



ده فرمان بازاریابی اینترنتی در هزاره سوم

عصر بازاریابی در حال تغییر است. محصولات، خدمات، فروشندگان، فروشگاه‌ها، مدیران، شرکت‌ها همگی در دنیای اینترنت حضور خود را جدی‌تر دنبال می‌کنند و اکنون در جست‌وجوی جای مطمئنی در موتورهای جست‌وجو هستند.

اگرچه در گذشته تبلیغات و روابط عمومی نقش بسیار مهمی در ارتقای برند شرکت‌ها داشت اما در دهه اخیر این موتورهای جست‌وجوگر هستند که ارزش نام تجاری شرکت‌ها را در رتبه‌بندی صفحات خود به مشتریان اعلام می‌کنند.

باید بپذیریم که بازاریابی الکترونیکی فضایی بسیار متفاوت با شیوه‌های بازاریابی سنتی دارد و در این بازار راه‌های رسیدن به مشتری بسیار پر پیچ و خم است.

گذشتن از کنار صدها وبسایت قدیمی و رسیدن به جایگاه اول صفحات جست‌وجوگرها در دنیای مرموز موتورهای کاری بس دشوار است اما شیوه‌های نوین بازاریابی اینترنتی می‌توانند حرکت در این مسیر نامطمئن را تا حدود زیادی سهولت بخشند البته به شرط آنکه مهارت‌های لازم در طراحی پوسته‌های کاربردی وبسایت‌ها

با تکنیک‌های نوین بازاریابی مجازی در جهت ارتقای جایگاه وبسایت‌ها در نزد موتورهای جست‌وجو همراه باشد.

امروزه با گسترش سازمان‌های الکترونیک و تغییر نگرش مدیران ارشدشان و همین‌طور گرایش روزافزون مصرف‌کنندگان به استفاده از اینترنت و خرید از طریق فروشگاه‌های آنلاین، لزوم به کارگیری روش‌های بهینه بازاریابی الکترونیکی بیش از پیش احساس می‌شود و توجه مدیران شرکت‌ها را در تدوین یک نظام بازاریابی اینترنتی هدفمند می‌طلبد.

پس شکی نیست که شرکت‌های خدمات وبسایت باید در ایجاد تحول در نظام بازاریابی الکترونیکی گام‌های عظیمی بردارند و در تسهیل فرآیند خرید راحت، برای مشتری اقدامات اساسی صورت دهند. در ذیل به ۱۰ راهکار اثربخش برای برندسازی وبسایت‌ها اشاره شده است:

تدوین هدف مشخص

شما باید یک چشم انداز کاملاً روشن درباره آینده وبسایت خود داشته باشید و از طریق آن ارتباطات اثربخشی را با بازدیدکنندگان برقرار کنید. پس روشن است که آن‌ها باید از دلیل خود برای بازدید از وبسایت آگاه باشند چرا که زمان برایشان بسیار ارزشمند است.

بنابراین در بیان رسالت وبسایت خود به بازدیدکنندگان حساسیت نکنید و از طرح معماری بی ارزش در جهت جلب توجه آن‌ها جدا خودداری کنید. فراموش نکنید هدف شما ترغیب مصرف‌کنندگان به برداشت یک تصویر ذهنی منحصر از وبسایت تان است و هرچه شما در تثبیت نام وبسایت خود در حرفه‌ای که در آن فعالیت می‌کنید موفق‌تر باشید از حاشیه بازدید بیشتری برخوردار خواهید بود.

تعریف سبک نگارشی معین

بررسی‌های بسیاری نشان داده‌اند که بخش نوشتاری وبسایت‌ها یکی از مولفه‌های اصلی است که بازدیدکنندگان در ارزیابی کیفیت جامع وبسایت‌ها مدنظر قرار می‌دهند.

اگر می‌خواهید در برندسازی وبسایت گام‌های عظیمی بردارید باید در سبک نوشتاری وبسایت خود ثابت قدم باشید. سبک نوشتاری شما باید آنچنان اثرگذار و ثابت باشد که بیننده در تشخیص هر عبارتی از آن در هر کجا به راحتی به اثر وبسایت شما در آنجا پی ببرد.

در این خصوص توصیه می‌شود اگر از بانک مقالات بهره می‌جوید حتماً از مقالات مختلف با نام نویسندگان متفاوت استفاده کنید.

ترویج شعار سازمانی

با استفاده از تگ لاین‌ها یا شعارهای سازمانی می‌توانید تصویر ذهنی اثرگذاری از وبسایت خود در ذهن بازدیدکنندگان باقی بگذارید. در این خصوص بهتر از شعار سازمانی خود در کنار لوگوی وبسایت‌تان استفاده کنید.

فراموش نکنید که اگر شعار سازمانی وبسایت خود را در هر ماه تغییر دهید، بازدیدکنندگان در حفظ آن توفیق چندانی نخواهند داشت و در نتیجه تصویر مناسبی از وبسایت شما در ذهن آن‌ها شکل نخواهد گرفت.

اگر می‌خواهید از شعار سازمانی استفاده کنید بهتر است از آن در عنوان تگ وبسایت خود استفاده کنید چرا که موتورهای جست‌وجو در شناسایی وبسایت شما و معرفی آن به جست‌وجوگران اثربخشی بیشتری خواهند داشت.

تثبیت لوگوی ماندگار

همچون دژهای قرون وسطایی که با پرچم‌هایشان معرفی می‌شدند، وبسایت‌ها هم با لوگوهایشان شناخته می‌شوند.

مطمئن باشید هرچه برای طراحی بهتر لوگوی خود سرمایه‌گذاری کنید ضرر نخواهید کرد. اهمیت لوگو تا آنجاست که به عنوان اولین نقطه جلب توجه بازدیدکنندگان می‌تواند تصویر مثبتی از وبسایت شما بر ذهن آن‌ها حک کند.

به علاوه زمانی که دیگران از مطالب شما در وبسایت خود استفاده می‌کنند و از لوگوی شما به عنوان منبع مطالب مذکور نام می‌برند در واقع نشان می‌دهند که لوگوی شما به تنهایی معرفی‌کننده وبسایت خودتان حتی در وبسایت‌های دیگر است.

به کارگیری لوگوی نوار نشانی (Favicon)

حتما می‌دانید که مدرن‌ترین مرورگرها در حال حاضر امکان شناسایی لوگوهای نوار نشانی را فراهم ساخته‌اند. پس بهتر است از لوگوی خود در ابتدای نوار نشانی به درستی استفاده کنید.

حتما بارها این علامت «Y» را در URL یاهو دیده‌اید و با دیدن این علامت در هر کجا رد پایی از یاهو را جست‌وجو کرده‌اید. بد نیست بدانید که فایکون‌ها در بخش بوک‌مارک کاربران ذخیره می‌شوند و آن‌ها در شناسایی آسان‌تر وبسایت شما را در بین صدها وبسایت دیگر یاری می‌رسانند.

انطباق قالب وبسایت با محتوا

قالب وبسایت شما باید با محتوای مطالب به کار رفته همخوانی داشته باشد. به طور مثال اگر قرار است وبسایت شما به بررسی عملکرد بازارهای بورس بپردازد، آیا استفاده از تصاویر گل و گیاه در پس زمینه وبسایت‌تان کار عاقلانه‌ای است؟ در این

خصوص بهتر است مخاطبان اصلی خود را انتخاب کنید.

اگر بیشتر بازدیدکنندگان شما از جنس متخصصان و افراد باتجربه هستند، بهتر است از قالب‌های ثابت، ساده و تک رنگ استفاده کنید اما اگر با قشر جوان در ارتباط هستید، باید قالب‌های شادتر و برخوردار از جدیدترین فناوری‌های روز را به کار گیرید. پس به یاد داشته باشد که در طراحی وبسایت خود تنها به زیبایی آن توجه نکنید و بیشتر به دنبال به کارگیری قالب‌های مناسب با حرفه خود باشید.

استفاده از رنگ‌های ثابت

همیشه قبل از طراحی وبسایت خود، رنگ‌های مورد نیاز خود را تعیین کنید. به یاد داشته باشید که رنگ‌ها و طرح‌ها به راحتی در ذهن بازدیدکنندگان جای می‌گیرند، پس از این موضوع به نفع خود استفاده کنید.

شما می‌توانید از رنگ اصلی در آیکون‌ها، لوگو، فاویکون و دیگر بخش‌های اصلی وبسایت خود به درستی بهره‌گیری کنید. شما می‌توانید در بیشتر وبسایت‌ها از رنگ سفید به عنوان رنگ پس زمینه و از رنگ‌های گرم یا سرد بسته به نوع فعالیت خود و خلقیات اکثریت مخاطبان‌تان استفاده کنید.

لازم به ذکر است که رنگ‌های گرم، محرک سیستم عصبی بوده و احساسات را تشدید می‌کنند و در نتیجه در جلب توجه اولیه بسیار اثرگذار هستند، در حالی که رنگ‌های سرد آثار آرام‌بخشی بر بازدیدکنندگان می‌گذارند.

از این رو توصیه می‌شود که از رنگ‌های گرم در وبسایت‌های رستوران‌های زنجیره‌ای، صنایع غذایی، پوشاک و آژانس‌های خبری و از رنگ‌های سرد در وبسایت‌های بانک‌ها، بیمه‌ها، آژانس‌های مسافرتی، شرکت‌های دارویی، کشاورزی و خدماتی استفاده شود.

ثبت نام در شبکه های اجتماعی

شبکه های اجتماعی بر ایجاد ارتباط آنلاین در بین افراد که علایق و فعالیت های مشترک دارند، متمرکزند. این وبسایت ها از سوی میلیون ها نفر مورد بازدید قرار می گیرند و در حال حاضر به بخش جدانشدنی زندگی روزمره این افراد تبدیل شده اند.

اگر شما سایت خود را وارد این شبکه ها کنید، مطمئنا ارزش نام تجاری شما دو چندان خواهد شد. در حال حاضر وبسایت هایی چون Twitter و FriendFeed از این نوع وبسایت ها شمرده می شوند که با مراجعه و ثبت نام در آن ها می توانید میزان بازدید از سایت خود را تا حدود زیادی افزایش دهید.

تبلیغات در راستای برندسازی

اگر برندسازی آسان بود، شرکت های بزرگ در سرتاسر جهان حاضر نمی شدند میلیاردها دلار به درستی صرف هزینه های تبلیغاتی سالانه خود کنند.

اگرچه ساختن یک برند بزرگ بدون صرف هزینه های تبلیغاتی امکان پذیر است اما تلاش در جهت ترویج نام وبسایت از طریق تبلیغات اثربخش می تواند در جهت تحقق این هدف مسیر سریع تر و راحت تری را پیش روی شما قرار دهد.

اگر چنانچه از بودجه لازم برای تبلیغات برخوردار نیستید، بهتر است تنها در شروع کار وبسایت و چندماه اول راه اندازی به امر تبلیغات بپردازید و بعد از آن با ارتقای محتوا و به کارگیری روش های ارزان به ترویج وبسایت خود ادامه دهید.

ترویج وبسایت در همه جا

برندسازی از لحاظ روانشناسی به معنای نفوذ در ذهن مصرف کنندگان است. هر چند که در برقراری ارتباط بین شرکت و مشتری، ابزارهای ترویجی گوناگونی وجود دارد و پرداختن به تمامی آن ها در جای خود ضروری و حائز اهمیت است اما بازاریابی



اینترنتی که یکی از ارکان اصلی بازاریابی مستقیم است به مهم‌ترین ابزار ترویج سازمان‌ها و بنگاه‌های اقتصادی تبدیل شده است.