

## تاثیر وب سایت شما روی کسب و کارتان

رشد و توسعه کسب و کارهای کوچک، فعالیتی مستمر و زمان بر است و نمی توان از همان ابتدای کار انتظار جهش و ترقی ناگهانی و کسب میلیونها دلار درآمد را از این مجموعه های کوچک داشت. علیرغم آنچه که ممکن است در برنامه ها و شوهای تلویزیونی آخرشب، بشنوید.

رشد و توسعه کسب و کارهای کوچک، مستلزم بکارگیری یک رویکرد جامع و بلندمدت بازاریابی است تا بتواند زمینه ایجاد تقاضا، فروش، و در نهایت حداقل کسب سود (درآمد خالص) Bottom line را فراهم نماید.

بسیاری از کسب و کارهای موفق امروز، خصوصا مجموعه های بزرگ، ضمن داشتن این رویکرد جامع و بلندمدت بازاریابی، دارای متخصصان حرفه ای بازاریابی نیز می باشند که فعالیت های مرتبط با بازاریابی را به شکل منظم و مستمر به انجام می رسانند. این در حالی است که تامین این نیروها برای بسیاری از صاحبان کسب و کارهای کوچک، به دلیل نداشتن استطاعت مالی کافی، امکان پذیر نمی باشد. شما نیز احتمالا در این گروه قرار دارید.

اما جای نگرانی نیست. شما با بکارگیری انرژی کافی و توجه صحیح، قادر خواهید بود نقش یک دیارتمان بازاریابی را در مجموعه خود ایفا نموده و فرصتهای موجود بازار را سریعاً شناسایی و مورد استفاده قرار دهید. کافی است قبل از آن، مدت زمانی را صرف انجام یک سری فعالیتهای مقدماتی نظیر آموزش بازاریابی نمایید. آموزش استراتژی های ساده و منابع بازاریابی، رشد کسب و کار شما را به سطحی خواهد رساند که تاکنون غیرممکن بنظر می رسیده است.

هیچ کسی از شما نمی خواهد مدرک بازاریابی بگیرد. اگر بتوانید در چند زمینه حرفه ای شوید می توانید مسیر موفقیت را راحت تر طی کنید. در اینجا یک راهنمای کاربردی برای رشد کسب و کار کوچک شما ارائه شده است. از هم اکنون شروع کنید و سعی نکنید همه این ها را در یک گام انجام دهید. تعدادی استراتژی را انتخاب کنید و شروع کنید. کم کم می توانید فعالیتهای بازاریابی خود را تقویت نموده تا جایی که فقط بنشینید و نظاره گر افزایش فروش و رشد کسب و کار کوچک خود باشید.

صحبت از کسب و کارهای متوسط و کوچک که می شود، بر خلاف چند سال قبل، اولین عامل موثر در موفقیت این نوع کسب و کارها که به ذهن بسیاری از شما می رسد، داشتن یک وب سایت (یا بهتر است بگویم، حضور موثر و فعال) در فضای آنلاین و اینترنت است.

مثال واضح و قابل لمس برای این ادعا این است که ما به دلیل شناختی که از شرکت های بزرگ و معتبر داریم و یا به دلیل اعتمادی که در سطح جامعه به این تجارت های بزرگ وجود دارد، این نیاز در ما بوجود نمی آید که قبل از خرید از این شرکت های بزرگ و یا استفاده از خدمات آنها، اول به وب سایت آنها مراجعه کنیم. مثلا شما برای انتخاب خدمات شرکت تی.ان.تی یا دی. اچ.ال، به وب سایت آنها مراجعه نخواهید کرد چون احتمالا مطمئن هستید که هر دوی این شرکت های بزرگ، دارای وب سایت های بسیار قوی و کاملی هستند و این موضوع، عامل تعیین کننده برای انتخاب یکی از آنها نیست. ولی اگر شما نام یک شرکت را برای اولین بار بشنوید و یا شرکت محلی کوچکی باشد که کسی در مورد کیفیت خدمات آنها خبر ندارد، تقریبا تنها راه ممکن برای دریافت اطلاعات بیشتر و آشنایی با خدمات آنها، مراجعه به وب سایت آنها است. حال با این دیدگاه، واقعا چه تعداد از این شرکت های متوسط و کوچک، دارای وب سایت هایی “موثر” هستند؟ من از لفظ موثر استفاده کردم نه از لفظ “زیبا” یا لفظ های مشابه. هر چند موثر بودن یک وب سایت دارای معانی متعددی است ولی منظور واقعی من از این لفظ، تاثیر واقعی یک وب سایت در رونق دادن به یک کسب و کار متوسط و کوچک است. تاثیری که بتواند به یک شرکت کمک کند تا به مخاطبین بیشتری دسترسی پیدا کند، فروش بیشتر و سود بیشتری عاید شرکت کند و به رونق و رشد شرکت کمک کند.

در این بخش از این مقاله، به مفهوم “وب سایت اثربخش” بیشتر می پردازیم.

## وب سایت های اثربخش

وب سایت ها همانند ویتترین فروشگاه هستند. به همان اندازه که روی نحوه نمایش دکوراسیون فروشگاه سنتی خود فکر می کنید باید به وب سایت خود اهمیت بدهید. وب سایت شما نیازمند جذب مشتریان و ایجاد انگیزه در خرید مجدد آنهاست.

## ارزیابی یک وب سایت

نکته مهمی که باید حتما در نظر داشته باشید این است که وب سایت شرکت محلی و کوچک شما نباید برای جلب رضایت شما به عنوان صاحب این شرکت، طراحی شده باشد. اگر از وب سایت خودتان خیلی راضی هستید، بدانید که حتما مشکلی وجود دارد که از آن غافل هستید. مخاطبین شما به یکی از مواردی که به هیچ وجه اهمیت نمی دهند، سلیقه شخصی شما در طرح وب سایتتان است، پاور کنید!

از سایت خود جلو بپفیند. تصور کنید که یک خریدار بالقوه هستید و از خود این سئوالات را پرسید و یا بهتر اینکه از کسی که تاکنون وب سایت شما را ندیده است بخواهید که به این سئوالات پاسخ دهد.

1 چشم شما در نگاه اول متوجه کدام قسمت وب سایت میشود؟ هر بازدیدکننده بطور معمول در چند ثانیه اول متوجه یک قسمت خاص وب سایت می شود. این بدان معنی است که یک وب سایت باید در آن مدت زمان کم، مشتری را به دام بیندازد. اطمینان یابید که اولین چیزی که می بینید یا توجه می کنید چیزی باشد که به حد کافی جذاب بوده تا بتواند خریدار را بارها و بارها به سایت شما بازگرداند. البته دقت کنید که این بخش چشم نواز وب سایت شما باید کاملا مرتبط با موضوع فعالیت شما باشد. مثلا اگر در وب سایت تجاری شما یک بخش متحرک قرار دارد که بازدید کنندگان وب سایت را به یک وب سایت دیگر هدایت می کند، لطفا همین امروز آن را از وب سایت خود حذف کنید!

2 آیا در اولین نگاه بلافاصله متوجه موضوع سایت می شوید؟ مجددا یادآوری میشود که زمان محدودی برای انتقال پیام خود دارید. اگر چیزهای زیادی برای حواس پرتی کاربر وجود دارد، یک بیننده هرگز متوجه نخواهد شد شما چه می فروشید. برخی از وب سایت ها آنقدر پیچیده هستند که بازدید کنندگان باید مدت زمان زیادی صرف کنند تا بفهمند موضوع وب سایت چیست یا شرح خدمات اصلی و محصولات مهم وب سایت چه می باشد. مطمئن باشید هیچ بازدید کننده ای حاضر به حل معما و کشف موضوع وب سایت نخواهد شد و حتما در همان چند ثانیه اول، وب سایت شما را ترک خواهد نمود.

3 آیا مهم ترین اطلاعات در بالاترین بخش سایت هستند؟ بیشتر بینندگان وب سایت ها می خواهند بدون اینکه کار زیادی انجام دهند جزئیات را بدانند. اگر نیاز باشد که به سمت پایین وب سایت حرکت کنند تا ایده های اصلی را دریابند، وب سایت را زودتر از آنچه فکر می کنید ترک خواهند کرد. اطمینان حاصل کنید که عملیات منحصر به فرد فروش در سایت شما، قدم به قدم تعریف شده است و شاید این بخش تنها یک بخش اطلاعاتی باشد که در یک جمله یا کم تر می گوید چرا باید با کسب و کار شما، تعامل برقرار کنند. لذا سعی کنید این بخش برجسته و روشن در سایت بیان شده باشد.

4 آیا به راحتی می توانید مزایای محصول یا خدمت را در سایت پیدا کنید؟ یک بیننده در سایت شما می خواهد تا حد ممکن یاد بگیرد و در مورد مزایای محصولات یا خدمات شما کسب اطلاع کند. خصوصیات محصول نیز بسیار مهم هستند اما مهم ترین چیزی که یک بیننده باید حس کند، یک حس منطقی در مورد اثرات آن کالا یا خدمات در زندگی و کسب و کار اوست.

5 آیا بیننده درست در مسیر هدایت می شود؟ اگر مشتریان آنچه را که دوست دارند در سایت شما می توانند ببینند، مهم است که سریع به مراحل خرید یا سفارش هدایت شوند. باید از جملات انگیزشی متعددی استفاده شود که در ادبیات بازاریابی اینترنتی به آنها Call To action می گویند. الفاظی نظیر Buy now - Start a free trial - Learn more که معمولا کاربر را به انجام عملیات درست در سایت هدایت می کنند. البته توجه کنید تعداد این جملات انگیزشی را زیاد نکنید. از یکی یا دو مورد که مناسب تر هستند و راحت تر توسط کاربر یافت میشوند در سایت خود استفاده کنید.

6 آیا رنگ ها و تصاویر از نظر زیبایی، دل پسند هستند؟ اگر وب سایت شما خیلی شلوغ یا پر سر و صدا باشد بینندگان خود را از دست می دهید. روی هماهنگی رنگ ها زمان بگذارید و از تصاویر با کیفیت بالا که بتوانید در پیام های خود اضافه کنید، استفاده کنید. تصاویر عمومی که در گوگل می توان یافت را در وب سایت خود قرار ندهید. این عادت خیلی بدی است که تاثیر منفی زیادی در مخاطبین شما خواهد داشت. کمی پول خرج کنید و تصاویر با کیفیتی خریداری کنید تا نظر مخاطبین شما را جلب کنند.

7 آیا متون قابل خواندن هستند؟ اطمینان حاصل کنید که قلم (فونت) سایت شما به راحتی قابل خواندن است و حواس کاربر را پرت نمی کند. تنها از یک فونت ساده و با رنگی که مغایر با رنگ زمینه باشد استفاده کنید. استفاده از انواع قلم های مختلف در رنگ ها و اندازه های مختلف، وب سایت شما را زشت خواهد کرد.

8. آیا متون طولانی در بخش های مختلف سایت وجود دارد؟ متون طولانی توسط بازدید کنندگان، نادیده گرفته می شوند. سعی کنید آن را به بخش های کوچکتر تقسیم کنید.

9. آیا منوها به وضوح نشان میدهند که می خواهند کاربر را به کجا هدایت کنند؟ طراحی سایت و Visibility از آیت های مهمی هستند که اغلب بیش از حد به آنها توجه میشود. فکر کنید چه اطلاعاتی را می خواهید به بینندگان خود ارائه کنید و منوهای خود را طراحی کنید. قطعا همیشه صفحات درباره ما و تماس با ما را در منوی اصلی سایت، خواهید داشت.

10. آیا راه آسانی برای تماس با کسب و کار شما هست؟ معمولا مخاطبان بالقوه شما علاقمند به کسب اطلاعات بیشتر در مورد شرکت شما بوده و سئوالات متعددی در ذهن دارند. اطمینان یابید که آنها به راحتی می توانند شما را بیابند. مشتریان بالقوه می خواهند بدانند که آیا آنها می توانند در موقع نیاز برای وارانتهی خدمات و یا پشتیبانی مشتریان، به شما مراجعه کنند. مشکل بزرگ بسیاری از وب سایت های شرکت های متوسط و کوچک این است که آدرس تماس خود را به صورت خلاصه در حد یک صندوق پستی، اعلام می کنند. این موضوع حتما در جلب اعتماد بازدید کننده شما، تاثیر منفی خواهد داشت.

11. آیا اطلاعاتی در مورد صاحبان سایت و کارکنان و همکاران خود در شرکت ارائه نموده اید؟ بینندگان سایت می خواهند بدانند آیا با افراد واقعی سر و کار دارند؟ داشتن صفحه درباره ما بسیار مهم است و نشان می دهد به کاربر که چرا شما بهترین، در زمینه تخصصی خود هستید. هرکسی دوست دارد به شکل رودرو با شما تجارت کند.

12. آیا شما حس می کنید توانسته اید یک ارتباط شخصی برقرار کنید؟ بازدیدکننده ها اگر احساس کنند توانسته اند یک ارتباط شخصی با شما برقرار کنند به شما می چسبند و تبدیل به مشتری وفادار می شوند. در مورد خود و این که چرا فکر می کنید گزینه صحیحی هستید، توضیح دهید. شما می توانید بطور شخصی با کاربر ارتباط برقرار کنید آن هم صادقانه. حتی از یک سبک دوستانه محاوره ای استفاده کنید و نمونه های موفق تجارب و فعالیت های خود را از سایر مشتریان، به مشتریان احتمالی ارائه دهید.

13. آیا سبک نوشتاری شما رسمی است یا محاوره ای؟ سبک رسمی و شرکتی بسیار خوب است خصوصا برای شرکت های بزرگ. اما یک کسب و کار کوچک نباید تظاهر بر بزرگ بودن و یا رسمی بودن کند و ارتباط خود را با عموم قطع کند. توانایی شما برای برقراری ارتباط با مشتریان دلیل بزرگی است که چرا آنها شما را انتخاب کنند. از هم اکنون شروع کنید و با یک لحن دوستانه در متون و سبک نوشتاری وب سایت خود استفاده کنید.

14. آیا در بالای سایت خود یک فرم جهت دریافت اطلاعات از بازدیدکننده ها طراحی نموده اید؟ یک فرم ساده، تنها راه درخواست از بینندگان سایت است که آنها نام و آدرس پست الکترونیک خود را به شما بدهند. اطمینان یابید که این فرم در معرض دید کاربر قرار دارد. هر چقدر بهتر دیده شود افراد بیشتری هم آن را تکمیل خواهند کرد.

15. آیا پیشنهادات موجود در وب سایت، آنقدر جذاب هستند که بازدید کننده حاضر باشد آدرس ایمیل خود را به شما بدهد؟ فرمی که در بالا از آن صحبت کردیم، باید برای جلب توجه کاربر، حالت مشوق و برانگیزاننده هم داشته باشد و آنها را متقاعد کند که اطلاعات خود را به شما ارائه دهند. مثلا، در ازای تکمیل فرم توسط بازدید کننده، یک کتاب الکترونیکی رایگان یا یک گزارش اقتصادی مفید برای آنها ارسال کنید. به این شکل، آنها راحت تر حاضر خواهند شد تا فرم را تکمیل و ارسال کنند.

16. آیا از عوامل چند رسانه ای (مالتی مدیا) استفاده کرده اید؟ مالتی مدیا برای افزودن جذابیت به وب سایت شما بسیار موثر است. ویدیو، پادکست و موارد مشابه به شما امکان ارسال پیام تجاری شما را به مخاطبین خواهد داد، به نحوی که آنها را جذاب نیز کند.

17. لینک به شبکه های اجتماعی. شبکه های اجتماعی به شما کمک می کنند که با مشتریان احتمالی خود ارتباط برقرار کنید و حتی امکان ارتباط میان مشتریان را نیز فراهم خواهند ساخت. وبلاگ ها، فیس بوک و توئیتر و سایر شبکه های

اجتماعی. برای افراد این امکان را فراهم کنید که شما را به راحتی در شبکه های اجتماعی بیابند حتی اگر فرم تقاضا را تکمیل نکنند، شما را در شبکه های اجتماعی رهگیری خواهند نمود.

وقتی محدوده وب سایت خود را که نیازمند بهبود است مشخص کردید، طرح را برای پیاده سازی این تغییرات، به یک شرکت متخصص، ارائه دهید. اصلا نیازی نیست که همه را یک جا انجام دهید. کم کم این تغییرات را اعمال کنید تا زمانی که سایت شما به حدی برسد که به آن افتخار کنید.