خوبی باشه ، فرض کن یه کسب و کاری رو راه اندازی کردی مثلاً یه شرکت هواپیمایی رو افتتاح کردی و توی دنیای اینترنت هم اطلاعات کسب و کارت رو هم منتشر کردی اما فکر میکنی منتظر موندن برای تماس های مشتری ها کار درسته؟ مطمئناً نه ! تو میتونی با ارسال ایمیل هایی با محتوای این چینی : " چطور هزینه های مسافرت رو تا ۵۸٪ کاهش بدیم؟! " باعث جذب ترافیک و مشتری بشی .

این کار مثل یه آهن ربا عمل میکنه ، توی هر کسب و کاری این طور اقدامات ضروری هست . تو باید هر روز ، هر هفته و هر ماه از فرصت های مناسبی که مشتری های تو میتونن از محصولات و خدمات تو استفاده بکنن اونا رو آگاه بکنی . جوایز ، تخفیف ها ، بن های محدود و... گزینه های خوبی برای ترغیب مشتری ها به حساب میاد.

اگه دوست داری ترافیک و مشتری برای سایت خودت جمع کنی محتوای با ارزش و جذاب لازم داری و اگه ترافیک و مشتری های خیلی بیشتری رو میخوای بازم باید محتوای با ارزش و جذاب به مخاطبان خودت ارائه بدی . محتوا توی هر کسب و کاری خیلی مهمه و قدرت خیلی زیادی برای جذب ترافیک داره ، در حدی که خیلی از کسب و کارهای بزرگ به جای تبلیغات و بازاریابی اینترنتی از بازاریابی محتوا استفاده میکنن . بازاریابی محتوا همیشه موفق عمل میکنه و باعث بهتر شدن ارتباط صاحب کسب و کار و مشتری ها میشه . دوست من تو با پشتیبانی از محصولات خودت به مشتری های خودت ارزش قائل میشی ، البته این رو یادت باشه که هیچ وقت یه لیست ۱۸ هزار تایی که مشتری های نا مشخص و غیر ثابت و به اصطلاح فیلتر نشده داره نمیتونه بهتر از یه لیست صدتایی ثابت و دائمی جواب بده .

کاربرا و مشتری های ثابت باعث سر و پاموندن کسب و کار تو میشن و این که تو بخوای تعداد زیادی از محصولات خودت رو به مشتری های ثابت خودت بفروشی خیلی راحت تر از این هست که بخوای یه قلم از محصولات و خدمات کسب و کارت رو به یه مشتری جدید بفروشی ، پس اینجاست که اهمیت مشتری های وفادار مشخص میشه.

قیف فروش روی این مسئله تمرکز داره که هزار کاربر سر قیف کسب و کارت قرار دارن که تنها صد نفر از این ۱۸۸۸ نفر عضو سایت تو بشن و از این صد نفر شاید تنها ۱۸ نفر محصول تو رو خریداری بکنن ، اما یه چیزی رو هیچ وقت فراموش نکن هر چه قدر بشتر روی قیف فروش وقت بذاری به نتیجه های بهتری میرسی و همیشه آمارهای قیف فروش توی کسب و کارهای مختلف فرق داره .

اما با این همه تفاسیر چطوری باید یه قیف فروش خوب داشته باشی؟

ساده ترین و منطقی ترین روش کار برای داشتن قیف فروش برنامه ریزی هستش ، به عنوان مثال تو یه محصول ۶۰ هزار تومنی رو برای فروش ارائه کردی ، اینجا تو باید دنبال افرادی باشی تا ببینی که حاضر هستن به خاطر محصول تو که پیش خودت خیلی با ارزشه رو به قیمت ۶۰ هزار تومن از تو خریداری بکنن؟ مطمئنا این افراد خیلی کم هستن و شاید هم اصلا وجود نداشت باشن ، پس باید کاری بکنی تا بهت اعتماد بکنن تو میتونی کار خودت رو با فروش محصولات ارزون قیمت تر شروع بکنی. تو میتونی خودت رو جای مشتری های خودت بذاری و از خودت بپرسی که اگه من جای اونا بودم دوست داشتم کسی که ازش خرید میکنم چه کاری رو برای من بکنه ؟ تو باید از خودت بپرسی چه کار باید بکنم تا کاربرا من راضی به خرید کردن از من بشن ؟



یه برنامه برای رسیدن به قیف فروش میتونه این شکلی باشه:

۱ - فعالیت در شبکه های اجتماعی ۴ - گفتگو و تعامل در وبلاگ یا سایت ۳ - ایجاد لندینگ پیج ۲ - ارائه ی محصول رایگان که باعث بیشتر شدن اطلاعات کاربر نسبت به کسب و کار تو بشه ۵ - ارائه ی محصولی که باعث معرفی کسب و کار تو باشه ۶ - معرفی یه محصول با قیمت متوسط ۷ - معرفی محصول و برند خودت .

راه رسیدن به فروش ، فهمیدن نیاز های مشتری هست ، این مسئله امری ضروری در کسب و کار تو محسوب میشه . برای این که تو به قیف فروش برسی میتونی پیش خودت این هفت مرحله رو مرور بکنی . هدف از این همه اقدامات در کسب و کار اینترنتی تبدیل مشتری ها و کاربران خودت به طرفداران خودت هست . این که بخوای وفاداری مشتری های خودت رو بسنجی باید از یک سیستم امتیازدهی استفاده بکنی که از ۱ - ۱۸ رتبه بندی میشه ، این امتیاز میزان وفاداری کاربرا و مشتری ها رو مشخص میکنه که هر چه قدر امتیاز مشتری بالا باشه وفاداری اون بیشتره که همین مشتری افراد ، نزدیکان و دوستان خودش رو به خرید از کسب و کار تو ترغیب می کنه .

خیلی از شرکت های بزرگ از این سیستم برای سنجش میزان وفاداری های مشتری های خودشون استفاده میکنن که اپل ، گوگل ، ادوبی و خیلی از کمپانی های معروف دیگ رو میشه مثال زد .

سوال هایی که در رابطه با اینکه مشتری ها پیشنهادات تو رو قبول میکنن یا نه رو باید از خودت بپرسی که این سوالات کمک زیادی بهت میکنه تا قیف فروش خودت رو تکمیل بکنی . میتونه سوال ها سوال هایی از این قبیل باشه : باید چیکار بکنی ؟ چطوری باید حرف بزنی ؟ چطوری باید سوال خودت رو مطرح بکنی تا مشتری ها پیشنهادات رو قبول بکنن؟

پرسیدن و جواب دادن به این سوالات خیلی وقت تو رو نمیگیره و باعث صرفه جویی در زمان سرمایه ی تو میشه . جدای از این حرفا جواب های این سوالات ستون و پایه ی قیف فروش به حساب میاد و نشون میده چقدر باید تلاش بکنی تا به چیزی که میخوای بهش برسی .

فن بیان در تبلیغ نویسی و بازاریابی

دوست من بازاریابی و ایمیل مارکتینگ یکی از مراحل مهم توی کسب و کار اینترنتی به حساب میاد . با نکاتی که تو همین مبحث بهت میگم میتونی بازدید کننده های سایت خودت رو بیشتر بکنی و باعث افزایش احتمال فروش محصولات و خدمات سایت خودت بشی . چرا میگم احتمال فروش سایت ؟ چون اگه بازدید کنه های سایت تو زیاد بشه دلیل بر این نمیشه که روی فروش محصولاتت به طور مستقیم تاثیر میذاره . فروش خوب نه تنها به عنوان و تبلیغ نویسی خوب نیاز داره بلکه در کنار این نکات باید سایت همه ی شرایط فروش رو هم داشته باشه .

تیترا هر ایمیل بخش اصلی ایمیل های ارسالی برای کاربرای سایت هست ، اگه می خوای قدم اول رو توی کسب و کار اینترنتی محکم و استوار برداری باید از پس این مرحله بر بیای تو میتونی توی ایمیل های خودت از پیشنهاد های ویژه و رد نشدنی توسط کاربران خودت استفاده بکنی . اگه محصول جدیدی رو برای معرفی به کاربرای خودت داری و میخوای بهشون معرفی بکنی قسمتی از محصولات رو که معمولا ۰۸ در صد در نظر میگیرن به صورت رایگان در اختیار کاربرای قرار بدی و به عنوان مثال این عنوان رو قید بکنی ، "هدیه جدید مدیکار دات کام - کتاب رایگان مدیریت بحران شخصی" . این رو فراموش نکن کسب و کار اینترنتی دارای مراحل مشخصی هست که نباید در همون مراحل اولیه انتظار فروش داشته باشی ، نکاتی که برای نوشتن عنوان ها میتونی ازش استفاده بکنی میتونه شامل این موارد باشه:

۱ - بوجود آوردن حالت اورژانسی و اضطراری در کاربرای و مشتری ها ۴ - اطلاعات مهم رو سریع تر قید بکنن

۳ - ایده های نو رو در عنوان ها به کار ببر برای این کار میتونی از تیترا های مجله ها و روزنامه ها کمک بگیری ۲ - مورد بعد تست تفکیک هستش حالا تست تفکیک ینی چی؟ بین دوست من تو میتونی لیست خودت رو به چند گروه تقسیم بندی بکنی و برای هر گروه یه عنوان رو انتخاب کنی و پست مورد نظرت رو ارسال بکنی ، بعد از بررسی های لازم بازدهی هر کدام از گروه ها بهتر بود از اون عنوان برای بقیه گروه ها میتونی استفاده بکنی.

دوست عزیزم تو اگه بهترین و با کیفیت ترین محصول دنیا رو هم داشته باشی بدون بیان مناسب و معرفی اصولی محصولت نمیتونی اون رو به فروش برسونی . تو برای اینکه به موفقیت برسی حتما باید ۴ کار مهم رو به طور مرتب انجام بدی ! حالا اون دو کار مهم چیه؟

۱ - اول باید یه ایده ی کسب و کار و مناسب و ایده آل رو طراحی بکنی و تا وقتی که مطمئن نشدی اون طرح ، نیاز افراد و جامعه هست نباید روش وقت بذاری.

۴ - کار دوم اینه که بعد از اطمینان از ایده ی خودت باید همه ی تلاشت رو بکنی تا بتونی با فن بیان مناسبه تبلیغات و بازاریابی پردازی و محصول و یا خدمات خودت رو به مردم معرفی بکنی . تو اگه در کسب و کار خودت از هر محصول خودت ۱۸۸۸۸ تومن سود ببری با پیدا کردن ۱۸ هزار مشتری خیلی راحت به یک میلیونر تبدیل میشی ، اما به شرطی که فن بیان خوبی داشته باشی و بتونی طوری محصول خودت رو به مردم معرفی بکنی که اون رو بخرن . یکی از تکنیک های معرفی محصولات طراحی ، پکیج و بسته بندی خوب هست که خیلی توی فروش محصول بهت کمک میکنه که یه نوع ارتباط با مشتری هم به حساب میاد . شاید فکر بکنی این مورد یه خورده ساده به نظر بیاد ، ما نباید اصلا اشتباه بکنی ، بر عکس این کار یکی از اصول فروش محصولات هستش که اغلب صاحبان کسب و کار اون رو فراموش میکنن . اگه

کاور و بسته بندی جالبی داشته باشی که افراد رو جذب بکنه ، توی مرحله ی بازاریابی یه قدم بزرگ برداشتی و به هدفت که همون فروش هست نزدیک تر شدی.

افراد در هنگام خرید بیشتر احساسی رفتار میکنند ، برای مثال اولین گوشی موبایلی رو که خریدی رو یادت هست ؟ وقتی در جعبه رو باز میکردی چه حسی داشتی ؟ جعبه چه بویی داشت ؟ به نظرت جستجوی قطعات جانبی توی جعبه موبایل حس خوشایندی نداشت ؟ کمی هیجان زده بودی و به احتمال زیاد یه لبخندی هم موقع انجام دادن همه ی این کارها هم گوشه ی لب ت داشتی و از این اتفاق لذت میبردی.

پس همیشه یادت باشه که طراحی باعث میشه افراد عکس العمل مثبتی داشته باشن که باید یه آهن ربا برای جذب مشتری و بازاریابی برای محصولات تو باشه . کمپانی های بزرگ توی دنیای اینترنت به این نتیجه رسیدن که تبلیغ نویسی اصولی باعث فروش بیشتر توی کسب و کار خودشون میشه . در ایام قدیم نه چندان دور زیبا سازی محصولات در همه ی کمپانی ها زیاد اهمیت نداشت و این کار یک اصول در ارتباط با مشتری به حساب نمیومد . با این همه توضیحات محصول بی کیفیت رو همیشه با تبلیغ نویسی و عنوان مناسب فروخت چون اسمش روشه و یه محصول بی کیفیت یه محصول بی کیفیته.

مطمئنا مهارت های خیلی زیادی در رابطه با فن بیان در کسب و کارهای مختلف از جمله کسب و کار اینترنتی وجود داره که تو میتونی با استفاده از اونا به اهداف خودت برسی . یکی از اون مهارت ها ، مهارت انتقال خوب مفهوم به مشتری و کاربرا هستش که با صداقت در بیان خودت میتونی اون رو به درستی انجام بدی ، توی هر کسب و کاری صداقت حرف اول رو میزنه این کار نشون میده که تو به مشتری ارزش قائل میشی و بهش احترام میداری . این روزها اهمیت حفظ مشتری بیشتر از فروختن محصولات هست ، پس اگه نتونستی برای بار اول به کاربرای خودت محصولات رو بفروشی ، اگه کاربر صداقت و رو راستی رو در تو و کسب و کارت دیده باشه به احتمال زیاد در بازدید های بعدی اقدام به خرید از تو میکنه.

بنابراین نکته ی مهمی که باید بهت بگم اینه که در ارتباط با مشتری باید کاری بکنی تا در مشتری این تمایل ایجاد بشه تا دفعات زیادی در سایت و کسب و کار تو در ارتباط باشه.

این نکته الزامی هست که در ایمیل هایی که برای کاربرای خودت میفرستی این مسئله رو بهشون بگی کهوجود اون ها برای تو کسب و کارت با ارزشه که یکی از این اقدامات که این مفهوم رو به مشتری برسونه اینهکه بهشون محصولات با کیفیت ، رایگان و... ارائه بدی .

استفاده از واژه های دلنشین هم خیلی میتونه به ارتباط با مشتری کمک بکنه . این که تو مزایا و خوبی های محصولات و خدمات خودت رو به کاربرای سایتت بگی یه امر ضروریه اما ضروری تر از این مسئله نحوه ی بیان این موضوع هست که باید با واژه های کلیدی و دلنشین بیان بشن، جادوی کلمات فوق العاده هستش

پس چرا نباید از این ابزار پر کاربرد و کار جلو انداز استفاده بکنی ؟ با این کار یک تصویر خیلی مناسب و مطلوب از کسب و کارت در ذهن کاربر و مشتری ایجاد میکنی.

توی زبان فارسی و گویش های مختلف ایران شعر ، تکه کلام ، ضرب المثل و واژه های زیادی هست که میتونه نماد لفظی و کلامی برای کسب و کار تو باشه پس با انتخاب مناسب یکی از این موارد ، میتونی مطالب خودت رو با انرژی مثبت به کاربرای خودت انتقال بدی .

دوست خوبم ، تو باید مهارت رساندن اطلاعات به مشتری رو بالا ببری ، در بیشتر کسب و کارها دیده شده که صاحبان کسب و کار در اولین ارتباط با کاربر اطلاعات ناقص رو بهشون میرسونن و بعد از چند مدت توی ذهن کاربر سوالات جدیدی بوجود میاد . با این شرایط ، جز بوجود اومدن یه حس منفی در مشتری ، فایده ی دیگه ای برای کسب و کارت نداره ، در این حالت حتی مشتری با خودش میگه اگه اطلاعات درستی در اختیار داشتم شاید تصمیم دیگه ای در رابطه با خرید خودم میگرفتم.

اگه در موقع ارتباط با مشتری ، مشتری احساس امنیت بکنه اینجاست که احتمال خرید کردنش از تو بالا میره . همونطور که قبلا گفتم ما نمی خوایم که تو به هر مشتری یه بار یه محصولی رو بفروشی و تمام ! با ارتباط مداوم با کاربرای خودت میتونی همیشه محصولاتت رو بفروشی و فروش بیشتر باعث ارجاع مشتری ها بیشتر هم میشه.

تولید محصولات رایگان

هر سایت و کسب و کار اینترنتی ای برای کاربرای خودش مطالب مفید و با ارزشی رو ارائه میکنه . اگه تو هم قصد کسب و درآمد از اینترنت رو داری باید ارائه ی محتوای با ارزش و بیشتر اوقات رایگان رو در برنامه های کاری خودت قرار بدی. مطمئن باش ارائه ی محصولات رایگان توی کسب و کارت تاثیر مستقیمی داره ، شاید این که میگم بیشتر محصولات کسب و کارت رو باید به صورت رایگان در اختیار کاربرای خودت قرار بدی یه خورده غیر منطقی میاد اما هنوز هم واژه ی رایگان یکی از کلمات جادویی توی هر کسب و کاری هست و هیچ کس نمیتونه جلوی وسوسه ی خودش رو در برابر این کلمه بگیره ، که همین کار یه راه خوب برای جذب و نگه داشتن کاربر هستش.

دوست خوبم برای این میگم قسمت زیادی از محصولات خودت رو به صورت رایگان در اختیار کاربرای خودت بذار چون ۱ - اگه یه نفر محصول تو رو به صورت رایگان امتحان بکنه به ارزش واقعی اون پی میبره و اقدام به خرید اون محصول و محصولات دیگه میکنه ، این اقدام باعث میشه تا کاربر یک علاقه ی خاصی نسبت به محصول تو پیدا بکنه و جای خالی اون رو توی زندگی خودش حس بکنه . ۴ - دوم اینکه وقتی محصول با ارزش خودت رو در اختیار کاربرای خودت میداری ، از لحاظ روحی و روانشناسی خودشون رو مدیون تو و کسب و کار تو میدونن و برای جبران هم که شده در ادامه ی کار اقدام به خرید از کسب و کار

تو میکنن . این حرکت رو میشه تکنیک جبران زحمت نامگذاری کرد که در بین افراد حس تشکر و قدردانی به وجود میاره.

قبل از این که محصولات خودت رو در اختیار کاربرای خودت بذاری باید از میزان قدرت ارتباطی که با کاربرای برقرار کردی اطلاع داشته باشی ، یعنی اینکه کاربرای چقدر از تو خرید کردند و یا در آینده چقدر از تو خرید میکنند و یا اینکه مشتری ها چقدر پتانسیل این رو دارند تا دوستان و آشنایان خودشون رو به سمت کسب و کار تو سوق بدن .

برای مثال میتونم اینطوری توضیح بدم ، فرض کن توی کسب و کار اینترنتی خودت بها و ارزش یک مشتری ۳ میلیون تومن هست ، فکر میکنی برای جذب یه مشتری جدید توسط همین مشتری چقدر از این ۳ میلیون تومن رو بهش میبخشی و محصولات رو به صورت رایگان در اختیارش قرار میدی؟ مطمئنا هر کسی مقدار قابل توجهی از این رقم رو به صورت رایگان در اختیار مشتری قرار میده و شاید این رقم به ۵۸٪ از ۳ میلیون تومن هم برسه چرا که نه؟ پس با مطلع بودن از ارزش مشتری میتونی آگاهانه محصولات رایگان خودت رو به مشتری ارائه بدی.

اما از طرفی باید محصولاتی رو به صورت رایگان در اختیار کاربرای خودت قرار بدی که برای خودت هزینه ی زیادی نداشته باشه اما برای مخاطب با ارزش باشه . مثلاً میتونی اطلاعات خودت رو در زمینه ی فعالیت کاری خودت در اختیارشون قرار بدی . نحوه ی قرار دادن اطلاعات هم اهمیت خودش رو داره و باید طبق روش های اصولی این کار رو انجام بدی که میتونی این اطلاعات رو در قالب متن ، صدا و فیلم که بتونه نظر کاربر رو جلب کنه در اختیار کاربر قرار بدی که قبلاً در موردش توضیح داده بودم.

چند نمونه از عنوان پکیج های رایگان رو بهت میگم تا بیشتر آشنا بشی و احتمالاً این عنوان ها رو خیلی زیاد شنیدی :

۱ - کسب و کار اینترنتی مربوط به خرید و فروش خودرو : چطوری یه ماشین کار کرده ی تمیز ، مناسب با بودجه ی خودتون پیدا کرده و بخرید؟

۴ - کسب و کار اینترنتی مربوط به زیبایی : ترفند های مقدماتی اما کاربردی آرایش - اسرار آرایش های هنرمندان هالیوود.

۳ - کسب و کار اینترنتی مربوط به فیزیوتراپی : چطوری از درد عضلات پشت جلوگیری بکنیم ؟ - تمریناترهایی از درد کمر

۲ - کسب و کار اینترنتی مربوط به لوازم خانگی : چطوری یک جهیزیه کامل با نصف قیمت بازار تهیه بکنیم؟ ارائه ی اطلاعات با ارزش و رایگان در رابطه با یک موضوع مشخص باعث میشه تا مشتری برای تکمیل اطلاعات خودش احساس نیاز پیدا بکنه و به خرید از محصولات شامل هزینه ی تو هم دامن بزنه.

پس باز هم تکرار میکنم بر قراری ارتباط مداوم و پی در پی با ارائه ی محصولات رایگان میتونه خیلی به پیشرفت کسب و کار تو کمک بکنه اما اگه نگران این هستی که هیچ درآمدی از ارائه ی محصولات بدست نیاری اصلا نگرانش نباش.

در دنیای امروز کسی موفق تر عمل میکنه که طرفدار ها و مشتری های وفادار بیشتری رو داشته باشه ، اگه گستردگی های کاربری تو زیاد باشه کسب و کارت تو دنیا شناخته میشه پس با تولید محصولات رایگان و قرار دادن در اختیار مشتری ها ، هم به مشتری های جدید میرسی هم وفاداری مشتری های قبلی تو بیشتر میشه.

این داستان در دنیای سوشال مدیا هم فراگیر شده و تو با ارائه ی محصولات رایگان و محصولات شامل هزینه در کنار محصولات رایگان ، میتونی صاحب میلیون ها تومن پول بشی که فقط با ارسال مقداری ایمیل میسر میشه . تو میتونی این کار رو از شبکه های google ، youtube ، و یا face book شروع بکنی.

وقتی که تو محصولات رایگان رو در اختیار کاربری فعلی و کاربری آینده ی خودت قرار میدی به اونا این فرصت رو میدی تا کسب و کار تو رو مورد ارزیابی و بررسی قرار بدن ، این روزها همه ی کاربرها در شبکه های اجتماعی عضو هستن و اون ها میتونن محصولات رایگان تو رو برای صد ها و هزاران نفر به اشتراک بذارن ، این روزها اگه کسب و کار تو رو مورد ارزیابی و بررسی قرار بدن ، این روزنامه ها اگه توی کسب و کارت یه جایزه یا تخفیف واقعی ۱۸۸ هزار تومنی رو به مشتری های خودت بدی ، اون ها این مسئله رو به هزاران نفر می گن و این مسئله به هزاران نفر میگن ، و این خیلی برای کسب و کارت خوبه و فواید زیادی داره ، با این وضعیت میتونی وقتی مشتری های زیادی پیدا کردی یک درصد جزئی به قیمت محصولات شامل هزینه ی خودت اضافه بکنی.

داشتن استراتژی برای جذب مشتری

دوست من ، تو هر کسب و کاری که فعالیت خودت رو شروع بکنی ، بعد از چند مدت نیازهای مشتری تغییر میکنه و تو باید استراتژی های لازم رو برای جذب مشتری جدید و وفاداری مشتری های قبلی داشته باشی .

این کار برای کسی که تازه کاره و اخیرا کسب و کار خودش رو راه اندازی کرده خیلی مهمه چون اون سرمایهی اولیه رو بری جذب مشتری نداره تا باروش هایی که وجود داره این کار رو انجام بده و این که حتی اگه مشتری ها یک یا دوبار ازش خرید بکنه باز هم دلیل بر این نمیشه که به هدفش رسیده چون مشتری با یکی دو بار خرید تبدیل به مشتری دائمی نمیشه و باید کاری بکنه تا کاربرها به مشتری ثابت تبدیل بشن . وقتی تو هم این کار رو انجام دادی و کاری کردی تا کاربرهای سایتت به تو و کسب و کارت اعتماد کردن و از تو خرید دائمی و مداوم داشتن ، اینجا دیگ تو میتونی یه مقداری قیمت خدمات و محصولات خودت رو بالا ببری به شرطی که کیفیت رو هم مثل قیمت محصولاتت افزایش بدی.

حتما میدونی که جلب اعتماد مشتری به راحتی بدست نمیاد و باید روش وقت زیادی بذاری و براش زحمت بکشی . تو باید کاری بکنی تا محصولات و خدماتت رو سر موقع و در زمان مناسب به مشتری برسونی تا بتونی ارتباط درست و خوب با مشتری برقرار بکنی تا تبدیل به یک مشتری وفادار بشه.

برای جلب اعتماد مشتری استراتژی های دیگه ای هست که بهت توی این مرحله از کسب و کارت خیلی کمک میکنه.

۱ - همیشه در دسترس باش:

مشتری باید هر موقع که اراده کرد به تو و کسب و کارت دسترسی داشته باشه ، اگه مشتری توی این موردضعفی در کسب و کارت حس بکنه خیلی زود اعتمادش رو نسبت به کسب و کارت از دست میده پس اگه فقط خودت کسب و کارت رو اداره میکنی و یا اگه کسب و کار بزرگتری داری در هر صورت بهتره کاری بکنی تا تماس هیچ مشتری ای از دست نره و همیشه پاسخگوی مشتری های خودت باشی.

۴ - باید محصول یا خدمات با کیفیت ارائه بدی:

دوست من ، بیشتر خرید ها احساسی انجام میشه ! مرحله ی اصلی جلب اعتماد مشتری ها وقتی هست که مشتری محصول با کیفیت تو رو خریداری کرده و از لحاظ احساسی و روانشناسی خودش رو قانع میکنه که پولی که بابت محصول تو پرداخت کرده ارزشش رو داشته ، اگه ذره ای از کیفیت محصول تو کم بشه اعتماد مشنری از نسب به کسب و کارت بین میره و به احتمال زیاد این مسئله رو توی شبکه های مجازی انتشار میکنن پس قبل از ارائه ی محصولات ، اون ها رو تست بکن و از کیفیت اون اطمینان لازم رو پیدا بکن.

۳ - مشتری های خودت رو با ارزش بدون:

به نظر تو توی کسب و کار اولویت خود مشتری هست یا سودی که از مشتری بدست میاد ؟ کاربرا و مشتری ها خیلی با هوش هستن و کاملا به این امر واقف هستند که براشون ارزش قائل میشی یا چشمت فقط دنبال پولشونه . مطمئن باش حتی اگه خدمات خوبی هم داشته باشی باز هم باید دنبال راه هایی باشی تا مشتری اعتمادش به تو بیشتر بشه.

۲ - توی کارت استقامت داشته باش

مقاومت کردن توی نکاتی که توی این مبحث بهت گفتم بهت کمک زیادی میکنه تا بتونی اعتماد مشتری های خودت رو جلب بکنی تو باید برای کسب و کارت اهدافی رو مشخص بکنی که وقتی بهشون رسیدی سبب افزایش محصولاتت بشه.

بعد از استراتژی های اعتمادسازی نوبت به استراتژی جذب مشتری میرسه که مبحث اصلی این بخش

هستش ۱ - شبکه سازی :

معرفی کسب و کارت از طرف همکاران و شرکای کسب و کارت به روش عالی برای جذب مشتری هست ، این روش باعث میشه تا مشتری ها با نرخ بازدهی زیادی به طرف کسب و کارت جذب بشن و مطمئنا دلیلش رو هم میدونی و چیزی نیست جز اعتمادی که مشتریهای همکارانت بهشون دارند . برای اینکه کسب و کارت بیشتر به افراد و کاربرا معرفی بشه ، جز اینکه باید محصولی رو تولید بکنی که نیاز جامعه باشه باید مشتری های کسب و کارت رو بشناسی با این شرایطی که پیش میاد یک اجتماع کوچیک رو که شامل کاربرای تو و کاربرای همکارنت و همینطور خود همکارانت شکل میگیره که نتیجه ای جز در اختیار قرار دادن ایمیل های کاربران توسط خودشون برای تو در بر نداره.

۴ - ایجاد تیم:

توی این روش برای اینکه فروش بهتری داشته باشی میتونی از یکی از همکارانی که شرایط بهتری داره کمک بگیری . توی این روش با همکاری که حوزه ی کسب و کار اون به تو نزدیک تره صحبت میکنی و امکاناتی رو ازش میگیری تا تو رو برای رسیدن به هدف فروش نزدیک بکنه و در مقابل تو هم یک اقدام مثبتی برای اون انجام میدی برای نمونه در تبلیغات به اون کمک میکنی مثلا تو قسمت مشخصی از ایمیل های خودت رو به محصولات اون اختصاص میدی ، برای اینکه تعادل در این همکاری حفظ بشه میتونی کل هزینه ی ایمیل رو خودت متقبل بشی و یا درصدی از فروش رو به اون اختصاص بدی.

۳ - اتحاد استراتژیک:

تو میتونی این همکاری رو به لول (level) بالاتر ببری و یک اتحاد تبدیلش بکنی . در کسب و کار های سال های اخیر این همکاری ها عمر خیلی کوتاهی داشتند اما در حال حاضر به یکی از الزامات جذب مشتری تبدیل شده.

این راهکارها و استراتژی ها که باعث جذب مشتری میشه خیلی مهم هستن مخصوصا این که اگه کاربری برای اولین بار وارد سایت تو بشه احتمال اینکه همون اول خرید انجام بده خیلی پایینه ، از قضا چند راهکار عملی وجود داره تا توی این قسمت از کسب و کارت موفق تر عمل بکنی!

۱ - راهنما:

یکی از روش هایی که خیلی کمک میکنه تا برای کسب و کارت مشتری جذب بکنی استفاده از راهنما هست . این کار که همون آموزش های مربوط به استفاده از محصول هست افراد رو توجیه میکنه تا بهتر درک بکنن که محصول تو باعث میشه تا راحت تر زندگی بکنن.

۴ - محتوای آموزشی ویدئویی:



محتوایی که با عنوان " چطوری " ارائه میشه باعث جذب مشتری زیادی میشه . تو میتونی نیازها رو شناسایی بکنی ، در رابطه با اونها فایل های ویدئویی بسازی و اونها رو در اختیار کاربر قرار بدی ، که شبکه های ویدئویی مثل یوتیوب و آپارات یکی از این راهکارهای اشتراک فایل هستش.

۳ - وینار های رایگان:

این کار هم از اقدامات بسیار مفید برای جذب مشتری به حساب میاد ، تو میتونی وینار خودت رو طوری برگزار بکنی که همه بتونن در اون شرکت داشته باشن . در این صورت کاربر به تو و کسب و کارت علاقه مند میشن چون همه میدونن هر کسی اطلاعات با ارزش رو به صورت رایگان در اختیار کسی قرار نمیده

۲ - اسلاید های وینار:

تو میتونی بعد از این که وینار خودت رو انجام دادی ، یه درخواست از شرکت کننده ها بکنی تا ایمیل خودشون رو در اختیار تو قرار بدن تا اسلاید های مربوط به وینار رو برای کاربرها ارسال بکنی ۵ - ارائه ی تخفیف و بن خرید:

اگه سیستم کسب و کار تو به صورت ارائه ی اجناس فیزیکی و یا به اصطلاح خرده فروشی اینترنتی هست میتونی به کاربرایی که خرید اول خودشون رو انجام میدن تخفیف زیادی بدی تا تشویق به ثبت نام توی سایت تو و خرید از تو بشن و حتی میتونی طوری برنامه ریزی بکنی که اگه در لحظات آخر هم از خرید منصرف شدن باز هم در اقدامات بعدی این تخفیف حساب بشه .

۶ - ارزیابی و تست:

خیلی از افراد دوست دارن تا به اطلاعات رایگان دست پیدا بکنن . تو هم میتونی اطلاعات مربوط به کسب و کار خودت در ازای ثبت نام در سایت تو در اختیارشون قرار بدی ، این روشی هست که بیشتر سایت ها ازش استفاده میکنن.

۷ - اطلاعات آموزشی کوتاه:

یکی از راه های کلاسیک که توی جذب مشتری خیلی تاثیر گذاره ، ارسال اطلاعات آموزشی هست که خیلی خلاصه وار و کوتاه گردآوری شده . برای مثال میتونم قسمت لندینگ پیج رو یادآور بشم که برای دریافت ایمیل یک فایل رایگان صوتی و یا کتاب pdf به ایمیل کاربر ارسال می کردیم.

۰ - ارتقای محتوای محصولات:

وقتی داری به محصولی رو برای کاربرای خودت تولید میکنی ، نیاز نیست همه ی اطلاعات رو روی داریه بریزی ، میتونی به قسمت هایی رو برای ارتقای محصول خودت در نظر بگیری و اون رو در روزهای آینده به مخاطب ارائه بدی.

۶ - ارائه ی مشاوره رایگان:

اگه توی حوزه ی کسب و کار خودت متخصص هستی میتونی با مشاوره های رایگان باعث جذب ترافیک بشی . اگه به شرکت هی مختلف نظیر شرکت های بیمه دقت بکنی متوجه میشی که مشاوره رایگان چقدر برای جذب ترافیک ضروری هست . تو میتونی با قرار دادن یه لینک در همین رابطه در هدر یا فوتر های ایمیل های خودت این کار رو عملی بکنی.

۱۸ - حمل و نقل رایگان:

اگه محصل ول فیزیکی برای ارائه به کاربرا و مش تری های خودت داری با ارس ال رایگان میتونی باعث جذب مشتری بشی ، این ویژگی یکی از فاکتور های اصلی کاربران برای استفاده از س ایت های خورده فروشی هست.

پس با روش هایی که بهت گفتم میتونی باعث جذب ترافیک برای کس ب و کار خودت بشی که این چند مورد تنها بخش ی از روش های جذب ترافیک به حس اب میاد که با یه س رچ س اده توی اینترنت میتونی به موارد بیشتری برسی.

تحقیقات میدانی

دوست من با این همه مطالبی که عنوان شد فکر میکنی میشه یه کسب و کار خوب و رو به راه رو راه اندازی کرد؟ آیا برندی که تولید کردی پیش کاربرا اعتبار داره و کاربرا اون رو دوست دارن؟ اگه جواب این سوال ها مثبته نباید خیالت راحت باشه چون معیارهای مشتری ها و کاربرا روز به روز در حال تغییره ، رقبای حوزه ی کسب و کار تو در حال بر آورده کردن نیاز های مردم هستن و این کار رو به بهترین نحو انجام میدن . توی هر کسب و کاری موفقیت رابطه مستقیم با رضایت مشتری داره ، تو باید فرصت ها رو در مشتری ها بوسیله ی خود مشتری ها پیدا بکنی و از اون فرصت به بهترین شکل به نفع خودت استفاده بکنی . با این کار فرق تو و کسب و کارت از بقیه ربا مشخص میشه.

همه ی شخصیت ها ، رویداد ها و رخ داد ها از جمله مشتری ها و همکاریات که توی کسب و کار تو وجوددارن همگی از ضرورت های تحقیقات میدانی به حساب میاد. تحقیقات میدانی یا همون نظرسنجی همونطور که از اسمش مشخصه دقیقا همون چیزی هست که باعث پیشرفت کسب و کارت میشه ، این کار باعث میشه تا تصمیم گیری های بهتری داشته باشی ، تحقیقات میدانی یه روش کاربردی برای دسترسی به منابع و داده هاست . از تحقیقات میدانی برای بازدهی مثبت در کسب و کارها استفاده میشه و

علاوه بر اون از این کار برای مدیریت امور داخلی کسب و کار و مدیریت بهتر بحران و رویداد ها استفاده همیشه.

#### ۱ - کاربرد درونی تحقیقات میدانی

توی هر کسب و کاری بیشتر سلسله مراحل فعالیت شرکت ها نیاز به مدیریت و ساماندهی اصولی دارن تا تاثیر خودشون رو بذارن . مدیریت هر کسب و کاری اقداماتی از جمله استخدام ، اجرایی کردن تصمیم گیری ها در رابطه با پیشرفت اوضاع شرکت ، آموزش کارکنان و... رو انجام میده و تحقیقات میدانی کمک میکنه تا همه ی این کار ها و همه مشکلاتی که ممکنه توی کسب و کار پیش بیاد رو شناسایی بکنن و قبل از این که اوضاع خراب بشه از عواقب ناشی از این مشکلات جلوگیری بکنن و درباره ی آینده اون کسب و کار تصمیم گیری درستی گرفته بشه.

از طرفی تحقیقات میدانی بهت کمک میکنه تا بفهمی کارکنان تو نسبت به نحوه ی مدیریت تو ، محیط کاری مزایای خودشون و... چه نظری دارن ؟

#### ۴ - کاربرد بیرونی تحقیقات میدانی:

تحقیقات میدانی در محیط بیرونی کسب و کار هم خیلی بدرد میخوره ، با این کار نسبت به بازار ، رقبا ، محصولات رقبا ، مشتری ها و کاربرا ، فروش مشکلاتی مثل کم شدن نرخ بازدید سایتت و... تسلط داشته باشی و نسب به این مسائل واکنش قابل قبوی نشون بدی .

نظر سنجی از مشتری ها و کاربرا این توانایی رو در تو ایجاد میکنه تا متوجه بشی که کاربرا از تو و کسب و کار تو چه چیزی میخوان ، محصول و خدمات مد نظرشون چیه ؟ میخوان کدوم بخش از سایتت ارتقا پیدا بکنه ؟ و همینطور تحقیقات میدانی باعث میشه تا ایده های جدیدی به ذهنت برسه و حتی مشتری ها پیشنهادات فوق العاده ای رو بهت میده که ممکنه باعث بشه تا کسب و کارت دگدگونی خاصی پیدا بکنه.

نظر سنجی همیشه یک اهرم خوب برای فروش بیشتر بوده چون بر اساس اطلاعاتی که از مشتری میگیری میتونی اقداماتی مرتبط با خود مشتری ها انجام بدی.

#### ۳ - مدیریت رویداد:

تو بحث مدیریت رویداد ، تحقیقات میدانی خیلی میتونه کمک حال تو باشه ، قبل از هر پیش آمد و رخدادی میتونی نظر سنجی انجام بدی و باعث بهترشدن اوضاع کسب و کارت بشی مخصوصا اینکه این نظرسنجی در رابطه با نیازهای مشخص مشتری های کسب و کارت باشه . این مسئله بعد از رخ داد وقایع هم خیلی بدرد تو میخوره چون میتونی خوبی یا بدی اون واقعه رو درک بکنی و نسبت به واقعه ی بعدی تصمیم بهتری بگیری . تو میتونی نظرات کاربرا و مشتری های خودت رو نسبت به فعالیت ها ، اقدامات ، قیمت و کیفیت محصولات و خدمات ، سرعت عملکرد کسب و کارت و هر چیزی که مربوط به کسب و

کارت میشه رو در تحقیقات خودت جويا بشی و برای ترغیب کاربرا و مش ستری های خودت در همکاری کردن باهات ، میتونی از برگزاری مسابقه استفاده بکنی . ضمنا کسب اطلاعات حاصل از تحقیقات میدانی و استفاده از اونها در فروش باعث سود دهی خوبی برای کسب و کارت میشه.

اخیرا این کار به صورت حضوری و یا تلفنی انجام میشد که به دلیل محدودیت های جغرافیایی نمیتونست بازدهی خوبی داشته باشه اما برای اینکه این کار رو به صورت گسترده انجام بدی باید هزینه های زیادی رو متقبل بشی اما برای اینکه تو بازار رقابت بمونی ناچارا باید این فشار مالی رو تحمل بکنی . توی محیط کاری همیشه رقابت بوده ، هست و خواهد بود قبل از هر چیزی باید اطلاعات دقیق رو جمع آوری بکنی که زیر مجموعه هایی مثل در نظر گرفتن فعالیت رقبا ، محصولات یا خدمات رقبا و... رو شامل میشه . تو برای اینکه فروش خودت رو انجام بدی و به موفقیت برسی به این اطلاعات نیاز پیدا میکنی و از طرفی این کار وقت زیادی رو می طلبه تا به بهترین شکل ممکن انجام بشه.

فروش

دوست خوبم ، فروش مهم ترین و اصلی ترین مرحله کسب و کار اینترنتی هستش و به عبارتی ۶۸٪ کسب و کارت رو شامل میشه ، برای این که فروش خوبی داشته باشی باید محتوای با کیفیتی رو تولید بکنی . برای سئو سازی هم بعد از این که سایت خودت رو طراحی کردی و محتوای با کیفیت و اختصاصی مربوط به کسب و کارت رو تولید کردی ، نوبت به اقدامات مربوط به سئو میشه که به زیر شاخه های کلمات کلیدی انتخاب موض و عات پر مخاطب - تولید محتوای طولانی و... تقسیم میشه د که توی مبحث سئو س ازی در موردش صحبت کرده بودیم.

تو اگه قصد داری کسب و کار اینترنتی خودت رو راه اندازی بکنی باید پست های جذاب ، اخبار و مطالب به روز مربوط به کسب و کار خودت رو توی سایت خودت منتشر بر بدی . پس این کار خیلی مهمه و نباید سس- سرسس- ری ارزش بگذری چون غیر از این نتیجه یی برای تو نخواهد داشت . پس برای اینکه تولید تولید با کیفیتی داشته باشی باید به ۲ مورد توجه داشته باشی:

۱ - کمک گرفتن از مقالات غیر ایرانی:

اگه از مقالات غیر از زبان پارسی کمک گرفتی باید دقت داشته باشی تا از منبع معتبر اون مقاله رو تهیه کنی و یا حداقل از جایی اون رو تهیه بکنی که حداقل روزانه افراد زیادی از اون سایت بازدید میکنن و همینطور از مطالب به روز و دست اول استفاده بکنی . بهت توصیه میکنم که از سایت های صفحه اول گوگل کمتر استفاده بکنی چون امکانش هست تا کس دیگه ای هم از اون مطالب استفاده کرده باشه.

۴ - استفاده از منابع مختلف پارسی و ویرایش اون ها ، این گزینه بیشتر برای فایل های رایگان توصیه میشه

۳ - استفاده از روش های مطالعه ی سایت ها و منابع مختلف با راهکار های اصولی:

توی این روش با جمع آوری اطلاعات از منابع معتبر و بالا بردن سطح اطلاعات خودت، محصول خودت رو بر حسب دانسته های خودت تولید میکنی.

۲ - تولید محتوای پژوهشی و علمی:

این روش کامل ترین روش تولید محصول با کیفیت به حساب میاد. این روش با تحقیقات، سوال و جواب های مرتبط - مطالعه و... مورد استفاده قرار میگیره. توی این روش باید دقت بکنی و ببینی نیاز های مشتری چی هستن. توی این روش تنوع در تولید بکار گرفته میشه و توی دل محصول تولید شده جواب سوال های کاربرا و مشتری ها جای گرفته و نیازشون رو تا حد زیادی رفع میکنه.

حالا موانع بزرگی که باعث میشه تا مدیرای کسب و کار از تولید محص ولات با کیفیت غافل بشن رو بهت میگم تا تو هم دربارشون بدونی:

۱ - زمان بر بودن تولید محصولات با کیفیت:

این کار باعث میشه تا هفته ها و شاید هم ماه ها وقت خودتون رو صرف بکنین به برای همین اولین دلیل برای عقب انداختن تولید محصول با محتوای خوب هست.

۴ - تولید محصول با کیفیت نیازمند اینه تا کسی که محصول رو تولید میکنه چند کار رو یاد داشته باشه که ساده ترین اون ها تسلط به نرم افزارهای آفیس از جمله ورد و. پاورپوینت و نرم افزار هایی نظیر فتوشاپ و... هستش.

۳ - سومین مورد غیر ممکن بودن صحبت با همه ی کاربرا هست :

اگه این امکان وجود داشت تا بتونیم با همه ی مشتری های سایتمون در ارتباط باشیم و باهاشون صحبت بکنیم، توی این مسئله خیلی کمک می کرد.

۲ - نبود محتوای کافی در زمینه ها و حوزه های کاری مختلف:

بیشتر کسب و کارها محصولات و محتوای خودشون رو بوسیله ی کارکنان خودشون انجام میدن.

۵ - عدم توانایی از داشتن آمار استفاده کنندگان از محصولات تولید شده:

وقتی محصولی تولید میشه، همیشه متوجه شد که چه مقدار از افراد از این محصول استفاده کردن و اون محصول چه نتیجه ای روی این افراد گذاشته؟ به هر حال محصول و محتوای با کیفیت هسته ی مرکزی هر کسب و کاری به حساب میاد پس با تولید محتوای با کیفیت توی کسب و کارت میتونی خیلی موفق بشی.

مسئله ی مهم بعدی توی فروش، اعتماد سازی هست که در این رابطه هم کم و بیش صحبت کرده بودیم. اگه این مرحله رو به خوبی پشت سر بذاری یه پرتاب سه امتیازی توی کسب و کار خودت انجام دادی. ببین

دوست من همه ی این توضیحاتی که توی این فایل بهت دادم برای رسیدن به این مرحله یعنی اعتماد مش تری بود . اگه توی قضیه پررنگ ظاهر نشی باید کلا بیخیال همه چیز بشی ، خیلی از کسب و کارها هستن که بخاطر همین مسئله کاربرای سایتشون رو از دست دادن و یا نتونستن کاربرارو به مشتری دائمی تبدیل بکنن . اما به نظرت چطوری میشه اعتماد مشتری رو توی کسب و کار اینترنتی جلب کرد؟

برای این کار باید وقت و هزینه ی زیادی بذاری که قواعد منحصر به فرد خودش رو داره و مسلماً تو از همه ی این موارد خبر داری . اکثر مدیرای کسب و کارهای اینترنتی تفکرشون بر اینه که برای رسیدن به هدف باید کارای اعجاب انگیزی انجام بدن اما اینطور نیست . برای اینکه توی کسب و کار اینترنتی به جاهای خوبی بررسی باید صبر و تلاش بکنی و با برنامه ریزی کارهای خودت رو پیش ببری.

دوست من ، هر سایتی توی کسب و کار اینترنتی با یه مسئله ای به اسم جلب اعتماد کاربر و مشتری مواجه هست . پس هر سایتی این مسئله رو باید حل بکنه حالا یه سایت خیلی با این مشکل درگیره و باید روش وقت بذاره و یه سایتی هم هست که فرصت بیش تری داره و اقدامات خودش رو قبلاً انجام داده و به اندازه س ایت های نو پا نیاز به این گونه فعالیت ها برای اعتماد سازی نداره ، در هر صورت برای هر س ایتی توی حوزه های فعالیت های مختلف باید راهکارهای مربوط به خودشون رو اعمال کرد تا به نتیجه ی دلخواه برسن .

WWW.TEMPO