



## مشاوره بازاریابی برای کسب‌وکارهای کوچک ۴

سیامک تراب مستعدی از گیلان

**پنده در صدد راه انداختن یک فروشگاه اینترنتی در استان گیلان هستم که به تمام شهرستان‌های این استان خدمات ارائه می‌کند. به نظر شما روی کالای خاصی متمرکز شوم یا همه کالاها را مثل یک فروشگاه بزرگ ارائه دهم. ممنون می‌شوم از توصیه یا راهنمایی شما**

اولین نکته قابل توجه و خوب آن است که می‌خواهید بر استان خودتان متمرکز شوید. در اینترنت کار بسیار دشواری است که محصولات متنوعی را به همه ارائه کنید. در بازاریابی مفهومی به نام niche یا حوزه خاصی از بازار بسیار اهمیت دارد. صاحبان کسب‌وکارهای کوچک که بودجه بزرگی برای بازاریابی و توسعه کار خود ندارند، بهتر است بر حوزه کوچکی متمرکز شوند و در آن حوزه بهترین خدمات ممکن را ارائه دهند. شما خودتان هرگاه بخواهید از طریق اینترنت یک تلفن همراه بخرید، آیا ترجیح

می‌دهید آن را از سایتی بخرید که هم تلفن همراه دارد و هم میز و صندلی یا سایتی که به صورت تخصصی بر فروش تلفن همراه تمرکز دارد؟

البته این بدان معنی نیست که داشتن فروشگاه خیلی بزرگی با محصولات متنوع گزینه خوبی نیست. موضوع آن است که برای موفقیت در فروش اقلام و خدمات متنوع باید تلاش بسیار بیشتری انجام دهید و نیاز به هزینه بسیار بیشتری خواهید داشت. زمان لازم برای رسیدن به سوددهی هم بسیار طولانی‌تر از حالت قبل خواهد بود.

توصیه من آن است که کار را با ارائه خدماتی خاص برای افرادی خاص آغاز کنید. در نتیجه بازاریابی و یافتن افراد مناسب کار آسان‌تری خواهد بود. سپس با رشد کسب‌وکارتان شاید بخواهید حوضه فعالیت خود را کمی توسعه دهید و محصولات و خدمات جدیدی را هم به سایت‌تان اضافه کنید.

موفقیت سایت شما به توانایی بازاریابی شما مخصوصاً بازاریابی اینترنتی بستگی دارد و نه فقط به محصولات و خدماتی که ارائه می‌دهید. ساخت یک سایت بسیار عالی و زیبا دقیقاً مانند ساخت یک فروشگاه واقعی خیلی شیک در وسط کویری است که حتی یک نفر هم به طور اتفاقی از آنجا رد نمی‌شود؛ بنابراین اگر بهترین فروشگاه اینترنتی دنیا را هم داشته باشید تا زمانی که با اصول بازاریابی اینترنتی به اندازه کافی آشنا نباشید و بر روش‌های ایجاد ترافیک، جذب علاقه‌مندان و تبدیل آن‌ها به اعضا، بازاریابی ایمیلی و وفادارسازی مسلط نباشید موفقیتی حاصل نخواهد شد.

همچنین توجه کنید که فروشندگان موفق در وب معمولاً افرادی هستند که قبلاً خریدارانی حرفه‌ای در وب بوده‌اند. برای موفقیت بیشتر محصولاتی را ارائه کنید که با آن‌ها کاملاً آشنایی دارید و حتی شاید قبلاً خودتان آن‌ها را از اینترنت خرید کرده‌اید.

همچنین توجه داشته باشید که بر خلاف تصور خیلی‌ها، راه‌اندازی سایت یک سرمایه‌گذاری زود بازده نیست. شاید لازم باشد ماه‌ها تلاشی شبانه‌روزی داشته باشید. اگر چنین علاقه و انگیزه‌ای در خود می‌بینید هر چه زودتر شروع کنید و مطمئن باشید که موفق خواهید شد.

رضا محسنی مقدم از اصفهان

## از آقای بقوسیان سوال داشتم که برای تبلیغات درست و حسابی اینترنتی در مورد یک کالا در ایران چه هزینه‌ای را باید در نظر بگیریم؟ آیا به نسبت سایر رسانه‌ها ارزان‌تر است یا گران‌تر؟

آقای محسنی گرامی. در مورد نوع محصول و قیمت تقریبی و حاشیه سود توضیحی نداده‌اید؛ ولی به طور کلی در تبلیغات معیار مهمی به نام «بازگشت سرمایه» مطرح است. این معیار مهم‌تر از ارزان‌تر بودن یا گران‌تر بودن است؛ زیرا نشان می‌دهد مبلغی که برای تبلیغات صرف می‌کنید چقدر سود ایجاد می‌کند.

اولا باید توجه داشت که تبلیغات اینترنتی برای هر محصولی مناسب نیست. شاید کسی بخواهد با تبلیغات اینترنتی فروش کت و شلوار را افزایش دهد و احتمالا بازده مناسبی دریافت نخواهد کرد. نوع محصول بسیار مهم است. در اینترنت معمولا محصولات به راحتی فروخته می‌شوند که نیازی به لمس کردن، مطمئن شدن از کیفیت و ... ندارند؛ مثلا شما وقتی کتابی را سفارش می‌دهید دقیقا می‌دانید چه چیزی را دریافت خواهید کرد؛ بنابراین اگر محصول شما این پتانسیل را داشته باشد که از طریق اینترنت به فروش برسد، تبلیغات اینترنتی یکی از به‌صرفه‌ترین گزینه‌ها است.

درباره تخصیص بودجه هم باید بگویم بهترین کار آن است که حداقل بودجه را در نظر بگیرید و تبلیغاتی انجام دهید و در مدتی مشخص بازده آن را دقیقا بسنجید. مزیت بازاریابی اینترنتی نسبت به روش‌های دیگر آن است که سنجش نتایج بسیار آسان‌تر است و می‌توان به راحتی به کمک نرم‌افزار با سرویس‌های آنلاین بازده تبلیغات را سنجید.

مثلا اگر می‌خواهید تبلیغات بنری داشته باشید باید با دو پارامتر مهم به نام‌های CTR یا درصد کلیک و همچنین Bounce Rate یا نرخ خروج از سایت آشنا شوید.

معیار اول نشان می‌دهد چند درصد بازدیدکنندگانی که تبلیغ شما را می‌بینند بر تبلیغ کلیک می‌کنند. معیار دوم درصد افرادی را نشان می‌دهد که پس از مراجعه به سایتتان احساس می‌کنند اشتباهی وارد آن شده‌اند و از همان صفحه ورود خارج می‌شوند. ترکیب این دو پارامتر مهم می‌تواند نشان دهد تبلیغات بنری شما چقدر موفق است.

موضوع دیگری که نمی‌توان از آن صرف نظر کرد آزمایش تبلیغات مختلف برای یافتن بهترین گزینه ممکن است. هیچ فردی در دنیا نمی‌تواند دقیقاً بگوید که در اینترنت کدام روش تبلیغ با چه متن و عکسی بهترین نتایج را تولید خواهد کرد. تنها راه دریافتن این موضوع آزمایش چند تبلیغ متفاوت و مقایسه نتایج آن در عمل است.

بنابراین استفاده از اینترنت به عنوان یک رسانه بازاریابی می‌تواند بسیار سودمند باشد و صرفه‌جویی قابل توجهی در تبلیغات ایجاد کند، به شرطی که موارد گفته شده رعایت شود. موفق باشید.