



۱۳ استراتژی دیجیتال مارکتینگ برای فروشگاه آنلاین

با وجود اینکه در عصر دیجیتال زندگی می‌کنیم، همچنان چالش‌های زیادی برای وبسایت‌های فروشگاه‌های وجود دارد. رقابت بین میلیون‌ها محصول بسیار شدید است. در این میان ابزاری قدرتمند وجود دارد (گوگل) که کاربران به راحتی با جستجو در آن می‌توانند قیمت‌ها و مشخصات محصولات را بررسی کنند و بهترین گزینه خرید را انتخاب کنند و تصمیم بگیرند قبل از ورود به سایت شما چه چیزی بخرند. حال با توسعه و رشدی که امروزه **دیجیتال مارکتینگ** داشته، این **۱۳ استراتژی در دیجیتال مارکتینگ** بسیار اهمیت دارند تا شما هم بتوانید با اجرای این موارد، سهمی از ۲.۸ تریلیون دلار سالانه این بازار داشته باشید.

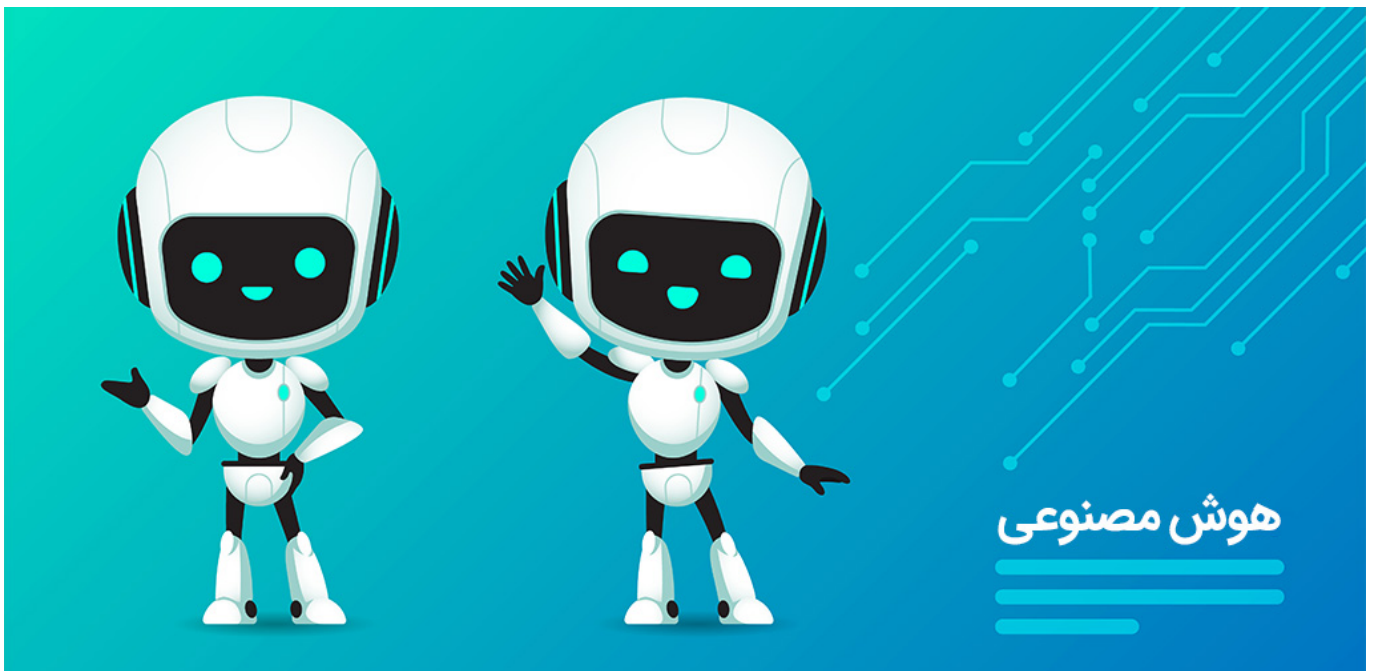
۱. تصویر محصول را به بهترین شکل نمایش دهید

کاربران و خریداران دوست دارند که تقریباً به هر نوع اطلاعات در هر زمانی دسترسی داشته باشند؛ چرا که جنبه بصری محصول روی خریداران بسیار اثرگذار است. استفاده

از تصاویر با جزئیات دقیق به شما کمک می‌کند محصولات شما را بدون دردسر و خیلی سریع ببینند و شاید بدون مطالعه توضیحات، اقدام به خرید کنند. می‌توانید برای تصاویر خود قابلیت بزرگ‌نمایی بگذارید یا امکان نمای ۳۶۰ درجه برای محصولات فراهم کنید. بررسی‌های انجام شده نشان داده که قرار دادن تصاویر سه بعدی می‌تواند فروش را ۲۵ تا ۳۰ درصد افزایش دهد.

۲. ویدیویی از محصول فرار دهید

اگرچه همه محصولات نیازی به ویدیو ندارند اما می‌توانید کاربرد آن را در قالب یک ویدیو منتشر کنید. بنا بر گزارش HubSpot، بودن ویدیو برای محصول حدود ۸۱ درصد از خریداران را مجاب می‌کند که اقدام به خرید کنند. اگر بتوانید برای محصول خود یک ویدیو آماده کنید و جزئیاتش را کامل توضیح دهید، خریداران به درستی تصمیم می‌گیرند و با اطمینان بیشتری خرید می‌کنند.



۳. از هوش مصنوعی کمک بگیرید

هوش مصنوعی می‌تواند تاثیر قابل‌توجهی در فروش اینترنتی شما بگذارد. با هوش مصنوعی می‌توانید اطلاعات و رفتارهای کاربران را جمع‌آوری کنید و واکنش‌های مشتریان را ثبت کنید. سپس معیارهای نرخ تبدیل، نرخ مشارکت و خیلی موارد دیگر را مورد بررسی قرار دهید. با این اطلاعات می‌توانید عملکرد سایت را بهبود دهید و کاربران را به خریداران وفادار تبدیل کنید. هر چقدر کاربران در سایت شما احساس بهتری داشته باشند و تجربه خوبی کنند، احتمال بازگشت آن‌ها بالا می‌رود و نظرات مثبت برای سایت بیشتر خواهد شد.

هوش مصنوعی می‌تواند به شما بگوید که بازدیدکنندگان چه محصولاتی را بیشتر می‌خواهند و بر اساس این اطلاعات، محصول موردنظر کاربر را برایشان نمایش دهید. همچنین از هوش مصنوعی می‌توانید در جهت توسعه بخش پشتیبانی استفاده کنید و یک تجربه شیرین را برای مشتریان خود از زمان خرید تا تحویل رقم بزنید.

۴. قابلیت فیلتر محصولات را به سایت خود اضافه کنید

وقتی محصولات در سایت، بیشتر و بیشتر می‌شوند، به یک فیلتر پیشرفته نیاز پیدا خواهید کرد. هیچ‌کس وقت ندارد تک تک محصولات سایت را ببیند و از بین آن‌ها انتخاب کند بلکه شما باید شرایط را فراهم کنید تا کاربر بتواند با سرعت و دقت بالا، به محصول موردنظر خود برسد. طبق گزارشات [bigcommerce.com](https://www.bigcommerce.com) حدود ۴۲ درصد از سایت‌های فروشگاهی از فیلتر پیشرفته استفاده نمی‌کنند، پس با افزودن این قابلیت می‌توانید نرخ تبدیل و فروش را افزایش دهید و خرید برای کاربران راحت‌تر کنید.



۵. از ربات‌ها در چت‌های آنلاین استفاده کنید

این مورد هم یک هوش مصنوعی است؛ اما استراتژی خودش را دارد. پاسخ‌گویی درست و دقیق به سوالات، احتمال خرید را افزایش می‌دهد و خرید را آسان‌تر می‌کند. دلیلش این است که شما برای سوال خریدار فوراً پاسخی در جهت رفع آن می‌دهید و آن‌ها نیز مسیر خرید را ادامه می‌دهند؛ بنابراین پاسخ‌هایی که ربات‌ها می‌دهند بسیار اهمیت دارد چون می‌تواند مسیر خرید را تغییر دهد. توجه داشته باشید که با این ربات‌های کوچک پاسخ‌گو می‌توانید طوری پاسخ‌دهی کنید که خریداران حس کنند طرف مقابل یک انسان است.

۶. در ارسال محصول انعطاف داشته باشید

یکی از دلایلی که سبد خرید، توسط خریداران رها می‌شود، گزینه‌های کم یا نامناسب در ارسال محصول است. ۴۵ درصد از خریداران آنلاین، هنگامی که با گزینه‌های نامناسب ارسال کالا مواجه می‌شوند، سبد خرید را رها می‌کنند. توقع برخی کاربران این است که بعد از پرداخت وجه، محصول باید خیلی سریع به دستشان برسد یا اینکه انتخاب کنند محصول کمی دیرتر به دستشان برسد و در مقابل هزینه کمتری را پرداخت کنند؛ بنابراین هدف شما فقط فروش محصول نیست و باید راه‌های ارسال محصول را هم در حالت‌های متنوع قرار دهید؛ بنابراین گزینه‌های متنوعی را برای ارسال قرار دهید تا خریدار انتخاب‌های بیشتری برای تحویل داشته باشد.

["message_box text_color="light]

مثلا می‌توانید برای ارسال، گزینه‌های زیر را داشته باشید:

- ارسال توسط پست پیشتاز
- ارسال توسط تیپاکس
- ارسال توسط پیک موتوری در شهر خاص

[message_box/]

۷. درصد رها کردن سبد خرید را کاهش دهید

همان‌طور که در بالا اشاره کردیم، تعداد زیادی از کاربران در مواجهه با منطبق نبودن گزینه‌های ارسال با شرایط خودشان، سبد خرید را رها می‌کنند. ۶۹ درصد از موارد برای زمانی است که هزینه‌های ارسال منطقی نیست. یکی دیگر از دلایل رها کردن سبد خرید این است که فرایند خرید برای خریدار پیچیده است. کند بودن سرعت سایت در صفحه تسویه حساب مشکل دیگری است که می‌تواند منجر به رها کردن سبد خرید شود. پس باید فرایند را ساده کرد و سرعت را بهبود داد و گزینه‌های ارسال را افزایش داد تا خریدار سبد خرید را رها نکند.

یکی از موثرترین راهکارهای برگرداندن افراد به سبد خرید این است که برای آن‌ها ایمیل‌هایی ارسال کنید و ترغیبشان کنید تا خرید خود را ادامه دهند. بر اساس بررسی‌های انجام شده، نزدیک به نیمی از ایمیل‌های یادآوری سبد خرید، توسط افراد باز می‌شوند و حدود یک سوم به فروش ختم می‌شود.

۸. قابلیت افزودن به علاقه‌مندی‌ها را به سایت خود اضافه

کنید

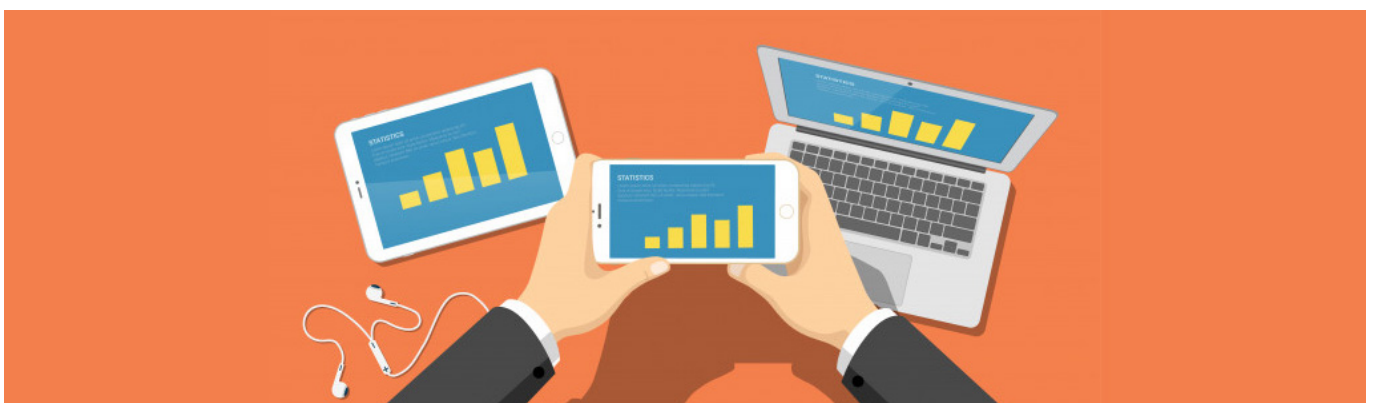
لیست علاقه‌مندی‌ها برای کاربران می‌تواند به فروش شما کمک کند. چرا که متوجه خواهید شد کاربران شما به چه محصولاتی علاقه‌مند هستند. با داشتن این اطلاعات طلایی می‌توانید برای آن‌ها ایمیل‌هایی ارسال کنید و پیشنهادهای شگفت‌انگیزی بدهید و این لیست طلایی علاقه‌مندی‌ها را به خرید تبدیل کنید.

۹. اجازه دهید برای محصولات امتیاز و نظر ثبت شود

هیچ چیزی بهتر از این نیست که خریدار محصولی را ببیند که افراد دیگر، از خرید آن رضایت کامل دارند و نظرات مثبتی را برایش ثبت کرده‌اند. ثبت تجربه خوب خریداران قبلی برای محصول، باعث می‌شود که اطمینان برای خریدار جدید ایجاد شود. احتمال خرید محصولی که مورد تایید خریداران قبلی بوده ۵۴ درصد بیشتر از دیگر محصولات است. دو روش ساده وجود دارد که کاربران تجربه و نظر خود را راجب محصول خریداری شده بدهند:

۱. استفاده از هشتگ‌گذاری در شبکه‌های اجتماعی

۲. ارائه راهی آسان برای ارسال نظرات در سایت



۱۰. سایت شما باید نمایش خوبی در موبایل داشته باشد (رسیانسیو باشد)

امروزه کاربران ترجیح می‌دهند کارهای آنلاین خود را با موبایل انجام دهند. این رفتار

در خریدهای آنلاین نیز صدق می‌کند؛ بنابراین سایت شما باید طوری طراحی شده باشد که نمایش مناسب و درستی در گوشی‌های تلفن همراه داشته باشد. طبق گزارش Adweek، گوگل به این نتیجه رسیده است که ۷۳ درصد از کاربران وقتی سایتی را می‌بینند که نمایش خوبی در صفحه نمایش موبایلشان ندارد، آن را ترک می‌کنند.

دکمه‌ها، لینک‌ها و چیزهایی که اهمیت بالایی دارند را طوری قرار دهید که به راحتی قابل رویت باشند؛ مثلاً دکمه «افزودن به سبد خرید» در صفحه محصول بهتر است به صورت چسبان در حالت موبایل باشد تا وقتی خریدار صفحه سایت را به بالا و پایین می‌برد، دکمه «افزودن به سبد خرید» همیشه برایش در دسترس باشد. این نکته برای دکمه سبد خرید هم صدق می‌کند که باید طوری باشد که همیشه در دسترس خریداران باشد.

۱۱. هدف‌گیری مجدد کنید

هدف‌گیری مجدد یکی از نکات اساسی موفقیت برای هر سایت فروشگاهی است. از هوش مصنوعی کمک بگیرید و رفتار خریداران را ثبت و بررسی کنید. سپس محصولات و خدمات خود را به مشتریان خود نمایش دهید. کاربران شما با مراجعه به سایت، از بودن این خدمات آگاه می‌شوند و خیلی سریع به صفحه محصولاتی که موردعلاقه‌شان بوده می‌روند یا محصولی را که فراموش کرده بودند را بازبینی می‌کنند.

۱۲. صفحه پرداخت را ساده کنید

بخش‌ها و فیلدهای پیچیده و اضافی را از صفحه پرداخت حذف کنید و این بخش را به ساده‌ترین شکل ممکن طراحی کنید؛ چرا که طراحی نامناسب برای این صفحه، منجر به رها کردن صفحه پرداخت می‌شود. صفحه پرداخت بهتر است چند مرحله‌ای نباشد و همه کارها در یک صفحه انجام شود. اگر یک صفحه بودنش امکان‌پذیر

نیست و باید بیشتر از یک صفحه باشد، حتما صفحات قبل از پرداخت را ساده‌تر طراحی کنید. یکی دیگر از نکاتی که در صفحه پرداخت باید رعایت کنید قرار دادن نوار پیشرفت کار است که بسیار می‌تواند روند کار را بهبود دهد.

۱۳. فروش محصولات را در شبکه‌های اجتماعی گسترش دهید

با توجه به استفاده زیاد کاربران از شبکه‌های اجتماعی، محصولات خود را در این شبکه‌ها قرار دهید و امکان مشاهده محصولات خود را در شبکه‌هایی مانند اینستاگرام، تلگرام، فیس‌بوک فراهم کنید و اجازه دهید تا کاربران خارج از سایت هم بتوانند اقدام به خرید کنند.

["message_box text_color="light]

منابع استفاده شده در این مقاله

digitalmarketinginstitute.com

[message_box/]