



۱۴ استراتژی دیجیتال مارکتینگ برای تجارت الکترونیکی

در این مقاله در مورد استراتژی های بازاریابی دیجیتال مارکتینگ، ایمیل مارکتینگ و اصول تجارت الکترونیکی و راه اندازی هوش مصنوعی در آن توضیحاتی داده شده است.

همه ما می دانیم در عصر جدیدی از کسب و کارها یعنی عصر دیجیتال مارکتینگ زندگی می کنیم، برای همین سایت های تجارت الکترونیک چالش های زیادی را برای شروع یک کسب و کار آنلاین دارند. رقابت با میلیون ها گزینه خرید بسیار زیاد است، با این همه رقابت باز هم فضاها و جای خالی های زیادی در کسب و کار آنلاین در اکثر کشورها بخصوص ایران به چشم میخورد پس فرصت خوبی است تا استراتژی های بازاریابی را یاد بگیرید و وارد تجارت الکترونیک یا دیجیتال مارکتینگ شوید.

با پیشرفت تکنولوژی و متولد شدن دیجیتال مارکتینگ قدم زدن در بازار برای مردم دنیا را خیلی راحت کرده است. برای این دلیل به لطف گوگل و اینترنت، مردم می توانند به راحتی و به سرعت قیمت ها را

بررسی کنند، و محصولات شما را با رقبای خود مقایسه کنند و تصمیم بگیرند قبل از رسیدن به سایت شما چه چیزی بخرند.

با چشم انداز گسترده دیجیتال مارکتینگ که هر روز در حال رشد است، قصد داریم در این مطلب شما را با ۱۴ استراتژی بازاریابی دیجیتال مارکتینگ آشنا کنیم که افراد زیادی با این ۱۴ استراتژی در ایران به درآمدهای بسیار بالایی رسیدند.

۱) تجسم محصول از طریق عکاسی را تقویت کنید



مصرف کنندگان یا خریداران و کاربران خیلی دوست دارند که به هر نوع اطلاعاتی که در مورد محصولات شما می خواهند در هر زمان دسترسی داشته باشند. بسیاری از مشتریان در اینترنت بصری هستند یعنی دوست دارند محصول را به خوبی مشاهده کنند و بعد اقدام به خرید نمایند. استفاده از تصاویری با جزئیات بیشتر و کیفیت بالاتر این امکان را به مشتری می دهد که محصولات شما را به سرعت و بدون دردسر ببینند و خرید کنند حتی بدون خواندن توضیحات در مورد آن محصول که این کار یکی از مزیت های دیجیتال مارکتینگ و تجارت الکترونیکی است.

ابزارهای که به وسیله آن ها می توانید به افراد امکان زوم بزرگنمایی بدهید تا راحت روی عکس محصولات عمل زوم را انجام دهند، حتی میتوانید از زومی استفاده کنید که مشتریان شما محصولات را برای نمای ۳۶۰ درجه بچرخانند،

اگر فناوری سه بعدی را برای محصولات خود فراهم کنید، مشتریان تجربه خرید خوب را از شما بخاطر خواهند داشت. طبق آمار و بررسی های صورت گرفته در حوزه دیجیتال مارکتینگ، ۲۵ تا ۳۰ درصد افزایش فروش وب سایت هایی که فروش بالایی دارند در تصاویر محصولاتشان از تصاویر سه بعدی استفاده می کنند.

۲) تهیه فیلم از محصولات



نشان دادن عکس های با کیفیت از محصولات برای مشتریان خود از با ارزش ترین استراتژی های بازاریابی در دیجیتال مارکتینگ به حساب می آید.

اگرچه همه محصولات به ویدئو احتیاج ندارند، اما اگر چیزی برای نمایش دارید آن را بصورت فیلم با کیفیت نمایش دهید) HubSpot. یک توسعه دهنده و بازاریاب از محصولات نرم افزاری برای بازاریابی

و فروش ورودی است) گزارش داد که ۸۱٪ از مصرف کنندگان می گویند که ویدئو به ما این امکان را میدهد که با اطمینان خاطر خرید خود را انجام دهیم. هر چه قدر بیشتر جزئیات محصولات خودتان را در یک ویدئو بخوبی نشان دهید مشتریان به راحتی از شما خرید می کنند.

۳) اهرم هوش مصنوعی (AI)



هوش مصنوعی می تواند تأثیر قابل توجهی در فروش تجارت الکترونیکی شما داشته باشد. با هوش مصنوعی میتوانید رفتار مشتریان و کاربران خود را جمع آوری کنید و نسبت به ثبت واکنش آنها اقدام کنید و بعداً می توانید گزینه های نرخ خرید، نرخ مشارکت و موارد دیگر را بررسی کنید. حال با این اطلاعاتی که از طریق هوش مصنوعی جمع آوری کردید می توانید عملکرد وب سایت خودتان را بهبود دهید و کاربران سایت را به مشتریان وفادار خود تبدیل کنید.

مشتریان و کاربران شما هر چه قدر احساس خوب و تجربه خرید خوبی از سایت شما داشته باشند بازگشت دوباره آنها به سایت شما بیشتر شده و باعث میشود نظرات مثبتی را در وب سایت شما ثبت کنند.

هوش مصنوعی الگوریتم هایی را برای سایت شما پیش بینی می کند که چه کالاهایی ممکن است بازدید کنندگان بخرند و براساس این الگوریتم ها میتوانید محصول مورد نظر هرکاربر یا مشتری را برایش پیشنهاد دهید. همچنین می توانید از هوش مصنوعی برای بهبود بخشیدن به کار پشتیبانی سایت خود استفاده کنید و یک تجربه و خاطره خوب را برای مشتریان خود از لحظه خرید تا تحویل بدهید و نتیجه این کار رضایتمندی بیشتر مشتری را در پی خواهد داشت پس حتماً از قابلیت های هوش مصنوعی در سایت خود استفاده کنید.

برای همین است که اکثر کسب و کار های سنتی میخواند به دنیای دیجیتا مارکتینگ روی بیاورند.

۴) اضافه کردن قابلیت فیلتر محصولات به سایت



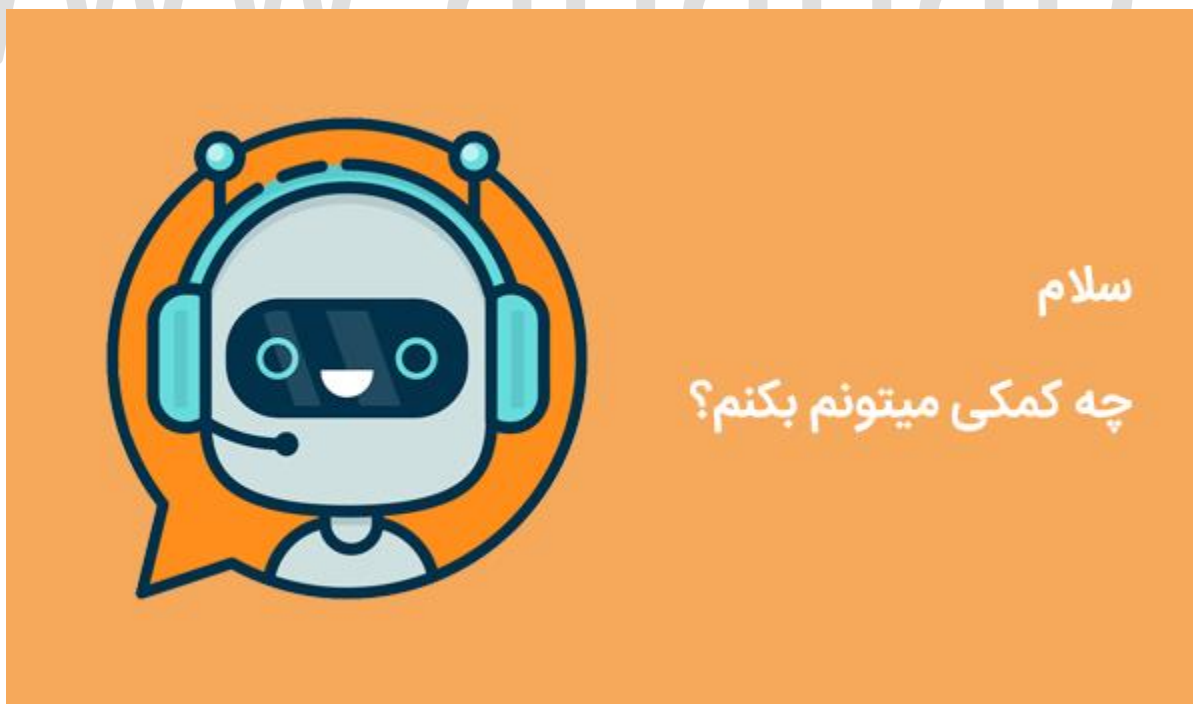
منظور از فیلتر این است که یک ابزاری در سایت داشته باشید تا مشتریان شما با سلیقه خودشان محصول مورد نظر خود را انتخاب کنند.

زمانی که تنوع محصولات در سایت بیشتر می شود باید یک فیلتر پیشرفته در سایت خود ایجاد کنید چرا که اکثر مشتریان زمان و حوصله نگاه کردن تک تک محصولات موجود در سایت شما را ندارند، و باید شرایطی فراهم کنید تا بادقت و سرعت بالاتری محصول مورد نظرش را انتخاب نماید.

هیچ کس وقت ندارد که سایت شما را بر اساس یک برنامه موجودی پیچیده که برای آنها معنی ندارد جستجو کند. در عوض ، شما باید وسایل لازم را در اختیار آنها قرار دهید تا بتوانند شرایط خود را تهیه کنند و به سرعت نیاز خود را پیدا کنند.

با توجه به اینکه ۴۲٪ سایت های مهم تجارت الکترونیکی از فیلتر پیشرفته استفاده نمی کنند، لذا می توانید با افزودن این قابلیت فیلتر در سایتتان نرخ تبدیل، فروش و افزودن به سبد خرید را به شکل شگفت انگیزی افزایش دهید و خرید را برای کاربران و مشتریان خود بسیار آسان کنید.

۵) در چت های آنلاین خود از ربات استفاده کنید



بهره بگیریم این یک هوش مصنوعی است، ولی این کار استراتژی خاص خود را دارد. پاسخ دادن دقیق و بهتر به سوالات کاربران و مشتریان احتمالی باعث افزایش فروش و خرید آسان می شود و شاید آنها را به مشتریان دائمی سایت تبدیل کند.

دلیل اینکه با اینکار فروش شما افزایش می یابد این است که شما به سوالات خریداران فوراً پاسخی در جهت رفع ابهامات مشتریان می دهید و آنها نیز به راحتی در مسیر خرید هدایت میشوند.

پاسخ هایی که ربات ها به مشتریان می دهند از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است چون به راحتی می تواند مسیر خرید را تغییر دهد، پس با این ربات ها می توانید طوری پاسخ خریداران را دهید که خریداران این حس را داشته باشند که بایک انسان در ارتباط هستند.

حتی می توانید از ربات و سیستم های اتوماتیک برای فروش ها و تخفیف های ویژه خود استفاده کنید بطور مثال هر وقت تخفیف ویژه در سایت خود داشتید به کاربران سایتتان اطلاع رسانی شود.

www.ananab.ir

6) تنوع در تحویل محصول به خریدار



تنوع محصولات



یکی از راه های عالی برای کم کردن رهایی سبد خرید مشتریان انعطاف پذیر کردن تحویل محصول به مشتری می باشد، و یکی از دلایلی که مشتریان خرید خود را انجام نمی دهند گزینه های نامناسب برای

ارسال محصول است. ۴۵ درصد از مشتریان آنلاین هنگامی که می دانند گزینه های تحویل محصول متناسب با نیاز آنها نیست، سبد خرید خود را رها می کنند.

کاربران سایت شما انتظار دارند که بعد از پرداخت وجه محصول مورد نظرشان خیلی سریع به دستشان برسد یا توقع دارند انتخاب کنند محصول کمی دیرتر به دستشان برسد و در مقابل هزینه ارسال برایشان کمتر باشد، به همین دلیل تنها وظیفه شما فقط فروش یک محصول نیست بلکه باید راه های ارسالی بیشتری را برای خریداران در نظر بگیرید تا خریدار گزینه های بیشتری برای تحویل داشته باشد.

این بدان معنا نیست که شما باید از پهنای باند هواپیمای بدون سرنشین پرش کنید. این بدان معناست که خدمات بیشتری را برای مشتریان سایتتان بدهید.

بطور مثال می توانید از پست پیشتاز، پست سفارشی، پیک موتوری در شهر مورد نظر، پست تیپاکس استفاده کنید.

www.ananab.ir

۷) رها کردن سبد خرید



همانطور که در بالا ذکر شد، شمار زیادی از خریداران بخاطر گزینه های نامناسب ارسال با شرایط خودشان سبد خرید را رها می کنند بیشتر از ۶۹ درصد از موارد زمانی است که هزینه های ارسال بالا و منطقی نباشد، یک دلیل دیگر از رها کردن سبد خرید این است که فرایند خرید آسان نبوده و برای خریدار بسیار پیچیده است. پایین بودن سرعت سایت در صفحه تسویه حساب یکی دیگر از مشکلات سایت هست که باعث رها کردن سبد خرید می شود. بنابراین باید فرایند را ساده کرد و سرعت سایت و گزینه های ارسال محصول را افزایش داد تا مشتریان و کاربران سایت شما سبد خرید را رها نکنند.

یکی از بهترین و موثرترین راهکارها برای برگرداندن افراد به سبد خرید استفاده از استراتژی ایمیل مارکتینگ یا بازاریابی ایمیلی می باشد که بوسیله ایمیل می توانید ترغیبشان کنید تا خرید خود را از سایت شما انجام دهند. براساس آمارها و بررسی های که انجام شده نیمی از ایمیل های یادآوری سبد خرید توسط خریداران شما باز می شود و تقریباً یک سوم از آنها منجر به خرید کامل می شود.

در زیر توضیحی در مورد ایمیل مارکتینگ را مطالعه کنید:

ایمیل مارکتینگ یکی از پیشرفته ترین استراتژی بازاریابی در دنیاست.

اگر محتوا پادشاه است پس ایمیل مارکتینگ ملکه است. مشاغل زیادی وجود دارند که توانایی درک واقعی پتانسیل ایمیل مارکتینگ را ندارند.

بعد از چند ایمیل که هیچ کس دریافت نمی کند تعداد زیادی از بازاریابان فعالیت خود را ناکارآمد عنوان می کنند. این یکی از بزرگترین اشتباهاتی است که می توانید در حال حاضر انجام دهید زیرا بازاریابی از طریق ایمیل مارکتینگ یکی از موثرترین کانالهای ارتباطی است که به مارک ها اجازه می دهد روابط خود را با مشتریان خود شکل دهند.

بیش از ۸۶٪ از متخصصان مشاغل در هنگام برقراری پیام های ماهیت تجاری، از ایمیل مارکتینگ استفاده می کنند. یک آمار جالب دیگر از ایمیل مارکتینگ نشان می دهد مشتریانی که محصولات خود را از طریق ایمیل خریداری می کنند احتمالاً ۱۳۸٪ بیشتر از افرادی که جزء لیست نیستند خرج می کنند.

این که آیا شما یک تجارت کوچک را اداره می کنید کتاب الکترونیکی را تبلیغ می کنید یا یک شرکت چند ملیتی را هدایت می کنید بازاریابی از طریق ایمیل مارکتینگ احتمالاً بهترین "سلاح" شما در برابر رقابت شماست. یک لیست ایمیل کاملاً تغذیه شده نشان دهنده یک سرمایه گذاری قابل توجه است که می تواند به طور مداوم مورد استفاده قرار گیرد تا عملکرد نتایج کسب و کار شما را تقویت کند.

این چند گزینه را در ایمیل مارکتینگ رعایت کنید:

۱- مخاطب هدف خود را در ایمیل مارکتینگ بشناسید.

۲- ایمیل های خود را کوتاه، مختصر و با ارزش نگه دارید.

۳- به طور صحیح عناوین خود را بهینه کنید.

۴- عناوین خود را تست کنید.

۵- لیست خود را بخش بندی کرده و ایمیل های خود را شخصی سازی کنید.

۶- مشتریان خود را که برای CTA استفاده می کنید دریافت کنید.

CTA یا Call To Action یعنی دکمه فراخوان یا اقدام به عمل

۷- تست و بهینه سازی

۸- از مزایا بگویید نه از ویژگی ها

۹- هرگز برای لیست ها پرداخت قرار ندهید.

دنیای دیجیتال مارکتینگ این امکانات را برای ما فراهم کرده تا به راحتی کسب و کار آنلاین خود را راه اندازی کنیم.

۸) افزودن به علاقه مندی ها را به سایت اضافه کنید



داشتن لیست علاقه مندی ها در سایت می تواند به فروش هرچه بیشتر شما کمک کند. چون شما متوجه خواهید شد که کاربران شما به چه محصولاتی علاقه مند هستند که با داشتن این اطلاعات می توانید برای کاربران سایتتان پیشنهادات شگفت انگیز از طریق ایمیل برایشان بدهید و این لیست با ارزش علاقه مندی ها را به خرید نهایی و تبدیل به مشتریان وفادار بکنید.

به جز افزودن علاقه مندی ها گزینه های دیگری هم وجود دارد که عبارتند از:

- ۱- اضافه کردن گزینه موجود شد به من اطلاع بده.
- ۲- هشدار دادن موجودی کم محصول برای ترغیب کردن به خرید
- ۳- نشان دادن موجودی محصول در کنار محصول

۹) ثبت نظر برای محصولات و محتوای شما



هیچ چیزی با ارزش تر از این نیست که مشتری یا خریدار محصولی را ببیند که اشخاص دیگر، از خرید آن محصول رضایتمندی کامل داشته باشند و نظرات مثبت را برای آن محصول ثبت کرده اند ثبت نظرات مثبت خریداران قبلی برای محصولات باعث می شود اطمینان خاطر برای خریدار جدید بدهد. احتمال خرید محصولی که مورد استقبال و مورد تایید خریداران قبلی بوده ۵۴ درصد بیشتر از محصولات دیگر است. طبق گفته Salesforce ، پنجاه و چهار درصد مشتریان به احتمال زیاد به مصرف کننده های قبلی اعتماد میکنند و خرید خود را طبق نظرات آنها انجام می دهند.

۲ روش ساده برای تجربه و نظر کاربران وجود دارد:

- ۱- استفاده از هشتگ در همه شبکه های اجتماعی
- ۲- ارائه راهی آسان برای مشتریان برای ارسال نظرات در سایت شما

۱۰) نمایش خوب سایت شما در گوشی (رِسپانسیو)



طبق آمارها و بررسی های انجام شده Outerbox ، هفت درصد از کاربران تلفن همراه ظرف شش ماه گذشته قبل از بررسی خود اقدام به خرید آنلاین از طریق تلفن های خود کرده اند. پس این بسیار مهم است که وب سایت شما در گوشی نمایش خوبی داشته باشد یا نداشته باشد.

برخی از استراتژی های بازاریابی شامل موارد زیر است:

- ۱- یک سبد خرید خوب و با قابلیت دسترسی آسان برای مشتری
- ۲- دکمه سبد خرید بصورت چسبان باشد و طوری باشد که با بالا و پایین کردن سایت در موبایل قابل مشاهده باشد.
- ۳- تسویه حساب آسان و تنوع انتخاب تحویل محصول
- ۴- دکمه های افزودن به سبد خرید که پیدا کردنشان آسان باشد
- ۵- دیدن تصاویر محصول در گوشی با قابلیت زوم کردن
- ۶- ثبت نام آسان در سایت از طریق موبایل

طبق گفته Adweek ، گوگل به نتیجه ای رسیده که ۷۳٪ از کاربران برای استفاده از سایتی که نمایش خوبی در صفحه نمایش موبایلشان ندارد ، فوراً آن سایت را ترک می کنند.

این به این معنی نیست که شما نیاز به ایجاد یک برنامه برای سایت تجارت الکترونیکی خود داشته باشید ، بلکه آگاهی از نحوه خرید مشتریان به شما کمک می کند تا موارد مورد نیاز مشتریان را برای خرید آسان فراهم کنید.

۱۱) شخصی سازی وب سایت

استراتژی های بازاریابی از طریق شخصی سازی وب سایت



شخصی سازی وب سایت یعنی استفاده از اطلاعات جمع آوری شده در مورد بازدیدکنندگان وب سایت برای ایجاد محتوای مربوطه است که برای هر یک از بازدیدکنندگان سفارشی و منحصر به فرد است. به همین دلیل است که خریداران B2B چنین تجربه هایی را تقاضا می کنند که از طریق یکپارچه سازی تکنولوژی بسیار عالی ایجاد شده اند. تکنولوژی هایی که می تواند فرایندها و ساختارهای سازمانی را یکجا شکل دهند.

امروزه دیگر شرکت های B2B اهمیت شخصی سازی وب سایت و مزایای آن را متوجه شده اند. بخش قابل توجهی از بازار تجارت الکترونیک به شخصی سازی وب سایت موفق بستگی دارد، که یکی از روش های اصلی بهینه سازی در سایر صنایع است. خرده فروشان آنلاین از شخصی سازی وب سایت برای جمع آوری داده های مشتری، توصیه های محصول، ارسال پیام های شخصی و غیره استفاده می کنند. این تکنیک همچنین مزایای متعددی را برای صاحبان کسب و کار فراهم می کند.

مزایای شخصی سازی وب سایت:

- ۱- افزایش تبدیل
- ۲- بهبود تعامل
- ۳- توصیه دقیق محصولات
- ۴- اطلاعات و محصولات انتخابی
- ۵- ارتباطات کارآمد
- ۶- بهبود وفاداری مشتری
- ۷- مشتریان در کنترل تجربیات خود هستند
- ۸- قابلیت های جستجوی پیشرفته تر

۱۲) از هدف گیری مجدد استفاده کنید

مهمترین استراتژی های بازاریابی هدف گیری مجدد مشتریان می باشد.



هدف گیری مجدد برای یک سایت فروشگاهی یکی از نکات مهم و اساسی در موفقیت آن سایت می باشد. برای این کار میتوانید از هوش مصنوعی برای ثبت و بررسی رفتار خریداران استفاده کنید و پس از آن محصولات و خدمات خود را برای مشتریان خود نمایش دهید. کاربران با مراجعه به سایت شما از بودن این خدمات و محصولات در سایت آگاه می شوند و در نهایت به صفحه محصول مورد علاقه خودشان سریع دسترسی پیدا می کنند. به طور مثال میتوانید لینک مستقیم محصول را با تبلیغات اصولی و جذب کننده به کاربران خود از طریق ایمیل ارسال نمایید.

۱۳) ساده کردن صفحه پرداخت

یکی از استراتژی های بازاریابی ساده کردن صفحه پرداخت است.



برای رها نکردن سبد خرید توسط خریداران باید گزینه های پیچیده و اضافه را از سبد خرید حذف کنید و این بخش را به ساده ترین شکل ممکن طراحی کنید. طراحی نامناسب صفحه پرداخت باعث میشود تا خریدار صفحه پرداخت را رها کند، صفحه پرداخت به هیچ عنوان نباید چند مرحله ای باشد و همه کارها در یک صفحه انجام بگیرد. اگر دیدید یک صفحه بودن صفحه پرداخت امکان پذیر نیست و حتما باید بیشتر از یک صفحه باشد در این صورت حتما صفحات قبل از پرداخت را ساده طراحی کنید تا خریدار راحت محصولش را انتخاب کند.

نکات دیگری در مورد صفحه پرداخت این است که با قرار دادن نوار پیشرفت کار میتوانید روند کار برای خریداران بهبود دهید.

۱۴) خریدهای اجتماعی را تشویق کنید



در آخر، اما خیلی مهم، از شبکه های اجتماعی از قبیل اینستاگرام، تلگرام و فیس بوک برای تشویق خریدها استفاده کنید و امکان مشاهده محصولات خودتان را در شبکه های اجتماعی برای کاربران فراهم کنید و اجازه دهید کاربران خارج از سایت نیز اقدام به خرید محصولات شما بکنند.

نتیجه:

استراتژی های بازاریابی تجارت الکترونیکی برای ایجاد ترافیک بیشتر به سایت شما و ترغیب خریدها ضروری است. این استراتژی های بازاریابی به شما کمک می کند تا تجارت آنلاین خود را بهتر کنید و بیشتر سهم بازار گریزان را بدست آورید.