



افزایش فروش آنلاین با چند ترند ساده

خوشبختانه، راه‌های زیادی برای افزایش فروش آنلاین وجود دارد که کاملاً عملی و قابل اجرا هستند. برخی از این راه‌ها بر موارد خاصی تمرکز دارند و برخی دیگر به صورت کلی هستند. شاید برای افزایش فروش آنلاین خود، دست به ایجاد تغییرات اساسی در استراتژی‌های بازاریابی بزنید. اما گاهی اوقات با ایجاد تغییرات کوچک، می‌توانید باعث ایجاد تحولی مثبت، در روند کسب‌وکار سایت خود شوید.

## چطور می‌توانیم به افزایش فروش آنلاین دست یابیم؟

افزایش فروش آنلاین، هدف اصلی همه کسب‌وکارهای کوچک و بزرگ است. صرف نظر از نوع تجارت و زمینه فعالیت، همه افرادی که فروشگاه آنلاین دارند، به دنبال به حداکثر رساندن سود و درآمد خود هستند. اما سوال اصلی اینجا است که چطور می‌توان به افزایش فروش آنلاین دست پیدا کرد؟

بهینه‌سازی نرخ تبدیل، یکی از این تغییرات مهم اما ساده است. هدف بهینه‌سازی نرخ تبدیل، افزایش تعداد بازدیدکنندگانی است که می‌توانند مشتریان بالقوه شما باشند. برای کسب‌وکارهای اینترنتی تازه‌کار، بهینه‌سازی نرخ تبدیل، امری مهم و حیاتی است، زیرا در به حداکثر رساندن درصد بازدید از سایت و افزایش فروش آنلاین، نقشی حیاتی دارد. هرچه تعداد بازدیدکنندگان وبسایت شما بیشتر باشند، مشتریان بیشتری خواهید داشت و در نتیجه به افزایش فروش آنلاین دست خواهید یافت.



## شناخت چند مفهوم کلیدی برای افزایش فروش آنلاین

قبل از ارائه راهکارهای افزایش فروش آنلاین و انجام هرگونه اقدامی در این زمینه، باید با چند مفهوم اساسی در دنیای دیجیتال آشنا شوید. این مفاهیم عبارتند از:

### مشتری راغب یا لید (Lead)

لیدها یا به زبان ساده‌تر مشتریان راغب، آن دسته از بازدیدکنندگان وبسایت شما هستند که به محصولات یا خدمات ارائه‌شده در سایت، علاقه دارند. برخلاف بازدیدکنندگان معمولی، مشتریان راغب، نام و اطلاعات تماس خود را به صورت داوطلبانه، به وبسایت شما ارائه می‌دهند. آنها در اولین و مهم‌ترین مرحله فروش قرار دارند. حال چطور می‌توانید بفهمید که سایت شما چه تعداد مشتری راغب دارد؟ نگران نباشید، با استفاده از روش‌های زیر می‌توانید تعداد مشتریان راغب سایت خود را تخمین بزنید:

- ۱- مشترکان ایمیل مارکتینگ: مشترکانی که با ارائه ایمیل خود در خبرنامه وبسایت شما عضو شده‌اند، مشتریان راغب یا لید هستند.
- ۲- تعداد کاربران: هر بازدیدکننده‌ای که در وبسایت شما ثبت‌نام کند و یک پروفایل داشته باشد (حتی در صورتی که خرید نکند یا قصد خرید نداشته باشد)، مشتری راغب محسوب می‌شود.
- ۳- ارائه فرم اطلاعات تماس: اگر وبسایت شما دارای یک فرم تماس باشد، بازدیدکنندگانی که فرم تماس را پر می‌کنند، مشتری راغب شما محسوب می‌شوند.
- ۴- فرم‌های تماس: زمانی مشتریان فرم تماس یک وبسایت را پر می‌کنند که می‌خواهند اطلاعات دقیق‌تری در مورد قیمت و دیگر جوانب محصول یا خدمات شما به دست آورند. به این ترتیب، هر تعداد بازدیدکنندگانی که فرم تماس با شما را پر کنند، مشتری راغب هستند.

## نرخ تبدیل (Conversion Rate)

یکی از مفاهیم کلیدی و مهمی که در زمینه افزایش فروش آنلاین باید با آن آشنا شوید، نرخ تبدیل است. نرخ تبدیل، به تعداد بازدیدکنندگانی اطلاق می‌شود که کار مورد انتظار شما را در صفحه‌ای مشخص از سایت انجام می‌دهند. مطمئناً صاحب یک فروشگاه آنلاین، انتظار دارد که بازدیدکنندگان پس از بررسی محصول روی گزینه خرید، کلیک کنند. کلیک روی گزینه خرید، کاری است که شما از مشتریان‌تان انتظار دارید. پس برای به دست آوردن نرخ تبدیل، باید تعداد مشتریانی که روی گزینه خرید کلیک می‌کنند را بر تعداد کل بازدیدکنندگان آن محصول مشخص، تقسیم کنید. به عنوان مثال، اگر یک

محصول در سایت شما در ماه، ۲۰۰ بار بازدید می‌شود، اما تنها ۱۰ نفر روی گزینه خرید کلیک می‌کنند، نرخ تبدیل شما، ۵ درصد خواهد بود.

### ضریب بازگشت (Bounce Rate)

ضریب بازگشت سایت، به درصدی از بازدیدکنندگان وبسایت شما اطلاق می‌شود که تنها از یک صفحه سایت بازدید و سپس وبسایت را ترک می‌کنند. بدین معنی که پس از ورود به یک صفحه از سایت شما، هیچ کار دیگری انجام نمی‌دهند (یعنی روی هیچ لینکی کلیک نمی‌کنند و وارد هیچ صفحه دیگری از سایت نمی‌شوند) و سایت را ترک می‌کنند.

### نرخ خروج (Exit Rate)

نرخ خروج، به درصد کاربرانی اطلاق می‌شود که وبسایت شما را صرف نظر از تعداد صفحاتی که بازدید کرده‌اند، ترک می‌کنند. این بازدیدکنندگان، ممکن است از چند صفحه در وبسایت شما بازدید کرده و سپس سایت را ترک کنند.

## راهکارهایی برای افزایش فروش آنلاین

راهکارهای ساده زیادی برای بهبود عملکرد فروش سایت وجود دارد. این راهکارها عبارتند از:

## استفاده از یک فراخوان شخصی‌سازی شده (Call-To-Action (CTA

فراخوان، قسمتی از صفحه است که بازدیدکننده را ترغیب می‌کند تا کار خاصی را انجام دهد یا روی مورد خاصی کلیک کند. به عنوان مثال، در صفحه محصولات، گزینه فراخوان، می‌تواند دکمه خرید یا اضافه کردن به سبد خرید باشد. البته فراخوان‌ها می‌توانند بازدیدکنندگان را به کارهای دیگری نیز فرا بخوانند. به عنوان مثال، می‌توان به عضویت در خبرنامه، دنبال کردن در رسانه‌های اجتماعی و به اشتراک گذاری محتوا اشاره کرد.

اما فراخوان شخصی‌سازی شده، مربوط به دسته خاصی از بازدیدکنندگان است و بهتر عمل می‌کند. مطالعه‌ای روی ۹۳۰۰۰ صفحه فراخوان، نشان داد که نوشتن متن فراخوان بر اساس نوع بازدیدکنندگان، باعث افزایش نرخ تبدیل می‌شود. شما می‌توانید با اختصاص فراخوان‌های مختلف، بسته به نوع مخاطبان خود (مشتری راغب، بازدیدکننده یا مشتریان)، نرخ تبدیل وبسایتان را بالا ببرید.



## تیتريهای واضح و جنجالی بنویسید

محتوای تیتري، عامل مهمی در افزایش فروش آنلاین می‌باشد. تیتري، اولین چیزی است که مخاطب مطالعه می‌کند. تیتري مطالب، باید به گونه‌ای باشد که توجه بازدیدکنندگان را به خود جلب کند و آنها را به خواندن ادامه مطلب یا بازدید از محصولات بیشتر، ترغیب کند.

برای این کار، یک تیتري واضح در مورد محصول خود ارائه دهید. چه کسانی مشتریان هدف شما هستند؟ هرچه تیتري واضح‌تر باشد، افراد بیشتری آن را خواهند خواند و احتمال بیشتری دارد که روی گزینه فراخوان مورد نظر شما، کلیک کنند.

تیتريهای صفحات اصلی وبسایت خود را بررسی کنید. آیا این تیتريها، مناسب مخاطبان هدف شما هستند؟ این تیتريها چه مفهومی را به خواننده مطلب می‌رسانند؟ آیا مخاطبان با خواندن این تیتريها، کاری که شما می‌خواهید را انجام می‌دهند؟ اگر نه، باید تیتري مطالب خود را به شکلی مناسب، بازنویسی کنید.

## موارد اضافی را از سایت خود حذف کنید

می‌توان به جرأت گفت که فراخوان، اصلی‌ترین حوزه تمرکز شما محسوب می‌شود. پس خلوت‌تر کردن سایت، باعث می‌شود که توجه مخاطبان به قسمت فراخوان جلب شود. حذف یا مخفی کردن عناصر پیمایشی، می‌تواند در این راستا به شما کمک کند. یک تحقیق انجام‌شده توسط یک فروشگاه آنلاین لوازم نوزاد و کودک، نشان داد که حذف نوار پیمایش (یا اسکرول بار، المان واسط کاربر گرافیکی می‌باشد که برای پیمایش تصویر، متن یا هر چیز

دیگری در یک نمایشگر یا نرم افزار مورد استفاده قرار می گیرد)، نرخ تبدیل سایت را تا دو برابر افزایش داد. البته این بدان معنا نیست که کل وبسایت شما باید خالی از عناصر پیمایشی باشد. بلکه این عناصر باید به گونه ای در سایت نمایش داده شوند که توجه را از حوزه اصلی یا گزینه فراخوان به خود معطوف نکنند.

### متن اطراف دکمه فراخوان سایتان را بهینه سازی کنید

تنها به این دلیل که دکمه فراخوان باید مرکز توجه سایت شما باشد، نباید دیگر عناصر اطراف آن را نادیده بگیرید. معمولا متن اطراف یا نزدیک دکمه فراخوان سایت، به طور قابل توجهی بر نرخ تبدیل سایت شما و افزایش فروش آنلاین تاثیر می گذارد. این دکمه های فراخوان، جملات کوتاه، تصاویر یا لینک هایی هستند که کاربر را به مسیر مورد نظر خود هدایت می کنند! همچنین در اطراف این دکمه های فراخوان، باید متون کوتاهی نیز قرار دهید که کاربر را به سمت فراخوان و کلیک روی آن هدایت کنید. البته توجه داشته باشید که این متون نیز نباید خیلی طولانی باشند و حواس کاربر را از فراخوانها پرت کنند. بدین ترتیب، در اطراف فراخوان های خود، متون کوتاه و جذابی قرار دهید تا کاربر را بر کلیک روی فراخوانها ترغیب کنند.

چند مطالعه موردی نشان داده اند که بهینه سازی متن نزدیک دکمه فراخوان، به طور مثبتی بر نرخ تبدیل و افزایش فروش آنلاین اثر دارد. یک سایت شرط بندی، با تغییر و بهبود متن اطراف دکمه فراخوان خود، توانست تا ۳۱,۵۴ درصد، تعداد ثبت نام در سایت یا نرخ تبدیل را افزایش دهد.



بهتر است برای متن اطراف دکمه فراخوان، از یک مشاور سئو کمک بگیرید و بهترین متن ممکن را برای آن انتخاب کنید.

### عکس‌های مناسب و جذاب انتخاب کنید

همانطور که اولین چیزی که در وبسایت خوانده می‌شود، تیترو موضوعات است، اولین چیزی که می‌بینند نیز عکس‌های سایت و عکس محصولات است. برای اینکه بتوانید به افزایش فروش آنلاین دست یابید، بهتر است از عکس‌هایی استفاده کنید که برای مخاطبان‌تان جذاب باشند. متأسفانه بیشتر کسب‌وکارهای نوپا، توانایی پرداخت هزینه برای گرفتن عکس‌های محصولات خود را ندارند. اگر شما از این دست افراد هستید، می‌توانید برای کم کردن هزینه‌ها، از عکس‌های موجود مرتبط در اینترنت استفاده کنید. البته این کار اشکالاتی نیز دارد. به عنوان مثال، ممکن است کسی قبل از شما عکس مورد نظر را در سایت خود استفاده کرده باشد و کپی کردن محتوا و عکس تکراری در سایت، می‌تواند تاثیر بدی روی سئوی شما داشته باشد.

برای اینکه بتوانید عکس‌های منحصربه‌فرد و غیرتکراری برای سایت‌تان داشته باشید، می‌توانید خودتان نیز با گوشی موبایل یا یک دوربین، عکاسی کنید. ممکن است تصاویری که تهیه می‌کنید، به اندازه عکس‌هایی که توسط یک عکاس حرفه‌ای گرفته می‌شوند، عالی و بدون نقص نباشند. اما با استفاده از نرم‌افزارهای ویرایش عکس، می‌توانید تا حد زیادی به تصاویر تهیه‌شده، جلوه و زیبایی ببخشید.

### ایجاد فضای خالی

برای ایجاد فضایی دلنشین که چشمان مخاطبان را خسته نکند، بهتر است بین محصولات و عناصر مختلف موجود در سایت، به اندازه کافی فضای خالی قرار دهید. در غیر این صورت، ظاهر سایت شکلی به هم ریخته و شلوغ پیدا می‌کند و بازدیدکنندگان به جای جستجوی بیشتر، ترجیح می‌دهند هرچه زودتر سایت شما را ترک کنند.

فضای خالی بین عناصر، می‌تواند به هر رنگی باشد. این فضای خالی می‌تواند بین سرتیترها، منوی تصاویر، ویدئوها، متن‌ها، محصولات، حاشیه، پایین یا بالای صفحه یا تمامی عناصر وبسایت قرار داده شود. وجود فضای خالی بین عناصر، تمرکز کردن را برای بازدیدکنندگان سایت آسان‌تر می‌کند. هنگامی که در یک سایت به اندازه کافی بین محصولات فضای خالی قرار داشته باشد، پردازش و درک متن، آیکون‌ها و تصاویر ساده‌تر می‌شود و در نهایت کاربر، تجربه خوبی از بازدید سایت پیدا خواهد کرد. صفحه اصلی گوگل و صفحه آیفون اپل، دو نمونه شناخته‌شده در این زمینه هستند. هر دو به شکلی از فضای خالی استفاده می‌کنند که توجه مخاطب را به مهم‌ترین عناصر هدایت کنند. گوگل به طوری از فضای خالی استفاده می‌کند که کار جستجو را برای کاربران آسان سازد. صفحه آیفون، طراحی مینیمالیستی و ساده‌ای دارد و با ایجاد فضای خالی کافی، تجربه خوبی را برای کاربران فراهم می‌کند.

### بهبود خوانایی

خوانایی محتوای سایت، می‌تواند اهمیت زیادی در افزایش فروش آنلاین و بازدید از سایت شما داشته باشد. اگر خوانایی متن‌های ارائه‌شده در سایت به اندازه کافی خوب نباشد، نمی‌توانید مشتریان بالقوه خود را متقاعد به خرید کنید. خوانایی، به معنای بهبود محتوای نوشتاری به شکلی است که مخاطبان در هر رده سنی و با هر سطح سواد، بتوانند آنها را به راحتی درک کنند. با استفاده از این راهکارها می‌توانید خوانایی محتوای سایت خود را افزایش دهید و به افزایش فروش آنلاین دست یابید:

- استفاده از فونت بزرگ‌تر و ساده‌تر.
- بخش‌بندی محتوا و استفاده از زیرتیترهای واضح.
- نوشتن محتوا به زبانی ساده.
- استفاده از جملات غیرپیچیده و کوتاه.

### اثبات رضایت مشتری

برای افزایش فروش آنلاین، باید به تمامی مشتریان بالقوه‌تان ثابت کنید که سابقه کاری درخشانی دارید و مشتریان از خدمات و محصولات ارائه‌شده در سایت شما، رضایت دارند. می‌توانید این کار را با ارائه جوایزی که فروشگاه‌تان تاکنون دریافت کرده است، ارائه لیستی از مشتریان معروف و شناخته شده‌تان و ایجاد فضایی برای ارائه نظرات مشتریان انجام دهید. مورد آخر برای کسب و کارها، حیاتی‌تر است و باعث می‌شود بازدیدکنندگان با دیدن نظرات مشتریان، راحت‌تر به سایت و خدمات آن اعتماد کنند.

پس امکاناتی (مانند انجمن گپ و گفتگو) را ایجاد کنید که مشتریان به وسیله آن، قادر به ارائه نظرات و تجربیات خود در رابطه با وبسایت شما باشند و مطمئن باشید که به افزایش فروش آنلاین دست خواهید یافت.



### ارائه تضمین در قبال فروش خدمات و محصولات

شما می‌توانید با ارائه تضامینی در برابر کالا و خدمات خود، کیفیت آنچه را که در سایت خود به فروش می‌رسانید، نشان دهید. این کار را می‌توانید با به کارگیری روش‌های زیر انجام دهید:

۱- علامت‌های امنیتی: این علامت‌ها نشان می‌دهند که کلیه معاملات و تراکنش‌های انجام‌شده در سایت شما، در امنیت کامل و با رعایت حریم خصوصی انجام می‌شوند. به عنوان مثال، سایت دیجی‌کالا، نماد اعتماد الکترونیک و نشان ملی ثبت رسانه‌های الکترونیک را در پایین سایت خود نمایش می‌دهد.

۲- تضمین بازگشت کالا و وجه: ارائه چنین تضمین محکمی در سایت، نوعی اعتماد متقابل در مشتریان ایجاد می‌کند. زیرا آنها مطمئن می‌شوند که اگر

به هر دلیلی از کالای خریداری شده رضایت نداشته باشند، می‌توانند آن را پس دهند. بیشتر کسب‌وکارهای موفق، با فراهم کردن تضمین بازگشت کالا تا ۷ روز، سعی در جلب رضایت و اعتماد مشتریان خود و افزایش فروش آنلاین دارند. ۳- علامت‌های مخصوص صنعتی یا تجاری: این علامت‌ها، مختص به زمینه یا صنعتی هستند که شما در آن فعالیت دارید. این علامت‌ها شامل جوایز، رتبه‌بندی و سایر مواردی هستند که در سایت شما، به نمایش گذاشته می‌شوند.

### بهبود سئوی سایت

در یک فروشگاه آنلاین، بهبود سئو سایت، بیش از هر چیزی اهمیت دارد. سئو، از چند عنصر مختلف ساخته شده و باعث می‌شود وبسایت شما در صفحات اول موتورهای جستجو ظاهر شود. این به معنای ترافیک بیشتر و در نتیجه فرصت بیشتر برای افزایش فروش آنلاین است. به عنوان مثال، وقتی یک کاربر به محصول یا خدماتی نیاز دارد، آن را در موتورهای جستجو وارد می‌کند. موتورهای جستجو، سایت‌هایی که سئوی بهتر و بهینه‌تری دارند را در صفحات اول قرار می‌دهند. کاربران نیز به سایتی مراجعه می‌کنند که در صفحه اول قرار دارد و معمولاً صفحات ۳ الی ۴ به بعد را به ندرت مورد بررسی قرار می‌دهند. پس سئوی بهینه، موجب می‌شود سایت شما در صفحات اول قرار گیرد و مشتریان بالقوه بیشتری نیز از سایت شما، بازدید خواهند کرد. به این ترتیب، مشتری بیشتر به معنای افزایش فروش آنلاین خواهد بود. برای داشتن سئوی بهینه و رسیدن به مطلوب‌ترین نتیجه ممکن، بهتر است به متخصصین این امر مراجعه کنید و از مشاوره آنها بهره‌مند شوید.

## فراهم کردن امکان پرداخت به روش‌های متعدد

امکان پرداخت وجه به روش‌های متعدد در سایت، می‌تواند موجبات راحتی مشتریان را فراهم کند. اگر در سایت خود امکان پرداخت آنلاین برای خرید دارید، بهتر است روش‌های دیگری مانند پرداخت پس از تحویل کالا یا پرداخت درب منزل را نیز در کنار آن بگنجانید. تحقیقات نشان داده‌اند که در صورتی که مشتریان، روش پرداخت مورد نظر خود را در سایت یا فروشگاه‌های آنلاین پیدا نکنند، سفارش‌شان را کنسل می‌کنند. برخی مشتریان ترجیح می‌دهند پرداخت خود را به صورت آنلاین انجام دهند و برخی دیگر مایل هستند، پس از دریافت کالای خود، نسبت به پرداخت آن اقدام کنند. با انجام چنین کاری نه تنها می‌توانید به افزایش فروش آنلاین دست یابید، بلکه باعث می‌شود مشتریان بیشتر به شما و خدمات‌تان اعتماد کنند.

## ایجاد خبرنامه برای سایت

با ایجاد خبرنامه‌ای جذاب و ترغیب مشتریان برای عضویت در آن، می‌توانید محصولات خود را از طریق ایمیل برای مشتریان تبلیغ کنید. شما می‌توانید با ارسال ایمیل به مشتریان، آنها را از آخرین خدمات و محصولات ارائه‌شده در سایت خود مطلع سازید. به این کار، بازاریابی ایمیلی نیز گفته می‌شود. همچنین مطلع کردن مشتریان در زمینه اخبار جدید، تحولات اخیر، جشنواره‌ها، ارائه تخفیفات یا فروش‌های ویژه، از طریق خبرنامه برای مشتریان جذاب است و باعث می‌شود سری به سایت شما بزنند و به احتمال زیاد با کلیک روی گزینه فراخوان، سفارش خرید خود را ثبت کنند و در نتیجه افزایش فروش آنلاین را به شما ارائه دهند.

### هدیه بدهید

همه ما دریافت هدیه را دوست داریم و همیشه فردی را که به ما هدیه می‌دهد، به خاطر می‌سپاریم. شما نیز می‌توانید به مشتریانی که از سایت شما خرید می‌کنند، یک هدیه با ارزش بدهید. این هدیه لازم نیست خیلی گران قیمت باشد، آنچه اهمیت دارد، اثر مثبتی است که شما با انجام این کار در ذهن مشتریان خود باقی می‌گذارید. شما می‌توانید این هدیه را همراه با محصول خریداری شده توسط مشتری، برای او بفرستید. بدون شک، مشتریان از دریافت این هدیه خوشحال می‌شوند و فروشگاه اینترنتی شما را به دوستان و آشنایان خود، معرفی می‌کنند. دریافت چنین بازخوردی، می‌تواند ارزش زیادی برای سایت شما داشته باشد و منجر به افزایش فروش آنلاین شود.

### لندینگ پیج خود را با تبلیغات تان هماهنگ کنید

اگر به عنوان بخشی از استراتژی افزایش فروش آنلاین از تبلیغات غیررایگان استفاده می‌کنید، با ایجاد یک تغییر کوچک می‌توانید نرخ تبدیل و در نهایت فروش سایت تان را به طور شگفت‌انگیزی بالا ببرید. به جای تست لندینگ پیج‌ها و تبلیغات متعدد، بهتر است روی همبستگی و هماهنگی این دو، کار کنید. ایجاد تجانس و همبستگی میان تبلیغات و لندینگ پیج، کاربران شما را به ثبت نام در سایت تان و در نهایت خرید محصولات و خدمات ترغیب می‌کند. شما می‌توانید به سادگی به دو روش، این هماهنگی را میان تبلیغات و لندینگ پیج خود ایجاد کنید:

در روش اول، باید ظاهر لندینگ پیج خود را در نظر بگیرید. طراحی لندینگ پیج شما از نظر قالب، رنگ و طرح تبلیغاتی باید با تبلیغات تان در سایت‌های دیگر هماهنگ باشد.

روش دوم، مربوط به ایجاد هماهنگی میان پیام نهفته در تبلیغات و لندینگ پیج است. فراموش نکنید که شما قصد فریب مشتریان و بازدیدکنندگان را ندارید. شما به خوبی می‌دانید که فریب مخاطبان، نه تنها فروش سایت تان را افزایش نمی‌دهد، بلکه اعتبار شما را نیز به خطر می‌اندازد. پس سعی کنید پیام تبلیغات تان، همان چیزی را بیان کند که لندینگ پیج تان به مشتریان می‌گوید.

### نوعی احساس ضرورت در سایت تان ایجاد کنید

با ایجاد یک مهلت برای یک پیشنهاد ویژه و برخی از محصولات یا خدمات، نوعی احساس ضرورت برای خرید در سایت خود ایجاد خواهید کرد. با این کار باعث می‌شوید که مشتریان احساس کنند، در صورت خرید نکردن، یک فرصت عالی را از دست می‌دهند. ایجاد حس ضرورت خرید در مخاطبان، به افزایش فروش آنلاین می‌انجامد.

### طراحی اپلیکیشن موبایل سایت

یکی از مهم‌ترین و کارآمدترین کارهایی که می‌توانید برای افزایش فروش آنلاین انجام دهید، طراحی اپلیکیشن موبایل برای فروشگاه آنلاین تان است. امروزه اکثر افراد از موبایل‌های اندروید یا IOS استفاده می‌کنند و تقریباً همه با مزایا و راحتی کار با اپلیکیشن‌های مختلف آشنا هستند. اگر برای کسب و کار آنلاین خود، اپلیکیشنی ندارید، باید بدانید که حسابی از قافله عقب هستید و



فرصت بزرگی را از دست داده‌اید. هرچه زودتر با مراجعه به متخصصین طراحی اپلیکیشن، یک برنامه موبایل متمایز با کاربردی آسان، برای سایت‌تان بسازید تا مشتریان‌تان بتوانند با استفاده از آن، به راحتی محصولات و خدمات شما را خریداری کنند.

### جلب رضایت مشتریان ناراضی

کسب‌وکاری را پیدا نمی‌کنید که به هیچ‌وجه، مشتری ناراضی نداشته باشد. در حقیقت این دسته از مشتریان، بخش جدایی‌ناپذیر کسب‌وکار هستند. در بعضی مواقع، مشتریان به خاطر محصول، نوع خدمات یا دیرکرد در ارسال محصول، ناراضی خواهند بود. وجود این مشتریان برای شما هم ضرر به همراه دارد و هم سود. ضرری که این مشتریان می‌توانند برای شما داشته باشند، این است که فروشگاه آنلاین‌تان را به دیگران توصیه نمی‌کنند و برای خرید مجدد به آن باز نمی‌گردند. اما شما می‌توانید از این ضرر استفاده کرده و آن را به سود تبدیل کنید. شما باید با جویا شدن دلیل نارضایتی آنها و اصلاح خدمات خود، قدمی برای جلب رضایت این مشتریان بردارید. فراموش نکنید که با این کار ممکن است بتوانید آنها را برگردانید. در این صورت، آنها به احتمال زیاد مجدداً از فروشگاه آنلاین شما خرید می‌کنند و آن را به دیگران توصیه خواهند کرد.



## ایجاد وبلاگ برای فروشگاه آنلاین

شما می‌توانید به نوعی با ایجاد یک وبلاگ و لینک کردن آن به وبسایت خود، به صورت غیرمستقیم، محصولات و خدمات‌تان را بازاریابی کنید و به افزایش فروش آنلاین دست یابید. می‌توانید در وبلاگ‌تان، مطالب و محتوایی را به نمایش بگذارید که ضمن ارائه اطلاعات مفید و کاربردی، محصولات شما را نیز معرفی کنند. تولید محتوای سایت را جدی بگیرید، زیرا تاثیر به‌سزایی در موفقیت شما خواهد داشت. به عنوان مثال، اگر در زمینه فروش موبایل و محصولات دیجیتال فعالیت می‌کنید، می‌توانید محتوایی را در وبلاگ خود با موضوع ۱۰ اپلیکیشن برتر موبایل در سال ۲۰۱۹، منتشر کنید. در این مطلب می‌توانید حین معرفی اپلیکیشن‌های مختلف برای انواع موبایل، کلمه موبایل را به صفحه فروش محصولات خود لینک کنید.

### حضور فعال در شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی

امروزه، اکثر افراد از رسانه‌های اجتماعی با اهداف و مقاصد گوناگونی استفاده می‌کنند. این رسانه‌ها، به بخش مهمی از زندگی ما تبدیل شده‌اند. برای اینکه بتوانید فروش سایت‌تان را افزایش دهید، مشتریان و مخاطبان باید با شما، زمینه فعالیت‌تان، محصولات و خدمات‌تان آشنا شوند. یکی از راه‌هایی که می‌توانید مشتریان را با فروشگاه آنلاین‌تان آشنا کنید، داشتن حضور فعال و پررنگ در رسانه‌های اجتماعی مختلف مانند اینستاگرام، توئیتر، فیس‌بوک، پینترست و غیره است. برای افزایش فروش آنلاین از طریق شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی می‌توانید از این راهکارها استفاده کنید:

### فراهم کردن امکان خرید آسان از طریق پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی

جالب است بدانید که بسیاری از برندها و فروشگاه‌های آنلاین، از معجزه فروش در رسانه‌های اجتماعی بی‌خبر هستند و این فرصت عالی برای افزایش فروش آنلاین را نادیده می‌گیرند. با اضافه شدن گزینه خرید در فیس‌بوک در سال ۲۰۱۴ و همین‌طور اضافه شدن گزینه خرید در پینترست در سال ۲۰۱۸، امکان انجام خرید در این رسانه‌ها، تنها با یک کلیک فراهم شد. پس شما نیز یک فروشگاه اینستاگرامی با قرارداد لینک‌ها در کپشن، ایجاد کنید و با قرارداد محصولات خود در آن، به افزایش فروش آنلاین سایت خود دست یابید.

## برای موقعیت‌های مختلف، هشتگ ایجاد کنید

جدا از اینکه باید به فکر تولید محتوای شبکه اجتماعی خود باشید، اگر برای کسب‌وکار آنلاین خود، حراجی، فروش بهاره و تخفیف آخر فصل در نظر گرفته‌اید، یک هشتگ ویژه برای آن ایجاد کنید و از آن در پلتفرم‌های مختلف رسانه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک، توئیتر، پینترست، گوگل پلاس، اینستاگرام و غیره استفاده کنید. هشتگی که ایجاد می‌کنید، باید قادر به ارائه پیام برندتان یا رویدادی که برای آن برنامه‌ریزی کرده‌اید، باشد. به عنوان مثال، شما قصد دارید برای کیف‌های دست‌دوزتان، یک فروش ویژه در نظر بگیرید و نام برندتان نیز یویو است. به این ترتیب، هشتگ شما #یویو\_فروش\_بهاره خواهد بود.

## ایجاد محتوای فصلی و موقعیتی در رسانه‌های اجتماعی

هنگامی که در یک کسب‌وکار آنلاین فعالیت می‌کنید، باید فصل‌ها و تمام رویدادها، اهمیت زیادی برای‌تان داشته باشند. به عنوان مثال، اگر در زمینه پوشاک فعالیت دارید، باید پوشاک و پیشنهادات هر فصل را ارائه دهید و تخفیفات ویژه برای افزایش فروش‌تان در نظر بگیرید. ارائه محتوای مرتبط با نوع لباس پوشیدن در هر فصل می‌تواند بازدید از صفحه شما را بالا ببرد. علاوه بر این، شما باید با داشتن برنامه‌ریزی دقیق، از رویدادهای مهم استفاده کنید و با ارائه پیشنهادات خاص و محتوای مرتبط، فروش سایت خود را بالا ببرید. برخی از رویدادهایی که از قدیم‌الایام برای همه مردم اهمیت ویژه داشته‌اند، عبارتند از: عید نوروز، یلدا، چهارشنبه‌سوری، روز اول مهر، ماه محرم، ماه رمضان و انواع

اعیاد ایرانی. شما می‌توانید با استقبال از این رویدادها در رسانه‌های اجتماعی و همین‌طور در سایت‌تان و با ارائه محصولات، خدمات و محتوای مرتبط، به افزایش فروش آنلاین سایت خود برسید.

## حراج یا فروش فوری در صفحات شبکه‌های اجتماعی

لازم نیست برای ایجاد یک جشنواره یا حراجی، دلیل یا مناسبت خاصی داشته باشید. طرز تفکر عموم مردم، به این شکل است که با شنیدن نام حراجی، سعی می‌کنند محصولی که حراج شده است را خریداری کنند. گاهی مشتریان حتی به آن محصول نیازی ندارند، اما نام حراج، باعث می‌شود انگیزه خرید در آنها بالا برود. در رسانه‌های اجتماعی خود، بدون دلیل، یک حراجی در نظر بگیرید و شاهد افزایش فروش آنلاین باشید.

## انتشار منظم عکس‌ها

یکی از کارهایی که ضرورت دارد، اما به سادگی فراموش می‌شود، انتشار عکس در رسانه‌های اجتماعی است. شما باید با بارگذاری عکس محصولات در صفحات شبکه‌های اجتماعی‌تان، توجه بسیاری از مشتریان و بازدیدکنندگان را جلب کنید. فراموش نکنید که عکس محصولاتی که استفاده می‌کنید، باید با کیفیت و واقعی باشند و استفاده از عکس‌های کپی را به طور کلی از یاد ببرید.

## ایجاد دکمه انواع رسانه‌های اجتماعی در سایت

با ایجاد گزینه دسترسی به رسانه‌های اجتماعی، می‌توانید سایت را به صفحات خود در این رسانه‌ها متصل کنید. فراموش نکنید که شما باید در چند نوع از محبوب‌ترین رسانه‌های اجتماعی، صفحه داشته باشید تا بازدیدکنندگان بتوانند قدرت انتخاب بهتری داشته باشند.

## نمایش نظرات و کامنت‌های مشتریان در صفحات رسانه‌های اجتماعی

شما می‌توانید با نمایش کامنت‌های مشتریان و خوانندگان صفحه خود، محیطی ایجاد کنید که در آن همه به راحتی بتوانند نظرات را بخوانند و تجربیات خود را در زمینه محصولات و خدمات، با یکدیگر به اشتراک بگذارند.

## حواستان به تبلیغات PPC باشد

PPC یا همان pay-per-click، به معنای پرداخت به ازای هر کلیک است. PPC، یک مدل بازاریابی اینترنتی است که در آن تبلیغ‌کنندگان، هر زمان که روی یکی از تبلیغاتشان کلیک می‌شود، هزینه‌ای پرداخت می‌کنند. اساساً، این نوع تبلیغات، یک راه جهت خرید بازدید برای سایت شما است، نه تلاش برای «کسب» بازدیدهای ارگانیک!

این روش، امروزه به یکی از پرطرفدارترین روش‌ها تبدیل شده است، اما باید بگوییم استفاده نادرست از آن می‌تواند به ضرر شما باشد. شاید بتوانید در این مدل تبلیغات، درآمد خوبی کسب کنید، اما به احتمال زیاد این درآمد موقتی خواهد بود، نه دائمی! در این نوع تبلیغات، بیشتر لینک‌ها به صفحاتی

هستند که اصلا هیچ ربطی به موضوع مقاله اصلی ندارند و همین مسئله باعث می شود که کاربران، دیگر به این لینکها اعتماد نکنند و تعداد کلیک این لینکها به شدت کاهش یابد. در این موارد، کاربران فکر می کنند که این لینکها قصد گول زدن آنها را دارند و به همین دلیل، اعتماد خود را از دست می دهند. شما نیز بهتر است از این لینکهای غیرمرتبط بپرهیزید! سعی کنید از تبلیغات PPC به درستی و به اندازه استفاده کنید و قصد گول زدن کاربران را نداشته باشید.

## استفاده از Buyer persona

شخص خریدار یا همان Buyer Persona، روشی است که از طریق آن می توان مشتری هدف و همیشگی را بر اساس انجام تحقیقات دقیق روی مشتریان شناسایی کرد. در این روش باید جزئیات مشتری هدف خود را (با تصور اینکه او یک مشتری واقعی است، اما در حقیقت یک فرد خیالی می باشد) یادداشت کنید، بدین ترتیب یک شخص خریدار ایجاد کرده و می توانید پیامهای بازاریابی هدفمند را برای آنها طراحی کنید. این پیامها باید به نیازها و خواستههای مشتری شما پاسخ دهند. از آنجایی که افراد مختلف ممکن است محصولات شما را به دلایل مختلفی خریداری کنند، شما باید بیش از یک شخص خریدار ایجاد کنید. هر شخص خریداری که ایجاد می کنید، باید شامل اطلاعات دموگرافیک یا جمعیت شناسی اولیه، رفتارها، اهداف، نارضایتیها و الگوهای خرید باشد. این کار باعث می شود زمانی که استراتژی بازاریابی خود را طراحی می کنید، نیازها و درخواستهای مشتریان خود را در نظر بگیرید.



## نتیجه گیری

همانطور که دیدید، لازم نیست برای افزایش فروش آنلاین، تغییرات اساسی در سایت ایجاد کنید. بعضی مواقع، با ایجاد تغییرات کوچک، می‌توانید روند افزایش فروش آنلاین سایت خود را به سمت و سوی مثبت هدایت کنید. انجام تست‌های ساده روی عناصر مختلف سایت (مثل فراخوان، تصاویر و دکمه پیمایش)، می‌تواند تاثیرگذار باشد و سود شما را افزایش دهد. برای رسیدن به نتیجه مطلوب، بهتر است هر دو الی سه ماه، تست‌هایی را روی عناصر سایت خود انجام دهید که متوجه شوید چه چیزی برای سایت‌تان بهتر است و می‌تواند منجر به افزایش فروش آنلاین آن شود. برای آگاهی از تمامی این موارد، می‌توانید زمانی را برای مشاوره در نظر بگیرید و با خیالی آسوده، شاهد پیشرفت کسب‌وکار خود باشید.