

٪این پال

چگونه کسب و کار آنلاین خود را گسترش دهیم؟

از شبکه‌های اجتماعی استفاده کنید.

۱ کسب و کار آنلاین خود را گسترش دهید

۲ در کسب و کار آنلاین خود اعتماد سازی ایجاد کنید

کاربران خود را از لحظه جستجو تا خرید راهنمایی کنید. برای وبسایت خود لحن منحصر به فرد داشته باشید. نمادها و مجوزهای لازم را در سایت خود قرار دهید. راهکارهای دیگر افزایش اعتماد

۳ روی سئو SEO تمرکز کنید

اجازه دهید مشتریان شما را آنلاین پیدا کنند. سئو داخلی در مقابل سئو خارجی. تگ‌ها و توضیحاتی مختصر و مفید بنویسید. URL های خود را ساده سازی کنید.

۴ مراحل نهایی خرید را بهینه سازی کنید

مراحل نهایی خرید را ساده‌تر کنید. ایده‌هایی برای ساده‌تر کردن خرید نهایی

۵ مشتریان خود را با بازاریابی مجدد (Remarketing) به خود جذب کنید.

به خریداران خود یادآوری کنید که بازگردند و از شما خرید کنند. همه جا به صورت آنلاین، بازاریابی مجدد انجام دهید. دلایل بازاریابی مجدد. آغاز بازاریابی مجدد

۶ مشتریان خود را گسترش دهید.

۷ زمان رشد است.



کسب و کار آنلاین خود را گسترش دهید

حالا که تجارت الکترونیک خود را با موفقیت راه اندازی کرده‌اید. زمان آن فرا رسیده است که مشتریان بیشتری را به وب سایت خود دعوت کنید. هر چه قدر وب سایت شما دوستانه تر و قابل اعتمادتر به نظر برسید، مسیر شما راحت تر است. علاوه بر اینکه محصولات و خدمات شرکت شما باید برای مشتریان رضایت بخش باشد، قسمت عمده ای از یک تجربه خرید لذت بخش به این نکته بستگی دارد که مشتریان بتوانند به راحتی محصولات شما را پیدا کنند و بهای آن را پرداخت کنند.

این کتابچه راهنما به شما توضیح می‌دهد که چگونه می‌توانید یک پایگاه ویژه برای مشتریان وفادار خود بسازید و میزان آگاهی مشتریان خود را از برند و محصولات خود افزایش دهید. برخی از این تکنیک‌ها به شرح زیر است:

در کسب و کار آنلاین خود اعتماد سازی و وفاداری ایجاد کنید.

بهینه سازی موتورهای جستجو (SEO) را تقویت کنید.

با استفاده از بازاریابی مجدد، مشتری جذب کنید و مشتریان خود را گسترش دهید.

**در کسب و کار آنلاین خود
اعتماد سازی ایجاد کنید.**



کاربران را از لحظه جستجو تا خرید راهنمایی کنید.

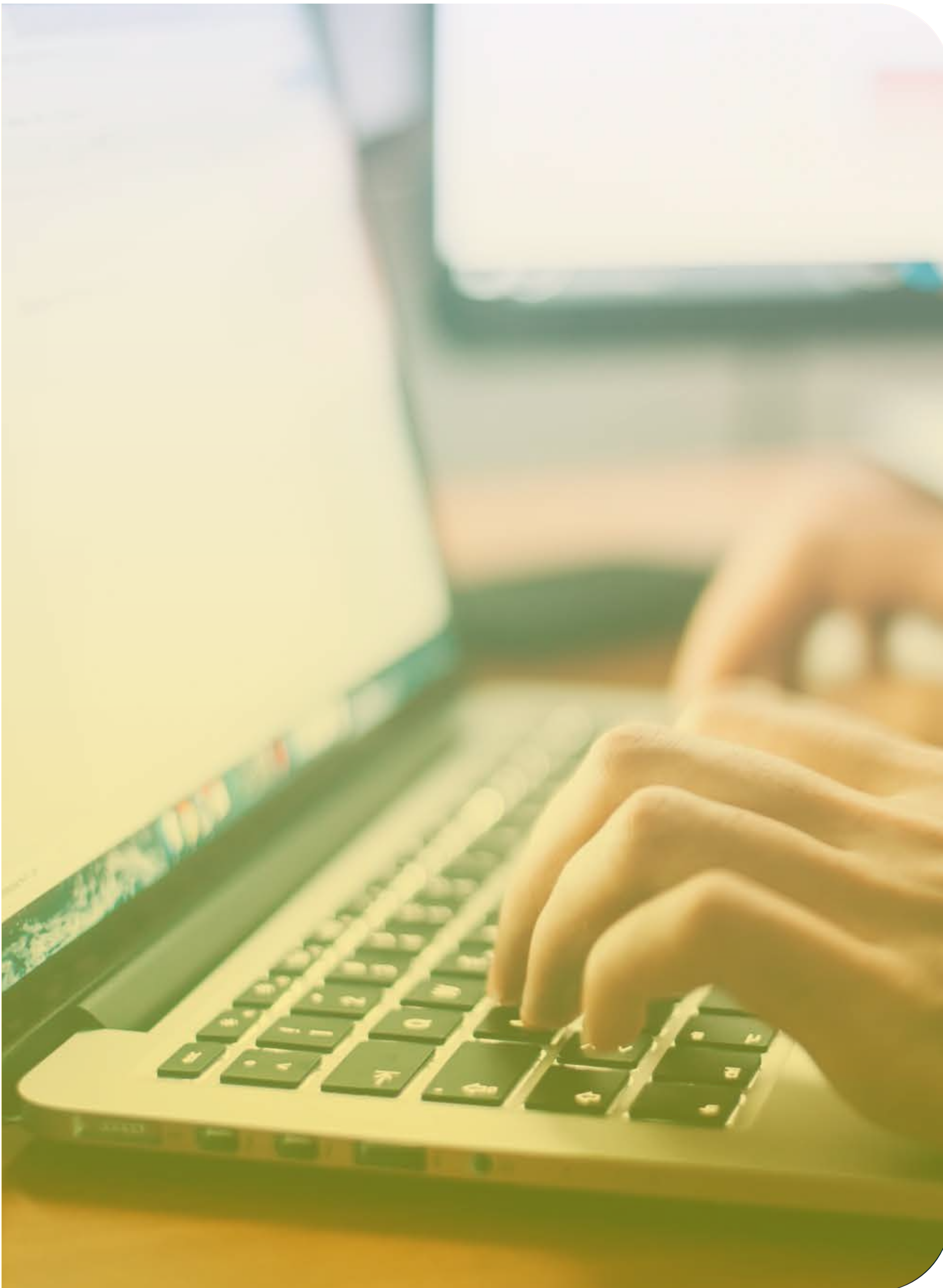
همه روزه خبرهای مختلفی درباره در مورد نقض امنیت در خریدهای اینترنتی می‌شنویم. جای تعجب نیست که نگرانی مصرف کنندگان و خریداران در این زمینه کمی افزایش پیدا کرده است. آنها برای قراردادن اطلاعات مربوط به امنیت و کارت بانکی خود در صفحه‌های پرداخت نسبت به قبل کمی دچار تردید هستند.

اگر می‌خواهید کسب‌وکار خود را گسترش دهید، باید سعی کنید در تمامی مراحل خرید اضطراب خریداران را کاهش دهید. شما باید تمامی نمادهای اعتماد خرید الکترونیکی را دریافت کنید و در سایت خود به نمایش بگذارید تا مشتریان با خیال راحت وارد صفحه پرداخت شما شوند. استفاده از درگاه‌های پرداخت اینترنتی مطمئن و یا همکاری با پرداخت‌یارهای دارای مجوز راه حل این کار باشد. استفاده از درگاه پرداخت زرین پال می‌تواند یکی از گزینه‌های شما باشد.

برای اینکه نشان دهید کاربران از کسب‌وکار معتمدی خرید می‌کنند، باید اعتماد سازی کنید. برای مثال در انتخاب درست کلمات دقت کنید. توجه داشته باشید روش چینش کلمات در سایت و نحوه صحبت با کاربر، اطلاعات زیادی در مورد میزان حرفه‌ای بودن شما به او ارائه می‌دهد. بنابراین لازم است که تمرکز زیادی بر روی پیشگیری از غلط‌های املایی و یا رعایت دستور نگارشی محتوای سایت خود داشته باشید. اگر شما نتوانید ارائه صحیح و قدرتمندی از خدمات خود داشته باشید، چه طور می‌توانید آن‌ها را مجاب کنید که پرداخت‌های امنی خواهند داشت؟

به مشتریان خود بگویید که وب‌سایت شما قابل اعتماد و امن است. به شدت مراقب استفاده از کلماتی که در مرحله خرید استفاده می‌کنید باشید. اگر کاربران حس کنند که سایت شما امنیت لازم را ندارد به راحتی سبد خرید خود را نیمه کاره رها خواهند کرد. فرآیند خرید را تا حد ممکن امن کنید. برای مثال می‌توانید از کاربران تاییدیه ایمیل بگیرید. شاید این کار به نظر مرحله ساده‌ای باشد ولی همین تغییرات کوچک برای کاربران اهمیت دارد.





برای وبسایت خود شخصیت منحصر به فردی بسازید

یک وبسایت منحصر به فرد به کاربران خود اعتماد می‌دهد که تمامی مراحل خرید آن‌ها از جمله امنیت اطلاعات و پرداخت به درستی پیش خواهد رفت. بر اساس آمارها و اطلاعات موسسات تحقیقاتی، ۸۱٪ خریدهای کاربران در لحظات نهایی خرید به دلیل عدم حس اطمینان به درگاه‌های پرداخت و انتقال اطلاعات کارت بانکی کنسل می‌شود.

زیرساخت‌های خود را امتحان کنید.

در یک تست نمونه، ترافیک ورودی وبسایت خود را افزایش دهید تا مطمئن شوید در شرایط پرترافیک نیز وبسایت شما به خوبی عمل می‌کند و کاربران می‌توانند خریدهای خود را در صفحه پرداخت به درستی انجام دهند و از خرید کردن از فروشگاه شما ناامید نخواهند شد. ارائه سرویس دهی عالی در زمان ترافیک بالای سایت، موجب می‌شود تا کاربران تشویق شوند تا مجدداً به فروشگاه شما مراجعه کنند.

وبسایت خود را تمیز کنید.

لینک‌های قدیمی که دیگر راه به جایی ندارند، عکس‌های غیر مرتبط و ناقص را از سایت خود پاک کنید. تمیز بودن و مرتب بودن یک فروشگاه اینترنتی درست به اندازه یک فروشگاه فیزیکی مهم است.

خرید برای کاربرانی که با تلفن همراه وارد سایت شما می‌شوند را ساده کنید.

امروزه بیشتر از هر زمان دیگری کاربران از طریق تلفن همراه و یا تبلت خود وارد وبسایت‌های فروشگاه‌های می‌شوند. انتظارات کاربران برای انجام یک خرید راحت و بی‌دردسر به شدت بالا رفته است. ایجاد تجربه خوشایند خرید با تلفن همراه به شدت روی رضایتمندی کاربران شما تاثیر می‌گذارد.

نمادها و مجوزهای لازم را در سایت خود قرار دهید.

نمادها و مجوزها به مشتریان شما اعلام می‌کنند که اطلاعات شخصی و مالی آن‌ها در سایت شما در امنیت کامل قرار دارد. انواع نمادها و مجوزهایی که می‌توانید در وبسایت خود استفاده کنید به شرح زیر است: نمادهای امنیتی :

انواع نمادهای پرداخت الکترونیکی که به کاربر نشان می‌دهند کسب‌وکار شما صلاحیت دریافت اطلاعات مالی کاربر را دارند ، لازم است در وبسایت شما قرار بگیرند. مجوزهای کسب‌وکار :

بدون شک کسب‌وکار شما مجوزهای لازم برای آغاز کار خود را دریافت کرده است. این مجوزها را در سایت خود به نمایش بگذارید. این مساله که شما باید در برابر کالا یا خدماتی که به کاربر ارائه می‌دهید به نهاد یا صنفی پاسخگو باشید، اطمینان بخشی عمیقی در کاربر به وجود می‌آورد.



راه کارهای دیگر افزایش اعتماد

نحوه گارانتی محصولات و رویه های بازگشت کالا را توضیح دهید.

ضمانت رضایت ایجاد می کند. نشان دادن رویه های بازگشت کالا به خریداران اطمینان می دهد که شما مایل به پذیرش اشتباهات احتمالی و بازگشت پول و دریافت کالای مرجوعی هستید. بهتر است برای توضیحات رویه بازگشت و شرایط ضمانت کالاها یک صفحه جداگانه ایجاد کنید و لینک آن ها را در تمامی صفحه ها و محصولات قرار دهید. همین طور بهتر است درباره حفظ امنیت اطلاعات شخصی مشتریان نیز صفحه جداگانه ای در نظر بگیرید و در فهرست اصلی سایت قرار دهید.

اطلاعات تماس خود را در معرض دید قرار دهید.

هیچ چیز برای کاربر ناامیدکننده تر از این نیست که در صفحات سایت به دنبال یافتن شماره تماس و یا یک ایمیل پشتیبانی از شما باشد. سعی کنید در تمامی صفحات اطلاعات تماس خود را به روشنی در اختیار کاربر قرار دهید. قراردادن یک سیستم چت آنلاین نیز می تواند به برقراری ارتباط موثرتر با کاربر کمک کند.

داستان خود را بازگو کنید.

وقتی خریداران بدانند که فروشگاه اینترنتی که از آن خرید می کنند، متعلق به چه افرادی است با خیال راحت تری از آن خرید می کنند. داستان کسب و کار خود را برای مشتریان تعریف کنید. شما می توانید در قسمت "درباره ما" سایت خود به بررسی شرکت تان بپردازید. درباره اهداف خود توضیح دهید، کارمندان شرکت را به کاربران معرفی کنید و سعی کنید تصاویری از دفتر محل کار و یا انبار خود به آن ها نشان دهید.

روی سئو SEO تمرکز کنید

سئو خارجی و سئو داخلی

سئو معمولا در دو دسته سئو داخلی و سئو خارجی قرار می‌گیرد. سئو داخلی شامل مجموعه روش‌هایی است که داخل وب سایت خود استفاده می‌کنید مانند : محتوای متنی، متاتگ‌ها و ... منظور از سئو خارجی نیز مجموعه تاکتیک‌هایی است که خارج از وب سایت شما انجام می‌شود. پیوند دادن (لینک دادن) به سایر وب‌سایت‌های مرتبط با کسب‌وکار شما، تلاش برای ایجاد بحث و گفتگو در شبکه‌های اجتماعی و تلاش برای ترغیب آنان به اشتراک‌گذاری محتوای مربوط به محصولات شما از جمله تکنیک‌ها است.

نکته دیگری که باید در سئو به آن توجه شود، عمر کسب‌وکار شما است. برای مثال اگر شما وب‌سایت خود را به تازگی راه اندازی کرده اید، باید سرمایه‌گذاری و توجه ویژه‌ای روی بحث سئو داشته باشید. این تمرکز باید بیشتر روی سئو داخلی و تولید محتوای مرتبط با کلمات کلیدی محصولات شما باشد.

وب‌سایت‌های واکنش‌گرا در رده‌های بالاتر جستجو قرار می‌گیرند.

همان‌طور که قبلا به آن اشاره شد، اکنون بسیاری از کاربران از طریق تلفن همراه خود به جستجو در اینترنت می‌پردازند. موتورهای جستجویی مانند Google برای نشان دادن نتایج جستجو اهمیت فراوانی به واکنش‌گرا بودن سایت می‌دهند. یک نکته مهم دیگر، واکنش‌گرا بودن صفحه درگاه اینترنتی سایت شما است. عدم استفاده از درگاه‌های پرداخت واکنش‌گرا می‌تواند تاثیر بزرگی روی تصمیم‌نهایی کاربر داشته باشد. برای مثال درگاه پرداخت زرین پال واکنش‌گرا است و کاربران می‌توانند در هر دستگاهی به راحتی اطلاعات پرداخت خود را وارد نمایند.

تگ‌ها و توضیحاتی مختصر و مفید بنویسید.

تگ عنوان (Meta descriptions) : متنی که در تگ عنوان قرار می‌گیرد، در بالای مرورگر وب ظاهر می‌شود. این متن هم چنین در عنوان و یا هدلاین (headline) نتایج جستجو نشان داده می‌شود. بنابراین کاملاً ارزش این را دارد تا برای هر صفحه، تگ عنوان مجزا و واضحی بنویسید. تگ عنوان شامل کلمات کلیدی مرتبط با موتورهای جستجو است. اگر شما برای محتوا سایت خود تگ عنوان مناسبی ننویسید، گوگل به صورت رندوم بخشی از کلمات محتوای شما را به این عنوان انتخاب می‌کند. این کلمات ممکن است نماینده مناسبی از محتوای شما نباشد.

توضیحات متا (Meta descriptions) : این توضیحات دقیقاً زیر تگ عنوان در صفحه جستجو ظاهر می‌شوند. این توضیحات به صورت کاملاً شفاف و دقیق به کاربر درباره مطالب داخل صفحه توضیح می‌دهد و کاربر را به کلیک کردن روی لینک آن تشویق می‌کند. متن جایگزین تصویر (Image alt tags) : این متن زمانی نشان داده می‌شود که عکس قابل بارگزاری نباشد. موتورهای جستجو متن‌های جایگزین تصویر را می‌خوانند و کلمات کلیدی را در آن‌ها جستجو می‌کنند. شما باید در این قسمت، تصاویر را با بهترین کلمات توصیف کنید.

URL های خود را ساده سازی کنید.

URL های خود را ساده سازی کنید.

سعی کنید تا حد ممکن URL های خود را ساده کنید. نام های طولانی و بی معنی که ترکیبی از اعداد و کلمات مختلف باشد نه تنها هیچ کمکی به شما نمی کند بلکه در سئو شما نیز تاثیر منفی دارد. یک LRU ساده و ساختارمند می تواند به کاربران شما کمک کند تا بتوانند به سایر قسمت های سایت شما نیز دسترسی داشته باشند.

<https://www.zarinpal.com/contact.html>

**مراحل نهایی خرید را
بهینه سازی کنید**

مراحل نهایی خرید را بهینه سازی کنید

مراحل نهایی خرید را ساده تر کنید

یکی از شایع ترین مشکلات فروشگاه‌های اینترنتی، رها کردن سبد خرید توسط کاربران است. طبق تحقیقات صورت گرفته در موسسات مرتبط، تا ۹۶٪ دلیل ترک سبد خرید توسط کاربر، سردرگمی در فرآیند پرداخت است. اگر شما نتوانید خریداران خود را به یک پرداخت راحت هدایت کنید آن‌ها به سمت سایر فروشگاه‌های رقیب شما می‌روند. روش‌های مختلفی برای ساده سازی مرحله نهایی خرید و تبدیل کاربران به مشتریان وجود دارد.

خودتان را جای کاربر قرار دهید.

این کار موجب می‌شود تا بتوانید به راحتی ایرادهای کار خود را شناسایی کنید. فرآیندهای پرداختی که ممکن است در نگاه شما بسیار ساده باشد، شاید برای کاربر گاهی گیج کننده شود. در این صورت شما می‌توانید به راحتی تغییرات ساده ولی اساسی در سایت خود اعمال کنید.

ایده‌هایی برای ساده‌تر کردن خرید نهایی

گام‌های غیرضروری مرحله خرید را کم کنید :

به طور کلی هرچه قدر مراحل قبل از خرید نهایی بیشتر باشد، امکان اینکه کاربر سبد خرید را نیمه کاره رها کند بیشتر است. مرحله قبل از خرید زمان مناسبی برای درخواست‌های غیر ضروری (مانند عضویت در خبرنامه) از کاربر نیست. تمام تلاش طراحی صفحه خرید را به سمت نهایی کردن آن به کار ببندید.

کاربران را مجبور نکنید تا حساب کاربری بسازند :

اجازه دهید کاربران در مرحله اول خرید خود را انجام دهند. اگر اولین خرید به راحتی صورت بگیرد امکان وفاداری مشتریان و بازگشت آن‌ها به سایت شما افزایش می‌یابد.

گزینه‌های مختلفی برای پرداخت پیشنهاد دهید.

گزینه‌های مختلفی برای پرداخت در اختیار کاربران خود قرار دهید. برای مثال، اجازه دهید به صورت نقدی پرداخت کنند و یا تمام مبلغ را به صورت آنلاین پرداخت کنند.

مشتریان آگاه، مشتریان شادی هستند.

برای افزایش شفافیت و به حداقل رساندن سردرگمی کاربران، سعی کنید مشتریان را در جریان تمامی مراحل پرداخت قرار دهید. برای مثال به آن‌ها نقشه راه نشان دهید. در هر گام از خرید به کاربران نشان دهید که در چه مرحله‌ای قرار دارند. مرحله‌ای مانند انتخاب کالا، پرداخت، حمل و نقل، تحویل و ... از جمله این مراحل است. شماره‌گذاری مناسب هر مرحله می‌تواند یک راه حل عالی برای آگاه‌سازی مشتریان باشد.

مشتریان خود را با بازاریابی مجدد (Remarketing) به خود جذب کنید.

به خریداران خود یادآوری کنید که بازگردند و از شما خرید کنند.

شاید کاربران شما محصولات فروشگاهتان را به صورت آنلاین جستجو کرده‌اند و یا حتی محصولاتی را نیز داخل سبد خرید خود قرار داده‌اند، ولی قبل از خرید نهایی سبد خرید خود را نیمه کاره رها کرده‌اند و خرید خود را کامل نکرده‌اند. این کاربران احتمالا علاقه دارند تا تبلیغ این محصولات را مجدد در سایر سایت‌هایی که به آن‌ها سر می‌زنند ببینند. این چرخه بازاریابی مجدد و یا هدف‌گذاری مجدد (retargeting) نامیده می‌شود. در این روش شما می‌توانید مجددا توجه کسانی که وارد سایت شما شده‌اند را به خود جلب کنید. در واقع شما با این روش به آن‌ها یادآوری می‌کنید که هر زمان بخواهند می‌توانند به فروشگاه اینترنتی شما برگردند و خرید خود را انجام دهند. بازاریابی مجدد می‌تواند کمک کند تا کاربرانی که سایت شما را ترک کرده‌اند، مجددا به وب سایت شما بازگردند. این بهانه حتی می‌تواند پیشنهاد تخفیف ویژه روی کالای مورد نظر او باشد.

همه جا به صورت آنلاین، بازاریابی مجدد انجام دهید

شیوه‌های مختلف بازاریابی مجدد، می‌تواند با استفاده از روش‌های مختلفی به کسب‌وکار شما کمک کند:

بازاریابی مجدد وب‌سایت (Site remarketing.)

این روش متداول‌ترین روش بازاریابی مجدد است. در این روش بازدیدکنندگان سایت شما، تبلیغات محصولات شما را در حال بازدید از سایر سایت‌ها می‌بینند.

بازاریابی مجدد در جستجو

در این روش کاربرانی که از وب‌سایت شما بازدید کرده‌اند، هنگام جستجو کلمات کلیدی مشابه در موتور جستجو، تبلیغات مربوط به محصولات شما را مشاهده می‌کنند.

بازاریابی مجدد در شبکه‌های اجتماعی

در این روش بازدیدکنندگان سایت شما، تبلیغات کسب‌وکارتان را در صفحات شبکه‌های اجتماعی خود می‌بینند.

بازاریابی مجدد با ایمیل

ارسال ایمیل به بازدیدکنندگان سایت و یا کاربرانی که سبد خرید خود را نیمه‌کاره رها کرده‌اند.

دلایل بازاریابی مجدد

ذهنیت بخشی موثر

به مشتریان خود یادآوری کنید که کسب و کار آنلاین شما جایی است که آن ها می توانند محصولات که دوست دارند را به راحتی پیدا کنند و هر وقت بخواهند به آن سر بزنند.

در هزینه های خود صرفه جویی کنید.

صرف هزینه برای بازگرداندن مشتریانی که از قبل شما را می شناسند از هزینه جذب مشتری جدید به مراتب کمتر است.

محل های دسترسی کاربران به کسب و کارتان را افزایش دهید

فارغ از اینکه بازدیدکنندگان شما از کدام قسمت وبسایت شما قبلا بازدید کرده اند، تبلیغات شما می تواند محل های دسترسی کاربران به کسب و کار شما را افزایش دهد. از انجام این موارد پرهیز کنید:

نشان دادن تبلیغات تکراری :

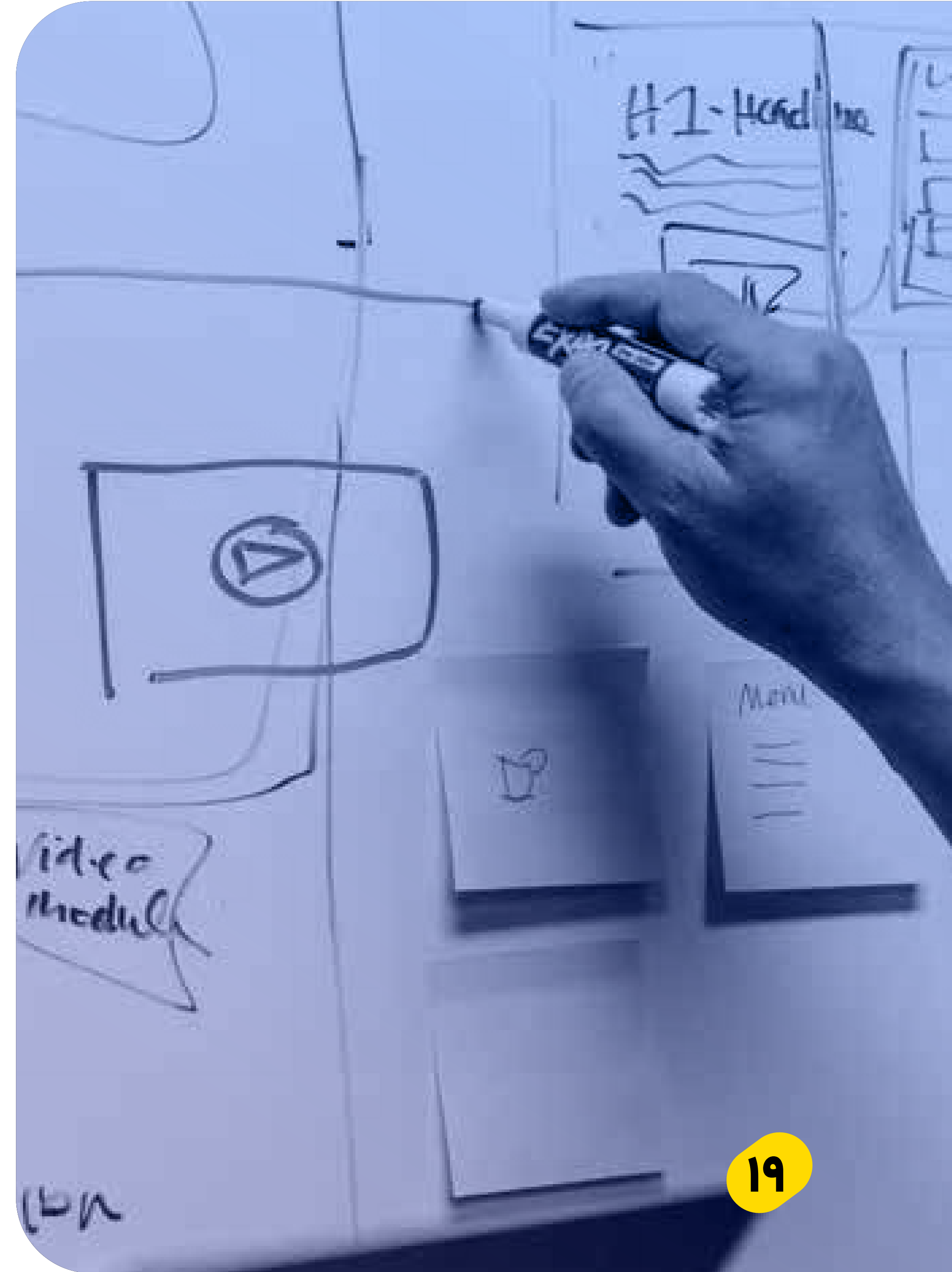
سعی کنید در هر تبلیغ، محتوا و تصاویر جدیدی به کاربران نشان دهید.

نشان دادن بیش از اندازه تبلیغات :

تبلیغات خود را در هر وبسایتی که کاربر از آن بازدید می کند نشان ندهید. سعی کنید با توجه به شخصیت هر کاربر و به صورت رندوم این کار را انجام دهید.

دسته بندی را فراموش نکنید.

کاربری که تنها وارد صفحه اصلی سایت شما شده است با کاربری که سبد خرید خود را پر کرده است، تفاوت دارد. سعی کنید تبلیغات یکسانی به آن ها نشان ندهید.





آغاز بازاریابی مجدد

بازاریابی مجدد توسط کدنویسی مخصوص این کار و استفاده از کوکی ها برای ردیابی کسانی که از قسمت های مختلف وبسایت شما بازدید کرده اند امکان پذیر است. با استفاده از دسته بندی مناسب می توانید هدف گذاری های مختلفی نیز داشته باشید. برای بازدهی بیشتر بهتر است با آژانس های دیجیتال مارکتینگ که می توانند مدیریت کمپین های شما را به عهده بگیرند همکاری نمایید.

مشتریان خود را گسترش دهید.



مشتریان خود را گسترش دهید.

با توجه به گسترش شبکه های اجتماعی در میان کاربران، شما می‌توانید دایره مشتریان خود را از این راه افزایش دهید. مخاطبان خود را مشخص کنید :

شما می‌توانید با توجه به شناختی که از مخاطبان خود دارید، کسب و کار خود را در شبکه‌های اجتماعی گسترش دهید. انتخاب یک شبکه اجتماعی مناسب، ساخت یک صفحه، تعیین استراتژی مناسب برای تولید محتوا و نحوه افزایش تعامل با مخاطبان از جمله مجموعه کارهایی است که باید برای رسیدن به موفقیت در این زمینه باید انجام دهید. برای شروع کار می‌توانید رقبای خود را بررسی کنید و علاقه مندی کاربران خود را بررسی نمایید. در نهایت می‌توانید کاربران خود را برای خرید به سایت خود هدایت کنید و یا با استفاده از درگاه پرداخت مستقل (مانند زرین لینک) اقدام به دریافت مبلغ محصولات خود نمایید.



راهکارهای پرداخت زرین پال

درگاه پرداخت زرین پال :

درگاه پرداخت زرین پال یک روش هوشمندانه برای اتصال به فروشگاه اینترنتی شما است. این درگاه پرداخت با اتصال به تمام PSP ها ، امنیت، سرعت و راحتی پرداخت کاربران شما را تضمین می‌کند.

زرین لینک :

زرین لینک یک ابزار قدرتمند برای پرداخت در شبکه های اجتماعی است. با استفاده از زرین لینک شما می‌توانید به راحتی کاربران خود را به طور مستقیم به درگاه پرداخت اینترنتی شخصی خود متصل کنید و برای مشتریان خود تجربه دلپذیری از پرداختی آسان و مطمئن بسازید.

زمان رشد است.

تلاش برای رشد کسب و کار بدون شک تجربه شگفت انگیزی است. برای پیمودن درست این مسیر نیاز است تا شما بتوانید هیجان خود را با دانش و یادگیری همراه کنید تا بتوانید بهترین نتیجه را برای کسب و کار خود رقم بزنید. باور داشته باشید که می‌توانید ایده‌های خود را عملی کنید، محصولات تازه‌ای تولید کنید و به بازارهای جدیدی دسترسی داشته باشید.