

چرا بازاریابی اینترنتی باید اصلی‌ترین استراتژی بازاریابی شما باشد؟



گروه شرکت های آرک

نرم افزارهایی مطمئن، هوشمند و کارآمد



چرا بازاریابی اینترنتی باید اصلی ترین استراتژی بازاریابی شما باشد؟

بازاریابی به عنوان مهم ترین فعالیتی که حیات یا مرگ یک کسب و کار را تعیین می کند همواره ذهن مدیران کسب و کارها را به خود مشغول کرده است. بازاریابی تاریخچه ای طولانی و به قدمت عمر بشر دارد ولی آنچه از آن به عنوان علم بازاریابی یاد می شود عمری صد ساله دارد. فارغ از روش های سنتی بازاریابی مانند بازاریابی تلویزیونی و محیطی و چاپی و... امروزه بیشتر از شیوه های نوین بازاریابی مانند بازاریابی اینترنتی استفاده می شود.

اولین رایانه های شخصی در دهه ۱۹۸۰ وارد خانه ها شدند و اولین سیستم عامل نیز در دهه ۱۹۹۰ طراحی شد و همین موقع بود که اینترنت شروع به رشد کرد. با گسترش اینترنت در طول سال های ۱۹۹۸ تا ۱۹۹۹ گوگل و بلاگها نیز شکل گرفتند و به تدریج بازاریابی اینترنتی تکامل یافت. طی تحقیقات انجام گرفته در سال ۲۰۱۳ حدود ۷۶٪ از بازاریابان معتقد بودند که شیوه های بازاریابی در دو سال گذشته دست خوش تغییرات بسیاری شده است اما تنها ۹٪ از آن ها بازاریابی دیجیتالی یا همان بازاریابی اینترنتی را موثر می دانستند. اما این روزها کارایی بازاریابی اینترنتی برای هیچ کس پوشیده نیست.

- بیش از یک سوم بازاریابان معتقدند که طی ۵ سال آینده بازاریابی دیجیتالی ۷۵٪ از روش های بازاریابی را در بر خواهند گرفت.
- بیش از ۸۷ درصد از مشتریان از اینترنت و گوشی های همراه هوشمند استفاده می کنند
- نتایج بازاریابی اینترنتی برخلاف بازاریابی سنتی قابل اندازه گیری است
- بازاریابی از طریق اینترنت هزینه ی بسیار کمتر نسبت به یک خرده فروشی فیزیکی دارد



چرا بازاریابی اینترنتی باید اصلی ترین استراتژی بازاریابی شما باشد؟

- ۱۵ اینترنت بستری را فراهم می کند که شما به وسیله ی آن می توانید ارتباط قوی با مشتریان خود برقرار کنید و سطح یا نرخ حفظ مشتریان خود را بالا ببرید.

- ۶ بازاریابی اینترنتی این امکان را به شما می دهد که همواره همراه مشتری باشید امروزه برای موفقیت در بازاریابی لازم است تا در کنار روش های سنتی از شیوه های نوین که بازاریابی اینترنتی را نیز شامل می شود استفاده کنیم. زیرا بازاریابی اینترنتی فرصتی برای تان فراهم می کند که با هزینه اندکی محصولات خود را در معرض دید جهانی قرار دهید. بازاریابی اینترنتی در ابتدا ممکن است بسیار سخت باشد، طراحی یک سایت نمی تواند به تنهایی افزایش مشتریان را تضمین کند بلکه استفاده از روش های نوین بازاریابی است که ما را به سمت موفقیت بیشتر هدایت می کند.

چگونه می توانیم استراتژی بازاریابی اینترنتی اتخاذ کنیم؟

بازاریابی آنلاین عبارت است از به کارگیری هر ابزار، استراتژی یا روش برای کمک به تبلیغات برند از بستر اینترنت که عوامل مختلفی می تواند در چگونگی انجام آن تاثیر داشته باشد؛ در ادامه چند مورد از آن ها را مورد ارزیابی قرار می دهیم:

۱- سئو؛ بهینه سازی موتورهای جستجو

همان طور که اشاره کردیم برای بازاریابی آنلاین تنها داشتن یک سایت کافی نیست، با طراحی یک سایت فقط گام اول را طی کرده اید. سئو یا به عبارت بهتر بهینه سازی موتورهای جستجو یکی از عوامل اصلی موفقیت در بازاریابی آنلاین است. وجه به سئوی سایت سبب می شود که محتوای موجود در یک کلمه کلیدی خاص در بین مطالب موجود بالاتر از بقیه قرار بگیرد و همین امر سبب می شود تا بازاریابی آنلاین موفق تری داشته باشیم.



چرا بازاریابی اینترنتی باید اصلی ترین استراتژی بازاریابی شما باشد؟

- افزایش سرعت بارگذاری سایت
- بهینه سازی تصاویر
- لینک گیری از سایت های باکیفیت
- استفاده از محتوای باکیفیت و انواع مختلف آن (مقاله، اینفوگرافی، ویدیو و...)
- بهینه سازی موبایل
- اشتراک گذاری های اجتماعی

شاید احساس کنید بهبود سئوی سایت در ظاهر روال بسیار ساده ای دارد، اما از آن جایی که بسیاری از سایت ها از این نکات آگاهی ندارند و آن ها را رعایت نمی کنند، با در نظر گرفتن آن ها می توانید از رقبای خود پیشی گرفته و روند بازاریابی آنلاین خود را بهبود بخشید.

۲- بازاریابی موتور جستجو (SEM)

بازاریابی برای موتورهای جستجو را می توان تقریبا شبیه به سئو دانست، بدین ترتیب که به جای بهینه سازی محتوای خود و ترویج آن به مقدار زیاد، پولی را به موتورهای جستجو پرداخت می کنید تا خودشان محتوای شما را در نتایج ابتدایی قرار دهند.

همان طور که می دانید بیش از ۵۰ درصد مردم بر روی نتایج اول و دوم موتورهای جستجو کلیک می کنند و بنابراین برای افزایش ترافیک ورودی به وبسایت خود لازم است که هزینه هایی را متقبل شوید. البته توجه داشته باشید که کلمات کلیدی که قصد دارید در آن ها بالا بیاورید نیز در این قیمت تاثیر به سزایی خواهد داشت زیرا کلمات کلیدی پر جستجو رقابتی تر بوده و در نتیجه گران تر هستند.



چرا بازاریابی اینترنتی باید اصلی ترین استراتژی بازاریابی شما باشد؟

هر چند این استراتژی در ابتدا ممکن است وسوسه کننده به نظر برسد اما توجه داشته باشید که برای موفقیت در بازاریابی آنلاین خود لازم است که هزینه های تبلیغاتی خود را در نظر بگیرید و برنامه خود را مطابق با آن پیش ببرید.

برای موفقیت در **SEM** لازم است که محصول یا خدمات باکیفیتی ارائه کنید. در ابتدای کار خود و هنگام تولید محتوای رایگان برای جذب مخاطبان به سمت برند خود لازم نیست از همان اول وقت خود را با **SEM** تلف کنید.

البته مشخص کردن آمار کلیک هایی که منجر به خرید می شوند کار چندان سختی نیست و با تنظیمات خاصی می توانید میزان درآمد خود را از تبلیغاتی که بر روی **SEM** انجام داده اید مشخص کنید.

۳- بازاریابی محتوایی

بر اساس گفته ی ست گودین "بازاریابی محتوایی تنها بازاریابی باقیمانده است".

مردم امروزی از تکنیک های بازاریابی سنتی خسته شده اند، آن ها از بنرها و داد و بیدادهای تبلیغاتی خسته شده اند و به افرادی ماهر در کسب اطلاعات تبدیل شده اند. بازاریابی محتوایی یکی از رویکردهای استراتژیک بازاریابی است که بر تولید و توزیع محتوای ارزشمند، مرتبط و سازگار با اهداف برندها متمرکز شده است.

در بازاریابی محتوایی شما مخاطبان هدفمندی را برای خود انتخاب می کنید، مخاطبانی که به وضوح تعریف شده هستند و محتوای مرتبط به آن ها ارائه می دهند. محتوایی که در زندگی آن ها ارزش ایجاد می کند و به نوعی نیازهای آن ها را به ساده ترین شکل ممکن برآورده می کند و چه نوع بازاریابی می تواند عملکرد بهتری از این نوع بازاریابی داشته باشد.



چرا بازاریابی اینترنتی باید اصلی ترین استراتژی بازاریابی شما باشد؟

به بیانی دیگر بازاریابی محتوایی از متون قابل فهم و ساده، تصاویر، اینفوگرافیک و ویدیوهای مختلف استفاده می کند تا اطلاعات جامعی را در مورد یک موضوع مشخص در اختیار کاربران قرار داده و یا سبب معرفی محصول و به دنبال آن تحقق شیوه بازاریابی نوین شود.

۴- بازاریابی ایمیلی

با این که بعد از ایمیل ابزارها و رسانه های مختلفی به وجود آمده است، اما هنوز هم تهیه ی لیست ایمیل مشتریان و بازاریابی ایمیلی را می توان جزو بهترین روش های بازاریابی نوین دانست. این روش به نوعی ارتباط مستقیم با کاربران محسوب می شود و می تواند مخاطبان سایت شما را به یکی از مشتریان تان تبدیل کند. مهم ترین بخش بازاریابی ایمیلی نوشتن ایمیل های کارا برای ارسال به مخاطبان است اما مهم تر از آن این موضوع است که این ایمیل ها به چه کسانی ارسال شوند و چه کسانی می توانند یکی از مشتریان محصولات پیشنهادی فعلی برند ما باشند.

۵- بازاریابی از طریق شبکه های اجتماعی

همان طور که گفتیم امروزه ۸۷ درصد از مردم به گوشی های تلفن همراه هوشمند و اینترنت دسترسی دارند. سیل عظیمی از این مخاطبان از گوشی همراه خود برای اتصال به شبکه های اجتماعی استفاده می کنند و ساعت های زیادی از وقت خود را صرف آن می کنند.

یک بازاریاب خوب می داند که باید ساده ترین شیوه ی دسترسی به مخاطبان را بیابد. شیوه ای که هم برای مخاطبان و هم برای بازاریابان بهترین باشد. لازم به ذکر است که همه ی شبکه های اجتماعی برای مخاطبان شما صحیح نخواهد بود، بلکه شما باید انواع



چرا بازاریابی اینترنتی باید اصلی ترین استراتژی بازاریابی شما باشد؟

تجزیه و تحلیل ها را روی شبکه های اجتماعی مختلف انجام دهید و مشخص کنید که کدام شبکه به خوبی نیازهای شما را برطرف می سازد.

۶- تبلیغات پرداخت کلیکی

در ابتدا شاید به این موضوع فکر کنید که این روش چه تفاوتی با بازاریابی موتور جستجو دارد اما جالب است بدانید که **SEM** زیرمجموعه تبلیغات کلیکی است که برای برخی از کسب و کارها کاربرد دارد در بیشتر مواقع تبلیغات کلیکی یک سایت یا موضوع را هدف قرار داده و به تبلیغات در این زمینه می پردازد تا بتواند درآمد خوبی را برای صاحبان آن کسب و کار ایجاد کند.

۷- بازاریابی وابسته

بازاریابی وابسته یا رابطه ای نوعی از بازاریابی است که در آن یک بازاریاب برای محصولات یک فروشنده خریدار پیدا می کند و در سود حاصل از این فروش سهیم می شود. این نوع بازاریابی معمولاً از طریق سایت یا ایمیل و رسانه های اجتماعی صورت می گیرد و بسته به نوع محصول می تواند برای هر کسب و کاری اندکی متفاوت باشد.

با در اختیار داشتن آخرین و مهمترین مقالات و اخبار روز دنیا در حوزه های مالی، مدیریت، منابع انسانی و فناوری، و نیز بهره مندی از دوره های آموزشی رایگان و اطلاع از آخرین بخشنامه ها و اطلاعیه های مالیاتی و ... تنها یک کلیک فاصله دارید.
در **خبرنامه آرک** عضو شوید.