



چگونه می‌توانیم از مهندسی معکوس برای رشد استارت آپ خود استفاده کنیم؟

نکته مهمی که به عنوان یک کارآفرین باید به آن توجه داشته باشید این است که از مقایسه خود با دیگران دوری کنید. به واسطه آن‌که این قیاس سودی برای شما به همراه ندارد. موضوع مهمی که باید به آن توجه داشته باشید این است که به سرعت استارت شروع کار را بزنید و از سنج‌ها برای دستیابی به اهداف کوتاه‌مدت استفاده کنید. فراموش نکنید که باید یک ایده را به وجود آورده تا بر مبنای آن ایده کار خود را آغاز کرده و به جلو حرکت کنید.

بهترین برنامه جذب مشتری، برنامه‌ای است که در آن خط‌مشی‌های راهبردی قابل ارزیابی به درستی سازمان‌دهی شده باشند. اغلب استارت‌آپ‌ها در پیاده‌سازی این کار تعلل می‌کنند که همین موضوع باعث می‌شود در درازمدت با مشکلات عدیده‌ای روبرو شوند. حتی اگر هیچ برنامه‌ای نداشتند تا از این داده‌ها در کوتاه مدت استفاده کنید، مطمئن باشید در آینده زمان کافی در اختیار خواهید داشت تا ارزیابی‌های عمیق و دقیق‌تری در این زمینه داشته باشید. به گونه‌ای که کمپین جدید خود را بر مبنای این داده‌ها راه‌اندازی کرده و تاثیرگذاری مثبت آن را به خوبی مشاهده کنید. فراموش نکنید که از همان روز آغازین باید به ثبت داده‌ها بپردازید.

مهم نیست برای این منظور از ابزارهای تحلیل‌گیر پرداختی پیچیده همچون گوگل آنالیتیکس یا یک کانال ساده جذب مشتری استفاده کرده باشید؛ موضوع مهم این است که از همان آغاز کار و در کوتاه‌ترین زمان ممکن فرآیند ثبت و پیگیری کارها را انجام دهید. پرسشی که اغلب کارآفرینان آن‌را مطرح می‌کنند این است که چگونه می‌توانیم اطلاع پیدا کنیم که چه رخداده‌ها و سوابقی باید ثبت شده و نگهداری شوند؟ عده‌ای بر این باور هستند که باید همه فاکتورها مورد ارزیابی قرار بگیرند، اما واقعیت این است که شما تنها باید فاکتورهای مهمی که ارزش پیگیری را دارند مورد توجه قرار دهید. برای این منظور یکسری راهنمایی‌های کلی وجود دارد که از آن جمله به موارد زیر می‌توان اشاره کرد.

- برای شروع اهداف را در ذهن خود تداعی کنید. بر مبنای واکنش‌ها و پاسخ‌هایی که برای اتخاذ تصمیم‌ها و رشد به آن‌ها نیاز دارید، تعیین کنید که چه فاکتورهایی را باید در چه زمانی مورد بررسی قرار داده و در ادامه این فاکتورها را اولویت‌بندی کنید.
- فرآیند بررسی و ارزیابی را باید منطبق با قیف فروش انجام دهید. دقت کنید که تمام مراحل باید در قیف ثبت شده و پیگیری شده باشند. بهتر است حداقل سنج‌های AARRR را مورد ارزیابی قرار دهید.
- آزمایش‌ها را اعتبار سنجی کنید. پیش از آن‌که هرگونه کمپین بازاریابی ایجاد کنید، در اولین گام باید بدانید که موفقیت را چگونه برای خود ارزیابی کرده‌اید و در ادامه پیش از آغاز کمپین آن سنج‌ها را دنبال کنید. سایت سگمنت طراحی را با عنوان بهترین الگوهای ردیابی برای دنبال کردن فعالیت‌های شاخص ارائه کرده است. برای اطلاعات بیشتر می‌توانید به آدرس <https://segment.com/docs> مراجعه کنید.

زمانی که اهداف و سنج‌های خود را به درستی پیدا کردید، در مرحله بعد این اهداف و سنج‌ها را با فرآیند رشد ترکیب کنید تا طرح شما کامل شود. درست است که برای پیاده‌سازی فرآیند رشد راهکارهای مختلفی وجود دارد، اما ایده‌های بنیادین در همه راهکارها یکسان بوده و در حالت کلی از مراحل زیر پیروی می‌کنند.

از طریق اهداف بلندمدت و سنج‌های فعلی خود به خوبی قادر هستید فرآیند مهندسی معکوس را انجام داده و تعیین کنید وظایف و کارها باید در چه حوزه‌ای متمرکز شوند. در این مرحله باید مشکلاتی که در ارتباط با سنج‌های شما قرار دارند را مورد بررسی قرار داده و مشخص کنید مشکلات در کجا قرار دارند. آیا میانگین نسبت بازدیدکنندگان در مقایسه با نرخ آزمایش محصول جایگاه پایینی دارد؟ آیا مشکل نرخ ریزش بالا دارید؟ آیا به ترافیک بیشتری نیاز دارید؟ اگر به دنبال آن هستید تا سنج خاصی را بهبود بخشید، ابتدا باید تشخیص دهید که در کدامیک از بخش‌های قیف فروش عملکرد شما بهتر بوده تا بتوانید روی آن سنج‌های که تاثیرگذارتر بوده بیشتر سرمایه‌گذاری کنید. در ادامه از طریق فرآیند طوفان مغزی سعی کنید ایده‌های متنوع را برای آزمودن ارائه کنید. ممکن است راهکارهای متعددی برای بهبود سنج موردنظر شما وجود داشته باشد. برای شروع می‌توانید سوالات زیر را برای خود مطرح کنید.

در مقطع فعلی برای دستیابی به هدف مدنظرم باید چه فاکتوری را بهبود بخشیم؟ چگونه می‌توانم این کار را انجام دهم؟ اگر ترافیک روی سایت من کم است، باید روی چه تاکتیک‌های متمرکز شوم تا تعداد بازدیدکنندگان سایت را افزایش دهم؟ اگر آمار بازدیدکنندگان به نسبت نرخ ثبت‌نام در سایت پایین است باید از چه تاکتیک‌ها و تکنیک‌هایی استفاده کنم تا بازدیدکنندگان را مجاب سازم در سایت من ثبت نام کنند. بسته‌های تشویقی، ارائه بولتن‌های خبری و... از جمله این راهکارها هستند. توجه داشته باشید که شما می‌توانید تاکتیک‌های مدنظر را تعیین کرده و پیاده‌سازی کنید اما فراموش نکنید که بر خلاف پاراگراف‌های ابتدایی مقاله دیگر به سراغ تاکتیک‌های تصادفی نخواهید رفت، بلکه به سراغ رویکردهایی می‌روید که خاص‌منظور و پالایش شده هستند و به شکل هدفمند و دقیقی به مرحله اجرا در آمده‌اند. تاکتیک‌هایی که منطبق با اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدتی تدوین شده‌اند که باعث پیشرفت کسب‌وکار شما خواهند شد.

در نهایت

در این مطلب سعی کردیم به شما نشان دهیم که یک برنامه جذب مشتری چیست و چگونه می‌تواند به رشد استارت‌آپ شما کمک کند. دنبال کردن چشم بسته یکسری از استراتژی‌ها چیزی جز اتلاف وقت و حرکت در یک دایره محصور برای شما به ارمغان نمی‌آورد. شما باید به درستی سنج‌ها، اهداف و اولویت‌ها را مورد بررسی قرار دهید. باید به درستی بدانید که رشد چیست و رشد هک به چه معنا است. با شناخت کامل است که استارت‌آپ شما پیشرفت می‌کند.

تاریخ انتشار:

29 بهمن 1397

نشانی منبع:

<https://www.shabakeh-mag.com/startup/14104/%D8%A8%D8%B1%D8%A7%DB%8C-%D8%B1%D8%B4%D8%AF->

%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%A7%D8%B1%D8%AA%E2%80%8C%D8%A2%D9%BE-
%D8%A7%D8%B2-%D9%85%D9%87%D9%86%D8%AF%D8%B3%DB%8C-
%D9%85%D8%B9%DA%A9%D9%88%D8%B3-
%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%AF%D9%87-
%DA%A9%D9%86%DB%8C%D8%AF