

رایگان و غیرقابل فروش

## چک لیست افزایش فروش پنج برابری

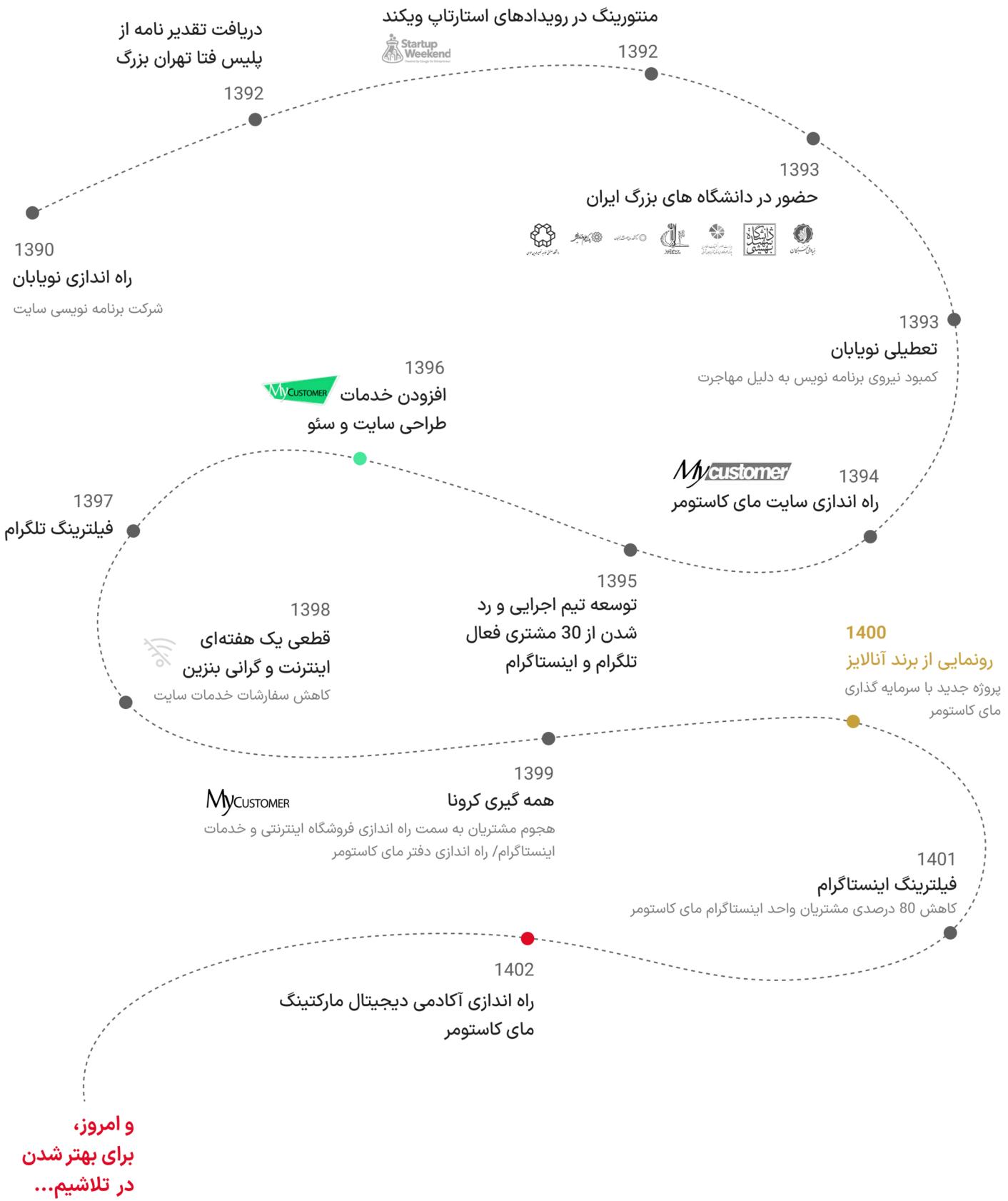
این چک لیست به صورت ساده و مفهومی طراحی شده و برای مدیران در هر سطحی مناسب است.

مرور این چک لیست زیادی از شما نمی‌گیرد، اما اطمینان می‌دهیم که نتایج آن حیرت‌انگیز خواهد بود.

به همراه دوره رایگان افزایش فروش  
و کسب و کار اینترنتی



# ۱۲ سال تجربه ما!



کوچینگ و مشاوره به صدها کسب و کار، تجربیات ارزشمند و تأثیرگذاری برای ما فراهم کرده است. این تجربیات ما را به این نتیجه رسانده که تمامی کسب و کارها می‌توانند با استفاده از راهکارهای ساده و کم‌هزینه، در کمترین زمان به افزایش فروش چندین برابری دست یابند.

مدیران بسیاری در مدت زمان کوتاهی پس از اجرای این تکنیک‌ها، به نتایج مثبتی دست یافته‌اند.

این تکنیک‌ها و چکلیست مربوطه به صورت کامل‌رایگان به شما ارائه می‌شود تا فرصتی برای افزایش فروش ایجاد کنیم و از رکود و تعطیلی کسب و کارتان جلوگیری نماییم.

برای درک بهتر و کامل‌تر از این راهکارها، به شما پیشنهاد می‌کنم حتماً دوره رایگان IBM را مشاهده کنید که لینک آن در انتهای صفحه موجود است.

با یادگیری محتوای این دوره و استفاده از مثال‌ها و توضیحات ارائه شده، میتوانید آنها را در سازمان خود به کار ببندید.

به امید موفقیت شما،  
معراج معمار نسب، مشاور افزایش فروش.

# نگاه کلی به بخش های چک لیست

بخش سه:  
ایнстاگرام

۱۷ آیتم

بخش دو:  
فروش

۲۱ آیتم

بخش یک:  
محصول و خدمت

۹ آیتم

بخش شش:  
تبليغات

۷ آیتم

بخش پنج:  
سئو و بهینه سازی سایت

۱۱ آیتم

بخش چهار:  
سایت و فروشگاه اینترنتی

۱۳ آیتم

بخش نه:  
برند سازی

۷ آیتم

بخش هشت:  
بازاریابی

۷ آیتم

بخش هفت:  
کمپین ها

۸ آیتم

بخش ۵:۵  
دیجیتال مارکتینگ

۷ آیتم

## بخش یک: محصول و خدمت

### انتخاب صحیح نیاز بازار

اگر در زمینه فروش مبلمان فعالیت می‌کنید و متوجه تغییر سلیقه مردم به سمت طراحی‌های مینیمالیستی شده‌اید، لازم است که محصولات خود را بر اساس این سلیقه جدید طراحی کنید. همچنین، اگر صاحب تالار پذیرایی هستید و مشاهده می‌کنید که عروس و دامادهای نسل جدید تمایل به برگزاری مراسم با تعداد مهمنان کم دارند، باید فضای تالار خود را بر اساس این الگوی جدید دیزاین کنید.

### قیمت‌گذاری مناسب

توجه به قیمت‌گذاری برندهای حرفه‌ای بسیار حائز اهمیت است. شما باید قیمت محصولات خود را به گونه‌ای تعیین کنید که مشتری احساس برد کند از خرید خود داشته باشد.

### به روز بودن کالا و خدمات

امروزه، کسب‌وکارهایی مانند بیمه بازار که به اندازه‌ی ۱۰۰ نمایندگی بیمه خدمات ارائه می‌دهند، یک الگو برای موفقیت محسوب می‌شوند. بنابراین، شما باید از روش‌ها و راهکارهای به روز در کسب‌وکار خود استفاده کنید.

### بسته‌بندی مناسب

امروز حتی در مورد سفارشات غذایی ساده نیز، بسته‌بندی نامناسب می‌تواند احساس تکرار خرید را از بین ببرد. با استفاده از بسته‌بندی اصولی، می‌توانید حس وفاداری را در مشتریان خود ایجاد کنید.

### چیدمان و دکور استاندارد

فضای فروشگاه شما می‌تواند بر تجربه خرید مشتری تأثیرگذار باشد. یک چیدمان مناسب باعث می‌شود مشتریان احساس راحتی بیشتری داشته باشند و زمان بیشتری را در فروشگاه بگذرانند. این مورد همچنین به افزایش اعتماد به برنده شما کمک می‌کند. فضای شما نمایانگر هویت شماست.

### خدمات پس از فروش

اطمینان از اینکه مشتریان پس از خرید خدمات خوبی دریافت می‌کنند، امری حیاتی است. برای این منظور باید راهکارها و سناریوهایی داشته باشید.

### سفارش و دسترسی آسان

رفتار کاربران در حال تغییر است. برخی از افراد تمایل دارند از طریق دایرکت اینستاگرام، برخی به صورت حضوری، و عده‌ای دیگر از طریق واتساپ و یا وبسایت سفارش دهنند. بنابراین، ایجاد تنوع در روش‌های سفارش و دسترسی برای مشتریان الزامی است.

### مشاوره قبل از خرید

یکی از مهمترین عواملی که می‌تواند فروش را تا هفت برابر افزایش دهد، قرار گرفتن فروشنده در قالب یک مشاور است که به مشتری در انتخاب کمک کند. هر چه راهنمایی و مشاوره صادقانه‌تر و دقیق‌تر باشد، مشتری وفادارتر شده و بازارابی دهان به دهان بیشتری ایجاد می‌شود.

### **□ ارائه محصولات و خدمات متفاوت**

در حال حاضر، پلتفرم‌های نوآورانه مانند «بدن خوب‌ا» توانسته‌اند به اندازه ۲۰ باشگاه بدنسازی برنامه بفروشند و سوپرمارکت اسنپ به اندازه ۱۰ هزار سوپرمارکت خدمات ارائه دهد. بنابراین، برای دستیابی به یک بازار چند برابری، ضروری است که محصولات و خدمات خود را به‌طور کاملاً متفاوت ارائه دهید.

### **□ مشاوره قبل از خرید**

یکی از مهم‌ترین عواملی که می‌تواند فروش را تا هفت برابر افزایش دهد، قرار گرفتن فروشنده در قالب یک مشاور است که به مشتری در انتخاب کمک کند. هر چه راهنمایی و مشاوره صادقانه‌تر و دقیق‌تر باشد، مشتری وفادارتر شده و بازاریابی دهان به دهان بیشتری ایجاد می‌شود.

## بخش دو: فروش

### □ انتخاب فروشنده حرفه‌ای

فروشنده حرفه‌ای باید توانایی تعامل با افراد را داشته باشد، صبور باشد و همیشه به فکر آموزش و بهبود مهارت‌های فروش خود باشد. همچنین، جلب اعتماد مشتریان از مهم‌ترین نکات برای افزایش فروش است.

### □ شناخت کاراکتر مشتری

مردم به یک شکل نیستند. برخی دیرتر اعتماد می‌کنند و برخی دیگر سریع‌تر. برای گروهی باید تأکید کنید که خرید کنند و برای عده‌ای دیگر باید اجازه دهید خودشان تصمیم‌گیری کنند. با شناخت شخصیتی هر مشتری و برخورد متناسب با او، می‌توانید به افراد با کاراکترهای مختلف بفروشید.

### □ ارتباط با مشتری

امروزه اصل و اساس فروش، ارتباط با مشتری است. تلاش کنید با مشتری ارتباط برقرار کنید. داشتن صمیمیت و ایجاد حس دوستی می‌تواند به افزایش میزان فروش کمک کند.

### □ تسلط بر خدمات و محصولات

اگر بر محصولات و خدمات رقبای خود و همچنین ویژگی‌های محصولات خود آگاه باشید، و در زمان پاسخ به سوالات مشتریان تسلط کافی داشته باشید، اعتماد مشتریان به تخصص شما افزایش می‌یابد و احتمال خرید از شما بیشتر می‌شود.

### □ شنیدن مشتری

به جای صحبت کردن و توضیحات بیش از حد، باید با پرسیدن سوالاتی نیازهای مشتری را شناسایی کنید. اجازه دهید مشتری صحبت کند تا او را بهتر بشناسید و به نیازهایش پاسخ دهید.

ویدیو رایگان مبصر فروش را مشاهده کنید و فروش خود را افزایش دهید.



### □ تسلط بر نکات متقدعاً دسازی

گاهی اوقات، استفاده از برخی کلمات می‌تواند تأثیر زیادی داشته باشد. به عنوان مثال، اگر من به شما بگویم: «لازم‌هه که این چتر رو تو بارون بخری» و یا بگوییم: «باید چتر بخری». کدومش متقدعاً دسازی که چتر بخری؟ یا میپرسم: «میخوای زیر بارون چترت سبک باشه که دستت خسته نشه؟» شما پاسخ مثبت می‌دهید و من می‌توانم بعد از آن این محصول را به شما پیشنهاد دهم. به این ترتیب، شما به خاطر سبک بودن چتر حتی ممکن است دو برابر هزینه کنید.

### □ راهکارهای ارائه تخفیف و اعتمادسازی

تعیین اصولی تخفیف‌ها بسیار اهمیت دارد. برای مثال می‌توانید بگویید: "اگر این کالا را تا امروز تهیه کنید، یک کالا دیگر هم با ۲۵ درصد تخفیف به شما ارائه می‌شود." یا می‌توانید اعلام کنید که با خرید این محصول، مبلغ ۵۰۰ هزار تومان در حساب شما شارژ خواهد شد. این‌گونه هم تخفیف داده‌اید و هم مشتری را برای خرید مجدد ترغیب کرده‌اید.

## □ نکات وفادار سازی و تکرار خرید

برای جذب هر مشتری، شما احتمالاً هزینه‌های زیادی را صرف می‌کنید تا اعتماد او را جلب کرده و خرید اول را انجام دهد. بنابراین، چرا نباید اقداماتی انجام دهید تا مشتریان شما دوباره خرید کنند؟ (ویدیو "فروش ضربدر سه" را در دوره رایگان IBM مشاهده کنید).

## □ عنوان گردن مزیت‌های رقابتی

خیلی مهم است که قبل از ارائه قیمت، مزیت‌های محصول را بیان کنید. فرض کنید یک مشتری می‌پرسد: "این یخچال چند است؟" شما می‌توانید فقط بگویید: "40 میلیون تومان"، یا می‌توانید بگویید: "این یخچال دارای رنگ کوره‌ای است که به مدت 10 سال دچار خط و خش نمی‌شود و کمترین صدای موتور را دارد. همچنین قیمت آن 40 میلیون تومان است و 24 ماه گارانتی نیز دارد"

## □ از رقبا بد نگوییم

به هیچ عنوان نباید از رقبای خود بد بگویید. زمانی که مشتری از رقیب شما انتقاد می‌کند، سعی کنید بحث را عوض کنید و فقط به او گوش دهید. هرگز چیزی به بدگویی درباره رقبا اضافه نکنید.

## □ در تله قیمت نیفتید

بزرگترین مشکل فروشنده‌گان این است که مشتری مسیر را به قیمت می‌برد. در ویدئو "مبصر فروش"، توضیحات کاملی در این زمینه ارائه شده است که می‌توانید به طور رایگان مشاهده کنید.

## □ به خرید بعدی پل بزنید

اگر مشتری بعد از مراجعه خرید کرد یا حتی بدون خرید محل را ترک کرد، حتماً جملات مشابه زیر را با او در میان بگذارید: "امیدوارم در مراجعه بعدی بتوانم بیشتر به شما کمک کنم." یا بگویید: "آن شاء الله برای دختر یا آشنا یا بانتان این محصول را تهیه کنید." حتی در زمان پاسخ به تلفن یا چت، یک جمله ساده مانند "اگر سوالی دارید، در خدمتتان هستم" می‌تواند بازخورد مثبت و چشمگیری داشته باشد.

## □ با مشتری کل کل نکنید

تلاش برای ثابت کردن اینکه مشتری اشتباه می‌کند، معمولاً نتیجه خوبی ندارد. بهتر است مشتری را به طور نامحسوس هدایت کنید تا مسیر درست را شناسایی کند یا اشتباهش را تصدیق و اصلاح کنید. این رویکرد می‌تواند تأثیر فوق العاده‌ای داشته و به افزایش فروش کمک کند.

## □ پینگ‌پنگی صحبت کنید

امروز هیچ مشتری حوصله 5 دقیقه پرزنست کردن شما را ندارد. بنابراین، بهتر است با مشتری به صورت پینگ‌پنگی صحبت کنید. مثلًا می‌توانید بپرسید: "آیا برایتان مهم است که عمر دستگاه‌تان طولانی باشد؟" مثال‌های کاربردی و دقیقی در ویدیو "مبصر فروش" ارائه کرده‌ام که می‌توانید در دوره رایگان IBM مشاهده کنید.

## □ وزیر و شاه

هرگز به مشتری نگویید که کدام محصول را بخرد؛ بلکه او را هدایت کنید تا حس کند خودش انتخاب کرده است. به عنوان مثال، دو صندلی با گزینه‌های مختلف را نشان دهید و بپرسید: "کدام یک از این‌ها برای شما راحت‌تر است؟" وقتی این اتفاق بیفتد، مشتری احساس بهتری دارد و خرید مطمئن‌تری انجام می‌دهد. همانطور که وزرا به شاه نمی‌گویند که به فلان کشور حمله کنید، بلکه می‌گویند: "اکنون نیروهای آن کشور ضعیف شده و قدرت ما بیشتر است"، در نتیجه شاه به طور ناخودآگاه می‌گوید: "بروید و آن کشور را تصرف کنید".

## □ اطلاعات عمومی فروشنده باید بالا باشد

سعی کنید با استفاده از منابعی چون کتاب‌ها و آموزش‌های مختلف، اطلاعات عمومی و آگاهی خود را افزایش دهید. این کار به شدت بر فروش تأثیرگذار است، زیرا بزرگ‌ترین روش فروش، ایجاد ارتباط و حس بین فروشنده و مشتری است.

## □ تمرکز بر افزایش سبد خرید و تکرار خرید

برای افزایش فروش، باید کاری کنید که مشتری اقلام بیشتری خرید کند. او را به سمتی هدایت کنید که خود می‌خواهد. به عنوان مثال، اگر فردی به دنبال راحتی در تمیز کردن خانه است، چند آبیتم مناسب در این زمینه به او پیشنهاد دهید. و اگر به دنبال لوکس کردن فضای خانه است، فقط کالاهای لوکس را به او معرفی کنید.

## □ اطلاعات مشتری را دریافت کنید

زمانی که مشتری اولین تماس را برقرار می‌کند یا حضوری مراجعه می‌کند، حتماً شماره موبایل و نام او را دریافت کنید. با این کار، مشتری احساس می‌کند که عضو مجموعه شماست و با شما خرید می‌کند. همچنین می‌توانید به او بگویید که مثلاً ۴۰۰ هزار تومان اعتبار شما برای خرید بعدی شارژ شده است" که این روش‌ها در ایجاد تکرار خرید بسیار مؤثر است. ما از طریق کوچینگ و بررسی سازمان‌ها، راهکارهای متتنوع و جذابی در این زمینه ارائه می‌دهیم.

## □ استفاده از نرم‌افزار CRM

علاوه بر جمع‌آوری اطلاعات اولیه مشتریان، موضوعاتی مانند تاریخچه خرید، زمان‌های یادآوری، رفتار مشتری و غیره نیز بسیار مهم و ضروری هستند. شما می‌توانید با استفاده از نرم‌افزار CRM، فروش خود را افزایش دهید و تکرار خرید حداکثری را تجربه کنید.

## □ باشگاه مشتریان

هر نهادی که بتواند فعالیت‌های مشتری را بررسی کند و یک قدم از او جلوتر باشد، در حقیقت یک باشگاه مشتریان است. باشگاه‌های مشتریان می‌توانند به صورت‌های متفاوت و با هزینه‌های مختلف ارائه شوند. ما در فرآیند عارضه‌یابی کسب و کار شما، به چگونگی اجرا و توسعه این سیستم در هر مرحله و هر تیم می‌پردازیم تا فروش شما به اهداف بیشتری دست یابد.

## بخش سه: اینستاگرام

### آشنایی با الگوریتم‌های اینستاگرام

آیا متوجه شده‌اید که وقتی به یک مهمانی می‌روید، روز بعد پروفایل چند نفر از افرادی که در آن مهمانی بودند، برای شما در اینستاگرام پیشنهاد می‌شود؟ یا اینکه وقتی به دنبال یک محصول هستید، ناگهان آن محصول در بخش اکسپلور شما نمایش داده می‌شود؟ اینها همگی به الگوریتم‌های اینستاگرام مربوط می‌شوند و شما باید با آنها آشنا باشید تا بتوانید نتایج خوبی در فروش اینستاگرامی تجربه کنید.

### داشتن ابزار مناسب برای تولید محتوا

ابزارها می‌توانند شامل یک گوشی موبایل و میکروفون ساده یا تجهیزات حرفه‌ای تر باشند. مهم این است که برای تهیه ابزار و استفاده از آنها، برنامه‌ریزی و نظم داشته باشید تا بتوانید در اینستاگرام رشد کنید.

### تیم حرفه‌ای برای تولید محتوا

یکی از مهمترین نکات در اینستاگرام این است که باید حتماً یک تیم پشت پیج شما باشد. شما هرگز نمی‌توانید پیج موفقی را ببینید که فقط یک نفر آن را مدیریت کرده باشد، مگر اینکه موضوع پیج غیر از فروش و خدمات باشد و کل زمان آن فرد صرف تولید محتوا و مدیریت پیج گردد. در ویدیوی «اینستاگرام ویژه مدیران» به طور دقیق درباره تیمسازی و استخدام صحبت کرده‌ام که پیشنهاد می‌کنم حتماً آن را در دوره رایگان IBM مشاهده کنید.

### داشتن ادمین حرفه‌ای

یک ادمین خوب باید سریعاً پاسخگو باشد، کاربران را آنالیز کند، تعاملات بالا در پیج ایجاد کند و نظم دقیقی در قرار دادن پست‌ها و استوری‌ها داشته باشد.

### سناریوهای خلاقانه و مرتبط با خدمات و محصولات

مهم است که به داشتن سناریو و خلاقیت در آنها توجه داشته باشید. ما در «آزانس مای کاستومر» با ارائه پیچه‌های مشاوره و کوچینگ اینستاگرام به شما کمک می‌کنیم تا سناریوهای خاص، حرفه‌ای و واپرال را در فضای مجازی تجربه کنید و تیم مستقل و حرفه‌ای خود را بسازید.

### استفاده از تصاویر و ویدیوهای حرفه‌ای

کیفیت تصاویر و ویدیوها، نوع تدوین و حتی نحوه فیلمبرداری در اینستاگرام بسیار مهم است. هرچند گاهی ویدیوهای ساده و معمولی هم می‌توانند واپرال شوند.

### داشتن تقویم محتوایی منظم و دقیق

برای رشد پیج خود، نیازمند بررسی دقیق رفتار کاربران و فالوورهایتان هستید تا نسبت به آن رفتار، برنامه‌ریزی دقیقی برای زمان‌ها و روزهای انتشار محتوا داشته باشید.

### استانداردهای مناسب برای سناریو

سناریوها باید نظم و سبکی داشته باشند تا کاربران به آنها در پیج شما عادت کنند. همچنین باید سرعت و لحن مناسبی در بیان کلمات و مجلات داشته باشید.

## □ ایجاد تعامل حرفه‌ای و هوشمندانه در استوری‌ها

اینکه هر پست و استوری به نوعی با کاربران تعامل برقرار کند، بسیار مهم است. ویدیو استوری اینستاگرام را در دوره رایگان IBM مشاهده کنید.

## □ کال تو اکشن‌های بهجا و مفید

کال تو اکشن‌ها نباید بیش از حد تکراری و خسته‌کننده باشند. کاربران باید با احساس خوب و بهطور طبیعی با این کال تو اکشن‌ها تعامل داشته باشند، نه اینکه از روی اجبار یا حس منفی عمل کنند.

## □ جذب فالوورهای هدفمند و مرتبط

افزایش فالوورها یکی از مهمترین اهداف در اینستاگرام است، اما این کار نباید به صورت اشتباه انجام شود. شما باید برای هر فالوور ارزش قائل شوید و بهگونه‌ای هوشمند و اصولی فالوور جذب کنید. اگر محتوا وایرالی تولید کنید که در یک روز تعداد زیادی فالوور به پیچ شما اضافه کند، اما آنها مخاطبان هدف شما نباشند، پیچ شما در لحظه نابود خواهد شد. بنابراین، جذب فالوورهای هدف، حتی با تعداد کم، بسیار مهم‌تر از داشتن صدها هزار فالوور غیرهدف است.

## □ کپشن‌نویسی اصولی

کپشن‌ها باید به گونه‌ای نوشته شوند که مطلب مفیدی را در ادامه پست ارائه کنند تا مخاطب زمان بیشتری را در آن پست بگذراند و واج تایم پست و ریلز بالا برود.

## □ پاکسازی فالوورهای فیک

سعی کنید روزانه بخشی از فالوورهای غیرواقعی یا اسپیم خود را پاک کنید. روزانه بین ۵۰ تا ۱۵۰ عدد را در چند نوبت در طول روز انجام دهید.

## □ داشتن کوچ مناسب برای برنامه‌ریزی اصولی اینستاگرام

در آغاز مسیر، ورود به اینستاگرام باید به صورت اصولی و دقیق باشد. به جای صرف هزینه‌های بالا برای تبلیغات و تولید محتوا اشتباه، با یک مرتب و کوچ در این حوزه همکاری کنید تا رشد دقیق و سریع‌تری داشته باشد.

## □ تبلیغات و جذب فالوور دائمی

تبلیغات در اینستاگرام بسیار مهم است. باید اطمینان حاصل کنید که تبلیغات شما در راستای دیده شدن و فالو کردن غیر اجباری باشد. سعی کنید در پیچ‌هایی تبلیغ کنید که فالوورهای فعال و مرتبط با مخاطب شما دارند. درس تبلیغات در اینستاگرام در ۲۵ دقیقه در پکیج رایگان IBM نکات مهمی را ارائه داده است که می‌تواند به شما کمک کند.

## □ تعامل اینستاگرام با سایت و فروشگاه

سعی کنید با سناپیوهای هوشمندانه، تعامل خود را با سایت یا فروشگاه حضوری حفظ کنید و بهطور مداوم کاربران را به این دو بخش هدایت کنید.

## بخش چهار: سایت و فروشگاه اینترنتی

### □ داشتن قالب سایت حرفه‌ای و کاربرپسند

برخی از مدیران تنها داشتن یک وبسایت را کافی می‌دانند و بسیاری دیگر، عدم نتیجه‌گیری از سایت را به اثربخشی نامناسب آن مرتبط می‌کنند. امروزه دهها هزار کسب‌وکار اینترنتی موفق از طریق سایت فروش‌هایی چند برابر از مغازه‌ها دارند و مهم‌ترین عامل موفقیت، داشتن یک سایت حرفه‌ای است. همان‌طور که ویترین و دکور یک مغازه میتواند در فروش و جذب مشتری تأثیرگذار باشد، نحوه چیدمان، طراحی و تجربه کاربری وبسایت نیز به‌طور مستقیم بر عملکرد آن تأثیر می‌گذارد.

### □ واکنش‌گرا و ریسپانسیو

اینکه یک وبسایت از لحاظ فنی به‌خوبی در موبایل بارگذاری شود، با اینکه وبسایت مناسب با رفتار کاربر در موبایل تنظیم شود، نتایج متفاوتی به‌دنبال دارد. بسیار مهم است که با توجه به محدودیت‌های موبایل، رفتار کاربر و عملکرد سایت به‌طور کامل توسط یک متخصص حرفه‌ای بررسی شود. اگر سایتی دارید که فروش خوبی ندارد، ما می‌توانیم آن را بررسی کنیم و ایراداتش را به شما معرفی کنیم تا بتوانید در کوتاه‌ترین زمان فروش خود را از طریق آن افزایش دهید.

۹۲ درصد کسب و کارها مجبور می‌شوند تیم طراحی سایت خود را تغییر دهند.  
این ویدیو تمام دانش نیاز شما قبل از شروع طراحی سایت می‌باشد.



### □ سایت حرفه‌ای و فعال

زمانی که کاربر وارد یک وبسایت می‌شود، باید یک محیط فعال و مطمئن را مشاهده کند. وی باید بتواند به سادگی تصمیم بگیرد که به کدام بخش مراجعه کند و انتخاب خود را به راحتی انجام دهد.

### □ به روز رسانی محتوا و قیمت‌ها

فروشگاه اینترنتی معتبر باید قیمت‌های دقیقی ارائه دهد. کاربر در زمان ورود به سایت باید با اطمینان بتواند سفارش خود را ثبت کند. همچنین، نیاز است که توضیحات به روز و کافی برای تصمیم‌گیری مشتری موجود باشد.

### □ به روز رسانی امکانات و گزینه‌های سایت

سعی کنید به‌طور دوره‌ای گزینه‌ها و امکانات جدیدی در سایت اضافه کنید. این کار باعث می‌شود مشتری و کاربران مشاهده کنند که شما در حال رشد و توسعه هستید و از اینکه مشتری شما هستند، احساس خوبی داشته باشند.

### □ تعامل مناسب با کاربران سایت

کاربری که وارد وبسایت می‌شود، نیاز به تعامل دارد. باید توانایی هدایت کاربر به محصولات مرتبط، جدیدترین محصولات، محصولات دارای تخفیف و روش‌های استفاده از محصولات را داشته باشید. این کار موجب افزایش تعامل کاربر می‌شود و علاوه بر وابستگی به برنده شما، در بهبود رتبه شما در گوگل نیز مؤثر است.

## □ تکرار خرید در پنل کاربری

سعی کنید در پنل کاربری، محصولاتی را که مشتری قبلً مشاهده کرده یا در لیست علاقمندی‌هایش قرار دارد، نشان دهید. همچنین می‌توانید بازی‌های تخفیفی برای تکرار خرید ایجاد کنید، مثلًا اعلام کنید که تا سه روز آینده روی دسته لوازم خانگی سایت ۴۰ درصد تخفیف خواهد بود یا ۳۰۰ هزار تومان به اعتبار پنل کاربری او افزوده شده که می‌تواند تا تاریخ مشخصی از آن استفاده کند.

## □ داشتن باشگاه مشتریان در سایت

باشگاه مشتریان در وبسایت بسیار مهم است. با ایجاد بازی‌ها و جذابیت‌ها می‌توانید اطلاعاتی نظیر تاریخ تولد و سالگردش را از مشتریان دریافت کنید و بر اساس آن به آن‌ها امتیاز بدهید. همچنین، می‌توانید پس از هر خرید یا مناسبت به آن‌ها اعتبار کیف پول اهدا کنید تا تشویق شوند دوباره خرید کنند. این اقدامات می‌توانند فروش شما را تا ۱۷ برابر افزایش دهد.

## □ ریتارگتینگ

آیا برایتان پیش آمده که وارد یک سایت شوید، محصولی مثل یک کیف را ببینید و بدون خرید از سایت خارج شوید، و سپس روز بعد تبلیغ آن محصول را در سایت‌های دیگر مشاهده کنید؟ این فرآیند را ریتارگتینگ می‌نامند. مشتری باید چندین بار شما را ببیند تا تصمیم بگیرد از شما خرید کند. با فعال کردن سیستم ریتارگتینگ، می‌توانید اطمینان حاصل کنید که مشتریان از دست نزوند و تبلیغات شما در تمام جاها دیده شوند.

## □ سبک‌سازی و سرعت سایت

یک سایت گُند می‌تواند فروش شما را تا ۷۰ برابر کاهش دهد. بنابراین مهم است که سبک‌ترین و سریع‌ترین سایت ممکن را برای کسب‌وکارتان ایجاد کنید.

## □ ساختار منوی آسان و کاربردی

کاربر باید بتواند با دیدگاه خود وارد سایت شود و به بخش‌های مختلف دسترسی داشته باشد. اینکه تمام دسته‌ها و محصولات برای شما واضح باشد، به این معنا نیست که کاربر نیز از این وضوح آگاه است. بنابراین، سعی کنید خود را جای کاربر بگذارید و ساختار منوی سایت‌تان را به نحوی طراحی کنید که او به راحتی بتواند به هر بخش دسترسی پیدا کند.

## □ نماد اعتماد و درگاه پرداخت فعال

بسیاری از کسب‌وکارها از ایجاد درگاه پرداخت و دریافت نماد اعتماد می‌ترسند و به همین دلیل، هر روز دهها مشتری را از دست می‌دهند. همان‌طور که در فروشگاه فیزیکی خود مالیات می‌پردازید، در فروش آنلاین نیز پرداخت مالیات الزامی است. با فراهم کردن درگاه پرداخت و کسب نماد اعتماد، می‌توانید مشتریان بیشتری را جذب کنید؛ زیرا این عناصر به تسهیل پرداخت و افزایش اعتماد مشتریان به کسب‌وکار شما کمک می‌کنند.

## □ اتصال به ترب و ایمالز

ورود به فضای ترب و ایمالز برای هر نوع کسب‌وکاری مناسب نیست، اما فروشگاه‌هایی که محصولات رقابتی دارند، قطعاً از این بسترهای فروش خوبی را تجربه خواهند کرد. برای اطلاعات بیشتر در خصوص نکات مهم فروش در ترب، می‌توانید دوره رایگان IBM را مشاهده کنید.

## بخش پنجم: سئو و بهینه سازی سایت

### آشنایی با اصول سئو و ارتقاء سایت در گوگل

در دنیای امروز، آشنایی با نکات اصلی سئو برای هر کسب و کاری بسیار حائز اهمیت است. امروزه سایتها بیش از ۵ میلیارد تومان فروش دارند و تمامی این فروشها تنها به خاطر رتبه‌بندی در گوگل است. روزانه صدها یا حتی هزاران نفر به دنبال محصولات شما از طریق گوگل هستند و شما نیز می‌توانید افزایش فروش از این طریق را تجربه کنید. برای شروع، کافی است حوزه فعالیت خود را به شماره زیر ارسال کنید تا ما بررسی‌های لازم را برای ارتقاء سایت شما در گوگل انجام دهیم.



۰۹۱۲۴۷۷۷۴۸۷

مشاوره فوری از طریق واتس‌اپ

### تولید محتوا مناسب در سایت

اگر شما خدمات یا محصولی در سایت خود دارید، باید برای هر صفحه وقت و انرژی صرف کنید. وقتی کاربری وارد صفحه‌ای می‌شود تا خدمات طراحی دکوراسیون شما را بررسی کند، باید در این صفحه به صورت مرحله به مرحله و کامل اطلاعات مرتبط ارائه شود. به عنوان مثال، در صفحه لندینگ خدمات طراحی دکوراسیون داخلی، ابتدا باید کاربر با مجموعه و تخصص شما آشنا شود. سپس اطلاعاتی درباره مراحل طراحی دکوراسیون داخلی به او ارائه دهید و بعد انواع سبک‌ها و سلیقه‌ها را معرفی کنید. در ادامه، چند نمونه کار از پروژه‌های قبلی خود را نمایش دهید و در پایان، یک دعوت به اقدام (Call to Action) برای رزرو مشاوره یا تماس بگذارید. همچنین می‌توانید کاربران را به بخش‌های دیگر سایت که امکان ارتباط بیشتری دارند، هدایت کنید.

مهم‌ترین نکات در تصمیم گیری سئو رو در این ویدئو به صورت رایگان ببینید.



### به روز بودن اطلاعات محصول و خدمات سایت

اطلاعات هر محصول و خدمات باید به طور مداوم در سایت به روز شود. زیرا اطلاعات مربوط به محصولات و خدمات دائمًا تغییر می‌کند و گوگل نیز به سایتها که اطلاعات به روزتری دارند، امتیاز بیشتری می‌دهد. در ویدیو سئو برای مدیران در ۳۸ دقیقه به صورت رایگان به شما تمام دغدغه‌ها و نکات مهم سئو رو منتقل کردیم

### داشتن ویدیوهای مرتبط در صفحات و محصولات

صفحات مهم سایت حتماً باید ویدیوهای مرتبط داشته باشند تا کاربران ارتباط بیشتری برقرار کنند. به عنوان مثال، اگر شما دستگاه تصفیه هوا دارید، یک ویدیو ۳ دقیقه‌ای برای معرفی و توضیح ویژگی‌های آن تولید کنید و در صفحه محصول قرار دهید. با این کار، شاهد افزایش فروش خواهید بود.

### ارائه نتایج و رضایت مشتریان در صفحات سایت

شما می‌توانید نظرات و ویدیوهای رضایت مشتریان را در صفحه محصول یا خدماتتان قرار دهید. به عنوان مثال، اگر کود مربوط به یک گیاه می‌فروشید، تصاویری از قبل و بعد از استفاده از کود را به نمایش بگذارید. این تصاویر ساده می‌توانند تأثیر زیادی بر فروش شما داشته باشند.

## □ افزایش دائمی سرعت و عملکرد سایت

سرعت وبسایت علاوه بر تأثیر مثبت بر فروش، به شدت در رتبه سایت نیز نقش دارد. این کار باید توسط یک تیم حرفه‌ای انجام شود تا به بهترین شکل ممکن انجام گیرد.

## □ آپدیت روزانه محتوا و پلاگین‌های سایت

برای کسب رتبه در گوگل، شما باید محتوای سایت خود را به‌طور مرتب به‌روزرسانی کنید. همچنین برای افزایش امنیت و سرعت سایت وردپرسی خود، پلاگین‌ها را به‌روز نگه دارید.

## □ بهبود تجربه کاربری در سایت

اگر مشتری نتواند به‌خوبی بین محصولات جستجو کند و حس محدودیت داشته باشد، احتمال خرید از شما کاهش می‌یابد. بنابراین رابطه کاربری سایت بسیار مهم است. لازم است که کاربر در ضمیر ناخودآگاه خود به شما اعتماد کند و بهراحتی در سایت و فروشگاه شما جستجو کند.

## □ دعوت به اقدام (Call to Action) در صفحات مرتبط

کاربر باید به‌طور دقیق هدایت شود که از کجا خرید کند. به عنوان مثال، می‌توانید بگویید: "برای خرید، با ما تماس بگیرید" یا "به این شماره واتس‌اپ پیام بدهید". سعی کنید از این طریق فروش خود را افزایش دهید.

## □ رپورتاژ‌های حرفه‌ای و مرتبط در سایتها

برای افزایش قدرت و رشد وبسایت‌تان در گوگل، لازم است رپورتاژ‌های دقیق و مرتبط در سایتها پردازدید تهیه کنید. این کار را سئوکاران ما برای شما انجام می‌دهند. اگر نیاز به کمک در زمینه سئو دارید، آدرس سایت خود را به شماره زیر واتس‌اپ کنید تا ما آن را بررسی کرده و بهترین برنامه سئو را به شما ارائه دهیم.



۰۹۱۲۴۷۷۷۱۴۸۷

مشاوره فوری از طریق واتس‌اپ

## □ نشر پادکست و فایل‌های صوتی کوتاه در صفحات

برای برقراری ارتباط بیشتر و افزایش زمان ماندگاری کاربران در سایت، می‌توانید از پادکست‌ها یا فایل‌های صوتی کوتاه برای توضیح خدمات و محصولات خود استفاده کنید. این کار باعث می‌شود که کاربران اعتماد بیشتری به تصمیمات خود داشته باشند.

### □ داشتن بودجه ماهانه تبلیغات برای جذب مشتریان جدید

برای جلب و ورود مشتریان جدید، کسب و کارها باید یک بودجه ماهانه تبلیغاتی داشته باشند. ما دو نوع بودجه تبلیغاتی داریم: بودجه کمپینی و بودجه روتین ماهانه. در ابتدای تأسیس و راهاندازی کسب و کار و همچنین هر شش ماه یکبار، لازم است که یک بودجه قابل توجه برای اجرای کمپین‌های خلاقانه فروش تعیین شود تا از رقبا عقب نمانید و برنده خدمات و محصولات خود را در ذهن مخاطب یادآوری کنید. علاوه بر این، بودجه‌ای باید به صورت مداوم برای جذب مشتریان جدید در هر ماه و فصل تعریف شود. یک کوچ حرفه‌ای فروش می‌تواند به شما کمک کند تا بودجه تبلیغاتی خود را بهینه و اصولی سرمایه‌گذاری کنید تا نتایج مؤثرتری به دست آورید.

### □ استفاده از ایده‌های جدید و خلاقانه تبلیغاتی

تلاش کنید با نگاهی متفاوت به تبلیغات و فضاهای تبلیغاتی، خلاقیت خود را افزایش دهید. این کار می‌تواند تأثیرگذاری شما را در فروش و برنده‌سازی بالا ببرد.

### □ تمرکز بر محتوا و طرح تبلیغ

ما مجموعه‌هایی را می‌بینیم که میلیاردها تومان هزینه تبلیغات می‌کنند، اما بخشی از این بودجه را برای طراحی تیزر، طرح یا کمپین خلاقانه خرج نمی‌کنند. گاهی اوقات داشتن محتوای تبلیغاتی مناسب می‌تواند تأثیر تبلیغ را تا ۵۰ برابر بیشتر کند.

### □ تمرکز بر محل‌های انتشار تبلیغ

در هر فضایی که قرار است تبلیغ کنید، تمرکز بیشتری داشته باشد. اگر یک بلاگر می‌خواهد تبلیغ شما را انجام دهد یا یک بیلبورد در نظر دارید، حتماً بیشتر بررسی کنید تا مطمئن شوید که این تبلیغ با مخاطب و بازار هدف شما همسو است.

### □ ساخت و تکمیل KPI در راستای بودجه و نتیجه تبلیغات

بسیاری از مدیران بعد از هر تبلیغ تصمیمات نادرستی می‌گیرند. ممکن است از تبلیغ منصرف شوند یا مسیر تبلیغ را به سمتی ببرند که تأثیری ندارد. شما باید در طول تبلیغات، اثربخشی و نتایج را در مراحل مختلف سازمان خود بررسی کنید. شاید تبلیغ خوبی داشته‌اید ولی نیروی فروش مناسبی نداشته‌اید یا سیاست قیمت‌گذاری شما درست نبوده است. برای هر مرحله، عارضه‌یابی کنید تا مسیر فروش هموار شود و کسب و کار شما به مرحله‌ای امن برسد.

### □ مشاوره و کوچینگ برای انتخاب راهکارهای تبلیغاتی مناسب

یک مدیر معمولاً تنها فضاهایی را که خود دیده و قبول دارد مد نظر قرار می‌دهد، اما یک مشاور و کوچ می‌تواند به شما روش‌هایی را معرفی کند که با هزینه‌های بسیار کمتر، نتایج چند برابری را تجربه کنید.

### □ تفاوت در ایده‌ها و سناریوهای تبلیغاتی

در تبلیغات، سناریو و مسیر کلی از آگاهی مخاطب تا خرید و تکرار خرید بسیار مهم است. نمی‌توانید همه چیز را در یک تبلیغ بگویید؛ در یک مرحله باید اعتماد ایجاد کنید، در مرحله‌ای دیگر تفاوت محصول و در مرحله‌ای دیگر مزیتهای رقابتی خود را به کاربر منتقل کنید. بنابراین، تلاش کنید تبلیغات را به صورت دومنیو وار و با هدفی کامل طراحی کنید.

## بخش هفت: کمپین‌ها

### استفاده از کمپین‌های گستردگی و مناسب در اینستاگرام

در اجرای کمپین‌ها در اینستاگرام، حتماً توجه داشته باشید که سناریو و مسیر هدایت کاربر به محصول یا خدمت را به خوبی طراحی کنید. باید کاربر ابتدا با یک نکته عمومی آشنای شود و سپس به سمت خدمات یا محصولات شما هدایت شود. این رویکرد موجب ایجاد یک قیف فروش بزرگ خواهد شد.

کمپین‌های کاربردی و هوشمندانه پیامکی

این دو متن را با هم مقایسه کنید:

۱. "عمل چشم با تخفیف ۴۰ درصدی انجام می‌شود."

۲. "انواع عمل چشم چند نوع هستند؟"

اگر عینک دارید، این ویدیو را ببینید. در ادامه، لینک ویدیویی در آپارات وجود دارد که در آن ۵ دقیقه درباره انواع عمل چشم توضیح داده شده و کاربر به رزرو عمل چشم در این مرکز هدایت می‌شود.

به نظر شما، کدام یک از این دو متن تأثیر بیشتری دارد؟



۰۹۱۲۱۸۸۸۳۲۶

برای مشاوره افزایش فروش و برگزاری یک کمپین فروش تاثیرگذار  
کسب و کار خودتون رو به این شماره ارسال کنید.

### کمپین‌های مناسبی برای مشتریان قدیمی جهت تکرار خرید

یک راه مؤثر برای افزایش فروش این است که به مشتریان قدیمی از طریق پیامک یا نرم‌افزار ارسال پیام (مثل واتس‌اپ) یک کد تخفیف ارسال کنید. با این کار، در عرض ۲۴ ساعت میتوانید شاهد افزایش چند برابری فروش و جذب مشتریان قدیمی باشید.

### کمپین‌های خلاقانه و واپرال

برای اکثر کسب‌وکارها، می‌توان سناریوهای خلاقانه‌ای طراحی کرد که با هزینه تبلیغاتی کم، قابلیت واپرال شدن و دیده شدن بیشتری دارند. به عنوان مثال، تولید محتوای رپورتاژ در یک پیج اینستاگرامی، می‌تواند به جذب ۲۳ هزار دایرکت برای صاحب کسب‌وکار منجر شود.

### کمپین‌هایی با هدف بازاریابی دهان به دهان

شما می‌توانید با طراحی یک خدمت یا یک تبلیغ خلاقانه، راهی ایجاد کنید که مشتریان شما برندتان را به دیگران معرفی کنند. این امر منجر به معرفی کسب‌وکار شما به اقوام و دوستان دیگران و در نتیجه افزایش فروش خواهد شد.

## □ کمپین‌های مشترک با برندها و خدمات مکمل

یک تالار پذیرایی می‌تواند کمپین مشترک با یک آرایشگر عروس، یک نرمافزار حسابداری یا یک وکیل فراهم کند. این کار می‌تواند هزینه‌های تبلیغاتی را کاهش دهد و تأثیرگذاری بیشتری داشته باشد. گاهی اوقات، این همکاری‌ها ممکن است بدون هزینه تبلیغاتی انجام شود و تنها از طریق هدایت مشتریان به سمت یکدیگر اتفاق بیفتد.

## □ کمپین‌های برنده‌سازی با هدف جایگاه‌سازی در بازار

طراحی یک برنده باید طوری باشد که در ذهن مخاطب به شکل مطلوبی ماندگار شود. یک برنده می‌تواند لوکس، باکیفیت یا حتی ارزان به نظر بیاید. این ماندگاری سبب می‌شود کاربران در زمان نیاز به سراغ شما بیایند. به عنوان مثال، برای یک مهمانی عادی یک شکلات معمولی و ارزان و برای یک جلسه مهم یک شکلات لوکس و گران انتخاب می‌شود. این برنده‌سازی است که انتخاب‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. پیشنهاد می‌کنم ویدیو برنده‌سازی را در دوره رایگان IBM مشاهده کنید.

## □ کمپین‌های لوكال

برای طراحی یک کمپین محلی خلاقانه، مثلاً می‌توانید به ۵۰ بادکنک، ۱۰۰ دلار جعلی وصل کنید و آنها را به هوا بفرستید. سپس ویدیویی از این اقدام را پست کنید و لینک آن را به خانمهای بین ۱۹ تا ۴۰ سال در منطقه بفرستید و از آنها بخواهید که این پست را ببینند و شناسن برنده شدن ۱۰۰ دلار واقعی را داشته باشند. همچنین می‌توانید در کپشن بنویسید که هر کسی کد روی ۱۰۰ دلار جعلی را پیدا کند، برنده ۱۰۰ دلار واقعی خواهد شد. این ویدیو می‌تواند بیش از ۱۳۰ هزار بار در منطقه دست به دست شود.

## □ کمپین‌های تخفیفی به شکل‌های متنوع

گاهی نیاز است با یک تصمیم‌گیری هوشمندانه و ارائه تخفیف، مشتریان را به سمت خود جذب کنید. اما باید توجه داشته باشید که این تخفیف‌ها به طور مکرر تکرار نشوند تا ارزش برندهای کاهش نیابد. تخفیف‌ها می‌توانند بر خلاف انتظار، سود بیشتری نیز ایجاد کرده و وفاداری مشتریان را افزایش دهند.

### □ یافتن بازار هدف مناسب و هدف‌گذاری برای رسیدن به آن

برای رسیدن به فروش مطلوب، باید بازار هدف خود را به درستی شناسایی کنید. به عنوان مثال، یک سیگار گران‌قیمت برای قشر ضعیف مناسب نیست و باید سیگار ارزان‌تری را برای این گروه هدف‌گذاری کنید. عواملی مانند سطح کیفیت محصولات، مدل قیمت‌گذاری و کشش مخاطب نسبت به محصولات شما، می‌توانند بازار هدف شما را تغییر دهند. اگر متوجه شدید که کسب‌وکار شما به خوبی نمی‌فروشد، احتمالاً بازار هدف را اشتباه انتخاب کرده‌اید و باید به سمت بازار هدف مناسب حرکت کنید.

### □ حضور در نمایشگاه‌های مرتبه

حضور در نمایشگاه‌ها می‌تواند تأثیر زیادی داشته باشد، اما نکات مهمی وجود دارد که باید به آنها توجه کنید. هزینه برگزاری نمایشگاه‌ها به شدت افزایش یافته و ممکن است برای دیده شدن مناسب به ۲ تا ۳ میلیارد تومان بودجه نیاز باشد. بنابراین، قبل از شرکت در نمایشگاه، روش‌های دیگری را برای دیده شدن با این میزان بودجه بررسی کنید. اگر تصمیم به شرکت در نمایشگاه گرفتید، حتماً از روش‌های خلاقانه برای جلب توجه بازدیدکنندگان، افزایش دیده شدن در جامعه و جمع‌آوری اطلاعات دقیق از بازدیدکنندگان استفاده کنید.

### □ فعالیت در شبکه‌های اجتماعی از طریق ایونت‌ها و نشست‌های خبری

ایونت‌ها و مراسم معرفی معمولاً هزینه‌های بالایی دارند. به جای آن، می‌توانید با استفاده از نشست‌های خبری یا برنامه‌های واپرال در شبکه‌های اجتماعی، رونمایی از محصول جدید یا خدمات ویژه خود را به شیوه‌ای گسترده‌تر و مؤثرتر انجام دهید.

### □ ارتقاء تیم بازاریابی و فروش

شاید باورتان نشود، اما تفاوت یک فروشنده معمولی و یک فروشنده حرفه‌ای می‌تواند تا ۲۴ برابر باشد. فروشنده‌ای که می‌تواند به خوبی با دیگران ارتباط برقرار کند، اعتماد ایجاد کند و از صحبت‌های اضافی پرهیز کند، عملکرد بهتری خواهد داشت. ویدیوی "مبصر فروش" را به صورت رایگان در اختیار شما قرار داده‌ایم تا به افزایش فروش شما کمک کند.

هر کسب و کار موفقی،

یک تیم فروش و بازاریابی دارد و این تیم را تنها یک کوچ و مشاور فروش حرفه‌ای می‌سازد.

برای راه اندازی و توسعه تیم فروش، از مشاور و کوچ خود کمک بگیرید.

### □ بازاریابی به مشتریان قدیمی برای تکرار خرید

برای بسیاری از کسب‌وکارهای خدماتی، تماس با مشتریان قدیمی می‌تواند فروش را به طور قابل توجهی افزایش دهد. ما این روش را در یک هتل در شمال ایران آزمایش کردیم و در عرض دو ساعت تماس، تمامی اتاق‌های هتل برای یک ماه آینده رزرو شد. این موفقیت تنها با برقراری ارتباط و خوش‌بشن با مشتریان قدیمی حاصل شد.

**برنامه‌ریزی برای مشتری پس از تماس یا حضور**

پس از تماس مشتری با شما یا حضور وی در فروشگاه، ارتباط با او نباید قطع شود. باید به شیوه‌هایی مانند ارسال پیام، ارسال ویدیوهای رضایت مشتریان، کاتالوگ محصولات و ارائه کدهای تخفیف بپردازید. هدف این است که با این اقدامات، در ذهن مشتری تأثیر بگذارید تا به زودی شما را انتخاب کند.

**حضور فعال در اپلیکیشن‌های معتبر مانند اسنپ و دیجی‌کالا**

علاوه بر راه اندازی یک فروشگاه اینترنتی برای برندهای خود، داشتن درگاه‌های اقساطی مانند اسنپ و حضور در مارکت‌پلیس‌های معتبر می‌تواند فروش شما را به اندازه فروش چند مغازه و فروشگاه افزایش دهد.

### □ تمرکز بر شخصیت برنده

هر برنده دارای شخصیت خاصی است. به عنوان مثال، یک برنده خلاق، یک برنده با شخصیت مطمئن یا یک برنده جسور وجود دارد. برای ایجاد یک برنده ماندگار، لازم است به طراحی شخصیت برنده خود توجه ویژه‌ای داشته باشید تا بتوانید برنده‌تان را به خوبی توسعه دهید.

### □ تمرکز بر عناصر بصری

عناصر بصری برنده شامل بسته‌بندی محصولات، تابلوهای سردر فروشگاه، لباس پرسنل، لوگو و شیوه محتوا در وبسایت و اینستاگرام است. ناخودآگاه، ما به برندهایی که هویت و عناصر بصری قوی دارند، احساس بهتری داریم و این موضوع می‌تواند موجب افزایش خرید و تکرار خرید مشتریان شود.

### □ انتخاب هوشمندانه نام برنده

انتخاب نام برنده امروزه به یک هنر و مهارت تبدیل شده است. بررسی رقبا، تحلیل رفتار کاربران احتمالی، انجام تحقیقات بازار و آزمایش نام برنده در شرایط مختلف می‌تواند به شما کمک کند نامی مناسب و ماندگار انتخاب کنید. انتخاب یک نام آشنا و خاص می‌تواند تأثیر زیادی بر تمامی مراحل برنده‌سازی، فروش و حتی ایجاد وفاداری در مشتریان داشته باشد.  
ویدیو رایگان برنده‌سازی می‌تواند نکات مهمی را در این راستا به شما منتقل نماید

### □ بسته‌بندی و پکیجینگ خاص و حرفه‌ای

به عنوان خریدار، آیا تمایل دارید محصولی بخرید که بسته‌بندی مناسبی نداشته باشد؟ آیا بعد از باز کردن یک بسته‌بندی جذاب، حس رضایت بیشتری از خریدتان نمی‌کنید؟ بسته‌بندی مناسب می‌تواند به ماندگاری برنده و محصول در ذهن شما کمک کند. کسب‌وکارهای موفق، بسته‌بندی مناسبی برای محصولات خود طراحی و ارائه می‌دهند تا ارزش آن‌ها را دوچندان کنند

### □ دور و فضای فروشگاه در راستای برنده‌سازی

امروزه فضای فروشگاه می‌تواند تأثیر زیادی بر فروش داشته باشد. نورپردازی، نوع چیدمان، نحوه قرارگیری محصولات و سبک دکوراسیون می‌توانند نتایج فروش یک فروشگاه را بهبود بخشنند. آزمایش‌ها نشان داده‌اند که پخش موسیقی تأثیر بالایی در افزایش سبد خرید مشتریان دارد.

### □ فرانچایز و افزایش شعبه

ایجاد شعبه جدید نیاز به یک تیم مارکتینگ و فروش حرفه‌ای دارد. برای راه‌اندازی شعبات، لازم است که در شعبه اول برنده‌سازی و تبلیغات گسترده و مؤثری داشته باشید. سرمایه‌گذاری شما باید بر روی تقویت برنده و افزایش آگاهی مخاطبان متمرکز باشد. پیشنهاد ما برای راه‌اندازی شعبه دوم این است که کمی صبر کنید و فضای تبلیغاتی و برنده‌سازی بیشتری در شعبه اول ایجاد کنید. این کار باعث افزایش تقاضا خواهد شد و می‌تواند به شما کمک کند شعبه دوم را با قدرت بیشتری راه‌اندازی کنید و شتاب بیشتری در راه‌اندازی شعبات بعدی داشته باشید.

### □ تمرکز بر تگ‌لاین و اسلوگان

شعارهای کمپین و دائمی شما می‌توانند ارزش ماندگار و تأثیرگذاری برای برنده شما ایجاد کنند. اگر به شعارهای برندهای مختلف، چه داخلی و چه خارجی، نگاهی بیندازید، احساسی که در شما ایجاد می‌کنند را بررسی کنید. سعی کنید شعاری برای برنده خود بنویسید که ارزش و آگاهی آن را افزایش دهد.

## بخش ده: دیجیتال مارکتینگ

### استفاده از تبلیغات بنری

چند بار در طول روز به سایتها سر می‌زنید؟ یکی از مزایای این سایتها این است که برای هر گروه هدف، مدل‌های مختلف وجود دارد و می‌توانید تبلیغات را سفارشی سازی کنید. با توجه به بازار هدفتان، می‌توانید در هر سایتی که مورد نظرتان است، با هر بودجه‌ای، تبلیغات بنری خود را انجام دهید. این تبلیغات محدودیت استانی دارند و می‌توانید به سادگی تصمیم بگیرید که تبلیغاتان به چه دسته‌ای از افراد نمایش داده شود.

### ایمیل مارکتینگ

موضوع مهم این است که حتماً باید ایمیل مارکتینگ را با بانک اطلاعاتی ایمیل اختصاصی خود انجام دهید. به عبارتی، نباید به صورت عمومی و برای یک بانک اطلاعاتی بزرگ اقدام کنید، زیرا نتیجه نخواهد گرفت. هدف اصلی ایمیل مارکتینگ این است که برنده شما را به مخاطب یادآوری کند.

### ویدیومارکتینگ

شما می‌توانید از چندین روش برای ویدیو مارکتینگ استفاده کنید. یکی از روش‌ها این است که ویدیوهای خود را در گوگل بهینه‌سازی کنید تا کاربران بتوانند شما را پیدا کنند؛ مثلاً می‌توانید ویدیویی درباره نگهداری از گیاه بابا آدم بسازید تا مخاطب بعد از مشاهده، به خرید تغیب شود. همچنین می‌توانید ویدیوی خود را به عنوان تبلیغ در کنار ویدیوهای دیگر نمایش دهید که نیاز به عنوان و کاور جذاب دارد. روش دیگر این است که ویدیوهای شما قبل از پخش ویدیوهای اصلی در آپارات، فیلیمو و ... نمایش داده شود.

### گوگل ادز

تبلیغات کلیکی گوگل برای کلمات کلیدی پرسود مناسب است، به شرط آنکه بهینه‌سازی سایت خود در گوگل را به درستی انجام دهید تا هزینه هر کلیک کاهش یابد.

### اینفلوئنس‌مارکتینگ

با استفاده از میکرو اینفلوئنس‌ها و اینفلوئنسرهای مرتبط با حوزه خود، می‌توانید به جامعه وسیعی از مخاطبان آن پیچ معرفی شوید. بسیار مهم است که مدل تبلیغاتی شما حرفه‌ای و اصولی باشد و یک راهکار کاربردی برای ارتباط با مشتریان بالقوه ایجاد کنید.

### استفاده از عناوین جذاب در گوگل

برای افزایش فروش از طریق گوگل، باید عناوین جذاب و هوشمندانه انتخاب کنید. به عنوان مثال، اگر شما عینک‌فروشی هستید و با واژه «خرید عینک» رتبه خوبی دارید، می‌توانید عنوانی مانند «عینک نخر تا این ویدیو رو ندیدی» انتخاب کنید و کاربر را هدایت کنید به صفحه سایتتان که ویدیویی کوتاه از عینک‌ها در آن قرار داده‌اید تا خرید بهتری انجام دهد.

### تبلیغات در تلگرام

تلگرام ابزاری متفاوت نسبت به اینستاگرام است و کاربران وفادار شما معمولاً در تلگرام عضو هستند. سعی کنید برای رشد کانال تلگرام خود فعال باشید و از ارسال محتوای مؤثر و غیرتکراری برای جلوگیری از فاصله گرفتن مشتریان بالقوه اطمینان حاصل کنید.

## دوره راه اندازی کسب و کار اینترنتی و افزایش فروش

امروزه، کسب و کارهایی که به توسعه و رشد خود در فضای آنلاین تکیه می‌کنند، نسبت به دیگران موفق‌تر هستند. با ۱۳ سال تجربه در راه‌اندازی کسب و کارهای اینترنتی و افزایش فروش، ما یک دوره فشرده و کاربردی برای شما طراحی کرده‌ایم.

در دوره راه اندازی کسب و کار اینترنتی و افزایش فروش، شما می‌توانید نکات کلیدی را برای ورود به دنیای کسب و کار اینترنتی، جذب مشتریان بیشتر و انجام اقدامات مؤثر یاد بگیرید. این دوره به صورت رایگان در دسترس شما قرار دارد و نیازی به ثبت‌نام در سایت نیست.



سئو و تبلیغات  
اینترنتی



سایت و فروشگاه  
اینترنتی



اینستاگرام



راهکارهای  
افزایش فروش



برندسازی



تبلیغات



برای مشاهده دوره به صورت رایگان و بدون ثبت‌نام  
QR CODE رو برو را اسکن کنید.

<https://mycustomer.ir/ibm>

## با یک تیم حرفه‌ای به موفقیت میرسی!

شرکت طرح توسعه بازار با شماره ثبت ۱۴۰۱۳۰۱۵۵۸۹ و با نام تجاری مای کاستومر با ارائه خدمات در مسیر توسعه و راه اندازی کسب و کارهای اینترنتی و آکادمی دیجیتال مارکتینگ مای کاستومر در حوزه آموزش طراحی سایت و سئو و مباحث دیجیتال مارکتینگ فعالیت می کند.

آکادمی مای کاستومر به عنوان عضو سازمان فنی و حرفه‌ای کشور، به توسعه مهارت‌های سایت و بهینه‌سازی می‌پردازد. همکاری با سازمان فنی حرفه‌ای به آکادمی کمک می‌کند تا دوره‌های آموزشی با کیفیت بالا ارائه دهد و افراد را برای ورود به بازار کار آماده کند.

همچنین آژانس مای کاستومر از سال ۱۴۰۳ به سازمان نظام صنفی رایانه‌ای کشور پیوسته و به عنوان یک نهاد فعال در راستای توسعه فناوری اطلاعات و خدمات دیجیتال شناخته می‌شود. این پیوستگی نشان دهنده تعهد ما به رعایت استانداردها و ارتقاء کیفیت خدمات ارائه شده به مشتریان گرامی است.

معراج معمار نسب با کسب تجربه از شکست‌ها و چالش‌های گذشته، به پیشوانه تیمی متخصص و وفادار همواره برای ارتقای سطح کیفی خدمات و افزایش سطح رضایت کافرمایان می‌کوشد.



سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور



سازمان نظام صنفی رایانه‌ای کشور

## با این خدمات باعث رشد سازمان ها شده ایم



تیم سازی و  
توسعه نیروی فروش



کوچینگ  
فروش و بازاریابی



عارضه یابی سازمانی  
در جذب مشتری



کوچینگ  
پیشرفت کسب و کار



برگزاری کمپین های  
افزایش فروش



کوچینگ  
سوشال مدیا

### آزانس دیجیتال مارکتینگ مای کاستومر

دفتر تهران: بزرگراه ستاری، پیامبر غربی، خیابان مطهری  
کوچه دوم شرقی، پلاک ۷۸

۰۹۱۲ ۴۷ ۷۷ ۴۸۷  
۰۲۱- ۲۶۴۰۸۸۱۶-۱۷

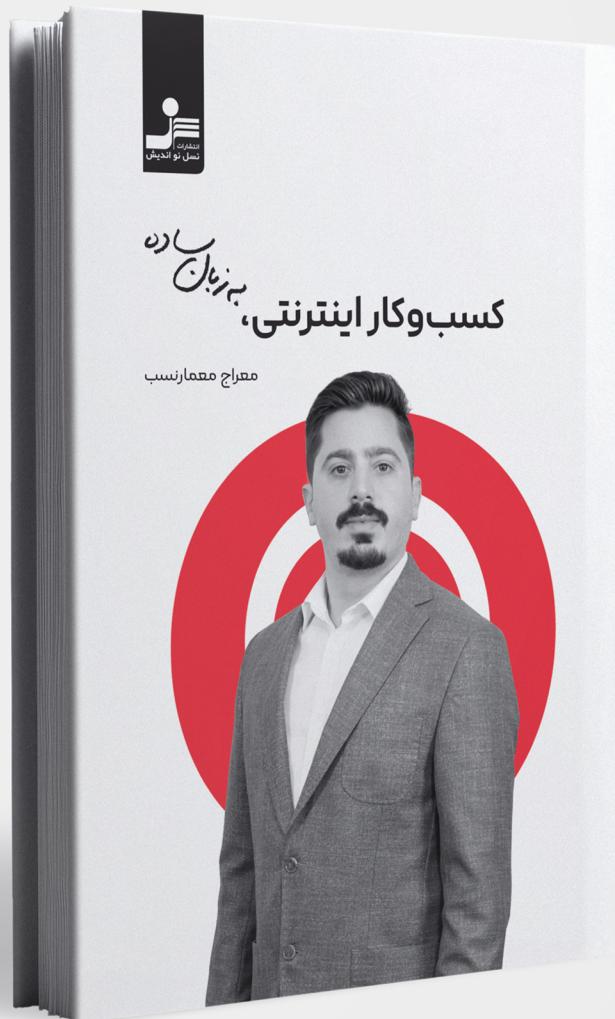
رزرو مشاوره رایگان



راه اندازی استارتاپ  
و کسب و کار اینترنتی

# کسب و کار اینترنتی به زبان ساده

## معراج معمارنیسب



۰۲۱-۳۶۴۰۸۸۱۶-۱۷ تهیه کتاب: