

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

تبدیل بازدید کننده به خریدار



علی نورهانی

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

مقدمه نویسنده

یکی از ابزار های بی نظیر بازاریابی اینترنتی و افزایش فروش وب سایت ایمیل می باشد. به شخصه یکی از طرفداران بازاریابی ایمیلی هستم. متأسفانه برخی از صاحبان کسب و کار اینترنتی تصور اشتباهی درباره بازاریابی ایمیلی دارند. برخی معتقدند که بازاریابی ایمیلی یعنی خرید یک بسته ایمیل و ارسال انبوه به این افراد و منتظر ماندن برای ورود این افراد به سایت و داشتن فروش رویایی. مطمئناً نتیجه مطلوبی را در این روش مشاهده نمی کنند. ارسال ایمیل با این روش نه تنها سود ده نیست بلکه می تواند تجارت شما را نابود کند زیرا در صورت اسپم شناخته شدن ایمیل های ارسالی شما، ممکن است مجبور شوید جریمه های زیادی را به شرکت ارائه دهنده هاست خودتان بپردازید.

از ابتدای کارم تا به امروز همواره در زمینه بازاریابی اینترنتی مطالعه می کنم. در تحقیقات خود، می دیدم که در سایت های انگلیسی زبان، من را به صفحه ای هدایت می کردند و با دریافت نام و ایمیل کتابی چند صفحه ای رایگان را در اختیار من قرار می دادند. پس از ترک آن سایت در روز های بعدی آن ها شروع به ارسال ایمیل به من می کردند و با پیشنهاد های جذاب خودشان در نهایت محصول خود را معرفی می کردند. مطمئناً در مرحله اول بازدید از این وب سایت ها خرید نمی کردم. ولی با دریافت چند ایمیل مفید از سوی آن ها علاقه مند به خرید محصولات آن ها می شدم. تقریباً در تمامی وب سایت هایی که در زمینه تجارت الکترونیک و بازاریابی اینترنتی فعالیت می کنند عضو هستم. و در ساعات غیر کاری ایمیل های آنان و مقالاتشان را مطالعه می کنم. من هم سه سال پیش در ابتدای کار کتابچه ای رایگان را به نام بهینه سازی ساختار سایت برای موتور های جستجو نوشتم ، حتماً شما اگر با مدیرسایت آشنا

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

باشید آن را دریافت کرده‌اید. با این کار از همان روز های اول وقتی کاربران وارد سایت می‌شدند در صورتی که به علم بهینه سازی سایت (سئو) علاقه داشتند ایمیل خودشان را در سایت وارد می‌کردند و سپس سایت را ترک می‌کردند. از آن روز تا به حال، هر روز کاربران جدیدی از طریق موتور های جستجو وارد سایت ما می‌شوند و ایمیل خود را وارد می‌کنند، ما در حقیقت لیست مشتریان خودمان را می‌سازیم.

اما انجام این کار چه مزایایی دارد:



۱- اولین مزیت آن این است که وقتی فردی وارد سایت شما می‌شود و ایمیل خودش را در اختیار شما قرار می‌دهد علاقه خودش را به خدمات سایت شما نشان داده است. در حقیقت اگر به درستی این صفحه و محصول خودتان را طراحی کنید می‌توانید اطلاعات بازار هدف خودتان را جمع آوری کنید.

نام

ایمیل

دریافت کتاب

۲- وقتی مخاطبین سایت شما را ترک می‌کنند. بعداً به راحتی می‌توانید

از طریق ایمیل آنان را به سایت خود برگردانید.

۳- در هر زمانی که فراخوان و یا محصول جدیدی داشته باشید می‌توانید

در کوتاه‌ترین زمان پیام بازاریابی خودتان را به کاربران هدف ارسال کنید.

۴- می‌توانید به آسانی در هر زمان به شیوه های مختلف از مخاطبین خودتان نظرسنجی کنید و بر

مبنای نیاز آنان خدمات و محصولات خودتان را طراحی و پیاده سازی کنید.

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

در این کتاب می‌خواهم تجربه خودم در زمینه بازاریابی ایمیلی و نکات مهم آن را با شما در میان بگذارم. در صورتی که می‌خواهید اطلاعات بیشتری در این زمینه دریافت کنید. حتماً عضو خبرنامه سایت شوید. با عضویت در خبرنامه سایت می‌توانید مقالات جدیدی که هر روز در سایت قرار می‌گیرند را در ایمیل خودتان دریافت کنید.

با تشکر

علی نورهانی

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

چرا باید از ایمیل برای بازاریابی و افزایش فروش استفاده کنیم؟

برای افزایش فروش، صاحب یک وب سایت چه کار می کند؟ مطمئناً جذب ترافیک که البته کار بسیار خوبی است. اما نکته مهم این است که تصور آن‌ها برای افزایش فروش این است، تبلیغات زیادی را انجام دهیم، کاربران زیادی وارد سایت شده و شاید از سایت خرید کنند. متأسفانه با این روش هزینه زیادی را می پردازند و ممکن است بازگشت سرمایه گذاری تبلیغات خوبی نداشته باشند. در بسیاری از موارد می بینم که صاحب فروشگاه اینترنتی در همان سال اول نا امید شده و دامنه خودش را نیز تمدید نمی کند.

در تحلیلی که بین مشتریان خودمان انجام دادیم به این نتیجه رسیدیم که نرخ تبدیل وبسایت‌هایی که به این روش فعالیت بازاریابی خودشان را انجام می دهند بین ۰,۵ درصد تا ۱ درصد است. یعنی در بهترین شرایط از هر ۱۰۰ بازدید کننده سایت یک نفر از سایت آن‌ها خرید می کند. پیشنهاد می کنم فیلم چگونه نرخ تبدیل سایت را افزایش دهیم را در سایت مشاهده کنید، در این فیلم به شما نشان می دهم که چگونه با افزایش نرخ تبدیل وب سایت می توانید سود خودتان را افزایش دهید.

در بین این وبسایت‌ها مشاهده شد که از ۹۹ درصد باقی مانده ۱۸ درصد به خدمات سایت علاقه ای نداشتند و ۸۲ درصد علاقه مند به خدمات و محصولات سایت بودند ولی این افراد سایت را ترک می کردند، و شاید هیچ وقت به این سایت باز نمی گشتند، البته این آمار میانگین بین ۱۳۰ وبسایت اینترنتی ایرانی بود. اما نکته مهم این است. چگونه این ۸۲ درصد را به خریدار تبدیل کنیم؟ در این جا ایمیل به کمک ما می آید. با استفاده از استراتژی‌های بازاریابی ایمیلی، می توانیم اطلاعات این ۸۲ درصد

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

را جمع آوری کرده و با ارسال اطلاعات کامل در زمینه خدمات و محصولات خودتان به این مخاطبین، آنان را تبدیل به خریدار کنید. در این کتاب به شما می‌گویم که چگونه اطلاعات این افراد را جمع آوری کنید و نرخ تبدیل فروش خودتان را افزایش دهید.

برای شروع کار به جای این که این ۸۲ درصد سایت شما را ترک کنند باید اطلاعات آنان را جمع آوری کنیم. در حقیقت لیست مشتریان خودمان را بسازیم!

ساخت لیست مشتریان

بسیاری از صاحبان کسب و کار اینترنتی می‌خواهند اطلاعات افراد علاقه‌مند به خدمات و محصولات خودشان را داشته باشند تا در صورتی که خدمات و محصولات جدیدی برای فروش دارند. این افراد را از طریق ایمیل با خبر کنند. اگر شما می‌خواهید که اطلاعات این علاقه‌مندان را جمع آوری کنید. این کتاب را دقیقاً برای شما نوشته‌ام. نکاتی که



در این کتاب برای شما می‌نویسم حاصل تحقیقات من در این زمینه، که بیش از پانزده سال است در سایت‌های خارجی پیاده سازی شده و همچنین حاوی تجربیات شخصی من برای سایت‌های فارسی زبان است. اهمیت جمع آوری اطلاعات علاقه‌مندان بسیار بالاست و انجام این کار یکی از مهم‌ترین وظایف یک صاحب وب سایت است. برای مثال مطمئن هستم که شما شرکت Kaspersky را می‌شناسید. این شرکت نرم افزار ضد ویروس تولید می‌کند و یکی از معتبرترین و معروف‌ترین شرکت‌ها در

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

این زمینه است. در صورتی که بخواهید از این وبسایت نرم افزار نسخه سی روزه آن را به صورت رایگان دریافت کنید، قبل از هر کاری، نام و ایمیل شما را دریافت می کنند. اگر نام و ایمیل خودتان را در اختیار این سایت قرار دهید، تا پایان این مدت سی روزه ایمیل های پی در پی را دریافت می کنید و شرکت با یاد آوری زمان به پایان رسیدن این سی روز شما را تشویق به خرید نسخه یک ساله آن می کند. حتی در صورت خرید محصول در طول سال خبرنامه این شرکت را دریافت می کنید. شرکت هایی مانند Apple، Sony و دیگر شرکت های معروف نیز این کار را انجام می دهند زیرا بدست آوردن اطلاعات بازار هدف برای یک کسب و کار بسیار مهم و حیاتی است.

نکته مهم در مورد ساخت لیست علاقه مندان این است که، اگر شما رتبه خوبی در موتورهای جستجو داشته باشید، اگر ترافیک خوبی را از سایت های اجتماعی دریافت کنید و یا ترافیک خوبی را از وب سایت های دیگر دریافت کنید. هیچ کدام از این ها دارائی شما نیستند. زیرا ممکن است یک روزی دیگر ترافیک خوبی از گوگل، سایت های اجتماعی و سایت های مختلف دریافت نکنید و یا رقیبان شما این رتبه های خوب را از شما بگیرد. ولی رقیب شما نمی تواند لیست مشتریانان را از شما بگیرد. همان طور که گفتم دارائی یک کسب و کار لیست مخاطبین و مشتریان آنها است. در این کتاب به نحوه جمع آوری اطلاعات علاقه مندان و نکات کلیدی بازاریابی ایمیلی می پردازم.

بازاریابی ایمیلی بر اساس کسب اجازه

اگر شما می خواهید لیست مشتریان احتمالی خودتان را جمع آوری کنید، به جای این که خودتان

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

ایمیل و نام آن‌ها را به لیست خود اضافه کنید قبل از آن از آن‌ها کسب اجازه کنید. شرایطی را برای مخاطبین خودتان پیاده سازی کنید که با کمال میل اطلاعات خودشان را در اختیار شما قرار دهند. برای مثال: ما در وبسایت خودمان ۳ هدیه رایگان برای مخاطبین سایت طراحی کرده‌ایم.



۱- بهینه سازی ساختار سایت برای موتور های جستجو.

۲- دوره آموزشی راه اندازی وب سایت.

۳- ده روش سریع برای افزایش سریع فروش وبسایت‌ها.

با طراحی این هدایای رایگان، کاربرانی که به هر کدام از موارد بالا علاقه‌مند باشد. اطلاعات خودشان را در اختیار ما قرار می‌دهند و هدیه خود را دریافت می‌کنند. اگر شما این کتاب را از طریق ایمیل ما به صورت مستقیم از سایت دریافت کرده‌اید. قبلاً، حتماً یکی از هدایای رایگان سایت را دریافت کرده‌اید. در این شرایط شما به ما اجازه داده‌اید که خبرنامه های خود را برای شما و دیگران ارسال کنیم. بازاریابی ایمیلی به شیوه نوین یعنی همین روش. جمع آوری اطلاعات مخاطبین با کسب اجازه، البته آنان در هر زمان که مایل باشند باید بتوانند خود را از لیست شما حذف کنند.

کیفیت در مقابل تعداد

وقتی که لیست مخاطبین سایت خودتان را می‌سازید باید به این نکته مهم توجه کنید. برخی از شرکت‌ها تصورشان این است که هر چه لیست بزرگ‌تر باشد بهتر است. بنابراین هدیه ای تولید

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

می‌کنند و به بازدید کنندگان خودشان پیشنهاد می‌کنند، که هر فردی که وارد سایت می‌شود، آن را دریافت می‌کند. با انجام این کار وقت و منابع خودتان را مصرف می‌کنید. دقت کنید که باید سیستم جمع آوری لیست مخاطبین شما به گونه ای باشد که افرادی که به خدمات و محصولات شما علاقه‌مند هستند عضو لیست شما شوند، نه هر بازدیدکننده ای که وارد سایت شما می‌شود.

برای مثال اگر شما هدیه ای برای افزایش فروش وبسایت دارید، نباید در متن صفحه هدیه بنویسید که با دریافت این کتاب و مطالعه آن ثروتمند می‌شوید، با انجام این کار هر فردی که به ثروتمند شدن علاقه‌مند است، مطمئناً این کتاب را دریافت می‌کند و شاید هم برخی از مخاطبین واقعی به محصول شما بی اعتماد شده و محصول شما را دریافت نکنند. در صورتی که بهترین متن برای محصول شما افزایش سریع فروش برای صاحبان وبسایت است. یکی از محصولات هدیه سایت ما به این نام است. تمامی افرادی که این هدیه را که یک فایل صوتی آموزشی است را دریافت می‌کنند صاحب وبسایت هستند زیرا این محصول این افراد را هدف خود قرار داده است.

پس به این نکته باید توجه کنید که ساخت لیست باید کاملاً اصولی باشد. در این سیستم باید فقط و فقط، ایمیل افرادی را جمع آوری کنید که به خدمات و محصولات شما علاقه‌مند هستند. با انجام این کار می‌توانید به دقت نرخ تبدیل اعضای لیست به خریداران خودتان را محاسبه کنید. با پیاده سازی صحیح این سیستم شاهد افزایش فروش خودتان خواهید بود چون پیام خودتان را دقیقاً به بازار هدفتان ارسال می‌کنید.

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

چگونه اطلاعات مخاطبین خدمات و محصولات خودمان را جمع آوری کنیم؟

خوب تا این جای کار با مزایای ساخت لیست علاقه‌مندان به خدمات و محصولات سایت آشنا شدید. حالا نوبت این است که این سیستم را در سایت خودمان پیاده سازی کنیم و از همین امروز جمع آوری اطلاعات علاقه‌مندان سایت را شروع کنیم.

برای جمع آوری اطلاعات مخاطبین باید یک محصول هدیه تولید کنیم. این محصول هدیه می‌تواند یک کتاب آموزشی، فایل صوتی و تصویری و یا پیشنهاد یک خبرنامه باشد. در سایت یک مقاله رایگان قرار دارد که با مطالعه آن می‌توانید نحوه تولید این محصولات رایگان را مشاهده کنید. پس از این که محصول خودتان را تولید کردید باید آن را در صفحه قرار دهید که به این سه نام شهرت دارد:



۱- Landing Page

۲- OPT-in Page

۳- Squeeze Page

طراحی این صفحه با بقیه صفحات سایتتان متفاوت است. در این صفحه هیچ کدام از المان‌های اصلی سایت شما وجود ندارد. در این صفحه کاربر فقط یک انتخاب دارد. یا به محصول هدیه شما علاقه‌مند می‌شود و اطلاعات خود را وارد کرده و آن را دریافت می‌کند و یا این که به محصول شما علاقه‌ای ندارد و صفحه را ترک می‌کند. شاید از خودتان پرسید که چرا باید به این گونه طراحی شود. در ابتدا انجام این کار برای من خیلی سخت بود. چون هزینه‌های تبلیغاتی زیادی برای گوگل و تبلیغات بنری در

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

سایت‌های مرتبط با کار خود می‌دام. و مخاطبین را مستقیماً به صفحه دریافت کتاب بهینه سازی سایت هدایت می‌کردم. مخاطبین یا محصول را دریافت می‌کردند و یا سایت را ترک می‌کردند. ولی با مشاهده نتایج مثبت به این کار ادامه دادم، دلیل آن کاملاً روشن است. اگر فرد به محصول علاقه داشته باشد حتماً محصول را دریافت می‌کند. یعنی در حقیقت به خدمات و محصولات آتی شما علاقه‌مند است. ولی اگر این کار را نکند و سایت را ترک کند مطمئن باشید به احتمال زیاد به خدمات و محصولات شما علاقه‌مند نیست و یا اگر کاربر هدف وارد سایت شده نتوانسته‌اید محصول خوبی برای جذب وی طراحی کنید. پس با جمع آوری اطلاعات افراد علاقه‌مند می‌توانید با ارسال ایمیل‌های اصولی آنان را به خریدار تبدیل کنید. با این روش شما می‌توانید به راحتی علاقه‌مندان وبسایت را از سایر بازدیدکنندگان سایت جدا کرده و آنان را در لیست ارزشمند خودتان قرار دهید.

در مورد صفحه OPT-in و نمونه‌های آن در این کتاب نکاتی را برای شما نوشته‌ام.

روش‌های جمع آوری اطلاعات علاقه‌مندان:

بعد از این که کاربران اطلاعات خودشان را در اختیار شما قرار دادند. به صفحه ای هدایت می‌شوند که اطلاعات کامل برای دسترسی به محصول هدیه را به مخاطب نشان می‌دهد.

ما برای جمع آوری اطلاعات مخاطبین از دو روش استفاده می‌کنیم که مزایا و معایب هر کدام را برای

شما می‌نویسم:

۱- کسب اجازه یک مرحله ای

۲- کسب اجازه دو مرحله ای.

