

## 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 Yummlly است، در مصاحبه جالبی که در این ارتباط انجام داده توضیح داده است که چگونه شرکت Yummlly 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 کند. 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 Yummlly آغاز کرد، بخش عمده‌ای از شرکت‌های نوپیان 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 Yummlly

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 عمدتاً از طریق تویتر 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- در معرض دید قرار داشته باشید

در سال‌های اخیر تعدادی از کارشناسان این فرضیه را مطرح کردند که سئو دیگر ارزش خود را از دست داده است. اما واقعیت به گونه دیگری است. سئو همچنان یکی از تاثیرگذارترین کانال‌های بازاریابی به شمار می‌رود. به کارگیری کلمات کلیدی مناسب و بهره‌مندی از آن‌ها در تولید محتوا به طرز محسوسی به بهبود ترافیک سایت شما کمک می‌کند. ابزارهایی شبیه به Search Metrics و Majestic SEO به شما کمک می‌کنند سئو سایت خود را بهینه کرده و اطمینان حاصل کنید محتوای سایت میان کاربران به اشتراک قرار می‌گیرد.

## مطلب پیشنهادی



تقلید از روی دست میلیاردرها  
اگر می‌خواهید راز موفقیت میلیاردرها را بدانید؛ این ده مطلب را بخوانید!

## 6. دنبال به‌کارگیری فناوری‌های نوین و جدید باشید

در چند وقت اخیر حوزه بازاریابی دیجیتال دست‌خوش تغییرات زیادی شده و پیشرفت‌های قابل توجهی داشته است. بخش عمده‌ای از این پیشرفت‌ها در ارتباط با گوشی‌های هوشمند قرار داشته است. فناوری‌های کاربردی همچون app indexing و deep linking به مخاطبان اجازه می‌دهند تا برنامه‌های کاربردی گوشی همراه را ساده‌تر جست‌وجو کنند. Spotlight Search و Google Now دو ابزار قدرتمندی هستند که این روزها هوشمندتر از قبل شده‌اند. تکنیک app indexing به گوگل اجازه می‌دهد برنامه‌های کاربردی و محتوای آن‌ها را در نتایج جستجو به کاربران نشان دهد.

## 7. به دنبال افراد سلیقه‌ساز باشید

در فضای مجازی، افرادی زیادی هستند که به شخصیت‌های تاثیرگذار حوزه کاری خود تبدیل می‌شوند. این افراد همواره در مسیری قرار دارند که در نهایت به یک برند معتبر تبدیل می‌شوند. این افراد سلیقه‌ساز مورد توجه کاربران قرار داشته و باعث ایجاد علاقه در آن‌ها می‌شوند. در نتیجه با تبلیغ یک محصول به یکی از حامیان بزرگ کسب‌وکار شما تبدیل می‌شوند. ایتان بر این باور است که شما باید به دنبال پیدا کردن سلیقه‌سازهایی باشید که کمتر شناخته شده هستند. اگر این افراد را پیدا کرده و به آن‌ها اجازه دهید برند خود را بسازند در نهایت کاربران خود را به سمت

شما هدایت کرده و محصولات شما را تبلیغ خواهند کرد. این تکنیک بر مبنای متدولوژی برد-برد win-win کار می‌کند.



## 8. سعی کنید مشتریان را متقاعد سازید از زیرساخت‌های مختلف کسب و کار شما استفاده کنند

زمانی که مشتریان کسب‌وکار شما تصمیم می‌گیرند از زیرساخت شرکت استفاده کنند باید اطمینان حاصل کنید که برنامه کاربردی شما را روی تمامی دستگاه‌های همراه خود نصب می‌کنند. در چنین حالتی کاربران قادر خواهند بود از مجموعه نرم‌افزارهای به هم پیوسته‌ای که شما طراحی کرده‌اید استفاده کنند. درست همانند رویکردی که اپل سال‌ها است از آن استفاده می‌کند.

## 9. شرکت خود را به یک زیرساخت تبدیل کنید

فناوری‌های قدرتمندی همچون URX فرآیند یکپارچه کردن برنامه‌های کاربردی با یکدیگر را ساده کرده و به کاربران کمک می‌کنند ساده‌تر از قبل از یک برنامه کاربردی به برنامه دیگری بروند. بارزترین مثالی که در این زمینه می‌توان به آن اشاره کرد آفیس مایکروسافت است. به طور مثال Yumly وبجدهایی را برای مخاطبان خود در نظر گرفت که به وبلاگ‌نویسان اجازه می‌دهد در زمان نوشتن دستور طبخ غذا از آن استفاده کنند.

## مطلب پیشنهادی



ابتدا گوش کنید؛ بعد خرید کنید!  
کتاب صوتی «۹ مرد موفق؛ ۹۰ رمز موفقیت»

## 10. درباره بازاریابی ویروسی واقع‌بین باشید

بازاریابی ویروسی همواره بحث‌برانگیز بوده است. تنها تعداد انگشت‌شماری از کسب‌وکارها موفق شده‌اند از طریق راه‌اندازی کمپین‌های ویروسی به رشد و شکوفایی دست پیدا کنند. ایتان بر این باور است که این تکنیک تنها در ارتباط با یکسری حالت‌های خاص همچون نرم‌افزارهای پیام‌رسان و زیرساخت‌های پولی 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 دانستی‌های 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.

## تاریخ انتشار:

20 اردیبهشت 1396

---

### نشانی منبع:

<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>