



چگونه فروش اینترنتی خود را افزایش دهیم؟ تیم تحریریه اقیانوس آبی

یکی از اهداف اصلی هر شغل کوچک و بزرگی [افزایش فروش](#) است. حال مهم نیست که شما یک کسب و کار کوچک محلی را اداره می کنید، یا یک غول بزرگ تجارت مانند آمازون. شما نیاز دارید که برای افزایش فروش اینترنتی خود نیز تلاش کنید زیرا امروزه همه چیز به سمت دیجیتالی شدن پیش می رود. افزایش فروش اینترنتی از طریق کانال های آنلاین کمی شبیه پرتاب توپ بولینگ است، یعنی از آنچه که هست آسان تر به نظر می رسد.

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

خوشبختانه ده ها راهكار فروش براي اين كه افزايش فروش آنلاين **online sale** داشته باشيد وجود دارد كه ميتوانيد بسياري از آن ها را بلافاصله پياده سازي كنيد. بعضي از اين نكات نسبت به ديگر راه ها عموميت بيشترى دارند. در اين مطلب با شركت كسب و كار **اقيانوس آبي** همراه باشيد تا انواع روش هاي افزايش فروش اينترنتي را بررسي كنيم كه براي كالا و خدمات کاربرد دارند.

روش هاي افزايش فروش اينترنتي



1. اولين قدم در فروش اينترنتي: صداقت در نوشتن مشخصات محصول

صداقت در نوشتن مشخصات محصول شما نه تنها براي شهرت كسب و كار شما مهم است، بلكه باعث تقويت و تشويق اعتماد به نام تجاري شما مي شود. ادعاهايي نكنيد كه نمي توانيد آنها را اثبات كنيد و از بيهوده گويي نيز استفاده نكنيد.

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

مصرف کنندگان امروزی نسبت به بازاریابی دروغین حساسیت زیادی دارند، بنابراین برای افزایش فروش اینترنتی در تمام صفحه های سایت خود، از صفحه اصلی گرفته تا کمپین های ایمیل خود، صادق، مستقیم و قابل دسترسی باشید.

بیشتر بخوانید: روش هایی برای [افزایش وفاداری مشتری](#)

2. افزایش فروش آنلاین با گرفتن کلیک در افزونه های تبلیغ

اگر کالای خود را اینترنتی می فروشید، امکاناتی که در تبلیغات AdWords و Bing موجود است به شما این امکان را می دهد تا تبلیغ خود را با فضای بیشتری نمایش دهید و در نتیجه میزان کلیک [تبلیغات](#) شما افزایش می یابد. شگفت انگیزه! نه؟

Ray-Ban® Sunglasses - Free Shipping & Returns

Ad www.ray-ban.com/Sunglasses

Shop Ray-Ban® Sunglasses Online.

#Campaign4Change - Virtual Mirror - Online Exclusives - Customize With REMIX

Styles: Aviator, Wayfarer, Clubmaster, Round, Custom

Ratings: Shipping 9.5/10 - Website 9/10 - Quality 9/10 - Selection 8.5/10

Men's Sunglasses

Discover The Latest Collection For

Men Plus Get Free Shipping.

Women's Sunglasses

Check Out The Latest Women's

Styles And Trends For Any Occasion.

در مثال بالا ، لینک "عینک آفتابی مردانه" و "عینک آفتابی زنانه" به افرادی که به دنبال خرید یک جفت جدید عینک هستند، فضای بیشتری برای کلیک می دهد. این کار مشتری بالقوه را نجات می دهد و پیدا کردن دقیق آنچه که می خواهند را آسان تر و سریع تر می کند که در نهایت افزایش فروش اینترنتی را برای کسب و کار ها در پی دارد. (در واقع آن ها به جای سایت رقیب به سایت شما مراجعه می کنند).

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

3. شگفت انگیزترین نحوه افزایش فروش اینترنتی، علائم اعتمادساز است.

بازخورد و نظرات مشتریان در محیط شبکه های اجتماعی بسیار زیاد شده است که خوشبختانه به این معناست که مشتریان راضی شما می توانند یکی از ارزشمندترین سلاح های موجود خود را به شما ارائه دهند و آن توصیف کسب و کار شماست. استفاده از نظر مشتریان راضی یکی از شگفت انگیزترین راه ها در بالا بردن فروش اینترنتی است.

تعداد زیادی از مشتریان راضی حتی از بهترین محصول فروخته شده شما نیز بیشتر تاثیر گذارند. بنابراین اطمینان حاصل کنید که توصیفات و نظرات خوب را از مشتریان مشهور خود درباره این که شما چقدر شگفت انگیزید بگیرید.



این نظرات را می‌توانید در صفحات محصول، صفحات مقالات و حتی صفحه اصلی وب سایت خود قرار دهید. گنجاندن سیگنال‌های اعتماد می‌تواند راهی عالی برای افزایش فروش اینترنتی شما باشد، زیرا درک مطلوب تری از نام تجاری و [برندسازی](#) شما در ذهن مشتری ایجاد می‌کند و می‌تواند بر تردیدهای مشتریان غلبه کند.

اگر کسب و کار شما دارای اعتبار حرفه‌ای است (حتی به عنوان روال معمول مانند پروانه کسب و کار یا مدارک عضویت در اتاق بازرگانی‌ها و...) بهتر است این سیگنال‌های اعتماد را در مرکز سایت خود قرار دهید. اگر لیست قابل توجهی از مشتریان راضی دارید، مطمئن شوید که مشتریان احتمالی شما از آن مطلع می‌شوند.

بیشتر بخوانید: شناخت [انواع مشتریان](#)

4. ایجاد حس فوریت، راهکارهای افزایش فروش آنلاین

صادق و شفاف بودن در مورد اینکه چه کسی هستید و چه کاری انجام می‌دهید در بحث فروش اینترنتی بسیار مهم است، اما هیچ قانونی بر خلاف ایجاد احساس فوریت برای ترغیب مشتریان احتمالی برای خرید از شما وجود ندارد.

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اقيانوس آبی](#) سر بزنید.



WIN \$250,000 with the L.L.Bean® Visa® Card | What's New | Shop Holiday Gifts | Gift Cards | Blog | ParkFinder | Videos | L.L.Bean Visa | L.L.BEAN SIGNATURE

SAVE 10% ON YOUR ENTIRE ORDER | OFFER ENDS MONDAY | ENTER PROMO CODE NOV10 AT CHECKOUT ► DETAILS

L.L.Bean > Kids > Boys > Outerwear > Jackets & Parkas

Boys* (131)
Shirts (25)
Sweatshirts & Fleece (9)
Sweaters (2)
Pants & Shorts (15)
Outerwear (45)
Jackets & Parkas (20)
Pants & Bibs (7)
Vests (3)
Accessories (15)
Long Underwear (8)
Sleepwear (8)
Footwear (21)
Swimwear (2)
Accessories (22)

Filter Results (reset all)
Warmth Rating
☐ Warm (3)
☐ Warmer (3)
☐ Warmest (2)
Features

Bean's 3-in-1 Wildcat Outerwear for Boys and Girls

- Water-resistant nylon shell provides protection in mild, wet weather
- Warm polyester fleece liner insulates in colder, dry weather
- Liner zips into shell for a barrier against wind, moisture and cold

Wildcat 3-in-1 Parka

Boys' Jackets & Parkas (20)

Sort by: Recommended Price Price Bestselling Newest Customer Rating A-Z View: [Grid] [List]

بسیاری از مصرف کنندگان به مشوق هایی که احساس فوریت ایجاد می کنند، از پیشنهادات ویژه زمان دار گرفته تا محصولاتی با تعداد محدود، پاسخ مثبت می دهند. اگرچه راه هایی که می توانید این کار را انجام دهید متنوع است، اما برخی از [استراتژی های فروش](#) ممکن است در فروش اینترنتی موثرتر از بقیه باشند. به عنوان مثال، اگر شما نمی توانید یک محصولی با تعداد محدود را برای جلب نظر مشتریان ایجاد کنید، شاید بتوانید پیشنهاداتی مانند حمل و نقل رایگان یا تخفیف را به عنوان مشوق خرید ارائه دهید.

در AdWords، می توانید از سفارشی سازی آگهی برای نمایش شمارش معکوس در مورد پیشنهاد فصلی یا فروش دارای مدت محدود استفاده کنید:

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

50+ LCD TVs on Sale

www.buytvs.com

30% Off LCDs. Sale ends in **4 hours.**

Ships free in the US. Shop Now!

50+ LCD TVs on Sale

www.buytvs.com

30% Off LCDs. Sale ends in **1 hour.**

Ships free in the US. Shop Now!

5. استفاده از ضمانت بازگشت وجه بی قید و شرط از راه های افزایش فروش اینترنتی

اغلب اوقات، یکی از قوی ترین عوامل در تصمیم مصرف کننده برای عدم خرید، ریسک گریزی یا تمایل به جلوگیری از ضرر احتمالی است. در بیشتر مواقع، این ریسک گریزی ناشی از احتمال یک ضرر مالی است که در فروش اینترنتی به وفور قابل مشاهده است.

چرا کسی باید محصولات شما را بخرد؟ اگر محصول شما به درستی کار نکند، یا مشتری پس از دریافت آن را دوست نداشته باشد چطور؟ حتی خریدهای کوچک می تواند خطر "پشیمانی خریدار" را در پی داشته باشد. بنابراین با ارائه ضمانت بازگشت پول از ابتدا بر این ترس مشتریان غلبه کنید. هرچه ریسک یا ترس بیشتری را از تصمیم مشتری حذف کنید، احتمال خرید آنها از شما بیشتر است. بنابراین هر چیزی را که می تواند مشتریان را از خرید محصول شما منصرف کند، حذف کنید.

بیشتر بخوانید: شناخت [مدل های رفتاری افراد](#) در کسب و کار

6. در فروش اینترنتی انتخاب های کمتر به مخاطب پیشنهاد دهید.

برای بسیاری از کسب و کارها مخصوصاً آن هایی که محصولاتشان را آنلاین میفروشند، این مفهوم ساده برایشان غیرقابل تصور است. مطمئناً ارائه محصولات بیشتر، یک راه عالی برای افزایش فروش اینترنتی است! **اما نه لزوماً**. در بسیاری از موارد، تنوع بیشتر در انتخاب می تواند منجر به بلا تکلیفی از طرف مشتری شود که به نوبه خود منجر به از دست دادن فروش اینترنتی می شود.

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

اگر در فروش اينترنتي طيف وسيعي از محصولات داريد، ساختار سايت يا صفحات محصول خود را به گونه اي در نظر بگيريد که تا آنجا که ممکن است انتخاب هاي کمي به بازديدکنندگان ارائه دهد. اين امر احتمال غرق شدن بازديدکنندگان در ده ها محصول مختلف را کاهش مي دهد. اين موضوع مي تواند با قرار دادن محصولات شما در دسته هاي کوچک تر انجام شود. يا مي توانيد در فروش اينترنتي خود به تعداد کمتری از محصولات بسنده کنيد.



7. مخاطبين شبیه به هدف را در فیس بوک هدف قرار دهيد.

يکي از بهترين راه ها براي افزايش فروش اينترنتي اين است که از داده هايي که در مورد مشتريان فعلي خود داريد استفاده کنيد تا افرادي مشابه آنها را پيدا کنيد. فیس بوک به شما امکان مي دهد اين کار را از طريق هدف گيري مخاطبان شبیه به هم انجام دهيد.

براي مشاهده ساير مقاله هاي ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

مخاطبان مشابه در فیس بوک اساساً کاربرانی در فیس بوک هستند که ویژگی‌ها و رفتارهایی را که مشتریان فعلی شما نشان می‌دهند را دارا هستند. شما داده‌های خود را در فیس بوک بارگذاری می‌کنید، که سپس داده‌های خود را برای ایجاد مطابقت با معیارهایی که تعیین کرده‌اید، ارجاع دهد. این یک راه عالی برای جمع‌آوری اطلاعات مربوط به مشتریان فعلی شماست، زیرا به شما این امکان را می‌دهد تا دسترسی خود را با حداقل تلاش افزایش دهید و از تبلیغات بسیار هدفمند برای جلب کاربران فیس بوک که بسیار شبیه مشتریان فعلی شما هستند برای فروش اینترنتی خود استفاده کنید.

بیشتر بخوانید: [رسانه‌های اجتماعی و بهبود فروش](#)

8. راهکارهای افزایش فروش اینترنتی موثر: فرایند تسویه حساب را برای مشتری راحت کنید.

آمار نشان می‌دهد که تقریباً 4 تریلیون دلار کالای آنلاین تنها در سال گذشته در سبدهای خرید ناقص رها شده است که 63 درصد از آنها به طور بالقوه قابل بازاریابی است. این یک آمار واقعاً شگفت‌انگیز است و نشان می‌دهد که چقدر مهم است که روند پرداخت خود را در فروش اینترنتی سرعت ببخشید.

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنید.



کاهش مراحل پرداخت نیز می‌تواند تاثیر باورنکردنی بر نرخ تبدیل شما داشته باشد. همانطور که باید استفاده از سایت و پیمایش بازدیدکنندگان را در سایت خود تا حد امکان آسان کنید، باید خرید اینترنتی آنچه را که شما می‌فروشید را نیز برایشان آسان تر کنید.

مراحل غیر ضروری را که می‌تواند مشتری را از خرید منصرف کند از فرآیند پرداخت خود حذف کنید. فیلدهای غیرضروری در فرم‌ها حذف کنید. وقت مخاطبان خود را نگیرید و کاری نکنید که از ابتدا شروع کنند. در این مقاله چند نکته دیگر نیز برای مبارزه با رها کردن سبد خرید توسط مشتری آورده شده است.

9. برای فروش اینترنتی بیشتر، تا حد امکان گزینه‌های پرداخت ارائه دهید.

کسب و کار، فروشگاه و فروش اینترنتی شما امکان پرداخت آنلاین با کارت بانکی دارد اما در مورد پرداخت درب منزل چگونه؟ کیف پول‌های آنلاین و... چگونه؟ مصرف‌کنندگان از نظر نحوه پرداخت

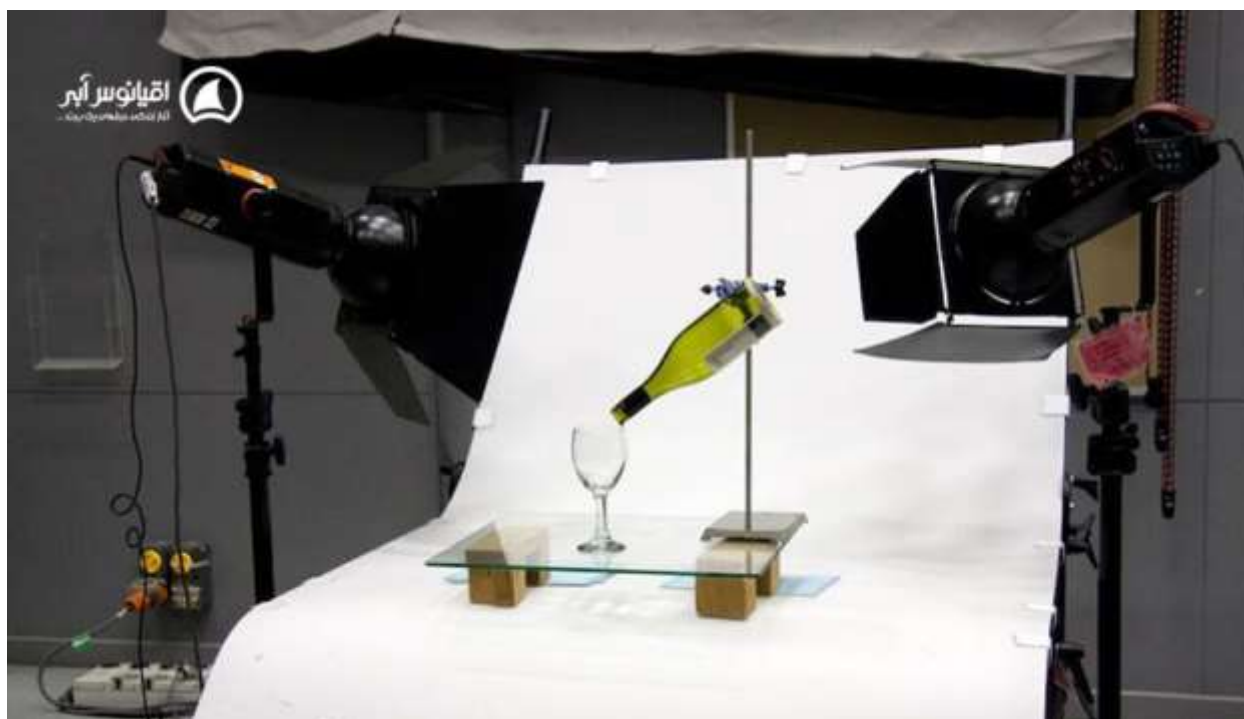
برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اَقیانوس آبی](#) سر بزنید.

هزينه کالاها و خدمات بيش از هر زمان ديگري حق انتخاب دارند و همه ترجيح نمي دهند از پرداخت آنلاين استفاده كنند. با ارائه گزينه هاي بيشتري براي پرداخت، از جمله خدمات جديدتر كه در تلفن همراه رواج يافته است، به مشتريان كمك مي كنيد تا پول خود را راحت تر به شما بدهند.

بيشتر بخوانيد: افزايش فروش با [بازاريابي تلفني](#)

10. تصاوير با كيفيت از محصول، عامل جذب مشتريان در فروش اينترنتي است.

شواهد قانع كننده اي وجود دارد كه نشان مي دهد غذايي كه با بسته بندي خوب ارائه شده در واقع طعم بهتري نسبت به غذاهايي با بسته بندي بد دارد. با توجه به اهميت ظاهر در ارتباط با نحوه درك ما از چيزها، منطقي است كه در فروش اينترنتي سرمايه گذاري روي عكاسي با كيفيت از محصولات، تأثير مشابهي بر بازديدكنندگان سايت شما را داشته باشد.

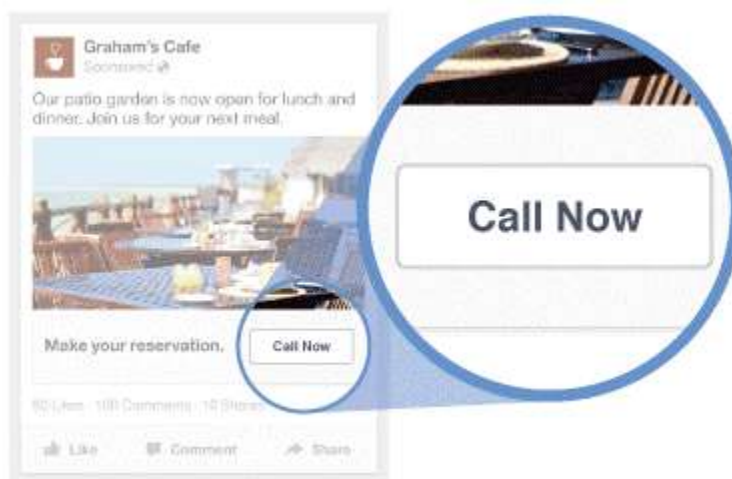


براي مشاهده ساير مقاله هاي ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

صرف نظر از اینکه چه چیزی می فروشید، تصاویر با کیفیت از محصولات خود داشته باشید، نه از تصاویر کوچک یا عکس های بی کیفیتی که در انبار شما گرفته شده است. اگر امکانش برای شما وجود دارد از تمام زوایای محصولاتان عکس بگیرید، چون مردم دوست دارند قبل از خرید اینترنتی هر چیز آن را از هر نظر بسنجند.

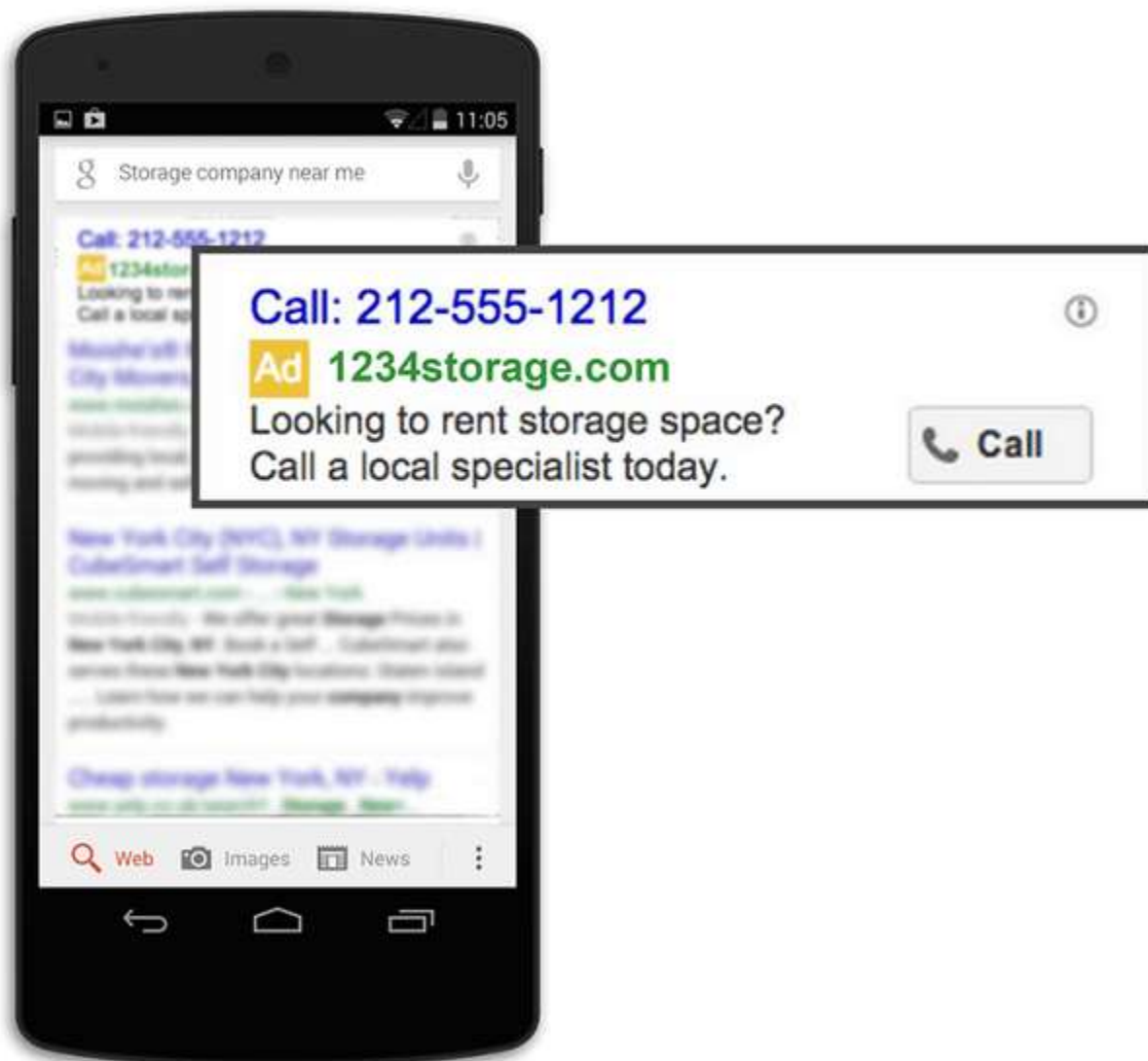
11. تعداد لندینگ پیج های خود در فروش اینترنتی کم کنید.

کمپین های فقط تماس در فیس بوک و AdWords یک مثال عالی از شرایطی است که در آن حذف لندینگ پیج کاملاً منطقی است. اکثر مردم نمی خواهند چندین دقیقه را صرف در مرور صفحات روی دستگاه تلفن همراه خود کنند – آنها فقط می خواهند با کسب و کار شما تماس بگیرند. پس سعی کنید مخاطبانتن را سریعاً همانجایی بفرستید که می خواهند.



با استفاده از تبلیغات "فقط تماس"، کار مشتریان را برای فروش اینترنتی خود راحت تر می کنید. با این کار به طور بالقوه حجم تماس ها را به تجارت خود افزایش می دهید. تماس ها یکی از ارزشمندترین منابع برای بسیاری از مشاغل هستند. افرادی که با شما تماس می گیرند عملاً به شما التماس می کنند که چیزی به آنها بفروشید.

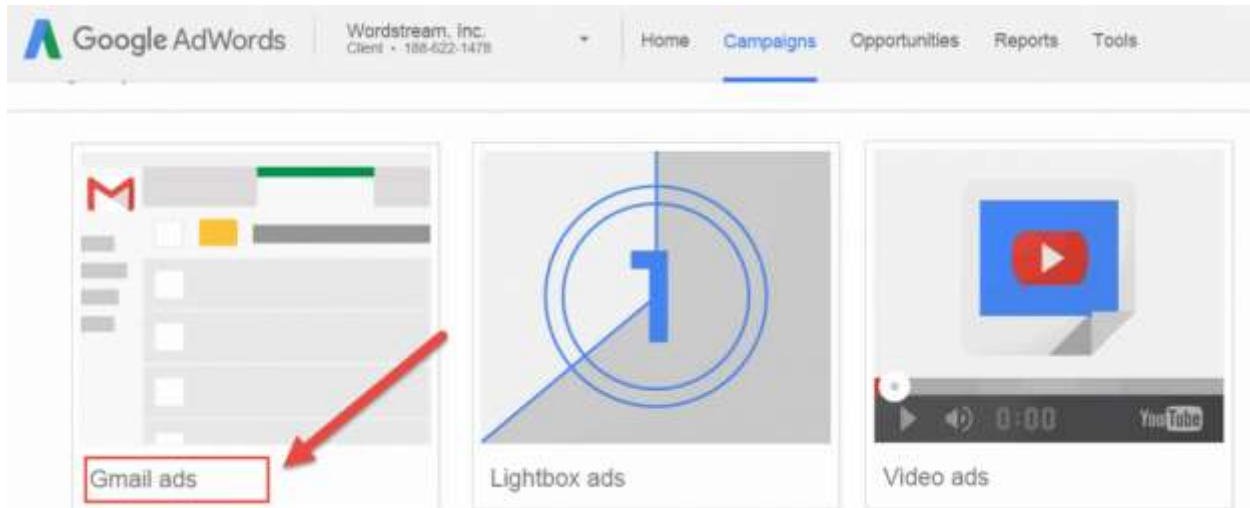
برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتماً به [اقيانوس آبی](#) سر بزنید.



12. تبلیغات گوگل از راههای افزایش فروش اینترنتی زودبازده است.

بی شک محبوب ترین و موثر ترین موتور جستجوی جهان **گوگل** است. کاربران اینترنت زمانی که نیاز به یادگیری، یافتن و خرید چیزی دارند شروع به جستجو می کنند. وقتی که آنها به دنبال محصول یا خدماتی هستند، احتمال سفارش محصول یا خدمات بیشتر از هر زمان دیگری است. پس از این **ابزار کسب و کار** اینترنتی استفاده کنید و تبلیغ خود را جلوی چشم آن هایی قرار دهید که واقعا به کالا یا خدمت شما نیاز دارند.

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



13. پیام فروش اینترنتی خود را در همه جا یکسان نگه دارید.

آیا تا به حال بر روی آگهی های PPC کلیک کرده اید که توجه شما را به خود جلب کرده؟ و بعد از کلیک تنها به یک صفحه فرود بی ربط (بد) یا صفحه اصلی سایت (بدتر) منتقل شده است؟ آیا از آن سایت خرید کرده اید؟ احتمالا نه.

اگر کاربری روی آگهی محصول یا خدمات خاصی کلیک کند، صفحه ای که به آن مراجعه کرده باید در مورد آن محصول یا همان خدمات خاص باشد، نه یک گروه مرتبط ، نه یک پیشنهاد ویژه برای محصولی دیگر، بلکه دقیقا همان محصول خاص. اطمینان حاصل کنید که پیام های شما در PPC و کمپین های اجتماعی، مرتبط با صفحاتی که در آن قرار گرفته اند باشد، به طوری که کلیک های تبلیغاتی در واقع به فروش اینترنتی تبدیل شوند.

بیشتر بخوانید: تبلیغ نویسی حرفه ای و [کمپین تبلیغاتی](#) موفق

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

14. به هر سوال يا اعتراضی برای افزایش فروش فروشگاه اینترنتی پاسخ دهید.

یکی از خطرناک ترین مشکلاتی که می توانید هنگام فروش اینترنتی به آن دچار شوید، این است که فرضیاتی را در مورد دانش مشتریان احتمالی خود از محصول، خدمات و یا حتی بازار خود پیش بینی کنید. بسیاری از شرکت ها به اشتباه معتقدند که مشتریانشان بیشتر از آنچه می فروشند می دانند، که منجر به سوالات بی پاسخ یا اعتراضاتی می شود که به آنها پاسخ داده نمی شود. هر دو این ها می توانند به فروش اینترنتی آسیب برسانند.

هر سوالی را که ممکن است در مورد محصول یا فروش اینترنتی خود فکر کنید در نظر بگیرید و در صفحه محصول خود به آن پاسخ دهید. به طور مشابه، در مورد هرگونه اعتراض احتمالی که ممکن است یک مشتری احتمالی در مورد محصول یا خدمات شما داشته باشد، فکر کنید و پیشاپیش در صفحه محصول خود به آن پاسخ دهید.

این ممکن است غیر عملی به نظر برسد، اما به یاد داشته باشید که شما افراد احتمالی را با اطلاعات غیر ضروری بمباران نمی کنید. درواقع دقیقاً آنچه را که برای تصمیم گیری آگاهانه نیاز دارند به آنها می دهید. این روش همچنین یک تمرین عالی برای نوشتن یک شرح محصول دقیق، واضح و مختصر است. اگر نگران توضیحات زیاد هستید، همیشه می توانید آن را کوتاه کنید. فقط تمرکز خود را بر روی مشتری و مزایای محصول برای او بگذارید، نه اینکه چرا شرکت شما بسیار عالی است.

 OGHYANOOSE ABI

مینی دوره افزایش سریع فروش

با اجرای تکنیکهای فروش، سریع تر، آسان تر و بیشتر بفروشید!

همین الان بخرید!

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

15. برای افزایش فروش فروشگاه اینترنتی تا آنجا که ممکن است به کاربران هدیه بدهید.

مردم چیزهای رایگان را دوست دارند و هرچه بیشتر هدیه های رایگان بدهید، برند شما با استقبال بیشتری مواجه می شود که می تواند منجر به فروش اینترنتی بیشتر شود.

به پیشنهادات فعلی خود نگاه کنید. آیا می توانید چیزی را به صورت رایگان هدیه دهید؟ اگر مثلاً در زمینه نرم افزار فعالیت میکنید، به راحتی می توانید بعضی از نرم افزارهای خود را به صورت رایگان و بدون تعهد ارائه دهید. هدیه دادن رایگان کالاها نه تنها راهی عالی برای بهبود درک افراد از کسب و کار شما است، بلکه راهی عالی برای فروش اینترنتی بیشتر و معرفی محصولات شما و وسوسه آنها برای خرید بیشتر است.



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

16. فروش اینترنتی شخصیت هر فرد را هدف قرار دهید.

فکر می‌کنیم که شما در حال حاضر شخصیت خریداران را در نظر می‌گیرید (زیرا اگر اینطور نباشید دچار اشتباه هستید) اما ما شما را به چالش می‌کشیم تا شخصیت افراد را بیشتر از قبل در نظر بگیرید. اگر به [هدف کسب و کار](#) برای تبلیغ کنندگان فیس بوک نگاه کرده باشید، ممکن است جزئیات شگفت‌انگیزی را مشاهده کنید. شما نیز می‌توانید مانند آن‌ها کاربران را در فیس بوک هدف قرار دهید. تبلیغ کنندگان می‌توانند کاربران را بر اساس مساحت خانه، دانشگاهی که از آن فارغ التحصیل شده‌اند، مدرک تحصیلی آنها و حتی جایی که برای تعطیلات بعدی خود برنامه ریزی می‌کنند و... را برای فروش اینترنتی خود هدف قرار دهند.

بدیهی است که این درجه از ویژگی‌ها ممکن است برای شخصیت‌های افرادی که خریداران شما هستند زیادی ریز باشد، اما هرچه بیشتر مشتریان ایده آل خود را بشناسید، به احتمال بیشتری آنها به پیام‌های شما پاسخ می‌دهند. به خودتان فشار بیاورید تا شخصیت‌های خریداران را به صورت دقیق‌تری نسبت به قبل بشناسید.



17. استفاده از تکنیک قیمت گذاری طبقه ای (مقایسه ای) برای افزایش فروش سایت فروشگاهی

وقتی به رستوران می‌روید، امکان این که شما همیشه یکی از غذاهای با قیمت متوسط را انتخاب کنید بسیار زیاد است، زیرا بسیاری از رستوران‌ها با استفاده از روانشناسی کار می‌کنند تا مردم به سمت غذاهای میان رده بروند. ما اغلب از ارزان‌ترین غذاها و گران‌ترین غذاها دوری می‌کنیم و گزینه‌های طبقه متوسط را جذاب‌ترین می‌دانیم.

این تکنیکی است که به آن "فرب قیمت" یا قیمت گذاری طبقه ای می‌گویند. از همین اصل می‌توان برای افزایش فروش اینترنتی نیز استفاده کرد.

بیشتر بخوانید: آشنایی با انواع [تکنیک‌های قیمت گذاری](#) برای فروش بیشتر

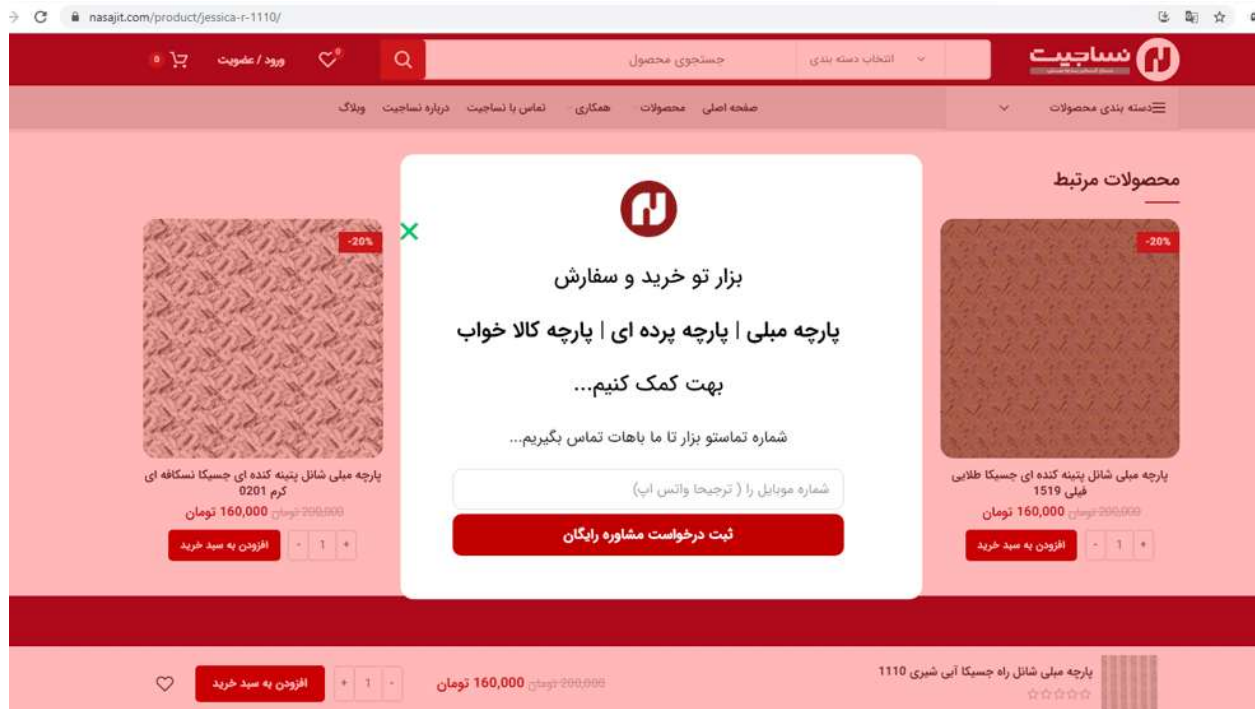
برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اَقیانوس آبی](#) سر بزنید.

شما می توانید با گنجاندن سومین گزینه "فریب" در ساختار قیمت گذاری خود، افراد را به سمت گزینه میانی، یعنی گزینه ای که واقعاً می خواهید آن را بخرند سوق دهید. مطمئناً برخی از افراد به هر حال به دنبال گران ترین گزینه می روند (که این خود یک مزیت است برای ما)، اما اکثر آنها ناخودآگاه از فریب جلوگیری می کنند و گزینه طبقه متوسط را انتخاب می کنند، این دقیقاً همان چیزی است که در فروش اینترنتی شما از آنها می خواهید.

بسیاری از شرکت ها از این اصل روانشناختی استفاده می کنند تا ما را مجبور به خرید آنچه که آن ها می خواهند بکنند. در ویدئو زیر [دن لاک](#) به خوبی و بسیار ساده این تکنیک را توضیح می دهد:

18. روش افزایش فروش اینترنتی استفاده از پاپ آپ است.

اگر به دنبال افزایش در فروش اینترنتی خود هستید، از پیشنهادات پاپ آپی غافل نشوید. مواردی که افراد را تشویق می کند تا در خبرنامه، لیست ایمیلی یا برنامه های دیگر شما ثبت نام کنند. استفاده از پیشنهادات ثبت نامی نه تنها می تواند به طور قابل توجهی تعداد مخاطبین در پایگاه داده شما را (که یک دارایی اصلی برای کمپین های بازاریابی ایمیلی آینده است) را افزایش دهد، بلکه فروش اینترنتی را نیز در کوتاه مدت نیز افزایش می دهد.



مشتریان احتمالی که قصد خرید از شما را دارند، ممکن است با یک پیشنهاد خوب ثبت نامی، مثلاً ارسال رایگان یا 10 درصد تخفیف از اولین سفارش خود، تحت تاثیر قرار گیرند و حتی اگر آنها در آن زمان تصمیم به خرید نگیرند، برای پیشنهاد شما ثبت نام می کنند. حال شما آن ها را به [بانک اطلاعاتی مشتریان](#) خود اضافه می کنید تا برای بازاریابی فروش اینترنتی خود از این پایگاه داده استفاده کنید. همچنین آن ها ممکن است بعداً برای تکمیل خرید ، بازگشت را انتخاب کنند.

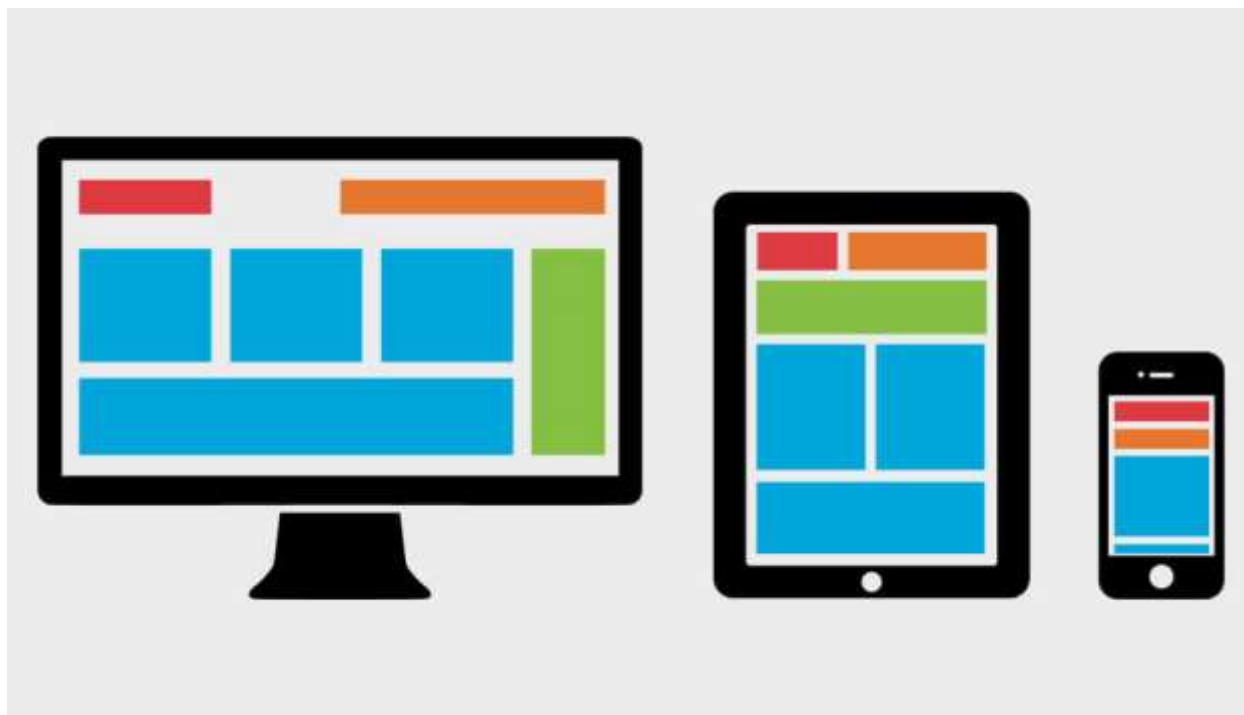
هنگام ساخت پاپ آپ ها، مطمئن شوید که هر عنصر را برای حداکثر بهینه سازی آزمایش می کنید. عبارت بندی ها، موقعیتی که در سایت شما نمایش داده می شود و روندی که بازدید کنندگان در این فرایند هدایت می شوند را آزمایش و بهینه کنید.

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

19. با بهینه سازی وب سایت خود برای تلفن همراه ، فروش آنلاین را افزایش دهید.

شاید باور نکنید، ولی تعداد سایت هایی که برای تلفن همراه بهینه نشده اند بسیار زیادند. در حال حاضر حجم جستجوی دسکتاپ در برابر جستجو های انجام شده توسط تلفن همراه بسیار کم است. اگر نمی خواهید فروش اینترنتی شما متوقف شود بسیار مهم است که سایت شما برای موبایل بهینه شود.

خرید را برای بازدیدکنندگان تلفن همراه تا حد ممکن آسان کنید. این ممکن است شامل بازنگری گسترده در روند پرداخت در سایت شما یا طراحی و راه اندازی یک سایت کاملاً جداگانه برای تلفن همراه باشد. سایت موبایل آمازون یک مثال عالی از نحوه انجام تجارت الکترونیکی تلفن همراه است.



نویدگیشن و UX یا همان تجربه کاربری از مهمترین عناصر هر سایت با طراحی خوب و بسیار بهینه برای موبایل است. هرچه یافتن چیزی و خرید آن برای بازدیدکنندگان دشوارتر باشد، بیشتر احتمال دارد که سایت شما را به کل رها کرده و از جای دیگری خرید کنند.

صفحات باید بلافاصله بارگیری (load) شوند و navigation bar ها باید شکلی منطقی داشته باشد. اطلاعات زیادی از مشتری درخواست نکنید، تنها حداقل اطلاعاتی که بعداً برای بازاریابی می خواهید از او بگیرید. به بازدیدکنندگان اجازه دهید بعداً حتی با دستگاه های دیگری هم بتوانند به سبد خرید خود بازگردند.

به بازدیدکنندگان تلفن همراه خود فکر کنید و هر کاری که ممکن است انجام دهید تا خرید آنها از شما آسان شود، در این صورت است که می توانید فروش اینترنتی موفق را داشته باشید.

20. پیگیری مشتریان جدید را فراموش نکنید.

متأسفانه، [ارتباط با مشتری](#) معمولاً برای بسیاری از مشاغل زمانی به پایان می رسد که بالاخره پولی را از مشتری دریافت کرده اند. این یک اشتباه وحشتناک برای حفظ مشتری است. برای افزایش حجم فروش اینترنتی، مطمئن شوید که یک روش پیگیری متفکرانه، ملاحظه کارانه و واقعاً مفید برای مشتریان جدید در نظر گرفته اید.

به عنوان مثال یک متخصص کامپیوتر که همیشه قطعات کامپیوتر، وسایل و تجهیزات خود را از سایت Newegg.com سفارش می دهد. دلیل او برای سال ها وفادار بودن به سایت Newegg فقط قیمت کالا نیست، بلکه تمرکز بر خدمات مشتریان و روند پیگیری Newegg در فروش اینترنتی خود است. می پرسید چطور؟

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

هر زمان که سفارشی در این سایت می دهید، خلاصه ای از خریدتان را دریافت می کنید (از جمله اطلاعات ردیابی محصول خریداری شده، که می توانید در صفحه سفارش با رفرش کردن صفحه متوجه شوید محصولاتان کجاست)، پیوندهایی به محصولات مربوطه که ممکن است علاقه مند باشید، از شما خواسته می شود که نظرات و بازخورد خود را در مورد تجربه خریدتان بنویسید، اگر در مورد سفارش خود سوالی دارید می توانید با شخصی که معرفی می کنند تماس بگیرید و حتی می توانید به سوالات سایر کاربرانی که قصد خرید هماک کالا را دارند پاسخ دهید. این یک تجربه خرید خوب و همچنین یک فروش اینترنتی عالی است.



به محض اینکه مشتریان پرداخت خود را انجام دادند، آنها را فراموش نکنید. هرچه بیشتر به آنها توجه کنید، احتمال بیشتری وجود دارد که به مبلغان وفادار شما تبدیل شوند. یعنی نه تنها به مشتریان همیشگی و راضی شما تبدیل می شوند، بلکه به دوستان خود نیز درباره این که چقدر شما عالی هستید اطلاع می دهند.

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

در فروش اینترنتی هنگامی که مشتری محصولی را خریداری می کند به او چیزی را به صورت رایگان پیشنهاد دهید (نکته 15) همچنین با آنها در رسانه های اجتماعی در ارتباط باشید. یک ایمیل پیگیرانه و مفید برای ایجاد انگیزه خرید مجدد برای آنها ارسال کنید. با این کار به مشتریان خود القا می کنید که برای شما ارزشمند هستند .

21. از صدای مشتری برای کمپین های تبلیغاتی در فروش آنلاین استفاده کنید.

صدای مشتری یک تکنیک تحقیق بر روی بازار است که محصول را با نیازها، خواسته ها، نقاط درد، انتظارات و بیزاری هایی که مصرف کننده دارد هماهنگ می کند. این فرایند اغلب شامل لحن و عبارت هایی است که توسط خود مشتریان در حین تحقیق بر روی بازار و آزمایش بر روی گروه های هدف استفاده می شود.

مثلا یک شرکت نرم افزار حسابداری در طول [تحقیقات بازار](#) خود دریافت که بازار هدفش (صاحبان مشاغل کوچک)، حسابداری را دردآور و چالش برانگیز می داند، بنابراین از زبان مورد استفاده در بازار هدف خود در رساندن پیام خود استفاده کرد و ابزار حسابداری خود را بر مبنای حل دغدغه های مشتریان خود معرفی کرد .

این تکنیک می تواند در [کمپین های تبلیغاتی](#) شما نیز فوق العاده قدرتمند عمل کند، زیرا شما از عبارات دقیق مورد استفاده مشتریان ایده آل خود برای رسیدن به مشتریان بیشتر استفاده می کنید.



22. در فروش اينترنتي، پيشنهادهارزشمند به مشتري ارائه كنيد.

بسياري از شركت ها فروش اينترنتي خود را از دست مي دهند و وقت خود را با تمرکز بر روي خودشان هدر مي دهند. حتما به ياد داريد كه گفتيم مردم نمي خواهند چيزي را بخرند، آن ها فقط مي خواهند مشكلات خودشان را حل كنند. خب يك حقيقت دردناكي كه وجود دارد اين است كه اگر مشتريان شما آن مبلغان شما كه درباره آنها صحبت كرديم نباشند، اكثر آن ها به شما، كسب و كار و فروش اينترنتي شما اهميت نمي دهند. تنها چيزي كه آنها به آن اهميت مي دهند اين است كه چگونه محصول يا خدمات شما زندگي آنها را بهتر مي كند.

به همين دليل است كه پيشنهادهارزشمند فروش اينترنتي شما بايد در تمام كانال هاي بازاریابی و محتوای سایت شما قرار گيرد.

بيشتر بخوانيد: [فنون مذاكره فروش](#)

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

در واقع پيشنهادهارزشمند شما اصلي ترين دليلي است كه مشتريان بايد از شما خريد كنند. پيشنهادهارزشمند را مي توان به سه حوزه اصلي تقسيم كرد:

- فايده: چگونه محصول / خدمات شما مشكلات مشتريان را حل مي كند.
- ارزش هاي كمّي: مزايای خاصی كه محصول/خدمات شما دارد.
- متمايز كننده: چرا مشتريان بايد از شما خريد كنند، نه از يك شركت رقيب.

اين 3 مورد بايد تقريباً در همه پيام هاي بازاریابی و محتوای سایت شما، از صفحه اصلي تا محتوای كمپين هاي بازاریابی ايميلي فروش اينترنتي شما قرار گيرند. پس نگاهی به لندینگ پيج خود و ساير مطالب بازاریابی بيندازيد. آيا پيشنهادهارزشمند شما به راحتی مشخص است؟ اگر نه، زمان طراحي دوباره اين صفحات است. هر چيزي كه مشتريان احتمالي شما مي بينند بايد به نحوی به پيشنهادهارزشمند شما مرتبط باشد. هرچه بيشتر ارزش پيشنهاده خود را به مشتريان احتمالي بفهمانيد بيشتر مي فروشيد.

23. ارتباط با مشتري در شبکه هاي اجتماعي راهكار افزايش فروش اينترنتي است.

اگر شما به يك شركت توييت بزنيد يا در صفحه فيس بوك يك آن نظر بدهيد و آن شركت شخصاً به شما پاسخ مي دهد، چه تاثيري بر تصور شما از آن برند داشت؟

ارائه پاسخ هاي سريع و صادقانه به سوالاتي كه مشتريان بالقوه در مورد پيشنهادهات و محصولات شما دارند، راهي عالي براي افزايش فروش اينترنتي است؛ زيرا هرچه بيشتر به مشتريان بالقوه توجه كنيد، تمايل بيشتری به خريد از شما نشان مي دهند. اين امر همچنين منجر به بازخورد اجتماعي ناخوaste در بين خود كاربران مي شود كه نوعی از تبليغات بسيار ارزشمند است.

برای مشاهده ساير مقاله هاي ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

24. از بازاریابی مجدد برای انجام معاملات بیشتر و افزایش بازدید فروشگاه اینترنتی استفاده کنید.

مهم نیست که در حال اجرای یک کمپین PPC هستید یا یک کمپین تبلیغاتی فیس بوک، اگر از بازاریابی مجدد استفاده نکنید مشتریان احتمالی خود را از دست می دهید.

بازاریابی مجدد چه برای محتوا باشد و چه برای پیشنهاد ویژه با زمان محدود، بدون شک از موثرترین راه ها برای افزایش فروش اینترنتی است. بازاریابی مجدد نه تنها نام تجاری شما را در ذهن مخاطبان قرار می دهد، بلکه فرصت های متعددی را برای شما ایجاد می کند تا آن ها را به مشتری تبدیل کنید. بازاریابی مجدد را با ریز شدن در تجربیات کاربران، که حداقل در یک یا دو روز و با چندین دستگاه انجام می شود، انجام دهید و تمایلات، زمان و خرید و نوع دستگاه آن ها را ثبت کنید .



25. در فروش اینترنتی بهترین ویژگی های خود و بهترین راه تبدیل را مشخص کنید.

گاهی اوقات اینطور به نظر می رسد که همه کارها را به درستی انجام می دهید، اما نرخ تبدیل بسیار پایینی دارید. اغلب اوقات، این اتفاق هیچ ربطی به رساندن پیام یا موقعیت یابی تبلیغات شما ندارد (اگرچه نگاه دقیق تر به آن ارزشمند است)، بلکه درک نادرست از زمان و مکان تبدیل است.

یکی از اولین کارهایی که باید در صورت پایین بودن نرخ تبدیل انجام دهید، بررسی مسیرهای تبدیل در Analytics است. تحلیل های زیادی می توانید از این بخش به دست بیاورید. به عنوان مثال، شاید جستجوی ارگانیک، یک کانال عالی برای تبدیل نباشد، اما افرادی که در ابتدا شما را از طریق جستجوی ارگانیک پیدا می کنند و سپس تبلیغات فیس بوک را مشاهده می کنند بسیار دوست دارند که مشتری شما شوند. اگر چنین است، باید بازاریابی محتوا را دو برابر کنید.

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

امیدواریم از این مقاله برای [فروش موفق](#) کسب و کارتان حداکثر استفاده را ببرید. پیشنهاد می کنیم
حتما دوره افزایش فروش را ببینید:

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