

# افزایش فروش از طریق رسانه اجتماعی



## فروش خود را با رسانه ها و شبکه های اجتماعی افزایش دهید تیم تحریریه اقیانوس آبی

امروزه فروش با شبکه های اجتماعی یکی از پرکاربردترین و اثرگذارترین **روش های افزایش فروش** و بازاریابی به حساب می آیند. خیلی از مدیرانی که برای مشاوره و آموزش مدیریت کسب و کار مدیریتی به **شرکت اقیانوس آبی** مراجعه می کنند می گویند که فروش با شبکه های اجتماعی مثل اینستاگرام برای کسب و کار ما مناسب نیست!

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به **اقيانوس آبي** سر بزنید.

در پاسخ به این مدیران باید بگوییم برندهای برتر دنیا مثل مرسدس بنز، نایکی، آدیداس، مک دونالد همگی از **فروش با شبکه های اجتماعی** استفاده می کنند، زیرا به اهمیت آن ها پی برده اند و می دانند که رسانه های اجتماعی یکی از ابزارهای پرکاربرد در حوزه دیجیتال مارکتینگ و برندینگ آن ها محسوب می شود.

در این مطلب به سوالات زیر پاسخ می دهیم:

1. چرا از فعالیت در رسانه های اجتماعی نتیجه نمی گیریم؟
2. مزیت هر کدام از ابزارها و رسانه های اجتماعی چیست؟
3. راهکارهای فروش با شبکه های اجتماعی چیست؟



کسب و کاری برنده هست که تبلیغات خود را در وب سایت ها، نرم افزارها و فضای اینترنت منتشر کند و این گونه بیشترین اثرگذاری را بر مخاطب دارد.

## سیر تکاملی فروش با شبکه های اجتماعی و رسانه های موثر 1. تلویزیون

زمانی رسانه ی اول، تلویزیون بود و همه افراد به فیلم ها و برنامه های تلویزیون توجه ویژه ای داشتند و تحت تاثیر تبلیغاتی که در تلویزیون بخش می شد قرار می گرفتند. خیلی از ما تبلیغاتی که قبلا در تلویزیون پخش می شد را بیاد داریم و در ذهن همه ما ماندگار شده است، تبلیغات برندهایی مثل میهن یا نیک کالا یا سائیران. همه این برندها از رسانه تلویزیون استفاده کردند، چون در آن زمان تلویزیون موثر ترین روش برای فروش با شبکه های اجتماعی محسوب می شد.

## 2. کامپیوتر

بعد از قدرت پیدا کردن کامپیوتر نقش تلویزیون به عنوان رسانه برتر کم رنگ تر شد. مردم بیشتر با کامپیوترهاشون کار می کردند و از این رسانه برای دیدن فیلم های مورد علاقه شان و یا گوش دادن به موسیقی مورد علاقه شان استفاده می کردند. به همین دلیل کسب و کاری در فروش با شبکه های اجتماعی برنده بود که تبلیغات خود در وب سایت ها، نرم افزارها و فضای اینترنت منتشر می کرد و این گونه بیشترین اثرگذاری را بر مخاطب داشت.

## 3. تلفن همراه

ما هم اکنون در عصری هستیم که موبایل بیشترین اثرگذاری را بر روی مخاطب دارد و افراد بیشترین زمان خودشان را با گوشی موبایلشان و در نرم افزارها و رسانه های اجتماعی داخل آن سپری می کنند. پس رسانه برتر برای فروش با شبکه های اجتماعی، تلفن همراه مشتریان است.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.



## مزيت تلفن همراه نسبت به ساير رسانه ها در فروش

1. هر شخصي يك موبايل دارد، يعني اين يك رسانه خصوصي است.
2. محدوديت زماني و مكاني ندارد. در رسانه هاي ديگر اگر محتوای تبليغاتي را نم يديد و يا به آن توجه نمي كرديد، آن محتوا از دست مي رفت؛ ولي در رسانه موبايل، مخاطب هر موقع گوشي تلفن خود را بردارد، پيامك يا محتوای تبليغاتي را مشاهده خواهد كرد و محتوای تبليغاتي شما در اين رسانه از دست نمي رود.
3. امكان دريافت بازخورد از رسانه هايي مثل تلويزيون و يا راديو وجود ندارد، اما در رسانه موبايل به راحتی مي توان بازخورد مخاطب را بررسي كرد و مخاطب مي تواند با شما در تعامل باشد.
4. در رسانه موبايل، محدوديت فرمت محتوایي نداريد. اگر از بيلبورد استفاده كنيد، فقط مي توانيد از متن و تصوير استفاده كنيد، در راديو فقط از فرمت صوتي و در تلويزيون فقط از فرمت ويدئويي مي توانيد استفاده كنيد؛ اما در رسانه موبايل شما مي توانيد از انواع فرمت هاي محتوا براي ارتباط با مخاطب بهره ببريد.
5. انعطاف شما در رسانه هاي ديگر خيلي كم است، اگر شما محتوایي را در بيلبورد منتشر كرديد، ديگر قابل تغيير و يا به روزرسانی نيست و بايد مجددا هزينه بالايي بپردازيد. اما در رسانه اجتماعي مثل اينستاگرام شما در هر زمان مي توانيد محتوای خود را ويرايش كرده يا محتوای جديد و به روزتري انتشار دهيد.
6. مالكييت ساير رسانه ها در دست شما نيست، ولي در رسانه هاي اجتماعي مالكييت آن رسانه از آن شما است، پس تمام نتايج حاصل از آن تبليغات مثل فالوورهايي كه جذب مي كنيد، به دارايي و سرمايه تبديل مي شوند. اين يعني يك رسانه اختصاصي و تلويزيون اختصاصي براي خود خلق كرده ايد.

پس از همين امروز ايده آل گرايي خود را کنار بگذاريد و از اين مزيت فوق العاده بهره ببريد. اگر اين توانايي را نداريد تا به درستي از اين فضا استفاده كنيد و فروش با شبكه هاي اجتماعي را تجربه كنيد، هر چه سريع تر آموزش آن را شروع کرده و فعاليت خود را در رسانه هاي موثر افزايش دهيد.

**بيشتر بخوانيد: راهنمای راه اندازی کسب و کار از صفر تا صد**

## مزايای فروش با شبكه هاي اجتماعي

فروش با رسانه هاي اجتماعي در بهبود تجربه مشتري به يك نقطه كانوني در **ترندهای CRM** تبديل شده اند. دلایل زیر دليل اين امر را روشن می کنند:

1. جلب اعتماد مشتري و افزايش آگاهی برندگان بدون هيچ محدوديت مكاني
2. كمك به **تحقيقات بازار**
3. تحليل رفتار مصرف كننده: رسانه اجتماعي به شما كمك می كند كه تشخيص بدهيد مصرف كننده شما از کدام محصول شما بيشتر خوشش می آيد، نسبت به چه محصولي حس بهتري دارد و يا برعكس.
4. دريافت بازخورد از مشتريان گذشته و يا ناراضي
5. آشنايی افراد جديد با كسب و كار شما و درخواست كار در تيم شما
6. آشنايی **تامين كنندگان** جديد با كسب و كار شما

## روش بازاریابی موثر برای فروش با شبكه هاي اجتماعي

برای آن كه بتوانيد مشتريان خود را به مشتريان دائمي تبديل كنيد بايد به صورت مداوم با آنها در ارتباط باشيد و پاسخ سوالاتی كه آن ها دارند را بدهيد. برخی از كسب و كارها پس از فروش، ارتباط خود را با مشتري قطع می كنند. اما همين كسب و كارها در صورتی كه ارتباط خود را با مشتريان قطع

برای مشاهده ساير مقاله هاي ما، حتما به **اقيانوس آبي** سر بزنيد.

نکنند، ممکن است دوباره بتوانند به آن ها محصول و خدمات خود را بفروشند. طبق تحقیقات 80 درصد از فروش ها، از 20 درصد [مشتریان وفادار](#) است. در ادامه با انواع راه های فروش با شبکه های اجتماعی آشنا می شوید:

## 1. ایجاد اکانت و معرفی محصول

با ایجاد حساب در شبکه های اجتماعی، محصولات خود را از طریق این رسانه به نمایش گذاشته و آنها را به مشتریان خود معرفی کنید. هم چنین می توانید کاربران خود را تشویق کنید تا به وب سایت شما نیز سر بزنند.

با انجام این کار علاوه بر افزایش بازدید سایت با مخاطبین و مشتریان خود ارتباط نیز برقرار می کنید و می توانید کاربران خود را از اخبار، محصولات، تخفیف ها و... نیز مطلع کنید.

## 2. پروموشن ها برای فروش با شبکه های اجتماعی

اگر می خواهید اثر گذاری بیشتری داشته باشید، یک پروموشن به محصول خود اضافه کنید، مثلا یک تخفیف، جایزه یا اشانتیونی برای آن در نظر بگیرید و یا برای خریداران قرعه کشی در نظر بگیرید. پروموشن زمان دار نیز بسیار موثر هستند. فروش های ویژه تان را در بازه زمانی خاص و موقت تعریف کنید، به عنوان مثال یک بازه ۲۴ ساعته برای پروموشن خود تعریف کنید.

### محدود کردن پروموشن با اصل کمیابی

می توانید پروموشن خود را در اصل کمیابی محدود کنید، مثلا فقط برای چند نفر اول که این محصول را خریداری می کنند یا سفارش خود را ثبت کنند این تخفیف یا جایزه یا امکان شرکت در قرعه کشی در نظر گرفته می شود.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنید.

### 3. پاسخ به مخاطبین رسانه اجتماعی

هنگامی که کسب و کار شما وارد شبکه های اجتماعی می شود، مخاطبین زیادی آن را می بینند، برایشان سوال پیش می آید و از شما می پرسند. شما باید این سوالات را به دقت و به طور کامل پاسخ دهید. علاوه بر این ممکن است به شما پیشنهاد یا انتقادی شود، توجه به این انتقادات و پیشنهادات می تواند به شدت برای شما سازنده باشد و کسب و کار شما را از نظر فروش با شبکه های اجتماعی ارتقاء دهد.

### 4. فروش با شبکه های اجتماعی از طریق پست های متنوع

معمولا [کسب و کارها](#) در شبکه های اجتماعی پست هایی را به اشتراک می گذارند که مربوط به کسب و کارشان است، یعنی اخبارشان، محصولاتشان و...، اما بهتر است علاوه بر مطالبی که مربوط به کسب و کارشان است، پست ها و محتوایی که برای مخاطب جذاب است را هم به اشتراک بگذارند. این چیزهای جذاب می تواند فیلم های آموزشی، تبلیغ محصولات و... باشد.

### استفاده از روش اخبار، افتتاحیه یا رونمایی

هر اتفاق جدیدی که در صنعت یا کسب و کار شما می افتد، هر محصول جدیدی که ارائه می کنید، اتفاقاتی که در محیط کسب و کارتان به صورت روزمره رخ می دهد، بسیار برای مخاطبین شما جذاب و اثرگذار است و همین طور این نوع محتواها باعث انتقال حس پویایی کسب و کار شما به مخاطب خواهد شد.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنید.

## 5. افزایش دسترسی مشتریان به کسب و کار

گاهی مواقع تنها راه ارتباط مشتریان با کسب و کارها، تلفن است، اما باید راه های ارتباط مشتریان و مخاطبین با خود را گسترش دهید. علاوه بر آن اگر مثلا افراد زیادی با شما از طریق تلفن تماس می گیرند، خطوط تماس خود را افزایش دهید. یا می توانید برای [فروش بیشتر](#) از طریق شبکه های اجتماعی، پشتیبانی در وبسایت و شبکه های اجتماعی نیز ایجاد کنید.



## 6. بررسی و سنجش عملکرد صفحه در شبکه های اجتماعی

برای کار در شبکه های اجتماعی ابتدا کاربران و مخاطبین هدف خود را بسنجید. با این کار می توانید از علایق و سلیقه های آنان مطلع شوید. پس از آن می توانید به وسیله اطلاعات به دست آمده تصمیمات بازاریابی خود را بگیرید.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اَقیانوس آبی](#) سر بزنید.



## 7. فروش با شبکه های اجتماعی استفاده از نظر مشتریان راضی

با انتقال نظرات مشتریان راضی و بازخورد و فید بک آن ها مشتریان بالقوه را تحت تاثیر قرار خواهید داد و اعتماد آنها را جلب خواهید کرد .

## 8. استفاده از بازاریابی محتوایی

امروزه مردم به محتوا خیلی اهمیت می دهند. مخصوصا اگر شما خود بعنوان صاحب کسب و کار و متخصص آن، محتوای خوب و مرتبط با کسب و کار خودتان آماده کنید و در اختیار مردم قرار دهید، آن ها به شما به عنوان یک کارشناس نگاه می کنند و اعتمادشان بیشتر می شود.

### مثال:

وقتی شما یک پزشک متخصص را از تلویزیون مشاهده کنید که در خصوص یک بیماری یا موضوعی علمی صحبت می کند، احتمال اینکه شما به آن پزشک مراجعه کنید و از تخصصش استفاده کنید خیلی بیشتر است چراکه شما او را به عنوان کارشناس می شناسید.

اگر شخصی در اینستاگرام ویدئویی را ارائه می کند و در خصوص زیبایی و پوست یا تناسب اندام صحبت می کند، احتمال اینکه شما به او مراجعه کنید بیشتر می شود چراکه او را به عنوان یک متخصص و کارشناس و مشاور می بینید.

### مزیت بازاریابی محتوا در رسانه های اجتماعی

1. محتوا خیلی مواقع می تواند فروش شما را افزایش دهد و اعتماد مشتریان را نسبت به کسب و کار شما جلب کند.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

2. وقتی شما محصولاتتان با **کمپین تبلیغاتی** در رسانه اجتماعی تان تبلیغ می کنید قاعدتا آن محتوا، بعد از زمانی، برای مخاطبانتان خسته کننده خواهد بود، ولی زمانی که برای آنها محتوای ارزشمند تولید می کنید برای اینکه آن محتوا را از دست ندهند، مرتبا شما را دنبال خواهند کرد، چون از رسانه شما محتوای جدید یاد می گیرند و بر تجربیاتشان افزوده می شود.

### انواع محتوای جذاب در رسانه های اجتماعی

- می توانید محتوا را به سادگی در قالب یک تیپ یا جمله کوتاه ارائه دهید
- محتوای جذابی را از وب سایت ها دیگر مثل یوتیوب، آپارات با رعایت اصول حق انتشار و یا ذکر منبع انتشار بدهید. **آپارات اقیانوس آبی >>**
- خودتان می توانید در جلوی دوربین قرار بگیرید و یا اگر تمایلی برای حضور در جلوی دوربین ندارید، بصورت صوتی و پادکست یا بصورت فایل Pdf یا مقاله محتوایتان را آماده کنید و در اختیار مخاطبینتان قرار دهید.
- مطالب و اخباری را که می دانید مرتبط با کسب و کار و مشتری شما و ممکن است مشتریان شما بخاطر ندانستن آن مطالب در خریدشان اشتباه کنند و متضرر شوند را حتما منتشر کنید.
- تجربیات خودتان و هر آنچه برای مخاطب و مشتری شما مفید و موثر هست را به آن ها منتقل کنید تا در خریدشان حرفه ای تر عمل کنند و از این طریق به شما هم اعتماد بیشتری خواهند کرد.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به **اقيانوس آبي** سر بزنيد.