

راز و رمزهای جذب سریع ترافیک



مقدمه

اسرار جذب ترافیک سریع

ترافیک موضوعی است که اکثر صاحبان وبسایت‌ها همیشه نگران آن هستند. البته ترافیک در تجارت آنلاین از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. اما آنچه در این خصوص مطرح است این است که ترافیک دقیقاً چیست؟ و چه تصورات غلطی درباره آن وجود دارد؟

به سادگی می‌توان گفت، ترافیک سایت همان تعداد بازدیدها از سایت و تعداد کلیک‌های است که بازدیدکنندگان در سایت شما می‌کنند. هر وقت کسی از سایت شما بازدید کرد، حضورش در سایت ثبت می‌شود و هرگونه کلیک نیز بر روی لینک‌های موجود انجام دهد نیز ثبت و ضبط می‌شود. با گذشت زمان، تعداد بازدیدکنندگان افزایش پیدا می‌کند و صاحبان سایت به این فکر می‌افتد که آمار دقیق مراجعه‌کنندگان خود را داشته باشند. در یک کلام میزان ترافیک سایت نمایان گر میزان موفقیت وبسایت شماست. با استفاده از ابزارهای مختلف می‌توان ترافیک را به سایت جذب کرد. ابزارهای رایگان زیادی در دسترس هستند، اما نتایج ممکن است نیاز به تفسیر بیشتری داشته باشد. هنوز هم تعداد زیادی از شرکت‌های بزرگ هستند که در این خصوص ارائه خدمات می‌کنند.

علاوه بر کنترل وبسایت، صاحبان آن‌ها نیز تلاش مضاعفی برای افزایش ترافیک سایت خود دارند. معمولاً، ایجاد ترافیک بیشتر هم وقت‌گیر است و هم نیاز به تلاش زیادی دارد. هدف کاملاً ساده و قابل دسترس است: **جذب بازدیدکننده بیشتر به سایت.**

اگر ایجاد ترافیک نیاز به این همه زمان و تلاش دارد، چرا می‌خواهید به این همه زحمت تن بدهید؟ چه منافع احتمالی در تجارت آنلاین نهفته است؟ حقایق زیادی در این خصوص وجود دارد. در یک کلام می‌توان گفت، ترافیک بیشتر یعنی اینکه افراد بیشتری از حوزه کاری شما آگاه هستند. با این نوع از

اطلاعات، بازدیدکنندگان می‌توانند به سرعت به مشتری تبدیل شوند. در نتیجه، محصولات شما به سرعت

فروش می‌رود و قفسه‌هایتان خالی می‌شود. **این یعنی درآمد بیشتر برای شما.**

به عبارت دیگر، ترافیک سایت بخش بسیار مهمی از معاملات آنلاین و یک جزء کلیدی برای موفقیت

شما است. کاملاً بدیهی است که کارآفرینان آنلاین نمی‌توانند موضوع ترافیک را نادیده بگیرند.

راه‌های بسیار زیادی برای جذب ترافیک به وبسایت شما وجود دارد. این کتاب الکترونیکی حاوی

سریع‌ترین و مؤثرترین روش‌های جذب ترافیک هست که می‌تواند پله موفقیت سریع شما در این مسیر

باشد.

کتاب حاضر دایره المعارفی از روش‌های ۲۷ گانه جذب ترافیک می‌باشد که به نوبه خود میتواند

راهگشای تازه واردین به دنیای وب و همچنین کمک کار فعالین این بخش باشد.

پس اجازه بدهید وارد بحث اصلی بشویم:

برای عضویت در خبرنامه لطفا کلیک کنید

روش شماره ۱:

بازاریابی از طریق مقاله

اگر اندک استعدادی در نوشتن داشته باشید می‌توانید از طریق مقاله بازاریابی کنید؛ به عبارت دیگر با این

کار ساده و آسان می‌توانید بازار هدف خود را نشانه بگیرید. عنصر کلیدی برای موفقیت در بازاریابی از

طریق مقاله تنها **اطلاعات** است. هنگام نوشتن مقاله، باید دنبال چیزی باشید که برای مردم مفید باشد.

در نوشتن مقاله از نکات نامأنوس، کنایه‌آمیز، اسرار و نصیحت دیگران اجتناب کنید. این کار شانس

شمارا برای جذب مشتریان بالقوه به وبسایت بیشتر می‌کند.

مقاله‌ها ممکن است در یک وبلاگ نوشته شده باشند بخشی از وبسایت تجاری شماست. با اینکه می‌توانید در یک وبلاگ مستقل با لینک به وبسایت تجاری اصلی خود فعالیت نمایید. به هر حال مقاله باید دارای لینک به سایت اصلی شما باشد در غیر این صورت ارزش آن زیر سؤال می‌رود. بهترین مزیت بازاریابی از طریق مقاله این است که ترافیک باکیفیت به سایت شما جذب می‌کند. اغلب، این کار منجر به افزایش نرخ تبدیل می‌شود و باعث می‌شود که بازدیدکنندگان به مشتری تبدیل شوند. اگر شما در حال راه اندازی یک سایت تجارت الکترونیکی هستید. این روش می‌تواند راهی مؤثر و مطمئن برای شما باشد.

راه اندازی یک وبلاگ با نرم افزارهای نظیر WordPress و blogger کار بسیار آسانی است. می‌توانید با استفاده از این پلتفرم‌ها به راحتی حساب‌های رایگان ایجاد و آن‌ها را در کامپیوتر خود ذخیره کنید. یا می‌توانید کارهای خود را در دایرکتوری‌ای مانند articlesEzine, eHow, و quidoo قرار دهید.

راه کار عملی برای نگارش مقاله:

برخلاف تصور عمومی نوشتن مقاله کار بسیار ساده و راحتی هست به شرطی که اصول و قواعد آن را یاد بگیرید و در عمل خود را ملزم به استفاده از آن بکنید. پنج اصل کاملاً ساده و عملی را پیشنهاد می‌کنیم که در صورت رعایت کردن آن‌ها در عرض یک روز می‌توانید یک مقاله خوب مقابل قبولی بنویسید.

۱- انتخاب موضوع

مثلاً راهکارهای افزایش ترافیک وبسایت و افزایش رتبه بندی سایت در گوگل

۲- استفاده از طوفان ایده (BRAIN STORM)

در این مرحله هر ایده‌ای به ذهنتان می‌رسد یادداشت کنید. سعی کنید بدون محدودیت فکر کنید و حداقل تا ۵۰ ایده را یادداشت کنید. (مثلاً استفاده از صوت، تصویر، ویدئو، تبلیغ، بک لینک، وبلاگ نویسی، تبادل لینک، همکاری در فروش و ...)

۳- بررسی و گلچین ایده‌های خوب و حذف ایده‌های اضافی

غربال ایده‌های یادداشت شده و یا تلفیق بعضی از ایده‌ها می‌تواند منجر به تولید ایده جدید و ایجاد انسجام در ساختار مقاله اصلی باشد. تنها کافی است از بین ۵۰ ایده یادداشت شده ۱۰ مورد را گلچین کنید. می‌توانید با این ۱۰ ایده یک مقاله خوب ارائه بدهید.

۴- در مورد ایده‌های انتخابی پاسخ به سه سؤال ساده می‌تواند بسیار کارگشا باشد.

- ۱- آیا ایده انتخابی شما قابلیت جستجو در وب را دارد؟
- ۲- آیا می‌توانید در خصوص ایده انتخابی از تجربه دیگران برای شرح موضوع استفاده بکنید؟
- ۳- اگر ایده شما در وب قابلیت جستجو را ندارد و از نظر دیگران نیز نمی‌توانید برای بسط و توضیح آن استفاده کنید آیا خودتان می‌توانید نظریه‌پرداز ایده‌ای خودتان باشید؟ (بهترین گزینه برای انتخاب)

۵- ویرایش و انتشار مقاله

سعی کنید مقالات نوشته‌شده از لحاظ نگارش، انتخاب فونت مناسب، صفحه‌آرایی و سایر موارد هیچ‌گونه ایرادی نداشته باشد. این کار باعث می‌شود تا در مخاطب حس خوبی برای خواندن ادامه مطلب به وجود بیاید. در نوشتن مقالات خود سعی کنید از بهترین نرم‌افزارها استفاده کنید. در این خصوص استفاده از نرم‌افزار ADOBE INDESIGN پیشنهاد می‌گردد.

آگهی‌های پرداخت به ازای کلیک:

جلب توجه و انتشار آگهی رابطه تنگاتنگی باهم دارند. جای تعجب نیست که تبلیغات بیشتر بازدیدکنندگان سایت شما را افزایش می‌دهند. یکی از راه‌های این کار پرداخت به ازای هر کلیک (PPC) هست به این مفهوم که هر وقت کسی روی لینکی کلیک کرد شما پرداختی در مقابل آن انجام دهید. تبلیغات PPC تا حدودی مؤثر است و لازمه آن این است که در کمپین‌ها بابت تبلیغ محصول خود هزینه پرداخت نمایید به همین سادگی بر اساس توافق به عمل آمده شما پرداخت را انجام می‌دهید.

تبلیغات PPC به یکی از دو روش زیر در موتورهای جستجوگر نمایش داده می‌شود. نخست، حامی آگهی اجازه می‌دهد تا آگهی‌ها برای افرادی که دنبال موضوع مرتبط می‌گردند قابل مشاهده باشد. دوم، ممکن است آگهی بر روی سایت‌های دیگر که دارای حجم ترافیک بالا هستند قرار بگیرد. مراقب سایتی که برای تبلیغ انتخاب می‌کنید باشید شما دنبال شریکی هستید که حداقل باید دارای حسن شهرت خوبی باشد.

برخی از بهترین ارائه‌دهندگان PPC گوگل با پلتفرم AdWords Google است. این سیستم به شما این امکان را می‌دهد در بزرگ‌ترین و گسترده‌ترین موتور جستجوی جهان قرار بگیرید. Yahoo Search Marketing نیز یکی از ارائه‌دهندگان این نوع خدمات هست. این دو از بزرگ‌ترین بازیگران عرصه این صنعت هستند. دیگر بازیگران این عرصه Microsoft AdCenter و ABCSearch هستند.

در خصوص سرویس‌دهنده‌های PPC قبل از هر چیز ویژگی‌های آن را به دقت مورد بررسی قرار دهید. پیش از راه‌اندازی کمپین خود تمامی موارد را جزء به جزء بررسی نمایید سپس آگهی خود را به وی بسپارید و منتظر جذب بازدیدکننده باشید.

راهکار عملی برای استفاده از PPC:

در روش پرداخت به ازای کلیک، وبسایت‌های که مایل به بهبود مکان خود در کم‌ترین زمان ممکن در فهرست نتایج جستجو می‌باشند می‌توانند با پرداخت پول به جستجوگرها به هدف خویش برسند. پرداخت به ازای کلیک بهترین، ساده‌ترین و مؤثرترین روش برای آگهی‌دهندگان و تبلیغ‌کنندگان اینترنتی برای به دست آوردن موقعیت بهتر در جستجوگرها است زیرا در مدتی بسیار کوتاه نتیجه آن مشخص شده و برای مدیران و برنامه ریزان قابل‌لمس خواهد بود و تا زمانی که تمایل برای حضور در این موقعیت وجود داشته باشد و هزینه‌های لازم به جستجوگرها پرداخت شود ترافیک وارده به وبسایت خواهد داشت.

پرداخت به ازای کلیک، برخلاف روش‌های قدیمی بازاریابی که هزینه تبلیغاتی به صورت غیر هدفمند محاسبه می‌شوند، کاملاً آگاهانه و بر اساس ترافیک هدایت‌شده به وبسایت محاسبه و پرداخت می‌شود. بنابراین صاحبان وبسایت مطمئن هستند که تنها برای بازدیدهای نیاز محور از مبادی موردنظر پول خواهند پرداخت و در قبال آن می‌توانند اطلاعات دقیقی مبتنی بر این که بازدیدکننده موردنظر از چه کشوری چه زمانی از کدام طریق با چه علاقه‌مندی و ... بوده از وبسایتشان بازدید کرده است به دست آورند. نکته مهم در این روش این است که این نتایج به علت پرداخت و حمایت مالی از جستجوگر موردنظر در فهرست نتایج در صدر بوده و حتی قبل از فهرست نتایج اصلی و جستجوی طبیعی جستجوگرها قرار می‌گیرند.

معروف‌ترین و پرطرفدارترین جستجوگری که خدمات پرداخت به ازای کلیک را ارائه می‌کند جستجوگر گوگل است. برنامه تبلیغات و بازاریابی گوگل (Ad Words) نامیده می‌شود. جستجوگر پرطرفدار دیگری که این خدمات را ارائه می‌کند جستجوگر یاهو است جستجوگرهای دیگر در رده‌های بعدی قرار می‌گیرند.

این نوع از بازاریابی توانایی برنامه‌ریزی هوشمند را برای متقاضیان فراهم می‌کند به این صورت که می‌توان نتایج موردنظر را در منطقه جغرافیایی خاصی نمایش داد و با توجه به سیاست مالی سقف هزینه برای روز یا ماه و سال را در نظر گرفت. پس از انتخاب کلیدواژه‌های انتخابی حداکثر مبلغ پرداختی موردنظر به جستجوگر اعلام می‌شود تا افرادی که مبلغ بیشتری را پرداخت می‌کنند موقعیت بهتر و بالاتری در فهرست نتایج به دست آورند.

یکی از موارد مهم که در صورت عدم رعایت آن نه تنها باعث رونق کسب و کار نمی‌شود بلکه هزینه بسیاری را هم در بر خواهد داشت استفاده از کلیدواژه‌ای رایج و عمومی است. این کلمات باعث ایجاد ترافیک زائد شده که نتیجه آن فقط بالا رفتن هزینه بازاریابی است. این ترافیک ایجاد شده از آن مخاطبان واقعی نمی‌باشد که در نهایت تبدیل به مشتری شوند. نکته دیگر که باید به آن توجه نمود سرعت بالا در این روش است که گاهی حتی بعد از چند دقیقه قابل اجرا است بنابراین کارفرمایان باید انتظار این سرعت بالا را داشته و هماهنگی بین فروش و بازاریابی را ایجاد کنند که دچار مشکل هزینه تبلیغ بدون توانایی فروش نشوند.

روش شماره ۲:

پادکست (PODCAST)

پادکست پدیده نسبتاً جدیدی است که از سال ۲۰۰۴ به این طرف محبوب شده است پادکست پَرَوَنجا ویدئویی یا صوتی آنلاین است، چیزی که باعث می‌شود پادکست‌ها به عنوان خدمتی عالی قلمداد شوند قابلیت در دسترس بودن آن برای دانلود می‌باشد.

یکی از بهترین چیزها درباره پادکست‌ها این است که هرکسی می‌تواند آن را درست کند. با استفاده از یک میکروفن و یا یک نرم‌افزار مناسب و خوب می‌توانید یک فایل پادکست بسازید. افزودن این پادکست به فیدهای آر اس اس باعث توزیع وسیع‌تر آن می‌شود. قرار دادن آن در iTunes مثل این است که ترافیک سایت خود را به صورت تصاعدی افزایش دهید.

اما شما چه کاری باید با پادکست‌ها بکنید؟ در خصوص پادکست‌ها باید به خاطر داشته باشید که پادکست‌های شما باید ارزشمند و دارای اطلاعات خوبی باشد. چون مردم دنبال ارزش هستند و شما باید این خواسته آن‌ها را برآورده سازید. کار دیگری که باید بکنید این است که این امکان را فراهم کنید تا پادکست‌های شما با دستگاه‌های موبایل هم قابل استفاده باشد. علیرغم نامشان این فایل‌ها در iPods و iPhones قابل اجرا نیستند. ولی می‌توان با MP3 پلیرهای دیگر دانلود و استفاده کرد. از این طریق، مردم می‌توانند آنچه را که شما ارائه می‌دهید را در هر مکان و هر زمان بشنوند. چیزهایی دیگری هم هستند که شما باید بدانید. این که برای حفظ بازدیدکنندگان باید پادکست‌ها به طور مرتب آپلود شوند. برخلاف فیلم‌های ویدئوی که بلند هستند پادکست‌ها معمولاً بین ۲۰ تا ۶۰ دقیقه هستند. پادکست‌ها ممکن است در یکی از چند سرویس‌دهنده‌های اینترنتی از قبیل Libsyn HipCast و GoDaddy، قرار گیرد. سایت‌های دیگری نیز از قبیل OurMedia در این خصوص ارائه خدمات می‌دهند.

راهکار عملی برای استفاده از پادکست:

برای ساخت پادکست دودسته نیاز اساسی وجود دارد؛ سخت‌افزار لازم برای ضبط صدا، یعنی میکروفن و نرم‌افزار لازم برای ضبط و ویرایش صدا، کیفیت میکروفن قطعاً در نتیجه کار تأثیر دارد، اما با توجه به کاهش کیفیت کار در انتها برای کاهش حجم کار، استفاده از میکروفن‌های آماتور و ارزان قیمت موجود در بازار هم جوابگوی نیاز سخت‌افزاری است. برای ضبط و ویرایش صدا، نرم‌افزارهای بسیاری

مورد استفاده قرار می‌گیرند، اغلب این نرم‌افزارها توانایی‌های متعددی را برای کاربرانشان به همراه می‌آورند، اما به همان میزان که بر توانایی این نرم‌افزارها اضافه می‌شود، بر پیچیدگی آن‌ها افزوده می‌شود. به همین دلیل برنامه‌ای خاص برای ضبط صدا و ویرایش آن برای پادکست‌ها ساخته شده است. نرم‌افزار Audacity با وجود آنکه ظاهری ساده دارد و کار با آن چندان دشوار نیست، تمام نیازهای ما برای ساخت یک پادکست را برطرف می‌کند. با دریافت این برنامه رایگان از آدرس <http://audacity.sourceforge.net> و نصب آن در چند دقیقه، شما می‌توانید کار را آغاز کنید. معمولاً برای ساخت یک برنامه رادیویی، هرچند کوتاه، نیاز به یک برنامه نوشته شده است، شما باید بدانید چه می‌خواهید بگویید و برنامه شما چطور پیش خواهد رفت. برای جذاب‌تر کردن برنامه همچنین می‌توان از موسیقی و افکت‌های صوتی استفاده کرد. مطمئناً یک فایل صوتی که تنها حاوی صدای ما باشد، جذابیت چندان‌ی را به همراه نخواهد داشت و مخاطب با آن همراهی نمی‌کند. Audacity این امکان را به شما می‌دهد که شما صداهای مختلف را به یکدیگر متصل کنید و با ویرایش کارتان یک برنامه جذاب رادیویی بسازید.

در ابتدا برنامه را اجرا کنید. برای ضبط صدا تنها کافی است دکمه قرمز رنگ رکورد را در بالای صفحه فشار داده و در میکروفن شروع به صحبت کنید. برنامه شروع به ضبط صدای شما می‌کند و تا زمانی که دکمه «استاپ» فشرده نشده این کار ادامه دارد. در برنامه هر فایل صوتی جداگانه در یک کانال نگهداری می‌شود تا ما بتوانیم با جابه‌جایی کانال‌ها، صداها را در زمان‌های مناسب پخش کنیم. این کار این امکان را به ما می‌دهد که روی صدای گوینده موسیقی متن را بیفزاییم یا هم‌زمان چند صدای مختلف را پخش کنیم؛ بنابراین هر بخش از برنامه را جداگانه و در یک کانال ضبط کنید؛ یعنی پس از ضبط هر

بخش دکمه استاپ» را فشار داده و برای ادامه دوباره رکورد را بزنید تا در کانال جدیدی صدا ضبط شود.

ما همچنین از طریق منوی Project و با گزینه Import Audio می‌توانیم فایل‌های صوتی‌ای را که پیش‌تر ضبط کردیم یا فایل‌های موسیقی را به برنامه وارد کنیم. تمامی این فایل‌هایی که وارد می‌شوند یک کانال جدید صوتی را در برنامه تشکیل می‌دهند که قابل ویرایش هستند.

پس از آنکه ما تمامی صداها را استفاده‌شده در پادکست را در برنامه آماده کردیم، نوبت به ویرایش و مونتاژ می‌رسد. در این بخش دودسته ابزار از طریق این برنامه در اختیار شماست؛ یکی ابزارهای ویرایش که در سمت چپ بالای پنل وجود دارد و دیگری افکت‌هایی که در منوی Effect هستند و به ما در تغییر صداها کمک می‌کنند.

توضیح منوی افکت از حوصله این یادداشت خارج است، شما می‌توانید با تمرین این افکت‌های صوتی روی یک کار تست از چگونگی عملکرد هر کدام از آن‌ها مطلع شوید، اما در ابزارمنویی که در اختیار دارید دو عمل اصلی وجود دارند؛ اولی Selection tool که از طریق آن شما بخشی از صدای یک کانال یا چند کانال را انتخاب می‌کنید برای حذف، کپی، وارد کردن افکت و یا... و دیگری Time shift tool که به شما امکان تغییر زمانی یک کانال و بخشی از صدا را می‌دهد و شمارا در مدیریت زمان پخش هر تکه از برنامه یاری می‌کند.

به خاطر داشته باشید که در هر مرحله از کار برای اطمینان از آنکه تغییراتی که می‌دهید آسیبی به کار شما نمی‌زند، می‌توانید از طریق گزینه File save project اقدام به ذخیره تمامی اطلاعات در قالب یک فایل قابل‌شناسایی در برنامه کنید. همچنین در پایان ویرایش صدا باید از طریق یکی از دو گزینه Export As a Wave یا Export As a Mp3 از فایل مذکور خروجی بگیرید. اولی یک فایل باکیفیت بالا و حجم بسیار بالا به شما می‌دهد که باید توسط یک برنامه فرعی تبدیل صدا مثل Jet

Audio آن را به فایل کم حجم Mp3 تبدیل کنید تا به سادگی قابل آپلود و یا دانلود باشد. برای گزینه دوم هم برنامه از شما یک پلاگین اضافه می‌خواهد که می‌توانید از طریق آدرس <http://lame.sourceforge.net/download.php> آن را دانلود کنید.

انتظار می‌رود در پایان کار شما یک فایل Mp3 با حجم پایین داشته باشید، این فایل را می‌توانید در حجم‌های متفاوت و با کیفیت‌های مختلف روی اینترنت قرارداد تا مخاطب، خود بر اساس امکاناتش انتخاب کند که کدام فایل را مورد استفاده قرار دهد. پس از پایان کار شما باید این فایل را روی اینترنت قرار دهید، چنان‌که از «هاست» و «دامین» شخصی استفاده می‌کنید، تنها کاری که باید بکنید آپلود فایل مذکور روی «هاست» تان است. اگر چنین نیست دو راه هست؛ یکی استفاده از سرویس‌های رایگان پادکست که نمونه فارسی آن در آدرس www.persiancast.com و نمونه انگلیسی آن در آدرس www.gcast.com در دسترس است.

اگر از این دو گزینه استفاده نمی‌کنید باید به یکی از «هاست» های مجانی متوسل شوید که امکان ذخیره کردن این فایل روی اینترنت را به شما می‌دهد. سرویس ارائه وبلاگ Wordpress علاوه بر امکانات فوق‌العاده وبلاگی ۵۰ مگابایت فضا هم در اختیار شما قرار می‌دهد که می‌تواند برای پادکستینگ مورد استفاده قرار گیرد. جز این شما می‌توانید از آدرس <http://www.supload.com/free-audio-hosting> برای آپلود فایل استفاده کنید. پادکست شما تنها به یک چیز دیگر احتیاج دارد، یک آدرس Rss تا همیشه در دسترس باشد، اما تا همین‌جا برای شروع کار کافی است. اگر اولین برنامه خود را ضبط کردید و روی اینترنت قراردادید، این توانایی را هم می‌توانید کسب کنید. پس همین حالا به جمع پادکسترها بپیوندید. در ضمن با نرم‌افزارهای همچون Adobe Audition می‌توان پادکست ساخت.

روش شماره ۴:

بازاریابی ویدئویی

بازاریابی ویدئویی نسبت به پادکست‌ها از قدمت بیشتری برخوردار هستند. بر اساس رسانه‌های که مورد استفاده قرار می‌گیرند که اغلب هم در ارتباط تنگاتنگ هستند فایل‌های ویدئویی برای فروش محصولات به کار می‌روند. روش بسیار مناسبی برای مشتریان به حساب می‌آید.

بازاریابی ویدئویی به یکی از دو روش زیر ممکن است. در روش اول، آگهی در متن فیلم‌های قرار می‌گیرد. در این روش آگهی قبل از فیلم نمایش داده می‌شود. آگهی‌های متنی در پایین صفحه‌نمایش نشان داده می‌شوند. در روش دوم تبلیغات و آگهی به صورت آنلاین و مستقل بارگذاری می‌شوند.

باز هم تکرار می‌کنم شما با استفاده از این رسانه می‌خواهید فیلم‌های تأثیرگذار درباره محصولات خود بسازید. تجارت شما خود نیز موضوع بحث روز ماست. هر چه که می‌کنید، مطمئن شوید فیلم‌های شما برای بازار هدف شما مفید است. برای مثال، اگر سایت شما در خصوص غذای کودک است می‌توانید فیلمی درباره تغذیه آپلود کنید.

برای توزیع بیشتر و بهتر، سعی کنید فیلم‌های شما حداکثر سرگرم‌کنندگی را داشته باشند. این امر باعث می‌شود کار تأثیر بیشتری روی بینندگان بگذارد و نام شما را پرآوازه بکند. فیلم کوتاه سه دقیقه‌ای بسازید و آن‌ها را به‌طور مرتب آپلود کنید هرگز اعضای سایت خود را در انتظار طولانی نگه ندارید. فیلم‌های خود را در سایت‌های پربازدید مانند [YouTube](#)، [Metacafe](#) و [Vimeo](#) قرار دهید. این سایت‌ها ترافیک خوبی را برای شما به ارمغان می‌آورد. سایت‌های دیگری مثل [Blip.TV](#) و [Daily Motion](#) و [Y!](#)

[Video](#) هم هستند که می‌توانید در آن‌ها فعالیت کنید.

راهکار عملی استفاده از بازاریابی ویدئویی:

قبل از هر چیز در سایت‌های زیر عضو شوید. عضویت در این سایت‌ها معمولاً رایگان است.

۱- www.youtube.com

۲- www.aparat.com

۳- www.netflix.com

۴- www.myspace.com

نرم‌افزارها و اپلیکیشن‌ها و ابزارهای دمدستی زیادی مانند موبایل و لپ‌تاپ وجود دارد که به شما امکانات خوبی در زمینه عکاسی و فیلم‌برداری می‌دهند. شما به عنوان یک کسب‌وکار کوچک می‌توانید از این اپلیکیشن‌ها استفاده کنید و یک ویدئوی کوتاه ۳۰ ثانیه‌ای بسازید و از افکت‌ها و جلوه‌های ویژه و جذاب در آن استفاده کنید و برای مخاطباتان به اشتراک بگذارید.

ویدئو مارکتینگ را جدی بگیرید، در برنامه‌ریزی خود همیشه جای برای آن در نظر داشته باشید. دائم در حال مطالعه و آپدیت روش‌های خود باشید. با شرکت‌های مشاوره تبلیغاتی تماس بگیرید و از آن‌ها مشاوره بخواهید، مردم به‌راستی ویدئوها را دوست دارند و از آن استقبال می‌کنند. به خاطر داشته باشید که **"یک تصویر به هزار کلمه می‌ارزد"** بعد از عضویت و تهیه فیلم ۳۰ ثانیه‌ای خود می‌توانید به راحتی آن را در معرض دید بازدیدکنندگان این سایت‌ها قرار دهید.

برای عضویت در خبرنامه لطفا کلیک کنید