禪

راهکارهای ساده جذب میلیونی مشتریان

این ده تکنیک مشتریان کسبوکار شما را میلیونی میکند

شاید شما نیز صاحب کسبوکاری هستید یا مترصد فرصتی هستید تا کسبوکاری را راهاندازی کنید. اما نگران این موضوعاید که چگونه میتوانم تعداد مشتریان کسبوکار خود را افزایش دهم؛ به گونهای که تعداد آنها نه صد نفر، نه هزار نفر بلکه به میلیونها نفر برسد. دستیابی به چنین خواستهای به سادگی امکانپذیر نیست و قواعد خاص خود را دارد.

ایتان اسمیت، مشاور توسعه کسبوکار که به شرکتهای نوپا در این زمینه مشاوره ارائه میکند و همچنین معاون مدیر بخش توسعه و بازاریابی شرکت Yummly است، در مصاحبه جالبی که در این ارتباط انجام داده توضیح داده است که چگونه شرکت Yummly موفق شد ظرف مدت 5 سال تعداد مشتریان خود از صفر نفر به 15 میلیون نفر افزایش دهد. حیطه کاری این شرکت در ارتباط با تولید نرمافزارهایی است که در حوزه آشپزی مورد استفاده قرار میگیرند. در مجموع سایت و نرمافزارهای کاربردی این شرکت موفق شدهاند پانزده میلیون کاربر از کشورهای ایالات متحده، کانادا، انگلستان و استرالیا را جذب کنند. اما این شرکت چگونه موفق شد به چنین رقم شگفتانگیزی دست پیدا کنید. ما در این مقاله ده فاکتور کلیدی مورد استفاده از سوی این شرکت را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

1.استراتژیهای سنتی هنوز هم جوابگو هستند

زمانی که ایتان در سال 2010 کار خود را در شرکت Yummly آغاز کرد، بخش عمدهای از شرکتهای نوبنیان تمرکزشان بر کانالهای بازاریابی تازهای همچون شبکههای اجتماعی و بهرهمندی از نرمافزارهای همراه طراحی شده برای اندروید و iOS قرار داشت. اما این شرکت تصمیم گرفت کارش را با سایت و بهینهسازی سایت آغاز کند . این رویکرد موفقیت عجیبی را به همراه داشت و باعث شد این شرکت به سرعت از رقبای خود فاصله بگیرد .

مطلب پیشنهادی

قوانین ناهارهای کاری در سال ۲۰۱۷

هرگز این ۱۴ کار را هنگام صرف ناهارهای کاری انجام ندهید !

2. از پتانسیلهای موجود در زیرساختهای مناسب استفاده کنید

بخش عمدهای از شرکتها برای بازاریابی روی کانالهای شناخته شدهای همچون گوگل، فیسبوک و ... متمرکز میشوند، اما طیف گستردهای از کسبوکارها در حوزه کاری خود سعی میکنند از فرصتهای منحصر به فردی که در آن حوزه وجود دارد & به منظور شکوفایی استفاده کنند . سعی کنید به دنبال انتخاب کانالهایی باشید که محصول کسبوکار شما را به مشتریان حوزه کاریتان معرفی کنند . به عبارت دیگر کانال متناسب با حیطه کاری شما باشد .

3. سرمایهگذاریهای خود را معطوف به همه کانالها نکنید

زمانی که سرمایهگذاری خود را معطوف به کانالهای محدودی کنید این زمان را به دست میآورید تا با توان بیشتری روی کانالها متمرکز شد و با مشتریان خود تعامل بهتری داشته باشید . آمارها نشان میدهند بخش عمدهای از ترافیکی که به سمت سایت شما هدایت میشوند از طریق یک یا دو شبکه اجتماعی خواهند بود . شرکت Yummly در ابتدا فکر میکرد مردم به دنبال آن هستند تا تصاویر متعلق به غذاهایی که درست کردهاند را در شبکههای فیسبوک و اینستاگرام قرار دهند، اما در نهایت مشخص شد ترافیک وارد شده به سمت این شرکت عمدتا از طریق توییتر و پینترست بوده است. تجربه نشان داده است شبکههایی که کمتر نامی از آنها به میان میآید، در هدایت ترافیک به سمت سایت شما تاثیرگذار هستند .

5- لا تهمل بناء روابط خارجية قوية

لكن هذا لا يعني أن تقوم بشراء روابط من مواقع مشبوهة أو تستخدم برامج لإنشاء روابط آلية. هذه الطرق قد تعطيك نتائج سريعة، لكنها ستضر بموقعك على المدى الطويل. ابحث عن روابط طبيعية من مواقع ذات صلة بمجال عملك. يمكنك استخدام أدوات مثل Majestic SEO أو Search Metrics لتحليل روابط منافسيك ومعرفة مصادرها.

روابط مشبوهة

روابط لا تفيد موقعك

[اضغط هنا لتعرف المزيد عن كيفية بناء روابط خارجية قوية لموقعك!]

6. استخدم تقنيات تحسين محركات البحث في تطبيقات الهاتف

إذا كان لديك تطبيق للهاتف، فيجب عليك استخدام تقنيات تحسين محركات البحث لتطبيقات الهاتف. هذه التقنيات تساعد على ظهور تطبيقك في نتائج البحث عندما يبحث المستخدمون عن كلمات مفتاحية ذات صلة. من أهم هذه التقنيات app indexing و deep linking. app indexing تسمح لمحركات البحث بفهرسة محتوى تطبيقك، بينما deep linking تسمح بالانتقال مباشرة إلى صفحة معينة داخل التطبيق. يمكنك استخدام أدوات مثل Google Now و Spotlight Search لاختبار تطبيقك.

7. لا تهمل تحسين تجربة المستخدم

تجربة المستخدم هي أحد العوامل المهمة التي تؤثر على ترتيب موقعك في نتائج البحث. إذا كان موقعك بطيئًا أو صعب الاستخدام، فسيغادر الزوار موقعك بسرعة، مما يؤثر سلبًا على معدل الارتداد. لذلك، يجب عليك التأكد من أن موقعك سريع الاستجابة وسهل التنقل. يمكنك استخدام أدوات مثل Google PageSpeed Insights لتحليل سرعة موقعك واقتراح طرق لتحسينها. يجب أن تكون تجربة المستخدم win-win لكل من الزائر ومحركات البحث.

8. ממש כמה שיותר מהמכתב של מישהו אחר כדי שתוכלו לחסוך זמן

כמעט כל המכתבים שאני כותב כמעט כל יום מתחילים מכך שאני מחפש מכתב שכתב מישהו אחר שאני יכול להשתמש בו כתבנית. אני לא. אני מתחיל מדף ריק ומנסה לכתוב משהו שיהיה מקורי ומעניין. אני לא מנסה לחסוך זמן. אני מנסה לכתוב משהו שיהיה שווה את הזמן שלכם.

9. אתם לא חייבים להיות מקוריים לגמרי

אני מתחיל מכך שאני מחפש מכתב שכתב מישהו אחר שאני יכול להשתמש בו כתבנית. א

جوابگو است. در نتیجه در ارتباط با سایر برنامههای کاربردی، بازاریابی ویروسی تنها از طریق تکنیکهای بحثآفرینی شبیه به هرزنامههای فهرست مخاطبان ممکن است جوابگو باشد . او پیشنهاد میکند به جای این تکنیک بر ارزش افزوده مخاطبان متمرکز شوید . به آنها اجازه دهید دانستنیهای خود در ارتباط با محصول شرکت شما را با یکدیگر به اشتراک قرار دهند . او میگوید بدون آنکه از هیچ تکنیک فریبنده یا گمراه کنندهای استفاده کنید، تنها بر چند کانال بازاریابی متمرکز شده، از آنها درست استفاده کرده و برای مخاطبان خود ارزش قائل شوید .

نویسنده :
حمیدرضا تائبی
دسته بندی:
موفقیت و کارآفرینی
تاریخ انتشار :
10:18 - 20/02/1396
برچسب:
موفقیت - کارآفرینی - مشتری - بازاریابی - شبکه اجتماعی - محصول - استراتژی - سئو - فناوری - کسبوکار

نشانی
□□□□:https://www.shabakeh-mag.com/success-and-entrepreneurship/7566/%D8%A7%DB%8C%D9%86-%D8%AF%D9%87-%D8%AA%DA%A9%D9%86%DB%8C%DA%A9-%D9%85%D8%B4%D8%AA%D8%B1%DB%8C%D8%A7%D9%86-%DA%A9%D8%B3%D8%A8%E2%80%8C%D9%88%DA%A9%D8%A7%D8%B1-%D8%B4%D9%85%D8%A7-%D8%B1%D8%A7-%D9%85%DB%8C%D9%84%DB%8C%D9%88%D9%86%DB%8C-%D9%85%DB%8C%E2%80%8C%DA%A9%D9%86%D8%AF