



وبینار افزایش فروش سایت



بخش اول وینار

- مقدمه
- باورها
- انتظارات
- انتخاب محصول
- آماده سازی سایت برای فروش
- فروش از طریق پلتفرم های فروش
- پرسش و پاسخ

بخش دوم وینار

- روش های مختلف تبلیغات
- سئو، موثرترین روش بازاریابی
- تکنیک فروش
- پرسش و پاسخ
- یه خبر خوب

پایان این وینار یاد میگیریم که:

چه باورهای درست و غلطی نسبت به فروش اینترنتی وجود دارد؟
چه انتظارات معقول و غیر معقولی نسبت به سایتها داریم؟
تاثیر انتخاب محصول در موفقیت و فروش چیست؟
چطور سایتها را برای فروش آماده کنیم؟
چگونگی فروش از طریق پلتفرم های فروش رو یاد میگیریم.
روش های تبلیغاتی و نحوه استفاده از آنها رو یاد میگیریم.
چگونگی جذب مخاطب هدفمند از طریق سئو
تکنیک اساسی برای افزایش فروش

حتما قلم و کاغذ همراه داشته باشید

مسیر رشد کسب و کار اینترنتی

داشتن روحیه ایجاد کسب و کار اینترنتی و چالش های آن
بهبود شخصیت و مایندست در تمام مسیر
ایجاد باورهای درست در مورد کسب و کار اینترنتی
معقول بودن انتظارات از میزان رشد کسب و کار اینترنتی
انتخاب محصول درست برای عرضه در اینترنت
آماده سازی بستر فروش براساس پارامترهای استاندارد
طراحی مسیر فروش از صفر تا صد
انتخاب مسیر بازاریابی برای جذب مخاطب منتخب
بهبود مستمر مسیر فروش و یافتن ایرادات آن
انجام فعالیت های مرتبط به برندینگ

موفق نمی شویم مگر اینکه مسیر فروش را شخصی سازی کنیم



موفقیت و شکست ما در فروش وابسته به دو عامل

چه باوری داریم؟
چگونه عمل می کنیم؟

عمل درست + باور درست = موفقیت

عمل اشتباه + باور غلط = شکست

باورهای سمی:

۱. کسی اینترنتی چیزی نمیخرد
۲. تا دیجی کالا موندن کسی از من نمیخرد
۳. هزینه تبلیغات رو نداریم
۴. هزینه های سئو بالاست
۵. توی همه حوزه ها سایت های زیادی هست و اشباع شده
۶. تامین محصول سخته
۷. کسی به سایت من اعتماد نمیکنه
۸. و

باورهای سمی، ترمز اصلی هر کسب و کاری هستن که جلوی رشد رو میگیرن

انتظارات بیجا:

۱. فروش اینترنتی کاری نداره، سایت می زنیم و مثل بقیه میفروشیم
۲. تبلیغات می کنیم و کل بازار رو میگیریم
۳. سریع سئو می کنیم و میفروشیم
۴. قیمت و هیاریم پایین تا فروشمون زیاد شه
۵. و

انتظارات شما باید معقول باشه وگرنه شما رو از ادامه مسیر بازمیداره

انتظارات درست:

۱. فروش اینترنتی عالی، هزینه کمتری نسبت به فیزیکی داره
۲. فروش به مرور اتفاق میوفته و قرار نیست در زمان کوتاهی به کل کشور بفروشیم
۳. قطعا چالش هایی داره اما برای هر چالش راهکاری وجود داره
۴. درسته تبلیغات خوبه و باعث افزایش فروش و برندینگ میشه اما بودجه لازم داره
۵. سئو تا حدی زمانبره اما ماندگاری بسیار خوبی داره و مشتری هدفمند میده
۶. هرجا به مشکل بخورم سایت هایی برای الگو گرفتن و مشاورانی برای کمک گرفتن هستن

انتظارات معقول شما از خودتون و سایتتون به استمرار شما کمک می کنه

انتخاب محصول

موفقیت یک بیزینس تا حد زیادی از انتخاب درست محصول میاد

انتخاب محصول:

۱. نسبت به خودتون شناخت پیدا کنید
۲. ظرفیت هاتون رو مشخص کنید
۳. افق بلندمدت تعیین کنید
۴. محصولتون رو به خوبی بشناسید
۵. بازار هدفتون رو تعیین کنید
۶. نیازهای مخاطبین هدفتون رو درک کنید
۷. تامین محصول منتخب

آماده سازی سایت برای فروش

۱. گشت و گذار کاربر توی سایت ساده باشه
۲. سرعت لود سایت خوب باشه
۳. تمام صفحات سایت ساختار درستی داشته باشن
۴. ساختار درست صفحه محصول
۵. پارامترهای اعتمادسازی رعایت بشه
۶. از طریق بلاگ مارکتینگ درستی داشته باشید

فروش از طریق پلتفرم های فروش

دیجی کالا، ترب، ایمالز، باسلام، دیوار و شیپور

چه زمانی از این پلتفرم ها استفاده کنیم؟

۱. اگر قصد راه اندازی سایت ندارید، دیجی کالا و باسلام برای شما مناسبین
۲. اگر خدمات دارید آگهی دیوار و شیپور میتونه به شما کمک بکنه
۳. اگر فروشگاه فیزیکی دارید تا حد زیادی باسلام مناسبه مخصوصا برای محصولات محلی
۴. اگر سایت دارید برای شروع ترب و ایمالز کمک کننده ست

مزایای فروش از طریق پلتفرم های فروش

۱. در سریع ترین زمان می توانید محصول رو برای فروش عرضه کنید.
۲. سادگی در اجرای کار
۳. احتمال دیده شدن افزایش پیدا می کنه

معایب فروش از طریق پلتفرم های فروش

۱. سخت بودن مراحل عضویت در برخی پلتفرم ها مثل دیجی کالا
۲. فقط بازدیدکنندگان اون سایت شما رو می بینن
۳. محصولات شما در کنار صد تا محصول مشابه و رقبا قرار می گیره
۴. عدم مدیریت مشتریان
۵. خطر دیده نشدن محتمله
۶. داستان های پرداخت

دیوار، شیپور و سایت های آگهی رایگان

۱. کار باهاشون ساده س
۲. برای محصولات و خدمات محلی عالیه
۳. فروش اولیه شما به شدت رشد می کنه
۴. اما عملا شما بیزینسی ندارید

باسلام

۱. ۹ درصد میگیره تا سقف ۱۰۰ هزار تومان
۲. پرداخت پولش با تاخیره و ممکنه تا ۲ هفته طول بکشه
۳. بیزینس شما در کنار رقباتون دیده میشه
۴. کنترلی روی مشتری ها و سازماندهی اون ها ندارید
۵. فقط مشتریان باسلام غرفه شما رو می بینن
۶. از دست دادن مشتریانی که حس یا تجربه خوبی از باسلام ندارن
۷. برای فروش های محلی و محصولات محلی مزیت محسوب میشه
۸. گفتگو با فروشنده آیتمی که میتونید بهره ببرید ازش
۹. دست مشتری توی مرجوع کردن بازه و این به ضرر شما است

ترب و ایمالز

۱. داشتن موتور جستجو مزیت
۲. چون در خیلی از دسته بندی ها رتبه دارن به فروشتون کمک می کنه
۳. اگر قیمت دست اولی دارید، ترب براتون عالیه
۴. حتما از قابلیت هایی که شما رو بالاتر از رقبا نشون میده استفاده کنید
۵. عیبش اینه کنار فروشنده های دیگه قرار میگیرید
۶. ملاک قیمت و این محصولات با کیفیت شما رو زیر سوال میبره
۷. مدیریتی روی مشتریاتون ندارید
۸. لینک دادن مشتری به سایت خودمون مزیت محسوب میشه
۹. چون رتبه های خوبی در گوگل دارن میتونید فروش اولیه خوبی براتون رقم بزنن
۱۰. توی این پلتفرم ها، مزایای خودتون رو بیان کنید
۱۱. تماس تلفنی داشته باشید به اعتماد کاربر کمک می کنه
۱۲. سایتتون حتما باید اینماد داشته باشه
۱۳. مزیت این پلتفرم ها، کسر هزینه بر اساس لینک
۱۴. دیده شدن در ترب و ایمالز می تونه به برندینگ شما کمک کنه
۱۵. ربات ها فروشگاه شما رو بروز می کنن و این عالیه

دیجی کالا

۱. برند قوی، حضور در اکثر نتایج گوگل، تعداد مشتری زیاد
۲. قرار گرفتن کنار رقبا، پروسه سخت فروش و نحوه ارسال از سختی های دیجی کالا است
۳. برای افرادی که سایت ندارند بسیار مناسبه و نیاز به تمرکز بالا داره
۴. درصد بالای کارمزد، قیمت محصول رو بالا میبره
۵. اگه سایت خودتون رو دارید، دیجی کالا روی برندینگتون اثر میزاره
۶. از دست دادن جامعه ای از مشتریان که از دیجی کالا ناراضی ان
۷. اگر صرفا در دیجی کالا حضور داشته باشید، برند نهیشید
۸. قطع همکاری با شما و نابودی کسب و کارتون دست بقیه ست
۹. توی محصولاتتی که خود دیجی کالا تامین می کنه، کار شما سخت میشه
۱۰. یک سری محصولات نیاز به مجوز دارند.



Bermuda

برمودا

- طراحی سایت
- سئو تخصصی
- فروش آنلاین

پرسش و پاسخ

تبلیغات

گوگل ادز، سوشال، همسان، پوش، CPA، Pre-roll



گوگل ادز

چه زمانی از گوگل ادز استفاده کنیم؟

سوشال

تلگرام و اینستاگرام

همسان یا NATIVE

۱. عادی
۲. رفتار محور
۳. موضوعی
۴. کلیدواژه ای
۵. ریتارگتینگ
۶. ریتارگتینگ محصول

پوش نوٹیفیکیشن

۱. ارسالی
۲. کلیدی (عادی - رفتارمحور)

CPA

۱. هزینه در ازای یک اکشن خاص کسر همیشه

Pre-roll

این سبک تبلیغات برای برندسازی عالی هستند

چه زمانی تبلیغات جواب میدهد؟

۱. بودجه لازم را داشته باشید
۲. شناخت بازار هدف و جذب مخاطب هدفمند
۳. سایت آماده باشد
۴. انتخاب روش درست برای تبلیغات
۵. طراحی درست کمپین
۶. بررسی، بازبینی و بهینه کردن روزانه تبلیغات
۷. استمرار و نتیجه گرفتن

سئو يا SEO

۱. تا اينجا من تجربه خودم رو گفتم، اينجا تخصص دارم!!

سئو چیه؟

سئو روش بازاریابی برای تحقق اهداف سایت یا سازمان

چرا سئو بهترین روش جذب مخاطبیه؟

- جذب مخاطب منتخب
- نرخ تبدیل بالاتر
- هزینه کمتر از سایر روش ها
- ماندگاری کم هزینه تر

اجرای گام به گام سئو سایت فروشگاهی

۱. طراحی سایت و آماده سازی آن
۲. تحقیق کلمات کلیدی
۳. People targeting
۴. تعیین ساختار درست برای سایت
۵. تعیین نقشه راه اجرایی
۶. ایجاد صفحات سایت براساس ساختار
۷. سئو صفحات سایت بر اساس نقشه راه
۸. لینک سازی داخلی
۹. لینک سازی خارجی در صورت نیاز

ریتنشن مارکتینگ

بازگشت به خرید خریداران قبلی به جای جذب بی شمار مخاطب جدید

بازاریابی پیامکی

بازاریابی ایمیلی

تعامل با سایت (گیمیفیکیشن)

ساخت طرفدار و قبیله برای سایت



تکنیک عیب یابی فروش

با این فرمول میتونید مسیر فروش را شخصی سازی کنید

مشتریان در ۴ دسته قرار میگیرن

افرادی که به محصول شما نیاز ندارند

افرادی که توانایی خرید محصول شما را ندارند

افرادی که انگیزه کافی برای خرید محصول را ندارند

افرادی که هم انگیزه و هم توانایی دارند و نیاز به تلنگر دارند

B = MAP

با شخصی سازی این فرمول مشکل شما حل خواهد شد

B = M A P

Behaviour

رفتار

Motivation

انگیزه

Ability

توانایی

Prompt

درخواست

مثال:

اگر محصول شما پلی استیشن ۵ باشد

کری خواندن در جمع دوستان | جمع گیمرها | علاقه به بازی = **انگیزه**

پول دستگاه | نحوه استفاده = **توانایی**

کال تو اکشن مناسب = **درخواست**

حالت اول:

مشتری انگیزه کافی دارد = **انگیزه**

توانایی کافی ندارد = **توانایی**

درخواست باید توانایی را بالا ببرد = **درخواست**

حالت دوم:

مشتری انگیزه کافی ندارد = **انگیزه**

توانایی کافی دارد = **توانایی**

درخواست باید انگیزه را افزایش دهد = **درخواست**

حالت سوم:

مشتری انگیزه کافی دارد = **انگیزه**

توانایی کافی دارد = **توانایی**

کافیه دیده بشید = **درخواست**

درخواست:

وقتی که انگیزه پایین باشد: گفتن فواید محصول و نتیجه بعد از استفاده

وقتی که توانایی پایین باشد: شرایط رو برای مشتری ساده کنید

وقتی که انگیزه و توانایی بالا باشد: محدودیت زمانی و تعدادی بزارید

جمع بندی



Bermuda

برمودا

- طراحی سایت
- سئو تخصصی
- فروش آنلاین

پرسش و پاسخ