روندهای بازاریابی اینترنتی ایران در سال ۱۳۹۶

ژان بقوسیان - مجله خلاقیت

در این مقاله سعی کردم به در بازاریابی اینترنتی به روندهایی بپردازم که کاملا برای شرایط ایران در نظر گرفته‌شده است. یک وب‌مستر یا بازاریاب اینترنتی با تمرکز بر این ۵ مورد می‌تواند رشد کسب‌وکار آنلاین خود را در سال ۱۳۹۶ بسیار سریع‌تر کند.

۱. وبینار

وب‌کست به هرگونه پخش برنامه از طریق اینترنت گفته می‌شود. یک حالت خاص آن وبینار است. وبینار، آموزش یا یک سخنرانی است که از طریق اینترنتی برگزار می‌شود. در دنیای بازاریابی اینترنتی، وبینار یکی از بهترین روش‌ها برای بازاریابی و معرفی محصول است. روز به روز علاقه به شرکت در جلسات آنلاین و زنده در ایران بیشتر می‌شود. منظور از زنده آن است که سخنران در همان لحظه در حال صحبت است و مطالب ضبط شده نیست. فرض کنیم کار شما طراحی سایت است.

شما می‌توانید یک وبینار ۱۰۰ نفره رایگان برگزار کنید و تبلیغ کنید تا در وبینارتان ثبت‌نام کنند. سپس در وبیناری یک ساعته به آموزش نکات مهم برای داشتن سایت بپردازید؛ مثلا توضیح دهید چگونه با کم‌ترین هزینه بهترین سایت ممکن را داشته باشیم. سپس در پایان وبینار به شرکت‌کنندگان پیشنهاد می‌دهید که کار طراحی سایت را به خودتان واگذار کنند حتی یک فرصت ویژه هم تعریف می‌کنید تا مثلا کسانی که تا یک هفته پروژه را به شما بسپارند از مزیت‌هایی استفاده کنند.

۲. ویدیو

در سال‌های اخیر استفاده از موبایل‌های هوشمند و رسانه‌های اجتماعی تا حدی زیاد شده که کم‌تر کسی را پیدا می‌کنید که در روز حداقل با گوشی خود چند ویدیوی کوتاه نبیند. این یک فرصت بسیار عالی و بزرگ برای بازاریابان اینترنتی است. اکنون دیدن ویدیوهای کوتاه به یکی از عادت‌های روزانه مردم تبدیل شده است. پس شما هم باید دست‌به‌کار شوید و بخشی از مطالب خود را به صورت ویدیو منتشر کنید. ویدیوهایی آموزشی درست کنید و به مخاطبان و مشتریان هر نکته لازم را آموزش بدهید. محصولات را باهم مقایسه کنید. توضیح دهید چگونه بهترین خرید را انجام دهند. هنگام خرید به چه مواردی بیشتر توجه کنند و ... شما باید با ویدیو نشان دهید چقدر در کارتان متخصص هستید. این باعث جلب اعتماد مخاطبان شما می‌شود و در نهایت اگر تصمیم به خرید گرفتند، شما جزء اولین گزینه‌ها خواهید بود.

۳. بازآفرینی تبلیغات

مشکلی که در دنیای بازاریابی اینترنتی روز به روز پر رنگ‌تر می‌شود کاهش نرخ برداشت صحیح تبلیغات اینترنتی است. شما تبلیغات اینترنتی انجام می‌دهید و عده‌ای این تبلیغات را می‌بینند؛ ولی به دلیل مشغله زیاد و تمرکز کم، برداشت درستی از تبلیغ شما نمی‌کنند؛ مثلا شما تبلیغ می‌کنید که کار بازسازی ساختمان انجام می‌دهید. عده‌ای از بینندگان تبلیغ اشتباه برداشت می‌کنند و فکر می‌کنند

شما در کار خرید و فروش املاک هستید! از این دست مثال‌ها در اینترنت بسیار زیاد وجود دارد. شما باید بر دو موضوع با جدیت کار کنید: ۱. انتقال ساده و مستقیم پیام بازاریابی و ۲. بازآفرینی تبلیغات. تا حد ممکن سعی کنید تبلیغات اینترنتی واضح و ساده باشند. شخص در کم‌تر از ۳ ثانیه باید بتواند کار شما دقیقا چیست. کافی نیست تشخیص بدهد شما وکیل هستید، بلکه باید بداند دقیقا در چه موردی می‌توانید به او کمک کنید.

نکته دومی که باید به آن توجه کنید بازآفرینی تبلیغات است. منظور از بازآفرینی آن است که همان مطلب را با روش و ادبیات دیگری بیان کنید؛ مثلا فرض کنید یک فایل PDF ساختید که درباره خدمات طراحی سایت توضیح می‌دهید. سعی کنید با فرمت‌های دیگری مثل ویدیو و صوت مطالب مکملی تهیه کنید. هدف آن است که اگر مخاطب از PDF شما برداشت نکرده کارتان دقیقا چیست و چه مزیتی دارد، حداقل از فایل صوتی یا ویدیو این برداشت را انجام دهد. به خصوص اگر دنبال بازارهای جدیدی هستید که اطلاع کمی از زمینه فعالیت شما دارند این موضوع مهم‌تر می‌شود؛ مثلا برای اغلب افرادی که هیچ سر و کاری با کسب‌وکار و سرمایه‌گذاری ندارند واژه‌های کارآفرینی، سرمایه‌گذاری، بورس، سهام و ... تفاوت چندانی ندارند. حال اینکه شما تخصصتان فقط یکی از این موارد است و باید این موضوع را با بازآفرینی تبلیغات به مخاطبان نشان دهید.

٤. تلگرام

با توجه به رایج‌تر شدن استفاده از تلگرام، باید در بازاریابی اینترنتی از این رسانه بهتر و مفیدتر استفاده کرد. بسیاری از کسب‌وکارهای کوچک، گروه‌های تلگرامی درست می‌کنند تا مشتریان امکان تبادل‌نظر با یکدیگر را داشته باشند. همچنین استفاده از کانال‌های تلگرام باعث می‌شود، هزینه‌های اطلاع‌رسانی به مخاطبان و مشتریان تقریبا به صفر برسد. اگر هنوز برای کسب‌وکارتان کانال ندارید، هر چه زودتر دست به کار شوید و کانالتان را راه‌اندازی کنید. امکان بسیار جالب و

جذاب دیگر روبات‌های تلگرام هستند که تقریبا می‌توانند مانند یک منشی یا پاسخگوی خودکار به مخاطبان کمک کنند؛ مثلا مخاطب می‌تواند با مراجعه به صفحه روبات تلگرام با منویی مواجه شود و با زدن دکمه ۱ لیست محصولات، دکمه ۲ قیمت محصولات و ... را ببیند. درواقع شما یک پاسخگوی تلگرامی خودکار طراحی می‌کنید که با توجه به سوال مخاطب می‌تواند به صورت خودکار جواب ارسال کند. برای اطلاعات بیشتر در این زمینه و روش ساختن روبات می‌توانید در گوگل جست‌وجو کنید. مقالات فارسی زیادی وجود دارند که روش ساخت روبات تلگرام را آموزش می‌دهند.

۵. استفاده از Gamification

روز به روز خرید از اینترنت به یک تفریح تبدیل می‌شود. دیگر فقط کافی نیست فرایند خرید سایت خوب و درست کار کند. خرید از سایت شما باید به کاری ساده و لذت‌بخش تبدیل شود. خیلی خوب است که با علمی به نام گیمیفیکیشن (Gamification) بیشتر آشنا شوید و از ایده‌های آن در سایتتان استفاده کنید. نمونه‌های کوچکی از آن را در سایت‌هایی مانند دیجی‌کالا مشاهده می‌کنید؛ مثلا دکمه که رویش نوشته شده: فروش ویژه روز؛ ولی دقیقا توضیح داده نشده که چه چیز فروخته می‌شود و با چه قیمتی. بازدیدکننده از روی کنجکاوی بر آن دکمه کلیک می‌کند تا ببیند موضوع چیست. تعریف سیستم‌های امتیازدهی به بازدیدکنندگان سایت می‌تواند بسیار اثرگذار باشد. بازدیدکننده با هر فعالیت یا خرید در سایت امتیازهایی دریافت می‌کند و این امتیازها قابل تبدیل به پول هستند تا توسط آن بتوان از سایت خرید کرد.