IRACODE

15 استراتژی قدرتمند

برای افزایش فروش آنلاین

WWW.IRACODE.COM

۰۹۱۲۴۸۱۴۵۳۵

15 استراتژی قدرتمند برای افزایش فروش آنلاین

به طور قابل توجهی تغییر به فضای دیجیتال COVID-19 حران اقتصادی ایجاد شده توسط را تسریع کرده و چشم انداز کسب و کار را متزلزل کرده است. در حالی که این یک بررسی واقعیت برای مشاغلی بود که تمایلی به پذیرش تحول دیجیتال نداشتند، در عین حال .بسیاری از صنایع عواقب آن را در گام‌های بعدی برداشته‌اند
اکنون به B2C و B2B پس از کووید، جدا از صنعت تجارت الکترونیک، بسیاری از مشاغل اهمیت داشتن یک استراتژی دیجیتال اول پی برده اند. از این رو، کسب و کارها باید جایگاه .و تمرکز خود را برای افزایش فروش آنلاین تقویت کنند تا رشد کنند
انتظار می رود تعداد خیره کننده 120 میلیون مشتری آنلاین ، با CAGR 28 درصد، خریداران آنلاین تا سال 2025 به بیش از 200 میلیون نفر برسند . بازاریابی به روشی که بازاریابی سنتی انجام نمیدهد.

با این حال، آنلاین شدن به این راحتی نیست. برای افزایش فروش آنلاین باید یک استراتژی .بازاریابی مناسب برنامه ریزی کنید
داشتن یک استراتژی تعامل دیجیتال با مشتری ، که به درستی اجرا شود، می تواند بر چالش های درآمد کم غلبه کند و فروش آنلاین را به میزان قابل توجهی افزایش دهد. ما برخی از استراتژی های .کلیدی را بیان کرده ایم که به ارائه یک تجربه کاربری عالی و افزایش فروش آنلاین کمک می کند
.اجازه دهید تاکتیک های افزایش فروش آنلاین را به طور جامع مورد بحث قرار دهیم .

15 استراتژی قدرتمند برای افزایش فروش آنلاین

به طور قابل توجهی تغییر به فضای دیجیتال COVID-19 حران اقتصادی ایجاد شده توسط را تسریع کرده و چشم انداز کسب و کار را متزلزل کرده است. در حالی که این یک بررسی واقعیت برای مشاغلی بود که تمایلی به پذیرش تحول دیجیتال نداشتند، در عین حال .بسیاری از صنایع عواقب آن را در گام‌های بعدی برداشته‌اند
اکنون به B2C و B2B پس از کووید، جدا از صنعت تجارت الکترونیک، بسیاری از مشاغل اهمیت داشتن یک استراتژی دیجیتال اول پی برده اند. از این رو، کسب و کارها باید جایگاه .و تمرکز خود را برای افزایش فروش آنلاین تقویت کنند تا رشد کنند
انتظار می رود تعداد خیره کننده 120 میلیون مشتری آنلاین ، با CAGR 28 درصد، خریداران آنلاین تا سال 2025 به بیش از 200 میلیون نفر برسند . بازاریابی به روشی که بازاریابی سنتی انجام نمیدهد.

با این حال، آنلاین شدن به این راحتی نیست. برای افزایش فروش آنلاین باید یک استراتژی .بازاریابی مناسب برنامه ریزی کنید
داشتن یک استراتژی تعامل دیجیتال با مشتری ، که به درستی اجرا شود، می تواند بر چالش های درآمد کم غلبه کند و فروش آنلاین را به میزان قابل توجهی افزایش دهد. ما برخی از استراتژی های .کلیدی را بیان کرده ایم که به ارائه یک تجربه کاربری عالی و افزایش فروش آنلاین کمک می کند
.اجازه دهید تاکتیک های افزایش فروش آنلاین را به طور جامع مورد بحث قرار دهیم .

داشتن یک استراتژی تعامل دیجیتال با مشتری ، که به درستی اجرا شود، می تواند بر چالش های درآمد کم غلبه کند و فروش آنلاین را به میزان قابل توجهی افزایش دهد. ما برخی از استراتژی های کلیدی را بیان کرده ایم که به ارائه یک تجربه کاربری عالی و افزایش فروش آنلاین کمک می کند.
اجازه دهید تاکتیک های افزایش فروش آنلاین را به طور جامع مورد بحث قرار دهیم.

1. اهداف فروش خود را تعیین کنید

وقتی 10 تا 20 درصد از فروشندگان اهداف را از دست می دهند، ممکن است مشکل از فروشندگان باشد. اما زمانی که اکثر فروشندگان از دست می دهند، مشکل اهداف آنهاست. »
اولین و مهمترین قدم برای افزایش فروش آنلاین این است که اهداف فروش خود را به وضوح شناسایی کنید. این به معنای درصد رشدی است که بر اساس استراتژی‌های خاصی که با اهداف درآمدی شما همسو هستند، هدف قرار خواهید داد.
تعیین اهداف درآمد در هر مرحله از کسب و کار شما بسیار مهم است. قبل از آن نگاه به گذشته بهترین راه برای به دست آوردن یک ایده پایه برای تعیین اهداف فروش جدید برای آینده است.

- تحقیقات بازار را انجام دهید - شناخت بازار شما اولین قدم شما برای ایجاد یک برنامه فروش خوب است. تحقیقات کامل به شما کمک می‌کند تا بخش‌های بازار هدف، اهداف، نقاط دردسر و الگوهای خرید را برای ایجاد یک برنامه موثر درک کنید.
- پرسونای خریدار ایجاد کنید - بینش های ارزشمند تحقیقات بازار به شما کمک می کند تا شخصیت های خریدار ایجاد کنید و محتوا را برای هدف گیری بهتر مشتری ایده آل خود توسعه دهید. شخصیت های خریدار شما را بر روی اولویت ها، خواسته ها و نیازهای مشتری متمرکز می کنند.
- استراتژی بازاریابی خود را تعریف کنید - بر اساس تجزیه و تحلیل تحقیقات و شخصیت های خریدار، باید استراتژی خود را ترسیم کرده و به خوبی اجرا کنید تا تبدیل های فروش آنلاین را افزایش دهید.

2. روی پیام‌های واضح برند تمرکز کنید

ایجاد ارزش برای مخاطبان هدف بسیار مهم است زیرا انها به سرعت قضاوت میکند زیرا یک خواننده متوسط فقط بای 15 ثانیه در صفحه شما می ماند . پیام برند، پیشنهاد ارزش منحصر به فردی است که به مشتریان منتقل می شود و آنها را برای خرید محصول شما ترغیب می کند. هرچه پیام‌های شما منسجم‌تر باشد، برند شما از طریق کلمات، طراحی، پیشنهادات یا دیدگاه‌ها سازگارتر خواهد بود. برند شما باید آگاهی ایجاد کند و اعتماد و وفاداری را با مشتریان ایجاد کند.

در اینجا چند روش برتر برای افزایش فروش آنلاین آورده شده است:

- **تمرکز بر روی کپی فروش** - بسیار مهم است زیرا مصرف کنندگان را متقاعد می کند که محصول یا خدمات شما را بخرند. می‌توانید نسخه‌های فروش را به صورت پاراگراف ایجاد کنید، فهرست‌ها را ایجاد کنید یا آن را روی یک تصویر قرار دهید. بهترین نسخه فروش بر این تمرکز دارد که چگونه مصرف کننده نهایی می تواند از هر چیزی که می فروشید بهره مند شود.
- **افزودن ویدیو به صفحات تبدیل** – افزودن ویدیوها به صفحات فرود برتر شما می‌تواند منجر به افزایش میانگین تبدیل ها به 68 درصد شود . اطلاعات بصری تأثیر سریع‌تری نسبت به متن دارند و بازدیدکنندگان وب می‌توانند اطلاعات ویدیوها را بهتر از خواندن متن جذب کنند.
- **پیشنهاد ارزش خود را به وضوح توضیح دهید** - یک پیشنهاد ارزش عالی ارزش دقیق محصولات یا خدمات شما را ارتقا می دهد. باید توضیح دهد که چگونه محصول شما مشکلات مشتریان را حل می کند، چه مزایای خاصی را به همراه خواهد داشت و چرا آنها باید از شما خرید کنند.

3. گفتگوی آنلاین را برای بهبود تبدیل های فروش اجرا کنید

گفتگوی آنلاین یکی از محبوب ترین کانال های ارتباط با مشتری است.
79 درصد از مصرف‌کنندگان چت بلادرنگ را ترجیح می‌دهند زیرا مجبور نیستند منتظر پاسخ تیم پشتیبانی مشتری بمانند. این منجر به افزایش 48 درصدی درامد در هر ساعت چت و افزایش 40 درصدی در نرخ تبدیل می شود.
استفاده از گفتگوی آنلاین برای تولید سر نخ به مشتریان کمک می کند تا با نمایندگان فروش در تماس باشند و راه حل های فوری دریافت کنند که به تصمیم گیری سریع فروش کمک می کند.

در اینجا راه های کلیدی وجود دارد که چگونه چت زنده می تواند فروش آنلاین را افزایش دهد.

- **تبدیل بازدیدکنندگان وب سایت به سرنخ** – پیاده سازی چت زنده به حداکثر رساندن سرنخ ها و بهینه سازی بازگشت سرمایه (RoI) در کسب و کار کمک می کند. این به ارائه کمک فروش در زمان واقعی کمک می کند و درآمد بیشتری ایجاد می کند.
- **کاهش چرخه فروش** – . برخلاف سایر کانال‌ها مانند ایمیل یا تلفن، چت زنده با اعتراض مشتری مقابله می‌کند تا پاسخ آنها را سریع‌تر دریافت کند که به روند فروش کمک می‌کند و کاهش می‌دهد.
- **مسیریابی چت های فروش به تیم مناسب** - مسیریابی هوشمند به هدایت خودکار مکالمات فروش به تیم مناسب برای پیگیری کمک می کند. همچنین به بهبود زمان وضوح و افزایش تبدیل فروش کمک می کند.
- **نرخ پرش را کاهش می دهد** - می توانید در صورتی که مدت زمان مشخصی را در صفحه محصول یا قیمت گذاری صرف کنند، به طور فعال به مشتریان خود کمک کنید. این به آنها کمک می کند تا تصمیمات فروش سریع بگیرند و نرخ پرش را کاهش دهند.

4. روی تجربه کاربری وب سایت خود تمرکز کنید

به طور خلاصه: یک طراحی وب سایت با ساختار مناسب، عالی به نظر می رسد و در ارائه بهترین تجربه کاربری به خوبی عمل می کند. بی‌ام‌و، اپل و نایک میلیون‌ها دلار را برای سرگرمی صرف طراحی وب نمی‌کنند. آنها می دانند که فروش بهتری دارد. در واقع، ظاهر و نحوه کارکرد آن دلیلی کلیدی است که مردم از آنها خرید می کنند.

طراحی یک وب سایت عالی نیازمند درک عمیق چالش هایی است که بازدیدکنندگان با آن روبرو هستند. از آنجایی که وب سایت ها به ابزاری قدرتمند برای افزایش فروش آنلاین تبدیل شده اند، تمرکز بر طراحی وب سایت با در نظر گرفتن اجزای کلیدی بسیار مهم است.

در زیر مولفه های کلیدی وجود دارد که می تواند به شما در افزایش فروش آنلاین کمک کند.

- **قرار دادن درست تماس برای اقدام (CTA)** – اگر یک CTA خیره کننده داشته باشید اما در پشت صفحه فرود با منوی ناوبری قرار گرفته باشید، بی فایده است. اطمینان حاصل کنید که CTA باید اولین چیزی باشد که برای مشتری قابل مشاهده است زیرا آنها را تشویق می کند تا اقدام کنند.
- **بهبود ناوبری وب سایت** – ارائه ناوبری ساده به بازدیدکنندگان وب سایت و مشتریان در صفحات داخلی آنها را تشویق می کند تا اطلاعات دقیق مورد نظر خود را پیدا کنند و شانس تبدیل فروش آنلاین را افزایش می دهد.
- **از عناوین جذاب استفاده کنید** - سرفصل ها کاربر شما را در سایت راهنمایی می کنند و اسکن و یافتن محتوایی را که مستقیماً با آنها صحبت می کند آسان می کند. سرفصل ها باید بر اساس آنچه مشتریان بالقوه شما به دنبال آن هستند هدایت شوند.

5. ربات‌های چت را برای تبدیل‌های فروش 7×24 مستقر کنید

هوش مصنوعی به یک متحد قوی برای سازمان‌های فروش با حجم بالایی از فرصت‌ها و تولید سرنخ تبدیل شده است، زیرا پشتیبانی سریع و دقیقی را هنگام انجام مراحل مختلف فروش ارائه می‌کند.
کسب‌وکارها به شدت روی استقرار ربات های گفتگوی آنلاین برای فروش و تولید سرنخ با هدف بالا سرمایه‌گذاری می‌کنند. ربات‌ها می‌توانند نرخ تبدیل فروش آنلاین را تا 30 درصد در هنگام جذب مشتریان بالقوه یا سرنخ‌ها افزایش دهند.

چگونه ربات های گفتگوی آنلاین به کسب‌وکارها برای افزایش فروش آنلاین کمک می‌کنند.

- **سفارشات کتاب** - چت ربات‌های غذا، الکترونیک یا پوشاک در رسیدگی به سفارش‌های آنلاین سریع هستند . از هر 5 مصرف کننده، 1 نفر به خرید کالاها و خدمات از ربات چت فکر می کند.
- **پشتیبانی فروش را به صورت خودکار انجام دهید** - یک ربات مجهز به هوش مصنوعی با ارائه پاسخ های سریع حتی زمانی که تیم فروش شما در دسترس نیست، بازدیدکنندگان و مشتریان را به صورت 7×24 درگیر می کند.
- **سرنخ فروش واجد شرایط خودکار** – یک چت ربات با طراحی خوب کمک می کند تا بالقوه های فروش را از قبل تعیین کنید، حتی زمانی که نمایندگان فروش شما با کمک یک پرسشنامه از پیش تعیین شده مشغول هستند.
- **قرار ملاقات ها را برنامه ریزی کنید** - هنگامی که سرنخ ها واجد شرایط شدند، برای تبدیل فوری به تیم فروش هدایت می شوند یا برای یک قرار ملاقات یا جلسه مدیر فروش برنامه ریزی می کنند.

6. تبلیغات پولی را برای افزایش فروش آنلاین اجرا کنید

اجرای تبلیغات پولی یک راه عالی برای ارتباط با مشتریان است. شما باید کانال هایی را که مخاطبان هدف شما در آنجا حضور دارند شناسایی کنید و آنها را در جایی که هستند درگیر کنید. تبلیغات پولی روشی موثر برای نمایش برند شما در معرض مخاطبان زیادی است و به افزایش ترافیک وب سایت کمک می کند.
برای بهبود فروش آنلاین می توانید تبلیغات گوگل را اجرا کنید یا تبلیغات پولی را در حساب های رسانه های اجتماعی خود مانند فیس بوک یا اینستاگرام اجرا کنید. رسانه‌های اجتماعی یک ابزار تبلیغات دیجیتال عالی برای هر کسب‌وکاری است که می‌خواهد بازده سرمایه‌گذاری بهتری داشته باشد.

چگونه تبلیغات شبکه های اجتماعی به بهبود فروش آنلاین کمک می کند؟

- شما می توانید یک "پنجره فروشگاه" دیجیتال برای خریداران ویترین ایجاد کنید. فیس بوک انواع مختلفی از تبلیغات را برای نمایش محصولات شما ارائه می دهد، مانند تبلیغات بوم، تبلیغات مجموعه و تبلیغات چرخ و فلک.
- از هدف ترافیک فروشگاه فیسبوک برای افزایش فروش آفلاین استفاده کنید. از آنجایی که تبلیغات فیس بوک اغلب با فروش آنلاین همراه است، شما یک تبلیغ دیجیتالی ایجاد می کنید که به فروشگاه آنلاین شما منتهی می شود، جایی که مشتریان خرید می کنند.
- تست A/B به شما امکان می‌دهد تعیین کنید چه چیزی کار می‌کند، با چه کسی کار می‌کند، و چگونه می‌توانید کمپین خود را بهتر کنید تا بتوانید به مشتریانی دست پیدا کنید که به احتمال زیاد به تبلیغات شما پاسخ می‌دهند. زمانی که کارایی کمپین خود را می‌سنجید، برای تست A/B مهم است.

7. ارائه آزمایشی رایگان بدون تعهد

به طور کلی، مشتریان تمایلی به خرید آنلاین محصول ندارند زیرا به برندها اعتماد ندارند. آنها به دلیل خطرات مرتبط با به اشتراک گذاشتن برخی از جزئیات شخصی یا انجام تعهدات، از خرید آنلاین می ترسند.
ارائه یک دوره آزمایشی رایگان برای یک دوره 10-15 روزه، یک نسخه آزمایشی رایگان یا یک محصول رایگان یک استراتژی عالی برای بهبود فروش آنلاین است 62 درصد از شرکت ها . 10 درصد یا بیشتر از کسب و کار خود را از طریق آزمایش های رایگان دریافت می کنند.

چگونه ارائه نسخه آزمایشی رایگان به افزایش تبدیل فروش آنلاین کمک می کند؟

- **تبدیل‌ها را بهبود ببخشید** - ارائه آزمایش‌های رایگان ترس از ارتکاب هر کاری قبل از خرید را از ذهن مشتری دور می‌کند. پس از پایان دوره آزمایشی، آنها می توانند به نسخه پولی ارتقا دهند که فروش آنلاین را افزایش می دهد.
- **ارتباط با ارزش برند** - وقتی مشتریان از جلسات آزمایشی رایگان استفاده می کنند، ارزش واقعی محصولات و خدمات شما به مشتریان اطلاع داده می شود.
- **ایجاد اعتماد مشتری** – محصولات رایگان به خریداران بی میل انگیزه می دهد تا آنها را امتحان کنند. در نهایت تردید خرید آنلاین را از بین می برد و اعتماد ایجاد می کند.

8. افزایش فروش آنلاین با اثبات اجتماعی

اثبات اجتماعی نقش بزرگی در تصمیمات خرید خریداران دارد. وقتی شخصی در حال بررسی خرید است یا سعی می کند بین دو برند مختلف تصمیم بگیرد، اغلب برای راهنمایی به افراد دیگری مراجعه می کند که تجربه کار با محصولات را دارند.

از هر 10 مشتری، 9 نفر قبل از تصمیم به خرید، نظرات را مطالعه می کنند. برای متقاعد کردن مشتریان برای تصمیم‌گیری سریع‌تر برای خرید صحیح، بررسی‌های دقیق محصول بسیار مهم است.

اثبات اجتماعی چگونه به افزایش فروش آنلاین کمک می کند؟

- **بر تصمیمات مشتری تأثیر بگذارید** - بررسی محصول قدرت تأثیرگذاری بر تصمیمات مصرف کننده را دارد اما می تواند اعتبار شرکت را تقویت کند 68 درصد از خریداران انلاین. به احتمال زیاد با مشاغلی که نظرات مثبت دارند درگیر می شوند
- **اعتماد مشتری را تقویت کنید** - نظرات مثبت می تواند اعتماد مشتری را جلب کند و آنها را تشویق به تعامل با شرکت کند. تعامل با مشتری در نهایت منجر به بهبود سود برای مشاغل می شود.
- **تعامل بهتر با مشتری** - استفاده از بررسی های محصول فرصتی برای کسب و کارها و مشتریان برای ایجاد روابط سالم فراهم می کند. نشان داده شده است که برقراری ارتباط عاطفی با مشتریان23 در صد درآمد بیشتری نسبت به مشتریان غیرمتعهد دارد.

8. افزایش فروش آنلاین با اثبات اجتماعی

اثبات اجتماعی نقش بزرگی در تصمیمات خرید خریداران دارد. وقتی شخصی در حال بررسی خرید است یا سعی می کند بین دو برند مختلف تصمیم بگیرد، اغلب برای راهنمایی به افراد دیگری مراجعه می کند که تجربه کار با محصولات را دارند.

از هر 10 مشتری، 9 نفر قبل از تصمیم به خرید، نظرات را مطالعه می کنند. برای متقاعد کردن مشتریان برای تصمیم‌گیری سریع‌تر برای خرید صحیح، بررسی‌های دقیق محصول بسیار مهم است.

اثبات اجتماعی چگونه به افزایش فروش آنلاین کمک می کند؟

- **بر تصمیمات مشتری تأثیر بگذارید** - بررسی محصول قدرت تأثیرگذاری بر تصمیمات مصرف کننده را دارد اما می تواند اعتبار شرکت را تقویت کند 68 درصد از خریداران انلاین. به احتمال زیاد با مشاغلی که نظرات مثبت دارند درگیر می شوند
- **اعتماد مشتری را تقویت کنید** - نظرات مثبت می تواند اعتماد مشتری را جلب کند و آنها را تشویق به تعامل با شرکت کند. تعامل با مشتری در نهایت منجر به بهبود سود برای مشاغل می شود.
- **تعامل بهتر با مشتری** - استفاده از بررسی های محصول فرصتی برای کسب و کارها و مشتریان برای ایجاد روابط سالم فراهم می کند. نشان داده شده است که برقراری ارتباط عاطفی با مشتریان23 در صد درآمد بیشتری نسبت به مشتریان غیرمتعهد دارد.

9. ترافیک مرتبط را با استفاده از رسانه های اجتماعی هدایت کنید

رسانه‌های اجتماعی ابزاری ارزشمند برای کسب‌وکارها هستند و در هدایت ترافیک به وب‌سایت شما از رسانه‌های سنتی جلوتر هستند. آنها فرصت های زیادی را برای جذب بازدیدکنندگان تجاری و افزایش فروش آنلاین به ارمغان می آورند.
گزارش ها نشان می‌دهد که ۲۵ درصد از کاربران رسانه‌های اجتماعی صفحات برند را دنبال می‌کنند، که بر تصمیم‌های خرید نهایی آنها با خرده‌فروشی‌ها و فروشگاه‌های آنلاین تأثیر می‌گذارد .
بدیهی است که پتانسیل فروش از طریق کانال های رسانه های اجتماعی مانند فیس بوک، توییتر و اینستاگرام افزایش می یابد.

برخی از نکاتی که می توانید در استراتژی تولید سرنخ رسانه های اجتماعی خود به کار ببرید عبارتند از:

- از محتوای تولید شده توسط کاربر (UGC) استفاده کنید - می توانید محتوای تولید شده توسط کاربر را با به اشتراک گذاری پست های اصلی مشتریان خود در پلت فرم های رسانه های اجتماعی خود بدست آورید. به عنوان مثال، تصویر مشتری که از قهوه خود در کافه شما عکس گرفته است.
- با اینفلوئنسرهای رسانه های اجتماعی کار کنید - اینفلوئنسرها مورد اعتماد مردم هستند و تبلیغ برند و محصولات شما از طریق اینفلوئنسرهای رسانه های اجتماعی به احتمال زیاد باعث افزایش فروش می شود و نشان داده شده است که در برخی موارد ROI تا 600 درصد ارائه می دهد.
- ایجاد محتوای ارزشمند برای جذب مشتریان – رسانه های اجتماعی بستری عالی برای برندها هستند تا محتوای ارزشمندی را برای مخاطبان خود ارائه دهند. محتوا باید برای مخاطبان شما جذاب باشد و به اندازه کافی قانع کننده باشد تا آنها را برای خرید ترغیب کند .
- از طریق هدایا سرنخ ایجاد کنید - تبلیغات هدایایی را امتحان کنید تا سرنخ های جدیدی برای کسب و کار خود ایجاد کنید. اطمینان حاصل کنید که تبلیغات به یک صفحه ثبت نام نیاز دارد. گزینه ای برای کاربر برای دریافت خبرنامه به عنوان انگیزه اضافه در نظر بگیرید.

9. ترافیک مرتبط را با استفاده از رسانه های اجتماعی هدایت کنید

رسانه‌های اجتماعی ابزاری ارزشمند برای کسب‌وکارها هستند و در هدایت ترافیک به وب‌سایت شما از رسانه‌های سنتی جلوتر هستند. آنها فرصت های زیادی را برای جذب بازدیدکنندگان تجاری و افزایش فروش آنلاین به ارمغان می آورند.
گزارش ها نشان می‌دهد که ۲۵ درصد از کاربران رسانه‌های اجتماعی صفحات برند را دنبال می‌کنند، که بر تصمیم‌های خرید نهایی آنها با خرده‌فروشی‌ها و فروشگاه‌های آنلاین تأثیر می‌گذارد .
بدیهی است که پتانسیل فروش از طریق کانال های رسانه های اجتماعی مانند فیس بوک، توییتر و اینستاگرام افزایش می یابد.

برخی از نکاتی که می توانید در استراتژی تولید سرنخ رسانه های اجتماعی خود به کار ببرید عبارتند از:

- از محتوای تولید شده توسط کاربر (UGC) استفاده کنید - می توانید محتوای تولید شده توسط کاربر را با به اشتراک گذاری پست های اصلی مشتریان خود در پلت فرم های رسانه های اجتماعی خود بدست آورید. به عنوان مثال، تصویر مشتری که از قهوه خود در کافه شما عکس گرفته است.
- با اینفلوئنسرهای رسانه های اجتماعی کار کنید - اینفلوئنسرها مورد اعتماد مردم هستند و تبلیغ برند و محصولات شما از طریق اینفلوئنسرهای رسانه های اجتماعی به احتمال زیاد باعث افزایش فروش می شود و نشان داده شده است که در برخی موارد ROI تا 600 درصد ارائه می دهد.
- ایجاد محتوای ارزشمند برای جذب مشتریان – رسانه های اجتماعی بستری عالی برای برندها هستند تا محتوای ارزشمندی را برای مخاطبان خود ارائه دهند. محتوا باید برای مخاطبان شما جذاب باشد و به اندازه کافی قانع کننده باشد تا آنها را برای خرید ترغیب کند .
- از طریق هدایا سرنخ ایجاد کنید - تبلیغات هدایایی را امتحان کنید تا سرنخ های جدیدی برای کسب و کار خود ایجاد کنید. اطمینان حاصل کنید که تبلیغات به یک صفحه ثبت نام نیاز دارد. گزینه ای برای کاربر برای دریافت خبرنامه به عنوان انگیزه اضافه در نظر بگیرید.

10. تصاویر و ویدیوهای محصول با کیفیت بالا را ترکیب کنید

بسیار مهم است که تصاویر محصول با کیفیت بالا و قانع کننده داشته باشید و آنها را به گونه ای ارائه دهید که با مشتریان بالقوه شما طنین انداز شود 90 درصد اطلاعات ارسالی به مغز بصری است و افراد اولین برداشت خود را در عرض نیم میلی ثانیه ایجاد می کنند.
به طور کلی، به این معنی است که تصاویر محصول شما کمک می کند تا مشتری بالقوه شما را متقاعد کنید که محصول شما ارزش خرید دارد. شما می‌توانید با تصاویر و ویدیوهای باکیفیت محصول که برای کمک به افزایش فروش آنلاین طراحی شده‌اند، بهترین کار را انجام دهید.

در اینجا چند راه برای استفاده از تصاویر یا ویدیوهای محصول برای افزایش نرخ تبدیل آنلاین شما آورده شده است:

- **از بهترین تصاویر با کیفیت استفاده کنید** - تصاویری با وضوح بالا برای فروش محصولات خود انتخاب کنید. کیفیت بالا باعث درخشش تصاویر و جلب توجه بازدیدکنندگان شما می شود.
- **فیلم های محصول را جاسازی کنید** – قرار دادن ویدیوها در وب سایت شما به جذب افراد بیشتری به سایت شما کمک می کند. Insivia دریافت که وب سایت ها در صورتی که دارای ویدیو باشند، 53 برابر بیشتر احتمال دارد به صفحه اول گوگل برسند . برای افزایش قابل توجه فروش آنلاین، ویدیوها را اضافه کنید.
- **زمینه را فراهم کنید** - زمینه اهمیت دارد. فقط محصول را نشان ندهید. آن را در زمینه نشان دهید فرض کنید یک کاناپه در یک اتاق کاملاً مبله.
- **استفاده واقعی از محصول را نشان دهید** - گنجاندن یک انسان در تصویر شما به مشتریان بالقوه شما چارچوبی از مرجع می دهد و به آنها اجازه می دهد تا تخمین بزنند محصول شما چقدر کوچک یا بزرگ است.

11. ارائه ضمانت بازگشت وجه

آیا تا به حال تجربه کرده اید که محصولی که خریداری کرده اید کارایی نداشته باشد؟ حتی یک خرید کوچک می تواند خطر پشیمانی خریدار را به همراه داشته باشد. پس چرا باید محصولات شما را بخرند؟
داشتن ضمانت بازگشت وجه می تواند بر این خطر غلبه کند. وقتی تلاش می کنید تا ریسک تصمیم مشتری بالقوه را کاهش دهید، احتمال خرید آنها از شما بیشتر می شود. عاقلانه است که هر چیزی را که می تواند مشتریان بالقوه را از خرید منصرف کند، بردارید.
به بیان ساده - درد کمتر برای آنها، فروش بیشتر برای شما.
FedEx، Zappos و Domino's Pizza همگی شرکت‌های معروفی هستند که از ضمانت‌های PERFECT برای مشتریان خود استفاده می‌کنند. و کسب و کارهای میلیارد دلاری ساختند.

12. از اصطکاک در صفحات پرداخت خودداری کنید

علیرغم رشد سریع خرده‌فروشی‌های آنلاین، تبدیل پرداخت‌ها همچنان چالش بزرگی برای بسیاری از خرده‌فروشان است. این یکی از دلایلی است که کسب و کارها فروش خود را از دست می دهند. از این رو، خلاص شدن از شر عناصری که باعث ایجاد اصطکاک و آزار مشتری می شوند، ضروری است.
برندهای تجارت الکترونیک هر سال 18 میلیارد دلار از درآمد فروش خود را به دلیل رها شدن سبد خرید از دست می دهند. اگر فرآیند تسویه حساب خیلی پیچیده باشد، 26 درصد از خریداران آن را ترک خواهند کرد.

چگونه نرخ ترک کردن از سایت را کاهش دهیم و فروش آنلاین را افزایش دهیم؟

- فرآیند پرداخت را تا حد امکان کم و بدون مشکل انجام دهید تا مشتریان شما بتوانند فرآیند پرداخت را بدون هیچ گونه اصطکاک انجام دهند.
- با استفاده از چت زنده یا ربات چت که نرخ تبدیل فروش آنلاین را افزایش می دهد، به مشتریان کمک فروش در زمان واقعی ارائه دهید .
- شما باید چندین گزینه پرداخت را برای افزایش راحتی مشتریان خود ارائه دهید.

توجه: ادغام راه‌حل‌های پرداخت در قیف به خرده‌فروشان اجازه می‌دهد تا گزینه‌های پرداخت را در چندین نقطه تماس معرفی کنند، که می‌تواند برای درگیر نگه‌داشتن مشتریان، اطلاع‌رسانی به مصرف‌کنندگان در مورد قدرت خرید آنها و تسهیل نرخ‌های تبدیل بالاتر استفاده شود.

13. معاملات و تخفیف های عالی ارائه دهید

قیمت مهمترین عامل در تصمیم گیری برای خرید هر محصول یا خدماتی است. قیمت پایین می تواند کیفیت پایین را در ذهن خریدار به نمایش بگذارد.
قبل از اجرای هر استراتژی قیمت گذاری، بدانید که مشتریان شما چه احساسی نسبت به محصول شما دارند تا تغییر در قیمت رفتار بازار مورد نظر شما را تشویق کند.

چگونه با معاملات و تخفیف های محدود فروش آنلاین را افزایش دهیم؟

- تصمیم فوری – تخفیف های خوب قدرت زیادی برای تاثیرگذاری بر تصمیم خرید دارند. مشتریان دوست ندارند تخفیف های دوره محدودی را که برای آنها مفید است از دست بدهند.
- تبدیل مشتریان حساس به قیمت - ارائه تخفیف می تواند مشتریان حساس به قیمت را تحریک کند زیرا فرصت خرید ویژه ای را برای مشتریان ایجاد می کند.
- افزایش فروش - بسته‌بندی محصولات و خدمات مکمل می‌تواند منجر به افزایش فروش بدون هزینه‌های سربار اضافی شود.

14. از جوامع برای افزایش فروش آنلاین استفاده کنید

انجمن‌های انجمن یکی از بهترین کانال‌هایی هستند که مجموعه‌ای از پرسش‌ها و موضوعات مورد علاقه را در اختیار بازاریابان قرار می‌دهند.
با فعال بودن و بهره گیری از گستردگی کاربران و اطلاعات موجود در انجمن ها، می توانید نحوه تعامل با مشتریان احتمالی و مشتریان خود را متحول کنید.
Quora یک انجمن اجتماعی است که بر اساس عملکرد پرسش و پاسخ ساخته شده است. این یک منبع عالی برای یافتن اینکه مخاطب هدف شما در مورد چه چیزی سردرگم است یا با آن مشکل دارد است.

چگونه با کمک جامعه فروش آنلاین را افزایش دهیم؟

- درک مسائل مشتری – زمانی که مشکلاتی را که مشتریان با آن مواجه هستند شناسایی می کنید، می توانید به راحتی راه حل ها را هماهنگ کنید. دریافت رزولوشن مناسب آنها را تشویق می کند تا برند شما را برای مدت طولانی تری حفظ کنند.
- مرحله تحقیق محصول را کوتاه کنید - زمانی را که مشتریان برای بازدید از صفحات دیگر با اطلاعات غیر ضروری صرف می کنند، کاهش می دهد. شانس خرید مصرف کنندگان را افزایش می دهد، زیرا همه چیزهایی که برای تصمیم گیری نیاز دارند در سایت شما وجود دارد.
- روابط بلندمدت خود را حفظ کنید - ارائه یک انجمن برای پرسیدن سوالات و ارائه بازخورد به مشتریان باعث می شود احساس کنند که صدای آنها شنیده می شود، به خصوص پس از دریافت پاسخی که آنها را تایید می کند. این به آنها انگیزه می دهد که به طور منظم برای تعامل با کسب و کار شما و سایر مشتریان برگردند.

15. ایمیل بازدیدکنندگان خود را ضبط کنید

راه های مختلفی برای ارتباط با مشتریان جدید و فعلی وجود دارد. یکی از دلایلی که مردم شروع به دنبال کردن شما در رسانه های اجتماعی می کنند، در خبرنامه ایمیل شما ثبت نام می کنند یا به برنامه وفاداری شما می پیوندند، دسترسی به معاملات انحصاری است که به آنها برای وفاداری شان پاداش میدهد.
ارسال خبرنامه های شخصی سازی شده برای مشارکت مجدد نه تنها به افزایش فروش آنلاین کمک می کند، بلکه بر مشتریانی که سایت را ترک کرده اند نیز تأثیر می گذارد. اکنون برندها اتوماسیون ایمیل شخصی سازی شده را اجرا می کنند تا مشتریان را بر اساس رفتارهایشان با محتوای مناسب برای بهبود بهتر تبدیل فروش دنبال کنند.
هر از گاهی تخفیف‌های انحصاری تنظیم کنید تا کسب‌وکارتان در بین خریداران همیشه در ذهن خود باقی بماند، و مطمئن شوید که هر زمان که اقدام به فروش ویژه یا فروش کردید به آنها اطلاع دهید. همچنین می‌توانید از ایمیل استفاده کنید تا مشترکین را از پست‌های وبلاگ جدید و سایر محتوای سایت که ممکن است به آن‌ها علاقه مند باشند، مطلع کنید.

نکات کلیدی در مورد چگونگی افزایش فروش آنلاین

استراتژی های زیادی برای افزایش درآمد کسب و کار وجود دارد، اما در نظر گرفتن سناریوی همه گیر با استفاده از استراتژی بازاریابی دیجیتال می تواند یک راه عالی برای افزایش فروش آنلاین برای رشد کلی کسب و کار باشد.
کانال‌های مختلفی برای بهبود فروش آنلاین توسط کسب‌وکارها وجود دارد، مانند رسانه‌های اجتماعی، ترافیک ارگانیک، تبلیغات پولی و غیره.
هر یک از استراتژی های فوق می تواند فروش آنلاین را به میزان قابل توجهی افزایش دهد و در شرایط مناسب درآمد بالایی ایجاد کند، اما انتخاب های بهینه برای شرکت شما بستگی به درک شما از مشتریانی دارد که به آنها خدمات می دهید.