



اهمیت برندسازی در کسب درآمد اینترنتی

در شرایطی که در همه دنیای کسب و کار اینترنتی، برندها در حال راه اندازی امپراطوری‌های عظیمی هستند هیچ برند حرفه‌ای ایرانی در بازار کسب درآمد اینترنتی به چشم نمی‌خورد. آن شرکت‌ها یا صنایعی هم که قابلیت برند شدن را دارا هستند یا برنامه کسب درآمد اینترنتی ندارند و یا به نظر می‌رسد برای آن اهمیت قائل نیستند.

نبود برندهای ایرانی در کسب و کار اینترنتی

در این بحث به بررسی جایگاه برندسازی در کسب درآمد اینترنتی و تجارت الکترونیک می‌پردازیم.

نکته غیر قابل کتمان است که بسیاری از طراحان پایگاه‌های کسب درآمد اینترنتی در ایران تفاوت بین لوگو و آرم یا نشان تجاری را نمی‌دانند و اگر هم لوگو یا آرمی را برای پایگاه کسب درآمد اینترنتی‌شان طراحی می‌کنند، کارکرد آن به قرار گرفتن در سمت چپ و بالای همه صفحات پایگاه کسب درآمد اینترنتی شان محدود می‌شود و دیگر

هیچ برنامه خاصی برای آن ندارند.

اهمیت نقش لوگو و نشان تجاری در تجارت الکترونیک

می‌خواهم تلاش کنم با پرهیز از مباحث تئوری به ارزش عملی این طرح کوچک برای پایگاه‌های کسب درآمد اینترنتی که باید برای آن وقت زیادی گذارد بپردازم.

همه دوستانی که به کسب درآمد اینترنتی مشغولند آنقدر با نشان‌های تجاری پایگاه کسب درآمد اینترنتی مانند گوگل یا یاهو یا ای.بی.بی یا آمازون به طور روزمره برخورد می‌کنند و دیدن آن‌ها برایشان بدیهی است که کمتر به این نکته متمرکز می‌شوند که چه فرایندی این لوگوها را تبدیل به برند نموده و چه برنامه‌ریزی در پشت این کار نهفته است. غالب ما می‌دانیم که این سایت‌ها تیم‌های طراحی و بازاریابی خاصی برای انتشار و برجسته‌سازی برندهایشان دارند اما کمتر به اهمیت این کار در کسب درآمد خودمان از اینترنت می‌اندیشیم.

در مباحث راه‌اندازی پایگاه‌های کسب درآمد اینترنتی گفتیم که انتخاب آدرس مناسبی که به یاد مخاطب بماند اهمیت دارد. در آن مقاله توضیح دادیم که یک لوگوی مناسب تجارت الکترونیکی که با استانداردهای بازاریابی چریکی طراحی شده باشد، می‌تواند بازگشت مخاطبین را تضمین نماید اما به راستی چرا؟

این از ادات روانشناسی است که مخاطبین نسبت به رنگ‌ها و طرح‌ها واکنش نشان می‌دهند و برخی آن‌ها را گریزان و برخی جذب می‌کنند. بنابراین از یک برند انتظار می‌رود که این کارها را برای یک پایگاه کسب درآمد اینترنتی انجام دهد:

- آدرس پایگاه کسب درآمد اینترنتی را در خود داشته باشد و به خاطر مخاطب ثبت کند.

- رنگ مناسبی با سلیقه عام مخاطبین پایگاه کسب درآمد اینترنتی داشته باشد تا ذهن ایشان گریزان نشود (مثلا به نظر شما برند یک فروشگاه کسب درآمد از فروش لوازم ماهیگیری باید رنگ زمینه قهوه‌ای داشته باشد یا آبی؟).

- طرحی قالب‌شکن داشته باشد تا بتواند تمرکز اولیه مخاطب پایگاه کسب درآمد اینترنتی را به خود جلب نماید. این کار را معمولا با قرار دادن یک علامت پنهان در برند انجام می‌دهند.

- به تنهایی و کاملا به اتکا به شماییه گرافیک بتواند به مخاطب پایگاه کسب درآمد اینترنتی بگوید که در زیر این برند چه تجارتی صورت می‌گیرد.

- شعار پایگاه کسب درآمد اینترنتی را در خود نهفته داشته باشد.

و ادات بسیار زیاد دیگری که منظور نظر بحث ما نیست و می‌توانید درباره آن‌ها در اینترنت جست‌وجو نمایید.

بسیاری از پایگاه‌های کسب درآمد اینترنتی برای خلق چنین طرح زیرکانه‌ای هزینه‌های زیادی را به طراحان پرداخت می‌کنند. اما بعد از آفرینش این طرح چه؟ آیا فقط روی کارت‌های ویزیت، بنرها و گوشه صفحات پایگاه کسب درآمد اینترنتی تبعید خواهد شد یا می‌تواند از این کار نقش مهم‌تری به عهده بگیرد؟

واقعیت این است که تا محدوده خاصی در کسب درآمد اینترنتی برندها تحت حمایت بازاریابان قرار می‌گیرند اما از محدوده خاصی به بعد این کسب‌وکارها هستند که تحت حمایت برندها قرار خواهند گرفت. این آن رازی است که برندسازی را با اهمیت می‌نماید و صاحبان کسب‌وکارها و پایگاه‌های کسب درآمد اینترنتی بزرگ را قانع می‌کند که برای برند خود بیشتر از کسب درآمدشان هزینه بازاریابی صرف کنند. برای مثال غالب جوان‌های ما در کشور خودمان می‌دانند که پوشاکی که مارک آدیداس داشته باشد از همتای خودش بدون این برند بسیار گران‌تر است! برند آدیداس در حال حمایت از کسب درآمد از کالاهای این شرکت است یا هیچ‌کس در خرید کتاب از برند پایگاه اینترنتی آمازون تردید رسیدن یا نرسیدن کتابش را ندارد.

ضرورت برنامه‌ریزی برای برندسازی موفق در اینترنت

خوب اکنون برسیم به یک سوال مهم: شما برای برندسازی در کسب درآمد

اینترنتی‌تان چه برنامه‌ای دارید؟

اینترنت محیط تقریباً نامنتهی است که هر پایگاه کسب درآمدی می‌تواند برای همیشه در آن از چشم کاربرانش پنهان بماند. برندها به تنهایی جلوی این اتفاق را می‌گیرند پس باید برای آن برنامه داشته باشید. اگر مطالب قبلی را به دقت خوانده باشید نکات زیادی درباره آنچه می‌توانید با یک برند انجام دهید را خواهید یافت.

پس برای اندیشیدن به این طرح کوچک سرنوشت‌ساز برنامه‌ای بریزید!