



افزایش ارزش محصولات با دیجیتال مارکتینگ

ارزش یک محصول فقط به ساختار و سخت‌افزار آن بستگی ندارد. حتماً می‌دانید تولید یک گوشی آیفون هزینه‌ای معادل چند ده دلار دارد؛ ولی همین محصول با مبلغ چند صد دلار یا بیشتر فروخته می‌شود. در این مقاله چند پیشنهاد برای افزایش ارزش محصول در دیجیتال مارکتینگ، ارئه می‌کنیم.

۱. توصیه دیگران

اولین ایده استفاده از توصیه دیگران استفاده کنید. افرادی وجود دارند که با خرید آنلاین و کلا دنیای دیجیتال غریبه بودند؛ ولی اکنون از طریق اینستاگرام و رسانه‌های اجتماعی دیگر کم‌کم خریدهای خود را از طریق این رسانه‌ها انجام می‌دهند؛ مثلاً محصولی را می‌بینند و پول آن را کارت‌به‌کارت می‌کنند و می‌خواهند که آن محصول برایشان ارسال شود.

من با بسیاری از این افراد صحبت کرده‌ام که چه چیزی آن‌ها را قانع می‌کند که

چندصد هزار تومان یا گاهی چند میلیون تومان صرف محصولی بکنند که نه فروشنده را می‌شناسند و نه آن محصول را به خوبی می‌شناسند. تقریباً همیشه به این نتیجه رسیده‌ام که وقتی خریدار، نظر مشتریان راضی را در یک رسانه اجتماعی می‌بیند و این تعداد زیاد می‌شود و شاید ده‌ها نظر در مورد یک محصول در اینستاگرام وجود دارد، اعتمادی ایجاد می‌شود که خریدار به راحتی پول خود را واریز می‌کند و توقع دارد که یک محصول خوب دریافت کند.

ما گاهی احساس می‌کنیم که محصولات و خدمات ما خوب هستند و دیگر نیازی نیست که بر توصیه مشتریان راضی کار کنیم و نظرات را جمع کنیم و در سایت و رسانه‌های اجتماعی منتشر کنیم. این یک اشتباه بزرگ است و باید این موضوع را جدی بگیرید. برای افرادی که اصلاً شما را نمی‌شناسند، یک موضوع مهم بدون شک توصیه مشتریان دیگری است که قبلاً از شما خرید کرده‌اند و از شما راضی هستند.

۲. داستان

ایده بسیار جالب دیگر استفاده از داستان برای پولسازی و افزایش فروش است. این داستان می‌تواند در ایمیل‌ها و پیام‌های شما باشد و البته در صفحه محصول شما. اخیراً در آمریکا چند دیجیتال مارکتر حرفه‌ای یک آزمایش بسیار جالب انجام داده‌اند. آن‌ها این آزمایش را روی یک سکه بسیار معمولی که در سایت Ebay فروخته می‌شد و در واقع یک دکور مصنوعی از یک سکه قدیمی است و قیمت آن دو یا سه دلار است انجام دادند.

روش کار این بود که آن‌ها یک داستان برای این سکه ساختند و قیمت آن را صد برابر کردند. آن‌ها توانستند با ایجاد تغییراتی در صفحه محصول و اضافه کردن یک داستان جذاب برای آن سکه، آن را با صد برابر قیمت واقعی بفروشند و در نهایت تعجب دیدند که فروش‌هایشان بیشتر شد. البته این کار صرفاً یک آزمایش بود و بعداً مبالغ به افراد برگردانده شد و به آن‌ها گفته شد که این صرفاً یک آزمایش بود.

ما باید به عنوان یک دیجیتال مارکتر حرفه‌ای برای محصولاتمان، داستان‌های واقعی درست کنیم یعنی داستان‌هایی که باعث جذب افراد می‌شود و باعث خرید آن‌ها می‌شود.

برای هر محصول یا خدمتی که می‌فروشید اگر خودتان آن را تولید کرده‌اید حتماً داستانی به ذهنتان می‌رسد؛ مثلاً اتفاقات هنگام تولید محصول یا اولین فروش‌ها و... را در صفحه محصول خود بنویسید.

اگر خودتان آن محصول را تولید نکرده‌اید می‌توانید در اینترنت جستجو کنید و داستان‌های جالبی در مورد آن محصول خاص پیدا کنید.

مغز همه افراد به صورت ناخودآگاه دوست دارد که داستان بشنود و حتی می‌توانید از این داستان‌ها در متن ایمیل استفاده کنید.

با این کار بدون اینکه وارد جزئیات فنی محصول شویم می‌توانیم با یک داستان فروش اینترنتی را خیلی حرفه‌ای انجام دهیم و باعث شویم که افراد بیشتری از ما خرید کنند.

۳. آموزش

سومین ایده برای افزایش ارزش محصول این است که برای هر کدام از محصولاتمان آموزش درست کنیم. هر محصولی نیاز به آموزش‌های زیادی دارد. این آموزش‌ها به سه دسته تقسیم می‌شوند:

۱. آموزش‌های قبل از خرید
۲. آموزش‌های هنگام خرید
۳. آموزش‌های بعد از خرید

هر چقدر در وبسایت و رسانه‌های اجتماعی خودتان آموزش‌های بهتر و با کیفیت‌تری بدهید به همان نسبت مخاطبان و اعضای سایت شما از شما راحت‌تر

خرید خواهند کرد و سخت‌گیری کمتری می‌کنند.

بنابراین در این سه مورد سعی کنید حرفه‌ای شوید و مطمئن باشید بر روی فروش بیشتر محصولات و خدمات شما تاثیر مثبتی خواهد داشت.

۳ ایده برای بازاریابی قوی‌تر محصولات

۱. یادآوری زیاد

اولین نکته اینکه تا می‌توانید به مخاطبان و اعضای سایت‌تان یادآوری کنید؛ مثلاً یک فروش ویژه گذاشته‌ایم که مدت زمان آن یک هفته است. اتفاقی که می‌افتد این است که افراد زیادی از شما خرید نمی‌کنند به این دلیل که می‌دانند یک هفته فرصت دارند. برای این موضوع شاید لازم باشد ۵ بار یا حتی ۱۰ بار یادآوری کنید. مثلاً ۳ روز مانده به پایان فروش ویژه به آن‌ها یادآوری کنید. در ساعت‌های پایانی مرتب در رسانه‌های اجتماعی و سایت‌تان بگویید که این فرصت در حال تمام شدن است و از یادآوری‌های زیاد نترسید.

۲. رسانه‌های زیاد

نکته دیگر اینکه از رسانه‌های زیادی استفاده کنید. بسیاری از دوستان فکر می‌کنند بسیاری از رسانه‌ها به فراموشی سپرده شده است؛ ولی همین الان افراد زیادی در فیس‌بوک فعال هستند، افراد زیادی در لینکدین محتوا می‌گذارند، بعضی از افراد ایمیل چک می‌کنند، خیلی از افراد مرتب در اینستاگرام و تلگرام هستند و ...

سعی کنید هر رسانه ممکن را برای ارائه پیشنهادهای ویژه و فروش‌های خودتان استفاده کنید، حتی اگر بازدهی کمی دارد. شاید فکر کنید که خیلی منطقی نیست یا به صرفه نیست که وقت زیادی را برای رسانه‌هایی که خیلی بازدهی ندارد اختصاص دهیم؛ ولی پیشنهاد من این است که روی دو یا سه رسانه اصلی خودتان خیلی قوی کار کنید و بقیه رسانه‌هایی که کم‌اهمیت‌تر هستند را با سایت‌هایی که پست خودکار به رسانه‌های اجتماعی می‌فرستد اتوماسیون انجام دهید و کاری کنید که مثلاً یک

پست خوب اینستاگرام به صورت خودکار در لینکدین و رسانه‌های دیگر منتشر شود. بنابراین تمرکز شما بر روی دو یا سه رسانه است ولی در کنار آن با سایت‌ها و سیستم‌های خودکارسازی ارسال پست، کاری می‌کنید که در تمام رسانه‌ها اطلاعات شما منتشر می‌شود.

۳. فاصله زمانی بین رسانه‌ها

یک نکته ظریف دیگر که خیلی می‌تواند فروشتان را بیشتر کند این است که هیچ‌وقت در فروش ویژه، یک خبر محصول جدید و... را هم‌زمان در رسانه‌ها منتشر نکنید به این دلیل که یک فرصت بزرگ را از دست می‌دهید.

فرض کنید یک مدیر در جلسه مهمی است. در آن لحظه شما هم در تلگرام، هم در اینستاگرام و هم رسانه‌های دیگر اعلام می‌کنید یک فروش ویژه داریم و شاید این فرصت را از دست بدهید که به این مدیر چیزی بفروشید؛ ولی اگر ابتدا ایمیل را بفرستید و بعد از ظهر پستی در تلگرام منتشر کنید، شب همان را به صورت استوری در اینستاگرام منتشر کنید و فردای آن در یک رسانه دیگر، بیشترین نرخ دیده شدن ایجاد می‌شود و افراد خیلی بیشتری از محصولات شما استفاده می‌کنند.