



نقشه موفقیت در بازاریابی اینترنتی

بازاریابی اینترنتی در نحوه ساخت، رشد، توسعه و گسترش کسب و کارها انقلابی ایجاد کرده است. مسائلی مانند پیدا کردن فرصت‌های سودآور و ایجاد رابطه نزدیک بین کاربر و وبسایت هم تحت تاثیر این حوزه بوده‌اند. بازاریابی اینترنتی سودآورترین و کم‌هزینه‌ترین راه بازاریابی شناخته می‌شود که بازده سرمایه‌گذاری در آن میزان مشخصی دارد.

دنیای اینترنت امروزه شباهت زیادی به میدان نبرد دارد. نبردی که اکنون در دنیای دیجیتال جریان دارد کاملاً واقعی است و رقابتی شما مشروع هستند. پیروزی در این نوع نبردهای اینترنتی مزایای ملموسی به همراه خواهد داشت.

در حوزه بازاریابی اینترنتی، مسائلی مانند داشتن استراتژی و انجام تحقیقات در مورد رقبا از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند.

تحلیل و آنالیز رقبا

بسیاری از شرکت‌ها بدون اطلاع قبلی از رقبای خود وارد میدان می‌شوند و از آن بدتر، برای اثبات درست بودن مفروضات خود، سرمایه‌گذاری‌های هنگفتی نیز انجام می‌دهند و در آخر گویی آن همه پول را توی جوی ریخته باشند.

بهترین و عاقلانه‌ترین کار ممکن این است که قبل از خرج کردن در حوزه بازاریابی اینترنتی تحقیقات گسترده‌ای صورت گیرد و آمادگی‌ها و برنامه‌ریزی‌های لازم انجام شود.

در بازاریابی اینترنتی، تحقیق درباره رقبا و تحلیل کردن آن‌ها به چند دلیل اهمیت دارد:

- بازارها و عرصه‌های رقابت همیشه در حال تغییرند.
- رقبا و افرادی که در صنایع مشخصی فعالیت دارند تغییر می‌کنند.
- میدان برای جوانانی که با بازاریابی اینترنتی آشنایی دارند خالی شده است.
- تعداد زیادی از خریدهای اینترنتی بر اساس تحقیقات قبلی صورت می‌گیرد.
- تغییر پیدا کردن و همگام‌سازی استراتژی اینترنتی با نیازهای جامعه کنونی کار آسانی است.
- شفافیت در زمینه ردیابی و محاسبه هزینه‌هایی که صرف بازاریابی شده‌اند و سود حاصل از آن‌ها.
- قابلیت ارتباط ایجاد کردن با مخاطب وابسته به منطقه جغرافیایی و شخصیت خریدار.

خلاصه می‌توان گفت که آنالیز و تحقیق کردن درباره رقبا کمک خواهد کرد تا در این جنگ اینترنتی در برنامه‌ریزی در حوزه بازاریابی اینترنتی پیروز شوید.

منظور از آنالیز رقبا

شرکت‌های بزرگ و کوچک روزانه در حال رقابت هستند و هدف همه این است که راه جدیدی برای درآمدزایی پیدا کنند؛ راهی که به جذب مشتری جدید ختم شود. باید دنبال روش‌های آزمایش شده‌ای باشید که باعث شوند با مخاطب خود بیشتر انس بگیرید و همیشه با آن‌ها در ارتباط باشید.

برای این کار لازم است با برندهای معتبر آشنایی داشته باشید، در فضای مجازی فعال باشید و دنبال کنندگان زیادی داشته باشید. علاوه بر این باید درصد افزایش روزافزون تعداد مخاطبان خود باشید. دنبال این باشید که از رقبا پیش بیفتید و به استراتژی‌ها و ترفندهای آن‌ها پی ببرید. به خاطر همین است که تحقیقات گسترده و حرفه‌ای درباره رقبا ضرورت می‌یابد تا برنامه‌ریزی شما بر اساس واقعیت باشد.

بازاریابی اینترنتی نیاز به برنامه‌ریزی درست و اصولی دارد، و یکی از مهم‌ترین مولفه‌هایش آشنا بودن با رقبا است.

آنالیز رقبا در اصل به این معناست که داده‌های اینترنتی موجود را دقیق بررسی کنید و آن‌ها را به کار بگیرید. برای مشخص کردن استراتژی‌ها و ترفندهای رقبا خود در حوزه بازاریابی اینترنتی. علاوه بر این، باید ضعف‌ها و قوت‌های آن‌ها را نیز در مقایسه با محصول و خدماتی که ارائه می‌دهید پیدا کنید.

["message_box text_color="light]

اگر برنامه بازاریابی اینترنتی بر اساس چنین تحقیقاتی باشد، راه برای موفق شدن در دنیای اینترنت هموار خواهد بود. تحلیل کردن رقبا در عمل برای این توصیه می‌شود که شما با بازار آشنا شوید و از رقبای خود اطلاعات کسب کنید تا از طریق آن‌ها بتوانید تصمیم‌های درستی بگیرید و هم آن‌ها را کنار بزنید.

[message_box/]

[message_box text_color="light]

منبع: کتاب «بازاریابی اینترنتی برای کسب و کارهای تازه»

نویسنده: دبلیو اس آی

ناشر: آفرند

ترجمه: شایان رضاپورنیکرو

[message_box/]