



با این راهکار فروش اینترنتی خود را افزایش دهید؟

تیم تحریریه اقیانوس آبی

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



يکي از اهداف اصلي هر شغل کوچک و بزرگي **افزايش فروش** است. حال مهم نيست که شما یک کسب و کار کوچک محلي را اداره می کنید، يا یک گول بزرگ تجارت مانند آمازون.

شما نياز داريد که برای افزايش فروش اينترنتی خود نيز تلاش کنید زيرا امروزه همه چیز به سمت دیجيتالی شدن پيش می رود. افزايش فروش اينترنتی از طريق کانال های آنلاين کمی شبیه پرتاب توپ بولينگ است، يعنی از آنچه که هست آسان تر به نظر می رسد.

خوشبختانه ده ها **راهکار فروش** برای اين که افزايش فروش آنلاين **online sale** داشته باشيد وجود دارد که ميتوانيد بسياری از آن ها را بلافاصله پياده سازی کنید. بعضی از اين نکات نسبت به ديگر راه ها عموميت بیشتری دارند. در اين مطلب با **گروه اقيانوس آبي** همراه باشيد تا انواع روش های افزايش فروش اينترنتی را بررسی کنیم که برای کالا و خدمات کاربرد دارند.

راهکارهای افزايش فروش اينترنتی

در ادامه ۲۵ روش افزايش فروش اينترنتی آورده شده است:

۱. اولين قدم در فروش اينترنتی: صداقت در نوشتن مشخصات محصول

صداقت در نوشتن مشخصات محصول شما نه تنها برای شهرت کسب و کار شما مهم است، بلکه باعث تقويت و تشويق اعتماد به نام تجاری شما می شود. ادعاهایی نکنيد که نمی توانيد آنها را اثبات کنید و از بيهوده گویی نيز استفاده نکنيد.

مصرف کنندگان امروزی نسبت به بازاریابی دروغين حساسيت زيادی دارند، بنابراین برای افزايش فروش اينترنتی در تمام صفحه های سایت خود، از صفحه اصلی گرفته تا کمپين های ايميل خود، صادق، مستقيم و قابل دسترسی باشيد.

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

۲. افزايش فروش آنلاين با گرفتن كليک در افزونه هاي تبليغ

اگر کالای خود را اینترنتی می فروشید، امکاناتی که در تبلیغات AdWords و Bing موجود است به شما این امکان را می دهد تا تبليغ خود را با فضای بیشتری نمایش دهید و در نتیجه میزان كليک **انواع تبليغات** شما افزايش می يابد. شگفت انگيزه! نه؟

در مثال بالا ، لينک “عينک آفتابی مردانه” و “عينک آفتابی زنانه” به افرادی که به دنبال خريد يك جفت جديد عينک هستند، فضای بیشتری برای كليک می دهد.

این کار مشتری بالقوه را نجات می دهد و پيدا کردن دقيق آنچه که می‌خواهند را آسان تر و سريع تر می کند که در نهایت افزايش فروش اینترنتی را برای کسب و کار ها در پی دارد. (در واقع آن ها به جای سایت رقيب به سایت شما مراجعه می کنند.)

۳. شگفت انگيزترين نحوه افزايش فروش اینترنتی، علائم اعتمادساز است.

بازخورد و نظرات مشتریان در محیط شبکه های اجتماعی بسیار زياد 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 توصيف کسب و کار شماست. استفاده از نظر مشتریان راضی یکی از شگفت انگيز ترين راه ها در بالا بردن فروش اینترنتی است.

تعداد زيادی از مشتریان راضی حتی از بهترين محصول فروخته شده شما نیز بيشتر تاثير گذارند. بنابراین اطمینان حاصل کنید که توصيفات و نظرات خوب را از مشتریان مشهور خود درباره این که شما چقدر شگفت انگيزيد بگيريد.

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



اين نظرات را مي توانيد در صفحات محصول، صفحات مقالات و حتي صفحه اصلي وب سايت خود قرار دهيد. گنجاندن سيگنال هاي اعتماد مي تواند راهي عالي براي افزايش فروش اينترنتي شما باشد، زيرا درك مطلوب تري از نام تجاري و **برندسازي** شما در ذهن مشتري ايجاد مي كند و مي تواند بر ترديدهاي مشتريان غلبه كند.

اگر كسب و كار شما داراي اعتبار حرفه اي است (حتي به عنوان روال معمول مانند پروانه كسب و كار يا مدارك عضويت در اتاق بازرگاني ها و...) بهتر است اين سيگنال هاي اعتماد را در مركز سايت خود قرار دهيد. اگر ليست قابل توجهي از مشتريان راضي داريد، مطمئن شويد كه مشتريان احتمالي شما از آن مطلع مي شوند.

۴. ايجاد حس فوريت، راهكارهاي افزايش فروش آنلاين

صادق و شفاف بودن در مورد اينكه چه كسي هستيد و چه كاري انجام مي دهيد در بحث فروش اينترنتي بسيار مهم است، اما هيچ قانوني بر خلاف ايجاد احساس فوريت براي ترغيب مشتريان احتمالي براي خريد از شما وجود ندارد.

بسياري از مصرف كنندگان به مشوق هايي كه احساس فوريت ايجاد مي كنند، از پيشنهادات ويژه زمان دار گرفته تا محصولاتي با تعداد محدود، پاسخ مثبت مي دهند. اگرچه راه هايي كه مي توانيد اين كار را انجام دهيد متنوع است، اما برخي از **استراتژي هاي فروش** ممكن است در فروش اينترنتي موثرتر از بقيه باشند.

به عنوان مثال، اگر شما نمي توانيد يك محصولي با تعداد محدود را براي جلب نظر مشتريان ايجاد كنيد، شايد بتوانيد پيشنهاداتي مانند حمل و نقل رايگان يا تخفيف را به عنوان مشوق خريد ارائه

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

دهيد. در AdWords، مي‌توانيد از سفارشي‌سازي آگهي براي نمايش شمارش معكوس در مورد پيشنهاده فصلي يا فروش داراي مدت محدود استفاده كنيد:

۵. استفاده از ضمانت بازگشت وجه بي قيد و شرط از راه هاي افزايش فروش اينترنتي

اغلب اوقات، يكي از قوي‌ترين عوامل در تصميم مصرف‌كننده براي عدم خريد، ريسك گريزي يا تمايل به جلوگيري از ضرر احتمالي است. در بيشتر مواقع، اين ريسك گريزي ناشي از احتمال يك ضرر مالي است كه در فروش اينترنتي به وفور قابل مشاهده است.

چرا كسي بايد محصولات شما را بخرد؟ اگر محصول شما به درستي كار نكند، يا مشتري پس از دريافت آن را دوست نداشته باشد چطور؟ حتي خريدهاي كوچك مي‌تواند خطر “پشيماني خريدار” را در پي داشته باشد. بنابراين با ارائه ضمانت بازگشت پول از ابتدا بر اين ترس مشتريان غلبه كنيد.

هرچه ريسك يا ترس بيشترى را از تصميم مشتري حذف كنيد، احتمال خريد آنها از شما بيشتر است. بنابراين هر چيزي را كه مي‌تواند مشتريان را از خريد محصول شما منصرف كند، حذف كنيد.

۶. در فروش اينترنتي انتخاب هاي كمتر به مخاطب پيشنهاده دهيد.

براي بسياري از كسب و كارها مخصوصاً آن‌هائي كه محصولاتشان را آنلاين مي‌فروشند، اين مفهوم ساده براي نشان غيرقابل تصور است. مطمئناً ارائه محصولات بيشتر، يك راه عالي براي افزايش فروش اينترنتي است! **اما نه لزوماً.**

در بسياري از موارد، تنوع بيشتري در انتخاب مي‌تواند منجر به بلاكليفي از طرف مشتري شود كه به نوبه خود منجر به از دست دادن فروش اينترنتي مي‌شود.

اگر در فروش اينترنتي طيف وسيعي از محصولات داريد، ساختار سايت يا صفحات محصول خود را به گونه اي در نظر بگيريد كه تا آنجا كه ممكن است انتخاب هاي كمي به بازديدكنندگان ارائه دهد. اين امر احتمال غرق شدن بازديدكنندگان در ده‌ها محصول مختلف را کاهش مي‌دهد.

اين موضوع مي‌تواند با قرار دادن محصولات شما در دسته هاي كوچك‌تر انجام شود. يا مي‌توانيد در فروش اينترنتي خود به تعداد كمتري از محصولات بسنده كنيد.

۷. مخاطبين شبیه به هدف را در فیس بوک هدف قرار دهید.

يكي از بهترين راه ها براي افزايش فروش اينترنتي اين است كه از داده هايي كه در مورد مشتريان فعلي خود داريد استفاده كنيد تا افرادي مشابه آنها را پيدا كنيد. فیس بوک به شما امکان مي‌دهد اين كار را از طريق هدف گيري مخاطبان شبیه به هم انجام دهيد.

مخاطبان مشابه در فیس بوک اساساً کاربراني در فیس بوک هستند كه ويژگي ها و رفتارهايي را كه مشتريان فعلي شما نشان مي‌دهند را دارا هستند. شما داده هاي خود را در فیس بوک بارگذاري مي‌كنيد، كه سپس داده هاي خود را براي ايجاد مطابقت با معيارهايي كه تعيين کرده ايد، ارجاع دهد.

اين يك راه عالي براي جمع آوري اطلاعات مربوط به مشتريان فعلي شماست، زيرا به شما اين امکان را مي‌دهد تا دسترسي خود را با حداقل تلاش افزايش دهيد و از تبليغات بسيار هدفمند

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

برای جلب کاربران فیس بوک که بسیار شبیه مشتریان فعلی شما هستند برای فروش اینترنتی خود استفاده کنید.

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

آمار نشان می دهد که تقریباً ۴ تریلیون دلار کالای آنلاین تنها در سال گذشته در سبدهای خرید ناقص رها شده است که ۶۳ درصد از آنها به طور بالقوه قابل بازاریابی است. این یک آمار واقعاً شگفت انگیز است و نشان می دهد که چقدر مهم است که روند پرداخت خود را در فروش اینترنتی سرعت ببخشید.

کاهش مراحل پرداخت نیز می تواند 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 می فروشید را نیز برایشان آسان تر کنید.

مراحل غیر ضروری را که می تواند مشتری را از خرید منصرف کند از فرایند پرداخت خود حذف کنید. فیلمهای غیرضروری در فرم ها 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.

۹. برای فروش اینترنتی بیشتر، تا حد امکان گزینه های پرداخت ارائه دهید.

کسب و کار، فروشگاه و فروش اینترنتی شما امکان پرداخت آنلاین با کارت بانکی دارد اما در مورد پرداخت درب منزل چطور؟ کیف پول های آنلاین و... چطور؟ مصرف کنندگان از نظر نحوه

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



پرداخت هزینه کالاها و خدمات بیش از هر زمان دیگری حق انتخاب دارند و همه ترجیح نمی دهند از پرداخت آنلاین استفاده کنند.

با ارائه گزینه های بیشتری برای پرداخت، از جمله خدمات جدیدتر که در تلفن همراه رواج یافته است، به مشتریان کمک می کنید تا پول خود را راحت تر به شما بدهند.

۱۰. تصاویر با کیفیت از محصول، عامل جذب مشتریان در فروش اینترنتی است.

شواهد قانع کننده ای وجود دارد که نشان می دهد غذایی که با بسته بندی خوب ارائه شده در واقع طعم بهتری نسبت به غذاهایی با بسته بندی بد دارد.

با توجه به اهمیت ظاهر در ارتباط با نحوه درک ما از چیزها، منطقی است که در فروش اینترنتی سرمایه گذاری روی عکاسی با کیفیت از محصولات، تأثیر مشابهی بر بازدیدکنندگان سایت شما را داشته باشد.

صرف نظر از اینکه چه چیزی می فروشید، تصاویر باکیفیت 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.

۱۱. 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

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

روی دستگاه تلفن همراه خود کنند - آن‌ها فقط می‌خواهند با کسب و کار شما تماس بگیرند. پس سعی کنید مخاطبان‌تان را سریعاً همانجایی بفرستید که می‌خواهند.

با استفاده از تبلیغات “فقط تماس”، کار مشتریان را برای فروش اینترنتی خود راحت تر می‌کنید. با این کار به طور بالقوه حجم تماس‌ها را به تجارت خود افزایش می‌دهید. تماس‌ها یکی از ارزشمندترین منابع برای بسیاری از مشاغل هستند. افرادی که با شما تماس می‌گیرند عملاً به شما التماس می‌کنند که چیزی به آن‌ها بفروشید.

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

بی‌شک محبوب‌ترین و موثرترین موتور جستجوی جهان **گوگل** است. کاربران اینترنت زمانی که نیاز به یادگیری، یافتن و خرید چیزی دارند شروع به جستجو می‌کنند. 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 آن‌هایی قرار دهید که واقعا به کالا یا خدمت شما نیاز دارند.

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

آیا تا به حال بر روی آگهی‌های PPC کلیک کرده‌اید که توجه شما را به خود جلب کرده‌؟ و بعد از کلیک تنها به یک صفحه فرود بی‌ربط (بد) یا صفحه اصلی سایت (بدتر) منتقل شده‌ است؟ آیا از آن سایت خرید کرده‌اید؟ 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.

۱۴. به هر سوال یا 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 مشتریان نشان 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.

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



اين ممكن است غير عملي به نظر برسد، اما به ياد داشته باشيد كه شما افراد احتمالي را با اطلاعات غير ضروري بمباران نمي كنيد. در واقع دقيقاً آنچه را كه براي تصميم گيري آگاهانه نياز دارند به آنها مي دهيد. اين روش همچنين يك تمرين عالي براي نوشتن يك شرح محصول دقيق، واضح و مختصر است.

اگر نگران توضيحات زياد هستيد، هميشه مي توانيد آن را کوتاه كنيد. فقط تمرکز خود را بر روي مشتري و مزايای محصول براي او بگذاريد، نه اينكه چرا شركت شما بسيار عالي است.

۱۵. براي افزايش فروش فروشگاه اينترنتي تا آنجا كه ممكن است به کاربران هديه بدهيد.

مردم چيزهاي رايجان را دوست دارند و هرچه بيشتر هديه هاي رايجان بدهيد، برند شما با استقبال بيشترى مواجه مي شود كه مي تواند منجر به فروش اينترنتي بيشتر شود.

به پيشنهادات فعلي خود نگاه كنيد. آيا مي توانيد چيزي را به صورت رايجان هديه دهيد؟ اگر مثلاً در زمينه نرم افزار فعاليت ميكنيد، به راحتی مي توانيد بعضي از نرم افزارهاي خود را به صورت رايجان و بدون تعهد ارائه دهيد.

هديه دادن رايجان کالاها نه تنها راهي عالي براي بهبود درك افراد از كسب و كار شما است، بلكه راهي عالي براي فروش اينترنتي بيشتر و معرفي محصولات شما و وسوسه آنها براي خريد بيشتر است.

۱۶. در فروش اينترنتي شخصيت هر فرد را هدف قرار دهيد.



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 فارغ‌التحصیل شده‌اند، مدرک تحصیلی آنها و حتی جایی که برای تعطیلات بعدی خود برنامه‌ریزی 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 ایده‌آل 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.

۱۷. استفاده از تکنیک قیمت‌گذاری طبقه‌ای (مقایسه‌ای) 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 میان‌رده بروند. ما اغلب از ارزان‌ترین غذاها و گران‌ترین غذاها دوری می‌کنیم و گزینه‌های طبقه متوسط را جذاب‌ترین می‌دانیم.

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

اين تكنيكي است كه به آن "فريب قيمت" يا قيمت گذاري طبقه اي مي گويند. از همين اصل مي توان براي افزايش فروش اينترنتي نيز استفاده كرد.

شما مي توانيد با گنجاندن سومين گزينه "فريب" در ساختار قيمت گذاري خود، افراد را به سمت گزينه مياني، يعني گزينه اي كه واقعاً مي خواهيد آن را بخرند سوق دهيد. مطمئناً برخي از افراد به هر حال به دنبال گران ترين گزينه مي روند (كه اين خود يك مزيت است براي ما)، اما اكثر آنها ناخودآگاه از فريب جلوگيري مي كنند و گزينه متوسط را انتخاب مي كنند، اين دقيقاً همان چيزي است كه در فروش اينترنتي شما از آنها مي خواهيد.

بسياري از شركت ها از اين اصل روانشناختي استفاده مي كنند تا ما را مجبور به خريد آنچه كه آن ها مي خواهند بكنند. در ويديو زير **دن لاک** به خوبي و بسيار ساده اين تكنيك را توضيح مي دهد:

۱۸. روش افزايش فروش اينترنتي استفاده از پاپ آپ است.

اگر به دنبال افزايش در فروش اينترنتي خود هستيد، از پيشنهادات پاپ آپي غافل نشويد. مواردی كه افراد را تشويق مي كند تا در خبرنامه، ليست ايميلي يا برنامه هاي ديگر شما ثبت نام كنند.

استفاده از پيشنهادات ثبت نامي نه تنها مي تواند به طور قابل توجهي تعداد مخاطبين در پاينگاه داده شما را (كه دارايي اصلي براي كمپين هاي بازاریابی ايميلي آينده است) را افزايش دهد، بلكه فروش اينترنتي را نيز در کوتاه مدت نيز افزايش مي دهد.

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

مشتریان احتمالی که قصد خرید از شما را دارند، ممکن است با یک پیشنهاد خوب ثبت نامی، مثلاً ارسال رایگان یا ۱۰ 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 آن‌ها را به **بانک اطلاعاتی مشتریان** خود اضافه می کنید تا برای بازاریابی فروش اینترنتی خود از این پایگاه داده استفاده کنید. همچنین آن‌ها ممکن است بعداً برای تکمیل خرید، بازگشت را انتخاب کنند.

هنگام ساخت پاپ آپ‌ها، مطمئن شوید که هر عنصر را برای حداکثر بهینه سازی آزمایش می کنید. عبارت بندی‌ها، 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.

۱۹. 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.

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

نوگيشن و UX يا همان تجربه کاربري از مهمترين عناصر هر سايت با طراحي خوب و بسيار بهينه براي موبايل است. هرچه يافتن چيزي و خريد آن براي بازديدکنندگان دشوارتر باشد، بيشتر احتمال دارد که سايت شما را به کل رها کرده و از جاي ديگري خريد کنند.

صفحات بايد بلافاصله بارگيري (load) شوند و navigation barها بايد شکلي منطقي داشته باشد. اطلاعات زيادي از مشتري درخواست نکنيد، تنها حداقل اطلاعاتي که بعداً براي بازيابي مي خواهيد از او بگيريد. به بازديدکنندگان اجازه دهيد بعداً حتي با دستگاہ هاي ديگري هم بتوانند به سبد خريد خود بازگردند.

به بازديدکنندگان تلفن همراه خود فکر کنيد و هر کاري که ممکن است انجام دهيد تا خريد آنها از شما آسان شود، در اين صورت است که مي توانيد فروش اينترنتي موفقي را داشته باشيد.

۲۰. پيگيري مشتريان جديد را فراموش نکنيد.

متاسفانه، **ارتباط با مشتري** معمولاً براي بسياري از مشاغل زماني به پايان مي رسد که بالاخره پولي را از مشتري دريافت کرده اند. اين يک اشتباه وحشتناک براي حفظ مشتري است. براي افزايش حجم فروش اينترنتي، مطمئن شويد که يک روش پيگيري متفکرانه، ملاحظه کارانه و واقعاً مفيد براي مشتريان جديد در نظر گرفته ايد.

به عنوان مثال يک متخصص کامپيوتر که هميشه قطعات کامپيوتر، وسايل و تجهيزات خود را از سايت Newegg.com سفارش مي دهد. دليل او براي سال ها وفادار بودن به سايت Newegg فقط قيمت کالا نيست، بلکه تمرکز بر خدمات مشتريان و روند پيگيري Newegg در فروش اينترنتي خود است. مي پرسيد چطور؟

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

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.

در فروش اینترنتی هنگامی که مشتری محصولی را خریداری می کند به او چیزی را به صورت رایگان پیشنهاد دهید (نکته ۱۵) 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 .

۲۱. 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

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

عبارت‌هایی است که توسط خود مشتریان در حین تحقیق بر روی بازار و آزمایش بر روی گروه‌های هدف استفاده می‌شود.

مثلاً یک شرکت نرم افزار حسابداری در طول **تحقیقات بازار** خود دریافت که بازار هدفش (صاحبان مشاغل کوچک)، حسابداری را دردآور و چالش برانگیز می‌داند، بنابراین از زبان مورد استفاده در بازار هدف خود در رساندن پیام خود استفاده کرد و ابزار حسابداری خود را بر مبنای حل دغدغه‌های مشتریان خود معرفی کرد.

این تکنیک می‌تواند در **کمپین‌های 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 می‌کنید.

۲۲. در فروش اینترنتی، پیشنهاد ارزشمند به مشتری ارائه کنید.

بسیاری از شرکت‌ها فروش اینترنتی خود را از دست می‌دهند و وقت خود را با تمرکز بر روی خودشان هدر می‌دهند. حتماً به یاد دارید که گفتیم مردم نمی‌خواهند چیزی را بخرند، آن‌ها فقط می‌خواهند مشکلات خودشان را حل کنند.

خب یک حقیقت دردناکی که وجود دارد این است که اگر مشتریان شما آن مبلغان شما که درباره آن‌ها صحبت کردیم نباشند، اکثر آن‌ها به شما، کسب و کار و فروش اینترنتی شما اهمیت نمی‌دهند. تنها چیزی که آن‌ها به آن اهمیت می‌دهند این است که چگونه محصول یا خدمات شما زندگی آن‌ها را بهتر می‌کند.

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

به همين دليل است كه پيشنهاد ارزشمند فروش اينترنتي شما بايد در تمام كانال هاي بازاریابی و محتوای سایت شما قرار گیرد.

در واقع پيشنهاد ارزشمند شما اصلي ترين دليلی است كه مشتريان بايد از شما خريد كنند. پيشنهادات ارزشمند را می توان به سه حوزه اصلي تقسيم كرد:

- **فايده:** چگونه محصول / خدمات شما مشكلات مشتريان را حل می كند.
- **ارزش های كمي:** مزایای خاصی كه محصول/خدمات شما دارد.
- **متمایز كننده:** چرا مشتريان بايد از شما خريد كنند، نه از يك شركت رقيب.

این ۳ مورد بايد تقريباً در همه پیام های بازاریابی و محتوای سایت شما، از صفحه اصلي تا محتوای کمپین های بازاریابی ایمیلی فروش اينترنتي شما قرار گیرند. پس نگاهی به لندینگ پیج خود و ساير مطالب بازاریابی ببندازيد.

آيا پيشنهاد ارزشمند شما به راحتی مشخص است؟ اگر نه، زمان طراحی دوباره این صفحات است. هر چیزی كه مشتريان احتمالی شما می بینند بايد به نحوی به پيشنهاد ارزشمند شما مرتبط باشد. هرچه بیشتر ارزش پيشنهاد خود را به مشتريان احتمالی بفهمانید بیشتر می فروشيد.

۲۳. ارتباط با مشتری در شبکه های اجتماعی راهكار افزایش فروش اينترنتي است.

اگر شما به يك شركت تويیت بزنيد يا در صفحه فیس بوك يك آن نظر بدهيد و آن شركت شخصاً به شما پاسخ می دهد، چه تاثیری بر تصور شما از آن برند داشت؟

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



ارائه پاسخ های سریع و صادقانه به سوالاتی که مشتریان بالقوه در مورد پیشنهادات و محصولات شما دارند، راهی عالی برای افزایش فروش اینترنتی است؛ زیرا هرچه بیشتر به مشتریان بالقوه توجه کنید، تمایل بیشتری به خرید از شما نشان می دهند. این امر همچنین منجر به بازخورد اجتماعی ناخواسته در بین خود کاربران می شود که نوعی از تبلیغات بسیار ارزشمند است.

۲۴. 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 دستگاہ انجام می شود، انجام دهید و تمایلات، زمان و خرید و نوع دستگاہ آن ها را ثبت کنید .

۲۵. 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

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

شما ندارد (اگرچه نگاه دقيق 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.

نتیجه گیری

افزایش فروش اینترنتی نیازمند پیاده سازی راهکارهای هوشمندانه و به روز است تا بتوانید مشتریان بیشتری جذب کنید و فروش خود را به حداکثر برسانید. با توجه به رقابت شدید در فضای آنلاین، کسب مهارت های عملی و یادگیری تکنیک های حرفه ای فروش از ضروریات رشد کسب و کار شماست.

اگر به دنبال نتایج واقعی و افزایش چشم گیر فروش خود هستید، **دوره تکنیک های افزایش فروش** می تواند راه حل مناسبی برای شما باشد. این دوره با ارائه استراتژی های کاربردی و قابل اجرا، به شما کمک می کند تا در کوتاه ترین زمان به موفقیت برسید و کسب و کارتان را به سطح جدیدی برسانید. همین حالا ثبت نام کنید و اولین قدم برای رشد فروش خود را بردارید!

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

اميدواريم از اين مقاله از **مجله اقيانوس آبي** براي افزايش فروش و فروش موفق كسب و كارتان حداكثر استفاده را ببريد. پيشنهاد مي كنيم حتما دوره افزايش فروش را ببينيد.

سوالات متداول

۱. بهترين فروش اينترنتي چيست؟

بهترين فروش اينترنتي، فروشي است كه با ارائه تجربه کاربري عالي، محصول با كيفيت و خدمات مشتريان مناسب منجر به رضايت مشتري و خريدهاي مكرر شود.

۲. بهترين روش فروش اينترنتي چه روشي است؟

بهترين روش براي فروش اينترنتي، تمرکز بر نياز مشتري از طريق ارائه محتوای با كيفيت، بهينه سازي سايت، تبليغات هدفمند و ايجاد تجربه خريد آسان و سريع است.

۳. بهترين محصولات فروش اينترنتي چي هستند؟

براي پاسخ به اين سوال كه براي فروش اينترنتي چي خوبه بايد گفت كه بهترين محصول فروش اينترنتي شامل پوشاك، لوازم الكترونيكي، محصولات آرايشي و بهداشتي، لوازم منزل، اكسسوري، كتاب و محصولات ديگيتال هستند.

۴. بهترين سايت فروش اينترنتي در ايران چيست؟

بهترين بازار فروش اينترنتي در ايران، ديجي کالا است كه به دليل تنوع محصولات، خدمات مشتري و تجربه کاربري مناسب محبوبيت زيادي دارد.

۵. فروش اينترنتي در اينستاگرام بهتر است يا در وب سايت؟

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

فروش اینترنتی در وبسایت برای ایجاد اعتبار، مدیریت بهتر و مقیاس‌پذیری مناسب‌تر است، در حالی که اینستاگرام برای جذب مشتری سریع و تعامل مستقیم کارآمدتر است. بهترین نتیجه از ترکیب هر دو روش حاصل می‌شود.

۶. برای فروش اینترنتی چکار باید کرد؟

برای فروش اینترنتی باید وبسایت یا صفحه در شبکه‌های اجتماعی ایجاد کنید، محصولات را با جزئیات و عکس‌های باکیفیت معرفی کرده و از تبلیغات هدفمند استفاده کنید.

۷. بیشترین فروش اینترنتی در ایران چیست؟

بیشترین فروش اینترنتی در ایران مربوط به کالاهای دیجیتال، پوشاک، لوازم آرایشی و بهداشتی و مواد غذایی است.

۸. روش‌های فروش اینترنتی چیست؟

انواع روش‌های فروش اینترنتی شامل فروش از طریق وبسایت فروشگاهی، شبکه‌های اجتماعی (مثل اینستاگرام)، مارکت‌پلیس‌ها (مثل دیجی‌کالا)، ایمیل مارکتینگ و تبلیغات آنلاین است.