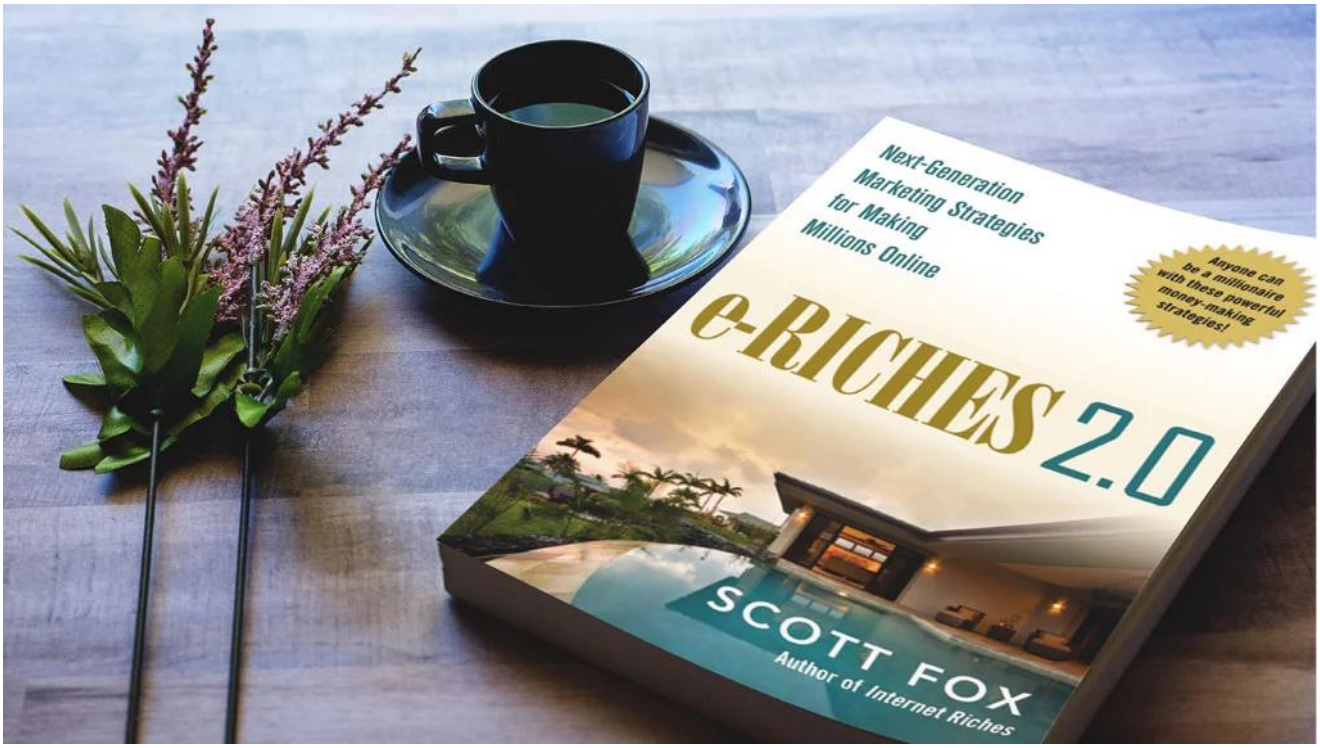

خلاصه کتاب ثروت‌های الکترونیکی

نکات کلیدی کتاب

- می‌توانید از طریق اینترنت، درآمد عظیمی کسب کنید. اینترنت جایگاهی ایده‌آل برای بازاریابی محصولات و خدمات است.
- از طریق اینترنت می‌توانید خریداران احتمالی را بیابید، آنها را به مشتری تبدیل کنید و ارتباط نزدیک، رضایت‌بخش و سودآوری با آنها برقرار کنید.
- در بازاریابی آنلاین، ایجاد وب‌سایت فقط اولین گام است. از شبکه‌های اجتماعی و سایر ابزار و برنامه‌های کاربردی برای بازاریابی محصول و خدمت خود استفاده کنید.
- اجازه ندهید گزینه‌های زیاد، شما را نگران کند. با موارد محدود شروع کنید و پس از آشنایی بیشتر با اینترنت، گزینه‌های خود را افزایش دهید.
- از ایمیل، وبلاگ و مایکرو بلاگ برای ارتباط با مخاطبان و مشتریان استفاده کنید.
- مشتریان را از طریق رسانه‌های اجتماعی به دوستان، هواداران و پیروان تبدیل

کنید.

- با روش‌های آنلاین، خود به‌عنوان متخصص حرفه‌ای به خبرنگاران، معرفی کنید.
- با نوشتن و ارسال مقالات تخصص خود را در معرض نمایش عمومی بگذارید.
- ویدیوهای آنلاین، ابزار تبلیغاتی بسیار مهمی هستند که می‌توانند با هدایت صحیح به‌صورت ویروسی منتشر شوند.
- تبلیغات کلیکی شما را قادر می‌سازد تا بهترین خریداران آنلاین را با دقت هدف‌گیری کنید.

آنچه در این چکیده می‌آموزید

اینترنت معدنی پر از طلاست. آنانی که می‌دانند چگونه ادعاهای خود را در فضای مجازی مطرح کنند، درآمد عظیمی کسب می‌کنند. بااین‌وجود، مطرح شدن در حوزه اینترنت، نیازمند دانش و مهارت کافی است. برای کسب درآمد در دنیای مجازی مغشوش و دائما متغیر، باید آن را به‌خوبی بشناسید. در این مورد اسکات فاکس کارشناس تجارت الکترونیک می‌تواند به شما کمک کند.

فاکس در این کتاب، کارآفرینی از طریق اینترنت را به اجزای کوچک و ساده تقسیم می‌کند. او به زبانی ساده توضیح می‌دهد که چگونه شرکت‌ها و افراد می‌توانند برای بازاریابی خدمات و محصولاتشان از اینترنت استفاده کنند. اگر چه جهش فاکس برای سوار شدن به عرابه رسانه‌های اجتماعی بسیار دیرتر از آن است که جدید به نظر برسد، اما، مدیرسبز معتقد است متخصصان بازاریابی و صاحبان کسب‌وکارهای کوچک که در دنیای مجازی سرگردان هستند، می‌توانند نکات کوچک و مفیدی درباره کسب‌وکار الکترونیک از این کتاب هوشمندانه استخراج کنند. اگر در این شرایط اقتصادی سخت، به دنبال راه‌های جدید برای کسب درآمد هستید، این کتاب می‌تواند باعث پیشرفت شما شود.

از طریق اینترنت ثروتمند شوید

کتاب‌های فهرست مشاغل ازرده‌خارج شده‌اند. امروزه اولین جایی که افراد به دنبال اطلاعات می‌گردند، اینترنت است، پس کسب‌وکار شما به یک وب‌سایت احتیاج دارد. کارآفرینان خلاق با استفاده از چند تاکتیک زیر در فضای مجازی موفق شده‌اند.

شرکت G&B محصول خود «گوشت نمک‌سود» را در دو سایت مای اسپیس و فیس‌بوک تبلیغ می‌کند. شرکت با استفاده از جستجوی یک کلیدواژه، ۳۵۰۰۰ نفر که جمله «من عاشق بیکن هستم» را در پروفایل خود نوشته بودند را هدف‌گیری کرد و آنها را به گروه دوستان خود اضافه کرد. این کار باعث تبلیغات دهان به دهان عظیمی شد. G&B همه ذخیره گوشت بیکن خود را در عرض یک هفته فروخت. این شرکت گوشت‌های نمک‌سود خود را با کشتی به ۴۷ کشور دنیا صادر می‌کند. هزینه G&B در مای اسپیس و فیس‌بوک تقریبا صفر دلار است.

گری واینر چاک، صاحب یک فروشگاه نوشابه در نیوجرسی است. هر هفته ۸۰ هزار تماشاگر از ویدیوی آنلاین او در رابطه با تست نوشابه دیدن می‌کنند. این کار فروش او را به‌شدت افزایش داده است.

ریچارد کستون، یک خرده‌فروش مبلمان در کارولینای شمالی، با استفاده از آگهی دادن در گوگل و یاهو مشتریان نهایی را به فروشگاه خود جذب کرده است.

پیتر شانکمن که متخصص روابط‌عمومی است، برای ایجاد لیست بیش از ۴۰ هزار اسمی که باید از طریق شرکت خودش، یعنی هارو برای آنها ایمیل بفرستد، از فیس‌بوک استفاده کرده است.

۹ فرمان

برای موفقیت در بازاریابی و رسیدن به ثروت الکترونیکی از نه فرمان زیر پیروی کنید:

۱. نگران تکنولوژی نباشید. ممکن است اینترنت برای افراد تازه‌وارد ترسناک باشد، اما شما نترسید. به وبلاگ‌ها و شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزاری برای ارتقا و بازاریابی

کار خود بیندیشید. برای بسته‌بندی و چرخش اطلاعاتی که آنلاین پست می‌کنید، از RSS استفاده کنید. به سایت‌های شبکه‌های اجتماعی متصل شوید تا بتوانید با افراد هدف و مشتریان کنونی خود یک ارتباط دوستانه برقرار کنید. به‌جای اینکه دنبال آخرین مد بازاریابی اجتماعی باشید، استراتژی بازاریابی خود را حول این ابزار بسازید.

۲. به‌ضرورت تعامل توجه کنید. اینترنت یک خیابان دوطرفه است. از آن برای انتشار اطلاعات استفاده کنید، اما گوش کردن را نیز از یاد نبرید. برای ارائه خدمات جانبی به مشتریان، مثل سفارش آنلاین محصولات، نمایش ویدیوهای محصولات یا ارسال اطلاعات، از بازاریابی وب محور استفاده کنید.

۳. با مشتری ارتباط برقرار کنید، فقط به دنبال فروش بیشتر نباشید. تلاش برای استفاده از رسانه‌های سنتی برای ارتباط با مشتریان بسیار گران‌تر از آن است که عملی شود. بااین‌وجود، می‌توانید با صرف هزینه کم و به‌صورت آنلاین به این هدف خود دست یابید.

۴. گوش کنید! مشارکت به گوش کردن نیاز دارد. در حوزه آنلاین هرکسی صدایی دارد. با مشتریان به روش خودتان ارتباط برقرار کنید. در غیر این صورت، آنها با روش خودشان با شما ارتباط برقرار می‌کنند.

۵. سوددهی بیشتر به برخورد شخصی و اختصاصی شما با هر مخاطب بستگی دارد. جستجوگران وب نمی‌خواهند که با بنگاه‌هایی معامله کنند که برای مشتری هویت مستقلی قائل نیستند. آنها می‌خواهند که با فروشندگان به‌صورت آنلاین دوست شوند. دوستان به یکدیگر هدیه می‌دهند. به آنها هدیه‌های مجانی باارزش بدهید.

۶. فراتر از وب‌سایت خود رشد کنید و محصولات خود را در چندین کانال آنلاین معرفی کنید. خبرنامه‌های ایمیلی، وبلاگ‌ها و پروفایل‌ها را در سایت‌های شبکه‌سازی اجتماعی، مراجع گوگل، و ویدیوها و عکس‌های آنلاین ارائه دهید.

۷. از بازاریابی مقصد فارغ شوید و به سمت ارتباط گسترده حرکت کنید. بازاریابی

آنلاین این است که گروه‌های خاصی را هدف پیام خود قرار دهید. در وب‌سایت‌هایی که افراد هدف شما زمان خود را در آنها می‌گذرانند حضور داشته باشید. با آنها ارتباط برقرار کنید تا برنده شوید. برای هدف‌گیری جستجوگران آنلاین، از تبلیغات کلیکی استفاده کنید. با استفاده هوشمندانه از اینترنت، خود را از رقبایتان متمایز سازید.

۸. شهرت برند خود را افزایش دهید. اینترنت نحوه روابط‌عمومی را تغییر داده و انتشار مطبوعات کاغذی را به روشی قدیمی تبدیل کرده است. به‌جای آن، «چت توییتر»، رتبه‌بندی در آمازون، عکس‌های فلیکر، مطالب و توضیحات بلاگ‌ها و ویدیوهای یوتیوب را ایجاد کنید.

۹. منتشر کنید یا نابود شوید. برای تبدیل محصولات و خدمات خود به سوپراستارهای آنلاین از وب استفاده کنید و طرفدارن خود را گسترش دهید. از وبلاگ خود برای انتشار خبرنامه‌های ایمیلی استفاده کنید. اما اگر مطلب باارزشی برای برقراری ارتباط ندارید، چیزی ارسال نکنید. مهارت حرفه‌ای خود را ارتقا دهید. مطمئن شوید که همه مطالب آنلاین شما بادوام هستند و به‌سرعت قدیمی نمی‌شوند. خودتان را به متن محدود نکنید، از ویدیو، تله سمینار، رسانه‌های دیجیتال و رادیوی اینترنتی استفاده کنید. برای بهبود تلاش‌های بازاریابی آنلاین خود ماتریس شاخص عملکرد کلیدی (KPI) را به کار گیرید.

از ذهن خود استفاده کنید: نوزل بسازید

ایمیل ارزان است و فوایدی مثل انتشار سریع، دسترسی فوق‌العاده و اتوماتیک بودن دارد. برای مشتریان خود دائما ایمیل بفرستید. اغلب آنها هر روز از وب‌سایت شما دیدن نمی‌کنند، اما هر روز ایمیل‌هایشان را چک می‌کنند. بهترین روز برای فرستادن ایمیل را امتحان کنید. پاسخ‌ها را ارزیابی کنید. ایمیل‌های خود را مرتبا برنامه‌ریزی کنید. برای بازاریابی از طریق ایمیل، از شرکت‌های مدیریت ایمیل کمک بگیرید.

یک نوزل بسازید. آن را از طریق نرم‌افزار بلاگ و یا یک سرویس خبرنامه ایمیلی مبتنی

بر فید گسترش دهید تا در یک بسته RSS گنجانده شود به‌نحوی‌که برای کسب‌وکار شما مناسب باشد.

برای بازاریابی از طریق ایمیل باید آدرس ایمیل‌ها را داشته باشید. از همین حالا جمع‌آوری آنها را شروع کنید.

- از خانواده و دوستان خود دعوت کنید تا در نوزل شما عضو شوند.
- از آنها بخواهید که دوستان خود را نیز به انجام چنین کاری دعوت کنند.
- مشتریان خود را تشویق کنید که در وب‌سایت شما ثبت‌نام کنند.
- لینک‌های خود را افزایش دهید تا ترافیک سایت بیشتر شود و تعداد اعضا را افزایش یابد.
- از مشتریان خود بخواهید که آدرس ایمیل خود را به شما بدهند، مثلا در صورت‌حساب‌هایشان.
- آدرس ایمیل و وب‌سایت خود را روی سربرگ‌ها، کارت‌های ویزیت، آگهی‌ها و هر نوع مستندات دیگری که تولید می‌کنید، قرار دهید.

یک شرکت را مامور کنید تا خدمت پاسخگویی اتوماتیک ایمیل را برای شما راه‌اندازی کند و ایمیل‌های شما را به‌صورت اتوماتیک برای همه کسانی که در فهرست اعضای شما قرار دارند، بفرستند. بااین‌وجود، از شرکت‌هایی که آدرس‌های ایمیل گروهی می‌فروشند، اجتناب کنید. آنها کلاهبردار هستند.

به بچه‌ها در فیس‌بوک بپیوندید

در ایالات متحده ۴ نفر از هر ۱۰ کاربر اینترنتی، عضو وب‌سایت های شبکه‌سازی اجتماعی مثل فیس‌بوک و مای اسپیس یا عضو نرم‌افزارهای خبری مثل Stumble Upon و Delicious و Propeller هستند، که کاربران می‌توانند در آنها پیشنهادات خود درباره خبرها را با هم سهیم شوند. شرکت‌های مایکروسافت، ابسولوت، کوکاکولا،

تراولاسیتی و بسیاری از شرکت‌های موفق دیگر در فیس‌بوک تبلیغ می‌کنند. بعضی از آنها از ابزارهای وبی جذاب استفاده می‌کنند، این ابزارهای بصری هستند که اطلاعات شما را در سایت‌های دیگر نشان می‌دهند و با کاربران ارتباط برقرار کنند.

شما می‌توانید از طریق شبکه‌های اجتماعی، افراد مشخص مورد هدف بازاریابی خود را از پیش آماده کنید. هم چنین می‌توانید بر پایه علایق مشترک نیز این کار را انجام دهید. به نظر می‌رسد که هر گروه اینترنتی، شبکه اجتماعی مربوط به خودش را دارد. برای مثال می‌توانید به متخصصان در سایت LinkedIn، به مشاورین مسکن در Active Rain، به مربیان ارتقای شخصی در Self Growth، به عاشقان کتاب در Library Thing، و به هنرمندان در Art Fair Insiders دسترسی داشته باشید.

تنها برای فروش محصولتان به یک شبکه اجتماعی نپیوندید، زیرا اعضای دیگر احساس می‌کنند که شما انگیزه‌ای پنهانی دارید و به شما اعتماد نمی‌کنند. بلکه سعی کنید برای شبکه واقعا مفید باشید. اطلاعات فید خود را تبادل کنید و در فعالیت‌های گروه سهیم شوید. برای آغاز عملیات بازاریابی می‌توانید به LinkedIn و Facebook ملحق شده و پروفایل خود را ارسال کنید.

وبلاگ‌ها

داستان تجاری خود را از طریق اینترنت انتشار دهید، مشتریان جدید پیدا کنید و با استفاده از وبلاگ، ارتباط خود را با مشتریان کنونی قوی‌تر کنید. وبلاگ‌ها امتیاز بالایی در رتبه‌بندی موتورهای جستجو دارند، حفظ آنها گران نیست و استفاده از نرم‌افزار آنها، آسان است. ایجاد یک وبلاگ مثل منتشر ساختن یک نوزل است. مطالب ترغیب‌کننده را انتشار دهید. از فروش نرم استفاده کنید.

از آن جایی که وبلاگ‌ها با یکدیگر در ارتباطاند، اطلاعات را در وبلاگ خود قرار دهید. دیگران به بلاگ شما وصل می‌شوند و این اطلاعات را برای دیگران می‌فرستند. سازمان یا خودتان را از طریق مطالب آنلاین در معرض نمایش بگذارید. مقالات کوتاه را روی

وبلاگ و وب‌سایت خود و هم چنین روی سایر وبلاگ‌ها و وب‌سایت‌ها بگذارید. از خدمات حرفه‌ای مثل EzineArticles و Articlesbase استفاده کنید.

افراد و شرکت‌ها می‌توانند از وبلاگ‌ها برای ارتقای خدمات خود استفاده کنند. وقتی که به‌اندازه کافی خواننده دارید، می‌توانید از حامیان تبلیغاتی برای وبلاگ خود استفاده کنید. اطلاعات راجع به یک محصول خاص که درباره آن مهارت کافی دارید را روی بلاگ خود قرار دهید. انتشارات شما نباید کمتر از حد معمول و بیش از اندازه باشد. از گرافیک استفاده کنید. ریز بلاگ‌ها را نیز در نظر بگیرید. برای هر کسی که برای دریافت اطلاعات شما ثبت‌نام کرده است، مطالب به‌روز شده و کوتاه خود را بفرستید. توییتر رایج‌ترین خدمت ریز بلاگ‌ها است.

روابط عمومی آنلاین

بسیاری از افراد و کسب‌وکارها در ایجاد روابط عمومی از طریق اینترنت شکست می‌خورند. برنامه‌های کاربردی آنلاینی که می‌توانید از آنها برای تبلیغ محصولات و خدماتتان استفاده کنید عبارتند از بلاگ‌ها، خبرنامه‌های ایمیلی، رسانه‌های دیجیتال، ویدیوهای آنلاین، ریز بلاگ‌ها، و رادیوی اینترنتی. روابط عمومی موثر آنلاین، انتشار مطبوعات و اظهارنظرهای مختلف برای خبرنگاران نیست. چنین فعالیت‌هایی غیرمتداول و ازمدافتاده هستند. به‌جای تلاش برای ارائه نظرات جدید، داستان‌ها و موارد و محصولات تبلیغی به خبرنگاران، خود و افرادتان را به کارشناس تبدیل کنید تا بتوانید برای شرکت و خودتان روابط عمومی مناسبی ایجاد کنید.

از رویکرد ماتریس ایجاد فرصت روابط عمومی برای خلق ثروت الکترونیکی استفاده کنید. یک اتاق مطبوعاتی در وب‌سایت خود ایجاد کنید. این اتاق شامل توضیحات مختصری درباره محصولات و خدمات، بیوگرافی مدیران ارشد اجرایی و یک تاریخچه مختصر از سازمان شما است. اطلاعات نحوه برقراری ارتباط با خود را در وب‌سایت قرار دهید تا خبرنگاران بتوانند به‌راحتی با شما تماس بگیرند.

برای بالا بردن رتبه خود در موتورهای جستجو، انتشار مطبوعات آنلاین را گسترش دهید. آنها را روی وب‌سایت خود قرار دهید. از یک سیستم توزیع حرفه‌ای مثل یک مجله الکترونیکی روابط‌عمومی استفاده کنید. مطمئن شوید که داستان شما جدید است و ارزش شنیدن دارد و آن را تنها برای خبرنگاران و رسانه‌های مرتبط بفرستید.

پخش خبر آنلاین

فیلم‌برداران آماتور ویدیوهایی را به‌صورت ارزان تولید کرده و در اینترنت قرار می‌دهند که به‌سرعت محبوبیت می‌یابند. مثال‌های آن عبارتند از: اضافه کردن ویدیوها به وب‌سایت، استفاده از کدهای جاسازی شده، نمایش ویدیوها در سایر سایت‌ها. امروزه سیستم پخش خبر از طریق وب، پخش ویدیوها از طریق اینترنت را ممکن ساخته است. برای نمایش ویدیوهای خود از خدمات آنلاینی مثل آستریم و لایو ویدیو استفاده کنید. سایت‌های معمول پخش ویدیوها عبارتند از یوتیوب، ویدلر و بلیپ.

از تله سمینارها و وبینارهای مجانی استفاده کنید تا مهارت خود را به نمایش گذارید. برای سازماندهی یک تله سمینار مجانی سایت‌هایی مثل فیری کانفرنس کال و یا سیمپل ایونت را چک کنید. وبینار مثل تله سمینار است، اما شرکت‌کنندگان در آن می‌توانند موارد بصری مثل اسلایدهای پاورپوینت را در صفحه نمایشگرشان ببینند. از طریق ایمیل و تبلیغات آنلاین و سنتی، تله سمینارها و وبینارها را در وب‌سایت و بلاگ خود ارتقا دهید.

برنامه‌های رادیویی آنلاین (بلاگ‌های شنیداری) و رسانه‌های دیجیتال (هر مطلب ضبط شده‌ای که از طریق اینترنت پخش می‌کنید) را گسترش دهید.

بازاریابی از طریق موتورهای جستجو، بهینه‌سازی از طریق

موتورهای جستجو و پرداخت به‌ازای هر کلیک

بازاریابی از طریق موتورهای جستجو به بهینه‌سازی از طریق موتورهای جستجو بستگی دارد که شامل ایجاد وب‌سایت به نحوی است که در نتایج ارائه شده به‌وسیله موتورهای جستجو، رتبه بالایی را به خود اختصاص دهد. تبلیغات بر اساس پرداخت به‌ازای هر کلیکی که روی کلیدواژه موردنظر شما انجام می‌شود، باعث می‌شود که هرگاه کاربر واژه‌ای را که مربوط به محصولات یا خدمات شما باشد جستجو کند، آگهی شما ظاهر شود. تبلیغات پرداخت به‌ازای هر کلیک دقیقا افرادی را هدف‌گیری می‌کند که به دانستن مطالبی درباره کسب‌وکار شما علاقه‌مند هستند.

برای یاد گرفتن نحوه ساخت این آگهی‌ها، به راهنمای آنلاین گوگل در مورد پرداخت به‌ازای هر کلیک رجوع کنید. تعدادی از معروف‌ترین شبکه‌های پرداخت به‌ازای هر کلیک عبارتند از گوگل ادووردز، یاهو سرچ مارکتینگ و ادبرایت. واژه‌های بسیار عام را نخرید، این کار اشتباه است. کلیدواژه‌هایی را بخرید که مشخصا به خدمت یا محصول شما مربوط می‌شود، مثلا از کلیدواژه‌هایی مثل اگزوز دست‌دوم کادیلاک یا لباس نمایش الویس استفاده کنید.

درباره نویسنده

اسکات فاکس مشاور کسب‌وکار الکترونیکی شرکت لایو نیشن و چندین اتحادیه و افراد مهم دیگر است. او نویسنده کتاب پرفروش ثروت اینترنتی و نویسنده بلاگ موفقیت در تجارت الکترونیک است.