



پنج دلیل کم بودن فروش سایت

بسیاری از سایت‌های ایرانی فروش بسیار کمی دارند. این فروش در حدی است که گاه باعث ناامید شدن صاحب سایت و توقف فعالیت می‌شود. در این مقاله می‌خواهیم دلایل اصلی و پایه‌ای فروش کم سایت‌ها را بررسی کنیم و برای هر مورد راهکار ارائه دهیم.

۱. ترافیک کم و ناکافی

اگر سایت را به فروشگاه فیزیکی تشبیه کنیم، اولین قدم برای موفقیت فروشگاه آن است که افرادی وارد آن شوند. در سایت هم دقیقاً همین‌طور است؛ یعنی تا زمانی که بازدیدکننده کافی وارد سایت نشود میزان فروش بسیار کم خواهد بود. در حالت ایده‌آل چیزی حدود ۰.۱ تا ۱ درصد بازدیدکنندگان از سایت شما خرید می‌کنند. البته این موضوع به نوع محصولات و خدمات، قیمت‌های آن‌ها، اعتبار سایت و موارد زیاد دیگری وابسته است؛ بنابراین اگر روزی فقط ۱۰۰ بازدیدکننده دارید خیلی نمی‌توانید امیدوار باشید در فروش یک محصول ارزان بتوانید به سود برسید.

برای افزایش ترافیک دو راه وجود دارد. ایجاد ترافیک پولی و رایگان. هر روز درباره روش‌های افزایش ترافیک تحقیق کنید و نکات جدید یاد بگیرید. از تمام رسانه‌های موجود برای افزایش ترافیک استفاده کنید؛ مثلاً در پروفایل اینستاگرام آدرس سایت خود را قرار دهید. زیر تمام ایمیل‌هایی که می‌فرستید امضایی قرار دهید که در آن آدرس سایت شما موجود است. در پروفایل LinkedIn و فیس‌بوک مطالب جذابی در رابطه با کارتان قرار دهید و از علاقه‌مندان بخواهید برای خواندن مطلب کامل به سایت مراجعه کنند. شاید یکی از موفق‌ترین روش‌ها برای افزایش ترافیک در دنیای امروز بازاریابی محتوا باشد. در این زمینه بیشتر بیاموزید یا تولید محتوای رایگان و باکیفیت افراد زیادی را به سایت هدایت کنید.

۲. طراحی و ظاهر سایت

گاهی به یک فروشگاه واقعی مراجعه می‌کنید و حس خوبی نسبت به آن فروشگاه ندارید. با اینکه شاید محصولات خوبی داشته باشد و قیمت هم مناسب باشد ولی بدون توجه به محصولات از آن خارج می‌شوید. دقیقاً همین موضوع درباره سایت‌ها هم صادق است. گرافیک و ظاهر سایت نقش تعیین‌کننده‌ای در میزان فروش سایت دارد. لازم است با اصول اولیه گرافیک سایت آشنا شوید؛ مثلاً بهتر در سایت از رنگ‌های کمی استفاده کنید. دو یا سه رنگ کافی است. همچنین در انتخاب رنگ‌ها آزاد نیستید. شما نمی‌توانید هر رنگ دلخواهی را برای سایت انتخاب کنید؛ مثلاً اگر رنگ‌های اصلی سایت صورتی، نارنجی و قرمز باشد حس خوبی ایجاد نمی‌کند. کافی است در گوگل درباره رنگ‌های هارمونیک یا همنشین جست‌وجو کنید تا به جداول رنگی برسید که می‌تواند در انتخاب رنگ کمک کند. همچنین رنگ سایت باید تا حد ممکن با موضوع سایت همخوانی داشته باشد؛ مثلاً اگر سایت یک استخر تابستانی نارنجی باشد، مشخص است حس خوبی ایجاد نمی‌کند چون تداعی‌کننده حس خنکی و آب نخواهد بود.

البته موضوع فقط رنگ نیست. در انتخاب فونت‌ها و همچنین المان‌های گرافیکی

سایت هم باید نکاتی رعایت شود. تعداد فونت‌ها هم بهتر است تا حد ممکن کم باشد. شاید بهترین عدد ۲ باشد؛ یعنی برای تمام متون سایت از یک فونت و برای عناوین از یک فونت دیگر استفاده کنید. همچنین فونت باید با موضوع سایت همخوانی داشته باشد. اگر بسته‌بندی سریال‌های «قهوه تلخ» و «ویلاي من» یادتان باشد، فونت قهوه تلخ نستعلیق بود چون داستان به دوران قدیم مربوط بود و فونت ویلاي من یک فونت مدرن و فانتزی بود. حال فرض کنید اسم سایت شما «نگرش نو» است. در این صورت باید از یک فونت جدید و فانتزی استفاده کنید. فونتی مانند نستعلیق حس ناهمگونی ایجاد خواهد کرد.

۳. مکالمات سایت

سایت‌های برتر دنیا بر بهبود همیشگی پیام‌ها و مکالمات سایت کار می‌کنند؛ مثلاً بالای صفحه پرداخت سایت چنین جملاتی نوشته می‌شود: «دیگر چیزی باقی نمانده، شما تا چند دقیقه صاحب محصول ... خواهید شد!» یا «ناامید نشوید، فقط ۳ کلیک تا پایان خرید فاصله دارید».

مشکل غیر انگیزشی بودن مکالمات سایت از آنجا ناشی می‌شود که اغلب پیام‌ها و جملات توسط برنامه‌نویسان ساخته می‌شود و نه بازاریابان اینترنتی. فرض کنید کسی قبل عضو سایت شما شده است و این موضوع را فراموش کرده است. بعد از مدت‌ها به سایت شما مراجعه می‌کند و می‌خواهد یک خرید انجام دهد. وقتی به صفحه ثبت‌نام می‌رسد و ایمیل و مشخصات خود را وارد می‌کند با این پیام مواجه می‌شود: «متاسفیم! این ایمیل قبلاً در سایت به کار رفته است». این جمله یک پیام کاملاً درست سیستمی است و می‌گوید چنین کاربری در دیتابیس سیستم وجود دارد و امکان ثبت‌نام با این ایمیل وجود ندارد.

چگونه می‌توان این پیام را بهبود بخشید؟ می‌توانیم بنویسیم «تبریک می‌گوییم! شما قبلاً در این سایت عضو شده‌اید» و زیر آن بنویسیم: «اگر رمز را فراموش کرده‌اید کافی است درخواست کنید تا همین الان برایتان ارسال شود».

در بازاریابی اینترنتی اصطلاحی داریم به نام «موفقیت‌های کوچک». یک سایت موفق تلاش می‌کند از هر کار کوچک کاربر قدردانی و تشکر کند و آن را یک موفقیت نشان دهد. این روش باعث می‌شود کاربر احساس خیلی خوبی نسبت به سایت داشته باشد و با هر قدم کوچکی که برای خرید بر می‌دارد تشویق می‌شود قدم‌های بعدی را بردارد.

۴. متن ضعیف صفحه محصول

اگر توانستید در بازدیدکننده حس خوبی ایجاد کنید، آخرین معیار تعیین‌کننده در خرید از سایت، توضیحاتی است که در صفحه محصول نوشته‌اید. یکی از مهم‌ترین مهارت‌های صاحب سایت «تبلیغ‌نویسی در وب» است. باید بتوانید متون تبلیغاتی حرفه‌ای بنویسید تا کاربر را به خرید هدایت کنید. البته پیش‌فرض ما آن است که محصولات یا خدمات شما عالی است و مشکل فقط آن است که بازدیدکننده از این موضوع خبر ندارد. فقط چند نکته ساده برای بهبود صفحات محصول بگوییم. متن صفحه محصول را تا حد ممکن طولانی و کامل بنویسید. نگران این موضوع نباشید که شاید بازدیدکننده کل متن را نخواند. اغلب کسانی که محصولی را می‌خرند تمام صفحه محصول را نمی‌خوانند، ولی همین‌که می‌بینند صفحه محصول بسیار طولانی است راحت‌تر اعتماد می‌کنند. چند سطر اول متن و همچنین چند سطر آخر کلیدی‌ترین مکان‌ها هستند. مهم‌ترین مطالب و مزایای محصول را در این قسمت‌ها بنویسید.

۵. سخت بودن فرایند خرید

در ایران حدود ۹۰ درصد افرادی که محصولی را به سبد خرید اضافه می‌کنند، قبل از اتمام خرید آن را نیمه‌کاره رها می‌کنند. این موضوع دلایل زیادی دارد ولی یکی از دلایل کلیدی سخت بودن فرایند خرید است. بازدیدکننده با زدن دکمه خرید می‌بیند

که باید اطلاعات بسیار زیادی را وارد کند و فرم‌هایی طولانی را پر کند. همین باعث انصراف او از خرید می‌شود. یکی از ساده‌ترین کارها کاهش فیلدهایی است که هنگام خرید باید پر شود. نکته دیگر آن است که فرم را طوری طراحی کنید تا بازدیدکننده از وارد کردن اطلاعات ساده‌تر شروع کند و سپس اطلاعات سخت‌تر را وارد کند. آزمایشی که رد سایت مدیر سبز انجام دادیم نشان می‌دهد حتی اگر شماره موبایل را قبل از ایمیل دریافت کنیم احتمال پر شدن فرم بیشتر می‌شود چون برای اغلب افراد وارد کردن شماره موبایل بسیار ساده‌تر از وارد کردن آدرس ایمیلشان است.

در این مقاله به بررسی ۵ دلیل مهم پرداختیم که باعث کم شدن فروش سایت می‌شود. در شماره بعد به نکاتی اشاره خواهیم کرد که باعث افزایش فروش سایت در کم‌ترین زمان ممکن می‌شود. شماره بعد را از دست ندهید!