

دو بخش کلیدی بازاریابی اینترنتی



منبع: www.modiresabz.com

نویسنده: ژان بقوسیان - مدیر سبز
موضوع: آموزش بازاریابی اینترنتی
برای خواندن جدیدترین مطالب مدیریت و
بازاریابی به سایت مدیر سبز مراجعه کنید!
برای دانلود صدها مقاله مشابه این مطلب
عضو سایت مدیر سبز شوید!

بازاریابی اینترنتی چیست؟

بازاریابی اینترنتی ترکیب دو فعالیت مشخص است: ترافیک و تبدیل، بدین معنا که ابتدا ترافیک ایجاد می‌کنیم و سپس بازدیدکنندگان سایت را به خریدار تبدیل می‌کنیم. ایجاد ترافیک یعنی هدایت بازدیدکنندگان به سایتمان. این کار می‌تواند هم به صورت آنلاین و هم آفلاین انجام شود. مثلاً در رسانه‌های اجتماعی و سایت‌های دیگر افراد را تشویق کنیم تا از سایت ما بازدید کنند. ترافیک همچنین می‌تواند با روش‌های آفلاین ایجاد شود. مثلاً در تمام تبلیغات، کارت ویزیت و حتی تماس‌های تلفنی، علاقه‌مندان را ترغیب کنیم تا از سایت ما بازدید کنند. بسیاری از بازاریاب‌های اینترنتی تازه‌کار فکر می‌کنند ایجاد ترافیک کار بسیار سختی است، ولی این‌طور نیست. فقط کافی است بودجه مناسبی اختصاص داده شود تا بازدیدکنندگان زیادی به سایت سرازیر شوند.

انواع ترافیک ۱. ترافیک رایگان

شما می‌توانید با روش‌های رایگان بازدیدکنندگانی را به سایت هدایت کنید. مثلاً می‌توانید از سایت‌های آگهی رایگان، تبادل لینک، ویدئو، رسانه‌های اجتماعی و جستجو استفاده کنید. شاید بهترین نوع ایجاد ترافیک رایگان سئو باشد. سئو علمی است که کمک می‌کند با ایجاد تغییراتی در سایت و خارج سایت کاری کنید که افراد بیشتری شما را با جستجو پیدا کنند. مثلاً از گوگل یا سایت‌های دیگر به سایت شما هدایت شوند.

۲. ترافیک پولی

به روش‌های مختلفی می‌توانید ترافیک پولی ایجاد کنید.



۱. تبلیغات کلیک (PPC)

تبلیغات کلیک با Pay Per Click که گاهی به اختصار PPC نامیده می‌شود یکی از بهترین روش‌های ایجاد ترافیک پولی است. مزیت این روش در آن است که شما فقط زمانی به تبلیغ کننده پول می‌پردازید که کسی بر تبلیغ شما کلیک کند و وارد سراچه‌تان شود. اگر کسی تبلیغ را ببیند و واکنشی نشان ندهد هیچ مبلغی پرداخته نمی‌شود. بهترین مثال تبلیغات کلیک سایت گوگل است. شما می‌توانید به گوگل تبلیغ کلیک بدهید. وقتی علاقه‌مندان کلیدواژه‌ای خاص را جستجو می‌کنند سایت شما در اولین نتایج گوگل ظاهر خواهد شد. البته جلوی اسم سایت شما عبارت AD اضافه می‌شود تا جستجو کنندگان بدانند این یک تبلیغ است!

۲. تبلیغات نمایشی (PPI)

در تبلیغات نمایشی (Pay Per Impression) شما به ازای تعداد نمایش تبلیغ پول می‌پردازید. در این روش تبلیغ کننده هیچ تضمینی نمی‌دهد که چه میزان از بینندگان تبلیغ بر آن کلیک خواهند کرد ولی تضمین می‌کند تبلیغ شما مثلاً ۱۰۰۰۰۰ بار نمایش داده شود. یکی از بهترین نمونه‌های تبلیغات نمایشی سایت بلاگفا است.

۳. تبلیغات مدت‌دار

سومین نوع تبلیغات پولی تبلیغات مدت‌دار است. سایت تبلیغ کننده فقط تضمین می‌کند که تبلیغ شما را برای مدت مشخصی در سایت به نمایش بگذارد. مثلاً بنر تبلیغاتی شما را به مدت ۳۰ روز نمایش می‌دهد. اینکه این تبلیغ چند بار دیده می‌شود و چه تعدادی از بازدیدکنندگان روی آن کلیک می‌کنند هیچ تضمینی ندارد. معمولاً سایت‌هایی که بیننده کمتری دارند تبلیغات خود را با این مدل می‌فروشند.

تبدیل

خوب اگر ایجاد ترافیک کار آسانی است چرا بسیاری از وب‌مسترها و مدیران سایت رغبتی به ایجاد ترافیک ندارند؟ دلیلش آن است که از تبدیل سایتشان مطمئن نیستند. در بازاریابی اینترنتی منظور از تبدیل «تبدیل بازدیدکننده به خریدار» است. اگر مطمئن شویم بخشی از بازدیدکنندگان خرید خواهند کرد به نحوی که سود مناسبی خواهیم کرد از ایجاد ترافیک ترسی نخواهیم داشت.

در بازاریابی اینترنتی بهترین روش تبدیل آن است که وقتی بازدیدکننده جدیدی وارد سایت شد، کاری کنیم تا او ایمیل خودش (یا اطلاعات تماسی مثل شماره موبایل) را در سایت وارد کند. سپس با ارسال چندین ایمیل متوالی او را ترغیب کنیم تا از سایت ما خرید کند. در واقع عملیات تبدیل سایت با ایمیل مارکتینگ انجام می‌شود که یکی از کلیدی‌ترین کارها در بازاریابی اینترنتی است. در مقالات بعد درباره تبدیل و روش‌های آن بیشتر توضیح خواهیم داد.