



برنامه بازاریابی اینترنتی - ویژه وب سایت

آیا زمانیکه برای طراحی وب سایت خود به شرکتی مراجعه کردید، این سوالات از شما پرسیده شد؟ آیا اصلا تا بحال از وب سایتتان سودی برده اید؟ آیا از وب سایت خود راضی هستید؟ آیا وب سایتتان شما را به مشتریانی که انتظارش را داشتید، رساند؟

مریم صمدی IDEHBANK.COM

خرداد 1395

برنامه بازاریابی اینترنتی-ویژه وب سایت

آیا زمانیکه برای طراحی وب سایت خود به شرکتی مراجعه کردید، این سوالها از شما پرسیده شد؟

خلاصه اجرایی:

- آیا اصلا تا بحال از وب سایتتان سودی برده اید؟
- آیا از وب سایت خود راضی هستید؟
- آیا وب سایتتان شما را به مشتریانی که انتظارش را داشتید، رساند؟

این برنامه بازاریابی اینترنتی تنها به استراتژی ها و تاکتیکهایی که ارزش وب سایت شما را برای سازمانتان بالا می برد اشاره و توجه می کند. هرگونه پروموشن یا منبع کاربردی برای اهداف بازاریابی غیر وبسایت در اینجا آدرس داده نشده است.

یک استراتژی جامع و کامل جهت افزایش بازدیدکنندگان، از طریق روشهای طبیعی یا پرداختی و نیز افزایش لیدهای معتبر توسعه می یابد.

در اینجا به احتیاجات و نیازهای منابع از جمله پرسنل و بودجه برای دستیابی به اهداف اشاره شده و حتی برای ایجاد یک برنامه ی سطح بالا به طراحی مجدد وب سایت نیز اشاره شده است.

اهداف وب سایت:

شما انتظار دارید از طریق وب سایت خود به چه نتایج بازاریابی دست یابید؟

اهداف عمومی خود از وبسایتان را از دیدگاه بازاریابی توصیف کنید (توجه داشته باشید که ممکن است هر عنوانی که در این زمینه می گوئید، زیر شاخه هایی هم داشته باشد، در اینجا نیاز به جزئیات زیاد نیست و همان اهداف کلی کفایت می کند).

مثال- برنامه خود را جایگزین آن کنید

وبسایت examplesite.com بدین منظور طراحی شده است تا خریداران بالقوه خدماتش را جذب کند و بطور حرفه ای و به عنوان یک رهبر در صنعت خودش شناخته شود. هدف اصلی این سایت دریافت جریانهای معتبر برای تیم فروشش می باشد.

اهداف وب سایت شما:

■ تصویر:

دوست دارید بازدیدکنندگان چه تصویری از سازمان شما داشته باشند؟

وب سایت شما در واقع نشان دهنده صورت شما در جهان است، مطمئن باشید که یک ظاهر مناسب، توجه افراد مورد نظر شما را جلب خواهد نمود. تمام آن چیزی که در این قسمت باید نگران آن باشید، هدفتان از تصویر و تصور از وب سایتتان است، نه اینکه برنامه ریزی برای رسیدن به اهداف وب سایت (اگر لازم باشد در انتهای مطلب به شما برای طراحی مجدد یک وب سایت توصیه خواهد شد).

مثال - برنامه خود را جایگزین آن کنید

بازار هدف سازمان ما افراد تحصیلکرده و حرفه ای در زمینه تخصصی خودشان است. بنابراین وبسایت ما باید بازتاب یک کسب و کار مدرن و حرفه ای برای کسانی که به سادگی با آنها می توان مقابله کرد و نیز آنهایی که با خدمات ما زیاد سر و کار دارند، باشد.

تصویر شما:

■ ارزش:

وب سایتتان چه ارزشی برای بازدیدکنندگان دارد؟

حتما بایستی جذابیت یا کیفیتی در وبسایتان باشد، تا بتوانید از طریق آن بازدید کنندگان جدید جذب کنید، آنها را متقاعد کنید در وبسایتان بمانند یا به آن بازگردند. در واقع یا باید صنعت خاصی باشید یا باید هرزگاهی بطور منظم در سایتتان محتوا (متن، ویدئو و ...) یا اطلاعاتی بگذارید که به طریقی به بازدید کنندگان چیزی بدهید یا بیاموزید البته به گونه ای که آن موضوع، آموزش یا اطلاعات منحصر بفرد باشند یا

تجربه ای منحصر بفرد از مراجعه به سایت شما را برای بازدیدکنندگان ایجاد کنند (بنابراین تنها بر ارزشی که شما تمایل و توانایی فراهم کردن آن را دارید تمرکز کنید، نه بر وسائلی برای ایجاد آن ارزش)

مثال - برنامه خود را جایگزین آن کنید

ارزش افزوده صنعت ما:

ارزش افزوده ای که صنعت ما ایجاد می کند مربوط به محتواها، روزنامه ها و ویدئوهایی است که به عنوان ارزش فراهم می کنیم تا بازدیدکنندگان جدید را جذب کنیم و آنها را متقاعد سازیم که اکثر اوقات از سایت بازدید کنند. تمام جنبه های وب سایت و منابع رایگان دانلود ما نه تنها به خاطر داشتن مخاطبان و بازار هدفمان طراحی شده اند، بلکه هدف ما این است که آنها ما را به عنوان یک متخصص در این صنعت بشناسند که از نیاز آنها آگاهی دارد.

ارزش افزوده صنعت شما

■ مدل کسب و کار:

تابحال چقدر وبسایتان شما را برای رسیدن به درآمد مورد هدفان کمک کرده است؟

برخی وب سایتها ترکیبی از مدلهای زیر هستند:

- ✓ بازاریابی (تولید لید یا جریان، برندینگ، ترویجی)
- ✓ فروش (تجارت الکترونیک)
- ✓ اطلاعاتی (ایجاد اعتبار، دسترسی به محتوا/ ایجاد محتوا، ترویج موضوع خاصی، آموزشی)
- ✓ کاربردی (اینترنت، کاربرها، تحقیق، حمایت، کمک فنی)

این بسیار مهم است که افراد سازمان شما هدف وب سایتان که مربوط به دستیابی به اهداف درآمدی است را بطور واضح بدانند و بفهمند، در غیر اینصورت شما وبسایتی خواهید داشت که در طول زمان، پیامهای مختلفی برای بازدید کنندگان ارسال می کند و نرخ تبدیل به درآمد را کاهش می دهد.

مثال - برنامه خود را جایگزین آن کنید

هدف اولیه examplesite.com خدمت به عنوان یک ابزار تولید جریان است (که جریانهای درستاز بازدیدکنندگان یا خریداران بالقوه را به سایت بیاورد). ما منابع متعددی داریم که طراحی شده اند تا چشم انداز را از طریق جریان های متعدد ایجاد کنند (این مورد با جزئیات بیشتری در استراتژی بازاریابی/بخش تغذیه ی لیدها یا جریان ها در همین مقاله آمده است. جریان فروش ما مقداری پیچیده است و نیازمند تلاشهای سازمان یافته و با مهارت تیم فروش ما جهت تبدیل بازدیدکنندگان سایت ما در ابتدا تنها به عنوان یک بازدیدکننده ی بالقوه برای سایت می باشد، زمانیکه آنها مقداری از ارزشی که در وبسایت ما برایشان ارائه می شود را مشاهده کردند، بعضا به بازدیدکننده های مداوم تبدیل می شوند.

مدل کسب و کار شما:

بازار:

توصیف بازار:

چه کسی خریدار بالقوه ی محصولات یا خدمات شماست؟

آنها چه اهدافی دارند؟

وب سایت شما چگونه آن اهداف را برآورده می کند؟

شما قبل از اینکه پیامتان را از طریق وب سایتتان پخش کنید، بایستی بدانید به چه کسانی می خواهید خدمات یا محصولاتتان را بفروشید، فرآیند وسیع و پهناوری برای تعیین چشم انداز ایده آل شما و فهمیدن فاکتورهای انگیزشی آنها وجود دارد، اما در اینجا چند مورد ابتدایی آمده است.

مشتریان فعلی تان را آنالیز و تحلیل کنید:

- ✓ آنها را به خاطر آخرین ارزشهایی که فراهم کرده اید، برای شما درآمد ایجاد نکرده اند را فیلتر کنید.
- ✓ ویژگیهای مشترک مشتریان سودآورتان را شناسایی کنید.
- ✓ تصمیم گیرندگان در این شرکتها را شناسایی کنید (عنوان و جایگاه شغلی شان)

تصمیم گیرندگان را تحلیل کنید:

- ✓ تعیین جمعیتها، ویژگیهای شخصیتی و ترسهای رایج
- ✓ تعیین فرآیند تصمیم گیری و محدودیتهای بودجه ای آنها
- ✓ تعیین شاخصهای کلیدی عملکرد آنها
- ✓ فهمیدن مهیج های اولیه آنها یا عوامل اصلی فرار آنها

حالا که می دانید مشتریان ایده آل شما چه کسانی هستند و عوامل اصلی و کلیدی فرار تصمیم گیرندگان چیست، بهتر است این مطلب را در قالب مقاله توصیف بازاریابان مکتوب کنید.

نکته:

بازار هدف اولیه به شما دیکته می کند که بازار بایستی چگونه باشد و چگونه بایستی بازاریابی کنید، اما تصمیم گیرندگان مورد هدفتان به شما دیکته می کنند که چه پیامی را باید در وب سایتتان و دیگر ابزارهای ارتباطی تان استفاده کنید.

مثال - برنامه خود را جایگزین آن کنید

مشتریان ایده آل برای سازمان ما کسب و کارهایی هستند که محصولات یا خدمات با قیمت بالا می فروشند، کسانی که به دنبال تولید جریان برای تیم های فروششان هستند، کسانی که بودجه خوبی دارند و به طور اختصاصی بر وب سایتشان سرمایه گذاری کرده اند.

آنها می دانند که خدمات ما یک فاکتور اساسی برای موفقیت آنهاست و قیمتهای ما در مقابل هزینه های کلی آنها عامل بی اهمیتی است.

عامل مهم در قسمت مشتریان ایده آل کسب و کار ما، تصمیم گیرندگانی است که مورد هدف قرار داده ایم. این افراد برای واحد سازمانی خود بودجه ای قرار دارند که در مورد آن جدی هستند و در مورد آن جدی هستند و در خرج آنها بسیار دقیق هستند، مطالعه می کنند، نه اینکه لزوماً برای موارد کاربردی اما برای کاربرد تکنولوژی در زندگی روزانه به راحتی پول خرج می کنند.

از طرفی آنها بسیار تحت فشارند که ارزش مورد خریداری شده را به مدیرعاملشان توضیح و نشان دهند.

توصیف بازار شما:

■ استفاده از اینترنت:

چقدر مشتریان خدفا شما از اینترنت استفاده می کنند؟

چقدر مشتریان هدف شما باید جستجو کنند تا پیشنهات شما را پیدا کنند؟

مشتریان هدف شما وقتی به دنبال شما و خدمات شما می گردند، چند تا از رقبای شما را زودتر از شما پیدا می کنند؟

در مورد مشتریان ایده آل و تصمیم گیرندگان مورد نظرتان در سازمانهایشان فکر کنید.

آیا آنها ادراک فنی دارند؟

آیا می توانند درک کنند که با استفاده از تکنولوژی شما چقدر در زندگی روزانه شان راحت تر هستند؟ این ملاک و فاکتور خوبی است، برای اینکه ببینیم وقتی محصولات و خدمات ما در اینترنت وجود دارد، چقدر ممکن است توسط این تصمیم گیرندگان مورد جستجو قرار گیرد.

هر چند این مساله بر نیاز شما به وب سایت تاثیری نمی گذارد، اما بر میزان سرمایه گذاری در بازاریابی آنلاین برای وب سایتتان و نیز میزان سرمایه گذاری در معماری و قابلیت وب سایتتان تاثیر دارد.

مثال - برنامه خود را جایگزین آن کنید

یکی از اولین خبرهایی که مشتریان بالقوه صنعت ما، هنگام مطالعه و بررسی صنعت ما انجام می دهند، جستجوی آنلاین در زمینه کلمه های کلیدی صنعت ماست.

هر چند نایست ارزش تبلیغات دهان به دهان و مراجعه خصوصا مرجعات حضوری را دست کم گرفت، اما ما در تلاشیم تا جنبه ی قوی آنلاینمان را حفظ و حتی بهبود ببخشیم.

از جمله ارزشها و دورنماهای ما جستجو و دانلود مقالات تحقیقی است که برای بازدیدکنندگان در سایت قرار داده ایم تا از طریق آنها و با استفاده از اینترنت بتوانیم فرآیند تصمیم گیری افراد را شکل دهیم.

میزان نیاز استفاده از اینترنت در صنعت شما:

■ جایگزینها:

آیا موردی وجود دارد که علاوه بر اینکه در دسترس مشتریان و خوانا است، نیاز به اینترنت نداشته باشد، وجود دارد بگونه ای که مشتریان بالقوه شما را راضی کند؟

بیشتر محصولات می توانند از طریق کانالهای چند گانه ای در دسترس باشند:

برخی از طریق کانالهای خاص صنعت برای مثال تامین کنندگان تجهیزات دهان و دندان برای رسیدن به دندانپزشکان می توانند از طریق جنبه های مختلف آنلاین بصورت قوی اقدام کنند، اما همچنین فروش از طریق کانالهای فروش سنتی نیز نیاز است. در واقع بیشتر ارائه دهندگان خدمات تاریخچه بلند مدتی از فروش از طریق کانالهای غیر اینترنتی اما شناخته شده دارند، که این می تواند چالشهایی برای شرکتهای خلاق که جهت گرفتن سهم بازارشان بطور سنگینی از طریق وب سایتشان عمل می کنند، داشته باشد.

مثال - برنامه خود را جایگزین آن کنید

شرکت ما یک قلمرو جدید (تجربه ی کاملا آنلاین) برای کسانی که به دنبال خدمات ما هستند فراهم کرده است، بدین منظور به دنبال متخصصین محلی صنعت برای مشاوره رفتیم و یک خدمت یا سرویس رایج بر اساس اهداف و نیازهای منحصر بفرد آنها ایجاد کردیم. این موضوع نیازمند این است که ما ارزش استفاده از خدمات آنلاین را سریعاً نشان دهیم و نیز ترسها و نگرانیهایی که سیستم سازگار ما از آنها ممانعت می کند را نشان دهیم.

جایگزینهای غیر اینترنتی در صنعت شما: