



به نام خدا

7 راه سایت‌های پول‌ساز

راه‌کارهای افزایش فروش سایت و رسیدن به سود بیشتر

نویسنده: سید محمود غفاری

سرشناسه : غفاری، سید محمود، ۱۳۷۲ -، گردآورنده

عنوان و نام پدیدآور : ۷ راز سایت‌های پول‌ساز : راهکارهای افزایش فروش سایت و رسیدن به سود بیشتر / گردآوری سید محمود غفاری؛ ویراستار محسن مغفوری.

مشخصات نشر : یزد: شاهدنه ، ۱۳۹۵.

مشخصات ظاهری : ۱۶۰ ص. : مصور (بخشی رنگی) ؛ ۱۴/۵×۲۱/۵ س.م.

شابک : ۱۷۰۰۰۰ ریال : 3-38-6006-600-978

وضعیت فهرست نویسی : فیبا

عنوان دیگر : راهکارهای افزایش فروش سایت و رسیدن به سود بیشتر.

عنوان گسترده : هفت راز سایت‌های پول‌ساز.

موضوع : بازاریابی اینترنتی

موضوع : Internet marketing

موضوع : بازرگانی الکترونیکی

موضوع : Electronic commerce

موضوع : وب—سایت‌ها—بازاریابی

موضوع : Web sites—Marketing

رده بندی کنگره : ۱۲۶۵/۵۴۱۵HF / ۱۲۶۵ ۷۸۷ع/ ۱۳۹۵

نام کتاب : هفت راز سایت های پول ساز

گردآوری: سید محمود غفاری

حروفچینی و صفحه آرایی: محمدرضا باقی آبادی

ناشر: انتشارات شاهدنه

نوبت چاپ: اول

سال: 1395

شمارگان: 1000

تعداد صفحات: 160

قیمت: 17 هزار تومان

حق چاپ برای پدیدآورندگان محفوظ است

شرکت‌های طراحی سایت و آموزشگاه‌های فنی و حرفه‌ای؛ در صورت تمایل می‌توانید،

برای خرید عمده کتاب با دفتر همیار آنلاین تماس بگیرید 034-34121350

10 مقدمه
12 آیا این کتاب برای من مناسب است؟
14 ورود به کسب و کار اینترنتی
14 داستان کسب و کار اینترنتی من از کجا شروع شد؟
20 دامنه و اسم کسب و کار
23 تجربه من
24 تفکر خلاق، کلید حل مشکلات
26 برای تفکر خلاق به مسافرت بروید
28 چند ترفند کوچک در انتخاب نام
31 دومین اقدام مهم برای راه اندازی سایت
 تولید محتوا
 مهم ترین راز سایت های پول ساز
 هیچ آسانسوری وجود ندارد
 سلب اعتماد آسان است
 چگونه بازدید کننده را به خریدار تبدیل کنیم؟
 چگونه از رقبا متمایز شویم؟
 فروشنده هستید یا مشاور؟
 تفکر گاو پیشانی سفید
 چگونه بازاریاب رایگان استخدام کنید؟
 راهکارهای تولید محتوای دست اول
 تولید محتوا به کمک مقالات زبان اصلی
 تولید مقاله به کمک کتابها و مجلات چاپی
 تولید محتوا تک بعدی نیست
 دو نکته ضروری قبل از تولید صوت و ویدیو
 به صورت حرفه ای، صدا ضبط کنید
 کتابخانه متحرک
 با فشار دادن یک دکمه، از نوشتن چند صفحه خلاص شوید
 جلب توجه مخاطب به کمک تصاویر
 خروجی عکس فتوشاپ
 توجه مخاطب را جلب کنید
 استفاده از مغز قدیم برای جلب توجه

تأثیر فونت در اعتبار سایت	Error! Bookmark not defined.
خلاصه فصل	Error! Bookmark not defined.
ایجاد ترافیک	Error! Bookmark not defined.
سایت بدون بازدیدکننده، بی فایده است	Error! Bookmark not defined.
قدم صفر ایجاد ترافیک	Error! Bookmark not defined.
ایجاد ترافیک آنلاین	Error! Bookmark not defined.
تفاوت ترافیک و ترافیک مؤثر	Error! Bookmark not defined.
ایجاد ترافیک رایگان	Error! Bookmark not defined.
افزایش ترافیک غیر رایگان	Error! Bookmark not defined.
تبلیغات اینترنتی برای رشد سایت	Error! Bookmark not defined.
مذاکره با مدیران سایت برای قراردادن تبلیغات	Error! Bookmark not defined.
زمان مناسب از زمان زود بهتر است	Error! Bookmark not defined.
ساخت تبلیغات مؤثر	Error! Bookmark not defined.
بیماران اطلاعاتی اینترنت	Error! Bookmark not defined.
مشتری زمان تبلیغات شما به محصول نیاز ندارد	Error! Bookmark not defined.
نردبان تصور	Error! Bookmark not defined.
استفاده از واژه‌های انتزاعی ممنوع	Error! Bookmark not defined.
فروش کم با قالب سایت ارتباط ندارد	Error! Bookmark not defined.
جادوی اثر مرکب	Error! Bookmark not defined.
ایمیل مارکتینگ	Error! Bookmark not defined.
سیستم آهریای سایت را فعال کنید	Error! Bookmark not defined.
ایمیل مارکتینگ ارسال هرزنامه نیست	Error! Bookmark not defined.
چگونه ایمیل بازدیدکنندگان را دریافت کنیم؟	Error! Bookmark not defined.
دریافت اطلاعات بازدیدکننده با سرعت جت	Error! Bookmark not defined.
بازاریابی را شروع کنید	Error! Bookmark not defined.
اصطلاحات بازاریابی ایمیلی	Error! Bookmark not defined.
افزایش نرخ کلیک ایمیل	Error! Bookmark not defined.
نوشتن عنوان جذاب	Error! Bookmark not defined.
ایجاد ترافیک به کمک ایمیل	Error! Bookmark not defined.
پذیرایی از اولین بازدیدکنندگان	Error! Bookmark not defined.
خلاقیت در انتخاب هدیه	Error! Bookmark not defined.

Error! Bookmark not defined.	اهمیت صفحه فرود
Error! Bookmark not defined.	بهینه سازی سایت برای گوگل SEO
Error! Bookmark not defined.	سئو سایت آپولو هوا کردن نیست
Error! Bookmark not defined.	اولویت بهینه سازی گوگل یا کاربر
Error! Bookmark not defined.	دوستی صمیمانه با گوگل
Error! Bookmark not defined.	الگوریتم گوگل یاندا
Error! Bookmark not defined.	مهم ترین راز سئو
Error! Bookmark not defined.	مدیر پول ساز آن نیست که گهی تند و گهی خسته رود
Error! Bookmark not defined.	الگوریتم گوگل کیوتر
Error! Bookmark not defined.	چگونه از گوگل کیوتر به نفع خود استفاده کنیم؟
Error! Bookmark not defined.	الگوریتم گوگل پنگوئن
Error! Bookmark not defined.	می خواهید با جستجو چه کلماتی در صفحه اول گوگل باشید؟
Error! Bookmark not defined.	سرعت ساخت لینک
Error! Bookmark not defined.	لینکهای داخلی و لینکهای خارجی
Error! Bookmark not defined.	توجه به فعالیت کاربران
Error! Bookmark not defined.	وردپرس
Error! Bookmark not defined.	بهینه سازی تصاویر سایت
Error! Bookmark not defined.	از شبکه های اجتماعی غافل نشوید
Error! Bookmark not defined.	قالب
Error! Bookmark not defined.	ویترین آنلاین کسب و کار
Error! Bookmark not defined.	هدفشان از کسب و کار آنلاین چیست؟
Error! Bookmark not defined.	سادگی قالب را فدای زیبایی نکنید
Error! Bookmark not defined.	ولی سایت من خیلی ساده است...
Error! Bookmark not defined.	به عنوان بازدیدکننده وارد سایت شوید
Error! Bookmark not defined.	وضعیت اورژانسی قالب
Error! Bookmark not defined.	قالب بیش از حد جذاب
Error! Bookmark not defined.	سایت های واکنش گرا
Error! Bookmark not defined.	شیفته تغییر قالب نشوید
Error! Bookmark not defined.	مانند کاربران فکر کنید
Error! Bookmark not defined.	قالب سایت را از کجا تهیه می کنید؟
Error! Bookmark not defined.	استفاده از بسته های نصبی برای قالب
Error! Bookmark not defined.	برای ویترین سایتان هزینه کنید

Error! Bookmark not defined.....	خلاصه فصل
Error! Bookmark not defined.	چاپ بول
Error! Bookmark not defined.....	وقت آن است که پولمان را چاپ کنیم
Error! Bookmark not defined.....	نوشته‌ها از شمشیر قدرتمندترند
Error! Bookmark not defined.....	اگر محصول خراب باشد چه اتفاقی رخ می‌دهد؟
Error! Bookmark not defined.....	بخش بندی صفحه محصول
Error! Bookmark not defined.....	سر نوشت کسب و کارتان را خودتان تعیین کنید
Error! Bookmark not defined.....	قیمت شرط خرید نیست
Error! Bookmark not defined.....	آیا قیمت مهم‌ترین عامل خرید است؟
Error! Bookmark not defined.....	خریدار هیچ گاه شما را ثروتمند نمی‌کند
Error! Bookmark not defined.....	بعد از فروش کارمان با مشتری تمام نمی‌شود
Error! Bookmark not defined.....	ریزه‌کاری‌های صفحه فروش محصول
Error! Bookmark not defined.....	کمک کردن به مشتری
Error! Bookmark not defined.....	تماس با مشتری
Error! Bookmark not defined.....	کارهایی بالاتر از سطح انتظار مشتری انجام دهیم
Error! Bookmark not defined.....	فرایند خرید را عذاب‌آور نکنیم
Error! Bookmark not defined.....	ساخت کسب و کار اینترنتی
Error! Bookmark not defined.....	محصولات را بر اساس محتوا قیمت‌گذاری کنید
Error! Bookmark not defined.....	پیگیری سفارش‌های سایت
Error! Bookmark not defined.....	با مشتری تماس بگیرید
Error! Bookmark not defined.....	مشتری را فراری ندهید
Error! Bookmark not defined.....	مشتری را به خرید ترغیب کنید
.....	تأثیر نظرات در فروش سایت
Error! Bookmark not defined.....	بخش پایانی کتاب

بهترین دوست من کسی است، کتابی را که تاکنون نخوانده‌ام به من
هدیه دهد.

هدیه:

از طرف:

این کتاب تقدیم به:

تقدیم به پدر و مادر عزیزم
که مرا از ته قلبشان باور دارند...

دوستتان دارم
فرزندتان سید محمود

مقدمه

وقتی پای صحبت بازنده‌ها بشینی و یا رفتار اون‌ها رو نگاه کنی، می‌بینی که یکی از بزرگ‌ترین مشکلاتشون این هست که نسبت به تغییر هیچ واکنشی رو نشون نمی‌دن. دنیای امروز ما، سرشار است از بازنده‌ها! به دلیل این که تغییرات در این دنیا بسیار زیاد است. یکی از بزرگترین تغییرات، فضای مجازی و ورود اون به کسب و کارهاست. کسب و کارهایی که اگر سریع آمادگی خودشون را برای تغییر نشان ندهند، به زودی از بین خواهند رفت. بنابراین اهمیت بسیار زیادی دارد که بتوانیم کسب و کار خود را به شکل آنلاین و همراه با حرکت تکنولوژی حرکت بدهیم. در این کتاب بسیاری از تکنیک‌های کاربردی و ضروری در این حیطه به شما خواننده توضیح داده شده است.

محمد پیام بهرام‌پور

به شما تبریک می‌گویم که تصمیم گرفته‌اید برای افزایش درآمد سایت و رسیدن به سود بیشتر این کتاب را تهیه کنید تا در شمار ثروتمندان خودساخته قرار بگیرید. با بررسی سایت‌های پول‌ساز ایرانی متوجه می‌شویم پشت سایت‌های موفق که زبان زد خاص و عام هستند، رازهایی وجود دارد که شاید در ظاهر هیچ‌گاه متوجه نشویم.

نمی‌توان دست روی دست گذاشت و منتظر روزی بود تا سایتمان پول‌ساز شود، خوشحالم که شما تصمیم گرفته‌اید راز سایت‌های پول‌ساز را یاد بگیرید و وارد جمع کارآفرینان موفق اینترنتی شوید.

زمانی که در مورد سایت پول‌ساز صحبت می‌کنم، متوجه می‌شوم اغلب مخاطبین، تصور می‌کنند که صرفاً ساخت یک فروشگاه اینترنتی و قرار دادن محصولات در فروشگاه اینترنتی باعث فروش می‌شود. به دلیل شغلم سایت‌های زیادی را دیده‌ام که بعد از راه‌اندازی حتی نمی‌توانند از درآمد سایت، هزینه تمدید هاست و دامنه را پرداخت نمایند.

چرا این گونه است؟ آیا فروش اینترنتی جواب نمی‌دهد یا مشکلی در کارشان وجود دارد؟ چرا بعضی سایت‌ها موفق می‌شوند و بعضی سایت‌ها هیچ‌گاه به درآمد کلان نمی‌رسند؟ این‌ها سؤالاتی بود که ذهن مرا برای نوشتن کتاب درگیر کرد و باعث شد، برای یافتن پاسخ این سؤالات قدری تلاش کنم و سایت‌های موفق ایرانی را بررسی کنم.

کتاب حاضر در حقیقت آمیخته‌ای از تجربه‌های شخصی من در زمینه‌ی کسب و کار اینترنتی توأم با تحقیقاتم در این زمینه است. زمانی که اولین فروشگاه اینترنتی را راه‌اندازی کردم، با فنون بازاریابی اینترنتی آشنا نبودم و به همین دلیل فروش قابل توجهی در سایتیم وجود نداشت، اما زمانی که یاد گرفتم به عنوان مدیر کسب و کار پول‌ساز به فروشگاه آنلاین بنگرم، فروش سایت و درآمد به قدری افزایش یافت که مجبور شدم برای ادامه فعالیت سایت از دوستانم کمک بگیرم.

فصل اول کتاب در مورد داستان ورود من به حوزه کسب و کار اینترنتی است، روز اول همه چیز مطابق میل من نبوده است، اتفاقاتی که در زندگی من رخ داد و باعث شد تا مدرس دوره‌های بازاریابی اینترنتی شوم را برایتان تعریف می‌کنم.

سعی کردم برای تصورات اشتباهی که میان مدیران سایت‌ها وجود دارد، مثال‌های کاربردی بیان کنم تا نشان دهم چگونه تغییر دیدگاه، می‌تواند سایتشان را پول‌ساز کند.

واژه سایت پول‌ساز تناقض ظریفی دارد، شاید این‌طور برداشت شود، سایتی پول‌ساز است که از طریق درگاه پرداخت آنلاین، تراکش‌های زیادی داشته باشد، اما به سایتی پول‌ساز می‌گوییم که

باعث افزایش فروشمان شود. گاهی اوقات یک سایت می‌تواند مشتریان حضوریمان را افزایش دهد. پس چنین سایتی پول‌ساز است.

آیا این کتاب برای من مناسب است؟

اگر می‌خواهید بدانید خواندن این کتاب برای شما مفید است یا نه، مطالعه این قسمت در تصمیم‌گیری به شما کمک می‌کند.

اگر تاکنون سایت داشته‌اید و هنوز به درآمد دلخواهتان، آن درامدی که تصورش را می‌کردید، نرسیده‌اید این کتاب می‌تواند با ارائه راهکارهای عملی که سایت‌های پول‌ساز ایرانی انجام می‌دهند به شما کمک کند تا فروش سایت را افزایش دهید.

اگر تاکنون قصد راه‌اندازی سایت و کسب درآمد اینترنتی داشته‌اید، این کتاب به شما افق فکری جدیدی می‌دهد تا بدانید برای راه‌اندازی سایت، چه مواردی را در نظر بگیرید و چه کارهایی انجام دهید، حتی اگر در آینده بخواهید برای طراحی سایت، به شرکتی مراجعه کنید، می‌دانید که قبل از قرارداد باید چه نکاتی را مد نظر داشته باشید تا متحمل هیچ ضرری نشوید.

اگر می‌خواهید از طریق اینترنت برای کسب و کار فیزیکی مشتریان بیشتری به دست آورید، در این کتاب به شما می‌گوییم که چگونه این کار را انجام دهید.

اما اگر فکر می‌کنید، کسب و کار اینترنتی در ایران جواب نمی‌دهد، فرهنگ خرید اینترنتی در ایران جا نیفتاده است. هنوز مردم زمان کافی برای ماندن در ترافیک دارند، خواندن این کتاب به شما هیچ کمکی نمی‌کند، می‌توانید کتاب را ببندید و از وقتتان به نحو دیگری استفاده کنید.

راه‌اندازی کسب و کار اینترنتی به معنای کنار گذاشتن تمام فعالیت‌های آفلاین نمی‌باشد و فروشگاه فیزیکی آمازون (بزرگ‌ترین خرده‌فروشی آنلاین دنیا) شاهدی بر این ادعاست. اما به کمک کسب و کار آنلاین می‌توانیم بازار هدفی گسترده‌تر در اختیار بگیریم و جریان درآمدی پایدار داشته باشیم.

راهکارهای گفته شده، تماماً اعمالی هستند که در سایت همیار آنلاین یا سایت دوستانی که به آن‌ها مشاوره داده‌ایم آزموده شده‌اند و توانسته‌ایم از این راهکارها نتیجه بگیریم با خواندن این

کتاب ترفندهایی یاد می‌گیرید که بسیاری از مدیران سایت‌ها نمی‌دانند و دیگر قالب سایت را مهم‌ترین عامل پیروزی کسب و کار نمی‌دانید.

در این کتاب رازهای پشت پرده و تفکر مدیران سایت‌های پول‌ساز را بررسی می‌کنیم. به امید آنکه با به‌کارگیری این راهکارها کسب و کار پول‌سازی ایجاد کنید.

اعتقاد دارم که برای موفقیت هیچ حد و مرزی وجود ندارد، جز محدوده‌ای که در ذهن برای خود تعیین می‌کنیم، پس بیایید برای موفقیت خودمان اهداف ملموس و بی‌حد و مرز تعیین کنیم و تلاش کنیم که به این اهداف برسیم.

امیدوارم که سایتتان پول‌ساز و لبانتان خندان باشد.

سید محمود غفاری

تأبستان 95

ورود به کسب و کار اینترنتی

داستان کسب و کار اینترنتی من از کجا شروع شد؟

سال 1386 بود که اولین لپ‌تاپم را خریداری کردم، به کمک دوستم یک وبلاگ ساختم. آن زمان اپ استورهایی مانند کافه بازار برای اندروید یا سیبچه برای iOS وجود نداشت و گوشی‌های نوکیا بورس بود. در وبلاگم برنامه‌های موبایل مخصوص سیستم عامل سیمبین شرکت نوکیا قرار می‌دادم. سال 1389 علاقه من به دنیای وب بیشتر شد و تصمیم گرفتم از طریق اینترنت درآمد داشته باشم. فعالیتیم را با تبلیغات پورسانتی محصولات اینترنتی آغاز کردم، اما بعد از مدتی متوجه شدم که با پورسانت نمی‌توانم به آنچه می‌خواهم برسم، درآمد حاصل از پورسانت فروش محصولات، پول توجیبی بود و برای امرار معاش کافی نبود.

پدرم بازنشسته آموزش و پرورش است و فروشگاه لوازم خانگی دارد، سال 1392 برای مدتی کوتاه جهت سامان بخشی به اوضاع، در کنار او مدیریت فروشگاه را عهده‌دار شدم. هدفم فروش اینترنتی محصولات لوازم خانگی بود. تصمیم گرفتم برای فروشگاه یک سایت راه‌اندازی کنم، در آن زمان هیچ دانش برنامه‌نویسی برای راه‌اندازی سایت نداشتم، با یک شرکت قرارداد بستم تا فروشگاه اینترنتی برایم ایجاد کند، بعد از تحویل سایت، چند ماه به صورت مداوم برای قرار دادن محصولات در سایت وقت گذاشتم، اوایل کار بود و فروش سایت به هیچ وجه

راضی‌کننده نبود، در همان زمان دوستم صائب ملایی که از راه‌اندازی فروشگاه اینترنتی من مطلع نبود، به من پیشنهاد داد، یک سایت برای فروش محصولات لوازم خانگی راه‌اندازی کنم، او مرا با سیستم فروشگاه ساز ووکامرس^۱ آشنا کرد، حتی به خاطر می‌آورم که از روی محبت دامنه‌ای خرید و فروشگاه اینترنتی را برای من ایجاد کرد. از صائب تشکر کردم و تصمیم گرفتم به جای اینکه به صورت هم‌زمان وقتم را برای دو فروشگاه اینترنتی صرف کنم، دنبال ایده‌هایی برای بهبود اوضاع فروش سایت فعلی باشم.

در دنیای وب، هر روز ایده‌های بازاریابی را می‌خواندم و دوست داشتم از این موارد در فروشگاه اینترنتی استفاده کنم، اما چون سایت من توسط شرکت طراحی سایت و با زبانی خاص نوشته شده بود، هیچ اختیاری برای انجام تغییرات نداشتم و هیچ افزونه رایگانی برای سایتم وجود نداشت. در واقع به شرکت وابسته بودم و برای کوچک‌ترین تغییر باید پول پرداخت می‌کردم. هر چه در اینترنت بیشتر جستجو می‌کردم علاقه من به وردپرس بیشتر می‌شد. در نهایت تصمیم گرفتم سایتم را پاک کنم و فروشگاه اینترنتی جدید را با وردپرس و به کمک صائب از نو راه‌اندازی کنم.

فروشگاه جدیدم را راه‌اندازی کردم

در این فروشگاه می‌توانستم آن طوری که می‌خواهم قالب سایت را تغییر دهم و افزونه‌های رایگان برای سایتم نصب کنم. اما باز هم نتیجه دلخواهم را نگرفتم. با خودم فکر کردم اشکال کار کجاست؟ چرا بعضی از سایت‌ها درآمد چند ده میلیونی دارند و سایت من هیچ فروشی ندارد؟ انگیزه من برای کسب درآمد از اینترنت مانند اوایل نبود و کم رنگ‌تر شده بود. یک سال بعد یعنی در سال 1393 تصمیم گرفتم، فروشگاه اینترنتی را کنار بگذارم و با دوستم دفتر خدمات کامپیوتری راه‌اندازی کنم، چون در این مدت با فوت و فن‌های راه‌اندازی سایت و برنامه‌نویسی php آشنا شده بودم، بیشتر تمرکز طراحی سایت بود. در یک روز سرنوشت‌ساز، در مقاله‌ای خواندم "برنامه‌نویس‌ها هرگز ثروتمند نمی‌شوند چون اکثر اوقات درگیر مسائل فنی و برنامه‌نویسی هستند."

^۱فروشگاه ساز اینترنتی

بعد از خواندن این مقاله، ایده‌های جدیدی برای کسب درآمد به ذهنم خطور کرد، که زندگی مرا متحول کرد.

در این بحبوحه‌ی فکری توفیق شرکت در یک همایش کسب و کار را پیدا کردم و تحت تأثیر بیانات سخنران قرار گرفتم، سخنران گفت: "دانش و مهارت خود را با دیگران به اشتراک بگذارید، مشکلات دیگران را حل کنید، آن‌ها با خوشحالی در قبال یادگیری دانش شما، هزینه‌اش را پرداخت می‌کنند اما قبل از هر کاری دانش و مهارت را به تخصص تبدیل کنید." با شنیدن این حرف‌ها جرقه‌ای در ذهنم ایجاد شده بود. مطالعه کتاب‌های کسب و کار و بازاریابی را آغاز کردم.

یکی از جالب‌ترین کتاب‌هایی که تاکنون خوانده‌ام، کتاب "چرا دانش‌آموزان ممتاز برای دانش‌آموزان ضعیف کار می‌کنند و دانش‌آموزان متوسط کارمند دولت می‌شوند؟" نوشته رابرت کیوساکی می‌باشد. این کتاب ذهن من را به کلی دگرگون کرد و متوجه شدم با دانشی که در دانشگاه به دست می‌آورم هرگز نمی‌توانم ثروتمند شوم و در حقیقت دانشگاه افراد را به سمت زندگی کارمندی هدایت می‌کند و انگیزه کارآفرین شدن و تفکر خلاق را سرکوب می‌کند. از نظر من هوش افراد با روش و میزان کسب درآمدهشان سنجیده می‌شود. به هر حال باید راهی را انتخاب می‌کردم که من را به هدفم برساند.

اولین قدم برای رسیدن به هدفم را برداشتم

سایت همیار آنلاین برای رسیدن به هدفم، یعنی اشتراک‌گذاری دانش و آموزش آنچه در این سال‌ها به وسیله تجربه یاد گرفته بودم، ایجاد شد.

نوشتن مقالات رایگان را آغاز کردم و سعی کردم تا ابهامات علاقه‌مندان ورود به دنیای کسب و کار اینترنتی را برطرف کرده و به علاقه‌مندان کسب و کار اینترنتی مسیر دقیقی را نشان دهم. به لطف آموزش‌های رایگان روز به روز آمار بازدید و مخاطبان سایتم بیشتر می‌شد، تصمیم گرفتم در کنار آموزش‌های رایگان که در سایت قرار داده بودم، محصولات آموزشی را به سایت

اضافه کنم. دیگر دلیلی برای ادامه کار در دفتر خدمات کامپیوتری نمی‌دیدم، برای همین، آن را کنار گذاشتم تا وقت بیشتری جهت مشاوره، تولید محتوای آموزشی داشته باشم.

در این کتاب به هیچ وجه قصد ندارم در مورد نحوه راه‌اندازی سایت با شما صحبت کنم، از آنجا که مدتی به طور کامل سایت‌های پول‌ساز ایرانی را بررسی کرده‌ام، می‌خواهم در مورد رازهای پشت پرده این سایت‌ها با شما صحبت کنم.

چگونه از این کتاب استفاده کنیم؟

در این کتاب قسمت‌هایی با عنوان زنگ تفکر وجود دارد، برای افزایش خلاقیت این قسمت-ها را حتماً تکمیل کنید و برای زنگ تفکرها وقت بگذارید، در جلسات مشاوره بابت جواب دادن به همین پرسش‌ها باید چند صد هزار تومان هزینه (به مجموعه همیار آنلاین) پرداخت کنید.

صادقانه به سؤالات پاسخ دهید، مطمئن باشید به جز خودتان فرد دیگری، پاسخ‌های شما را نمی‌بیند. وقت آن است که قلم به دست بگیرید و هر ایده جدید که به ذهنتان رسید در حاشیه کتاب بنویسید. ایده‌ها مانند ماهی لغزان هستند اگر آن‌ها را صید نکنید هیچ‌گاه نمی‌توانید مجدداً آن‌ها را به دست آورید.

در هر گوشه از کتاب به محض اینکه ایده‌ای به ذهن شما خطور کرد یادداشت کنید و سر فرصت در مورد این ایده بیشتر فکر کنید و آن‌ها را عملی کنید.

من برای سایت‌های پول‌ساز 7 عامل را ضروری می‌دانم و در هر فصل کتاب درباره یکی از آن‌ها صحبت می‌شود و در انتهای هر مبحث یک کادر خاکستری وجود دارد که نکات مهم، برای جمع‌بندی آورده شده است.

7 راز سایت‌های پول‌ساز را می‌شناسید؟

نام کسب و کارتان چیست؟ آیا این نام برند می‌شود؟ این اولین راز سایت‌های پول‌ساز است، قبل از ویرایش نهایی، تصمیم داشتیم نام کسب و کار را از قسمت راز سایت‌های پول‌ساز حذف کنم، اما الان که در حال ویرایش نهایی کتاب هستیم به نظرم اگر این بخش کتاب حذف شود،

کتاب ناقص می‌شود. به هر حال نام دامنه، نام برند شما خواهد بود و اولین قضاوت ذهنی افراد، قبل از اینکه به سایت شما مراجعه کنند از طریق نام برندتان می‌باشد.

فصل دوم در مورد تولید محتوا و بازاریابی محتوا است، همچنین در مورد شیوه‌های مختلف تولید محتوای دست اول صحبت می‌کنیم تا ببینید تولید محتوا چگونه آمار بازدید و فروش سایت را افزایش می‌دهد.

فصل سوم در مورد شیوه‌های جذب ترافیک هدفمند و افزایش مخاطبین سایت می‌باشد، در این فصل شما با روش‌های حرفه‌ای تبلیغات اینترنتی آشنا می‌شوید.

بهینه‌سازی سایت برای موتور جستجو گوگل، زیرمجموعه‌ای از جذب ترافیک است، برای اینکه بتوانیم مبحث را به صورت کامل پوشش دهیم، در فصل جداگانه یعنی فصل چهارم، در مورد اقداماتی که می‌توانیم برای بهینه‌سازی سایت و قرار گرفتن در صفحه اول گوگل انجام دهیم صحبت می‌شود.

دریافت اطلاعات بازدیدکننده و راه‌اندازی سیستم ایمیل مارکتینگ در فصل پنجم بررسی می‌شود و متوجه می‌شوید اگر تاکنون از سیستم‌های ایمیل مارکتینگ استفاده نکرده‌اید چه سود قابل توجهی را از دست داده‌اید. دریافت اطلاعات بازدیدکننده را آهن‌ربای سایت می‌دانم که باعث جذب مشتری به وبسایتان می‌شود.

برخلاف آنچه مدیران سایت‌ها تصور می‌کنند، قالب سایت اولین راز سایت پول‌ساز نیست، منکر تأثیر قالب در جلب اعتماد نیستیم، بعد از خواندن فصل ششم کتاب متوجه می‌شوید، گاهی اوقات زیبایی قالب، ما را از هدفمان که پول‌سازی است دور می‌کند.

پیگیری مشتریان و ایجاد یک رابطه دوستانه با مشتری (بازاریابی عاطفی) در فصل هفتم خواهند بود. شاید تاکنون مشتریان زیادی داشته‌ایم که یک بار از سایتان خرید کرده‌اند. برایتان عجیب نیست که چرا این افراد برای مرتبه دوم به شما مراجعه نمی‌کنند؟ در فصل هفتم در مورد نحوه ترغیب مشتری به خریدهای متوالی با مبلغ بیشتر با شما صحبت می‌کنیم.

فصل 1

دامنه و اسم کسب و کار

اولین موضوعی که به نظرم برای هر کسب و کار، چه آنلاین و چه به صورت آفلاین از اهمیت خاصی برخوردار است، نام کسب و کار است که در فضای مجازی نام کسب و کار همان دامنه سایت می‌باشد.

از خودتان بپرسید، آیا برند می‌شوید؟

اهمیت نام کسب و کار را زمان راه‌اندازی دفتر خدمات کامپیوتری نمی‌دانستم و بعد از راه‌اندازی دفتر کار با موضوع برند شناسی، آشنا شدم و متوجه شدم برای کسب و کار نمی‌توان هر اسمی را که برایمان جذاب است، به عنوان نام کسب و کار انتخاب کنیم. قبل از نهایی کردن نام کسب و کار مطمئن شویم آیا نام مناسبی انتخاب کرده‌ایم یا خیر. می‌توانیم از یک پرسش استفاده کنیم، آیا این نام برند می‌شود؟ آیا این نامی است که بتوانیم در رسانه‌های صدا و سیما تبلیغ کنیم؟

برای بیان اهمیت موضوع اجازه دهید، از یک مثال استفاده کنم، مهم است که شما خودتان را در آن موقعیت تصور کنید و ببینید که چه تصمیمی می‌گیرید، آنگاه متوجه تفاوت فکری مالک کسب و کار و مشتری خواهید شد.

به مسافرت رفته‌اید و تصمیم دارید برای میل نهار به رستوران بروید. درست در جایی که شما ایستاده‌اید دو تابلو در مقابل شماست، با نگاه کردن به تابلوها متوجه می‌شوید فاصله دو رستوران از جایی که شما ایستاده‌اید هیچ تفاوتی با هم ندارد و فاصله شما از هر دو رستوران پنج

کیلومتر است. یکی از تابلوها، با فلش چشمک‌زن قرمز "رستوران کلبه صمیمی دوستان" را به سمت چپ نشان می‌دهد و تابلو دیگر با فلش آبی‌رنگ "رستوران الماس بزرگ شهر" را به سمت راست نشان می‌دهد، شما هیچ یک از این رستوران‌ها را نمی‌بینید، غذای هیچ کدام را قبلاً امتحان نکرده‌اید و هیچ اطلاعاتی در موردشان ندارید، اگر نخواهیم شانس را امتحان کنیم، ملاک تصمیم‌گیری مطمئناً نام رستوران خواهد بود.

شما کدام رستوران را انتخاب می‌کنید؟ کلبه صمیمی دوستان یا رستوران الماس بزرگ شهر؟ اگر شما هم مثل ما فکر کنید، احتمالاً به رستوران الماس بزرگ شهر می‌روید، چون احتمال می‌دهیم کیفیت غذا و خدمات مطلوب‌تری دریافت می‌کنیم.

تجربه من

زمانی که با دوستم تصمیم گرفتیم کسب و کارمان را شروع کنیم می‌خواستیم نامی را انتخاب کنیم که نشان‌دهنده فضای صمیمی بین ما و مشتری باشد. نام دفتر را کلبه دیجیتال گذاشتیم.

هر کدام از تجربیاتی که با شما در میان می‌گذارم، بیان‌کننده درسی است که هزینه یادگیری را با زمان یا پول پرداخته‌ام، پس بیایید مطالب را با تأمل بیشتری مطالعه کنیم. هر چه فکر می‌کنم کلبه دیجیتال نمی‌تواند به عنوان نام برند شناخته شود، تصور کنید که در آگهی تلویزیون نام کلبه دیجیتال را بشنوید چه حسی خواهید داشت؟

نام برند شما در سرعت بخشیدن به رشد کسب و کارتان، جلب اعتماد و افزایش فروش نقش غیرقابل انکاری دارد، چون همان‌گونه که دیدیم اولین مرجع ذهنی برای تصمیم‌گیری مخاطب، نام کسب و کار است. (رستوران الماس بزرگ شهر را به خاطر بیاورید.)

زمانی که کسب و کارتان فعالیتش را آغاز می‌کند اگر مشتریان فعلی شما بخواهند دوستانشان در مورد شما و کسب و کارتان صحبت کنند نام برند شما را به زبان می‌آورند، شنونده هیچ تصویری نسبت به کسب و کار شما ندارد و تصویر شما با نام برندتان در ذهن مخاطب

ساخته می‌شود. مخاطب با شنیدن نام کسب و کار در مورد شما قضاوت می‌کند، همان‌گونه که چند صفحه قبل شما کیفیت غذای رستوران را با توجه به نام رستوران انتخاب کردید.

تفکر خلاق، کلید حل مشکلات

رفتار اکثر افرادی که در مرحله اولیه ساخت کسب و کار هستند و برای مشاوره مراجعه می‌کنند، جالب است. اکثرشان تصمیم دارند فروشگاه آنلاین برای فروش محصولات دیجیتال راه‌اندازی کنند. دلیل انتخابشان برای ورود به حوزه فروش کالاهای دیجیتالی کاملاً مشخص است، چون موفقیت چندین شرکت در این زمینه را دیده‌اند.

مراجعه‌کننده‌ای داشتیم که قصد داشت فروشگاه لوازم جانبی موبایل ایجاد کند اما نامی که برای سایتش انتخاب کرده بود به گونه‌ای تداعی‌کننده نام سایت‌های پیش‌کسوت در این زمینه بود.

همان‌طور که توضیح دادم مخاطب اولین بار که نام کسب و کارمان را می‌شنود تنها ملاک قضاوتش نام است، پیشنهاد ما این بود که نام سایت را عوض کنند، زیرا زمانی که برای نام کسب و کار از یک سایت پیش‌کسوت ایده بگیریم، شنونده پس از شنیدن نام تصویری از انسان متقلب را در ذهنش ایجاد می‌کند و در گفتگوی ذهنی با خود می‌گوید، این نام از جای دیگری برداشته شده است، احتمالاً کسب و کار مورد اعتمادی نیست.

این اطمینان را به مراجعه‌کننده‌ام دادم که اگر نام سایتش را عوض نکند به عنوان فردی متقلب شناخته می‌شود و کمتر از شش ماه سایتش به تاریخ می‌پیوندد.

این سایت هنوز پابرجاست اما فروشش کمتر از آن است که بتواند خرج هزینه‌ها را در بیاورد. (حداقل تا الان که این کتاب را می‌نویسم این‌گونه بوده است). هرچند او فرد قابل اعتمادی است، اما بازدیدکننده سایت متوجه این موضوع نمی‌شود و بر اساس آنچه

در سایت مشاهده می‌کند، تصمیم می‌گیرد.

هنری فورد جمله زیبایی دارد: "فکر کردن مشکل‌ترین کاری است که وجود دارد، برای همین عده کمی زحمت این کار را به جان می‌خرند."

خب وقت آن است که قلم را به دست بگیریم و فکر کردن را آغاز کنیم، بیایید با خودمان صادق باشیم و احساسات قلبی را در مورد سایتهایی که از نام سایتهای پیشکسوت ایده میگیرند یادداشت کنیم.

زنگ تفکر

وقتی قرار است برای اولین بار از یک سایت خرید کنید، اگر نام کسب و کار از جایی ایده

گرفته شده باشد، آیا می توانید به این سایت اعتماد کنید؟

.....

چه حسی به شما دست می دهد ؟

.....

.....

.....

برای تفکر خلاق به مسافرت بروید

برای این که بتوانیم نام خلاقانه‌ای برای کسب و کارمان بیابیم، باید از نیم‌کره راست مغز استفاده کنیم. نیم‌کره راست مغز بیشتر مسئول فعالیت‌های خلاقانه و هنری است و نیم‌کره چپ مغز کار تحلیل و منطق را بر عهده دارد. برای این که بتوانیم از نیم‌کره راست مغز استفاده کنیم، باید به ذهن استراحت بدهیم. در زمانی که در حال گردش هستیم نیم‌کره راست خیلی بهتر عمل می‌کند. احتمالاً برای شما هم اتفاق افتاده است، سعی داشته‌اید نام خاصی را به خاطر بیاورید اما هر چه تلاش کرده‌اید، بی‌فایده بوده است اما چند ساعت بعد که در حال رانندگی یا استراحت بوده‌اید ناگهان این نام را به خاطر آورده‌اید.

تحت فشار قرار دادن ذهن برای پیدا کردن نام کسب و کار، مانند این است که بخواهیم تویی را که در کف استخر است و تور روی آن قرار دارد به زور بالا بیاوریم، اگر تور را برداریم توپ خودش بالا می‌آید. برای پیدا کردن نام کافی است فشار و استرس را از ذهنمان برداریم، نام‌های خلاقانه خودشان را نشان می‌دهند.

کتاب "زاگ" را بخوانید

قبل از آن که آماده سفر شوید و کمی از استرس‌های روزمره دور شوید، کتاب "زاگ" چگونه یک نام تجاری متمایز بسازیم؟" نوشته مارتی نیومیر را بخوانید. دفتر و خودکار را بردارید، به مسافرت بروید. اگر هدف مسافرت را پیدا کردن نام کسب و کار (یا هر ایده جدید دیگری قرار دهیم) خود به خود استرس دیگری خلق می‌شود چون هر روز که می‌گذرد استرسمان برای پیدا کردن ایده بیشتر می‌شود و این همان عامل کشنده خلاقیت شما است. پس بیاید هدف از سفر را تفریح در نظر بگیریم. تا حتی اگر نامی برای کسب و کار پیدا نکردیم خوشحال باشیم که با خانواده چند روزی برای تجدید قوا به مسافرت رفته‌ایم و انرژی ذهنی را شارژ کرده‌ایم.

از دوستان و افراد خانواده کمک بگیرید

هنگام انتخاب دامنه شاید بخواهید از دوستان یا افراد خانواده کمک بگیرید، خیلی خوب است، اما توجه داشته باشید چون هدف ما از راه‌اندازی سایت، کسب درآمد است پس مهم‌ترین عامل در انتخاب نام دامنه، نظر نهایی خودمان است، شاید از دوستان کمک بخواهید و آن‌ها نام دریای آبی خلیج فارس را به شما پیشنهاد بدهند این نام خیلی زیبا است اما آن‌ها در مورد هدف شما چیزی نمی‌دانند پس بهتر است بعد از نظرخواهی از دوستان و افراد خانواده این نظرات را از فیلتر خود، عبور دهید تا متوجه شوید کدام نام‌ها با هدف شما هم‌خوانی دارد و کدام نام هیچ کمکی به کسب و کارتان نمی‌کند.

چند ترفند کوچک در انتخاب نام

برای اینکه از نام انتخابی پشیمان نشوید، چند فیلتر را برایتان آماده کرده‌ایم، نام دامنه را از این فیلترها عبور دهید تا مطمئن شوید نام خوبی را انتخاب کرده‌اید.

• به خاطر سپاری دامنه‌هایی که از حروف مخفف ساخته می‌شوند آسان نیست

شاید به خاطر سپاری نام مخفف برای ما که شرکتمان را تأسیس کرده‌ایم، آسان باشد، اما آیا مطمئن هستید، این کار برای مخاطبان که از نام شرکت شما اطلاعی ندارد آسان است؟ چیپ و دن هیث در کتاب "ایده عالی مستدام" (Made to Stick) این مورد را دام دانش می‌نامد، برای شما که نام اصلی شرکت را می‌دانید شاید به خاطر سپاری نام مخفف کار ساده‌ای باشد اما افرادی که برای اولین بار به سایت شما مراجعه می‌کنند چنین حسی ندارند و خیلی سریع نام دامنه را فراموش می‌کنند.

شرکت‌های زیادی را دیده‌ام که برای نام دامنه شرکشان از حروف مخفف استفاده می‌کنند. برای مثال نام شرکت "فرضی گستران ایده ناب" می‌باشد و نام دامنه Fgin.com می‌باشد.

شما از سایت فرضی گستران ایده ناب بازدید کرده‌اید، آیا نام این دامنه در ذهن شما می‌ماند؟ چند درصد احتمال دارد اگر بخواهید برای مرتبه دوم وارد این سایت شوید، مستقیماً آدرس سایت را تایپ کنید؟ مدیر شرکت که این نام را انتخاب کرده است برای هر کدام از حروف، کلمه‌ای در ذهن دارد ولی آیا این کلمات آن قدر اهمیت دارد که در ذهن من و شما بماند؟ مطمئناً نه، سایت‌هایی که با استفاده از حروف مخفف دامنه ایجاد می‌کنند (چون این حروف مخفف برای ناظر خارجی تصویری ایجاد نمی‌کند) به سرعت فراموش می‌شوند.

آدرس سایت کتابخانه ملی ایران www.nlai.ir است، من برای مطلع شدن از کتاب‌های چاپی در هفته بیشتر از یک بار به این سایت سر می‌زنم اما هر زمانی که می‌خواهم وارد این سایت شوم، از طریق گوگل، عبارت "کتابخانه ملی ایران" را جستجو می‌کنم و تاکنون مستقیماً وارد این سایت نشده‌ام.

اگر سایت شما آن قدر مهم است که کاربر یادش بماند در گوگل چه عبارتی را جستجو کند استفاده از نام مخفف برای دامنه اشکالی ندارد. (برای جستجوی کتاب‌های چاپی راهی جز رفتن به سایت کتابخانه ملی ایران وجود ندارد) اما اگر برای کاربران اینترنت به جز سایت شما انتخاب‌های دیگری وجود داشته باشد، استفاده از این روش نام‌گذاری معقول نیست.

• از کارکتهایی مانند - استفاده نکنید

اکثر سایت‌هایی را که می‌شناسیم، ترکیب دو کلمه هستند، نام چند سایت را به خاطر بیاورید، اگر این سایت‌ها برای جدا کردن کلمات از - (dash) استفاده می‌کردند شما چگونه این نام‌ها را برای دوستانتان بیان می‌کردید؟ (مثلاً دامنه فرضی www.farzi-gostaran.com را تصور کنید، اگر بخواهید سایت را به دوستان معرفی کنید، چقدر کار شما مشکل است).

• از واژه‌های ملموس استفاده کنید

از واژه‌های تصویری استفاده کنیم، هنگامی که واژه‌های تصویری بیان می‌شوند یک تصویر واضح و مشترک در ذهن من و شما ایجاد می‌شود. کلمات تصویری راحت‌تر به خاطر سپرده می‌شوند و این کلمات به قدری ساده هستند که حتی یک کودک پنج ساله نیز مفهومی را درک

می‌کند. شاید تصور ذهنی افراد از کلماتی مانند موفقیت و خوشبختی کاملاً متفاوت و یا حتی متضاد باشد، اما تصویر ذهنی من و شما زمانی که می‌گوییم سیب سبز، تقریباً شبیه به هم است زیرا سیب سبز یک واژه تصویری است. دامنه سایت باید کاملاً تصویری باشد تا بتوانیم نام آن را تجسم کنیم اگر نام سایت شما سیب سبز باشد چون می‌توانیم در ذهن از سیب سبز یک تصویر بسازیم به خاطر آوردن نام دامنه بسیار آسان خواهد بود. سیب سبز در ذهنتان بیشتر می‌ماند یا fgin.com؟

اگر یک ماه بعد از خواندن کتاب تصمیم بگیرید دامنه‌هایی را که مثال زده‌ایم به خاطر بیاورید مطمئناً سیب سبز را آسان‌تر به خاطر می‌آورید چون در ذهنتان از سیب سبز، یک تصویر ساخته شده است.

• از واژه‌های انگلیسی استفاده نکنید

معمولاً نوشتن املاي دقیق کلمات انگلیسی برایمان مشکل است، اگر بتوانیم از واژه‌های ملموس فارسی به جای عبارت‌های انگلیسی استفاده کنیم، می‌توانیم مطمئن باشیم احتمال بیشتری برای به خاطر سپاری نام دامنه توسط کاربران سایت وجود دارد.

زنگ تفکر

نام دامنه‌ای که شما انتخاب کرده‌اید، چیست ؟

می‌تواند به عنوان برند در صدا و سیما تبلیغ شود؟

آیا تلفظ این نام آسان است؟

آیا این نام ارتباط مستقیمی با کسب و کار شما دارد؟

آیا به خاطر سپردن نام دامنه آسان است؟

در انتخاب نام دامنه از واژه‌های ملموس و تصویری استفاده شده است؟

آیا نوشتن این نام به صورت انگلیسی برای همه ساده است؟

دومین اقدام مهم برای راه‌اندازی سایت

قبل از اینکه سایت را راه‌اندازی کنید، باید برای سایت پلن کسب درآمد ایجاد کنید. این مرحله نیاز به تفکر و برگزاری طوفان‌های فکری دارد، اما نتیجه آن باعث می‌شود که بتوانید کسب و کار پول‌سازی ایجاد کنید.

مراجعه‌کننده‌ای داشتم که از درآمد سایتش ناراضی بود، زمانی که سایتش را دیدم، پر از تبلیغات بود و مطالب این سایت هر حوزه‌ای را پوشش می‌داد، مدیر سایت ده چاه یک متری حفر کرده بود و به صورت تخصصی در زمینه‌ی خاصی فعالیت نمی‌کرد، به او گفتم، سایت شما در چه زمینه‌ای فعالیت می‌کند؟

پاسخ داد: "از شیر مرغ تا جان آدمی زاد"

مسلم است این چنین سایت‌هایی دیگر جواب نمی‌دهند و باید به صورت تخصصی در یک زمینه فعالیت کنیم، شاید در گذشته فروشگاه‌های لوازم خانگی، شامل تمام ظروف چینی، لوازم برقی، لوازم اجاق‌گاز و آشپزخانه بودند، اما به مرور زمان برای فعالیت باید به صورت تخصصی کار کرد. برای ظروف چینی فروشگاه‌های مجزایی وجود دارد، برای لوازم آشپزخانه، اجاق‌گاز و هود فروشگاه‌های مجزای دیگری وجود دارد اگر بخواهیم در صحنه رقابت کسب و کار باقی بمانیم باید یک حوزه را انتخاب کنیم و به صورت تخصصی در این حوزه فعالیت کنیم.

در حوزه وب هم دقیقاً به همین صورت است، اگر برای کسب و کار اینترنتی، پلن کسب درآمد نداشته باشیم و قبل از راه‌اندازی سایت دقیقاً ندانیم چگونه قرار است از سایت کسب درآمد کنیم، سایت شکست خورده‌است.

در سال 1393 با چند نفر از دوستانم، تصمیم گرفتیم یک شبکه اجتماعی ویژه همشهریان راه‌اندازی کنیم، این شبکه اجتماعی راه‌اندازی شد، اما برای کسب درآمد این شبکه، هیچ پلن کسب درآمدی تهیه نشده بود و نتیجه آن شد که بعد از گذشت حدود ده ماه با داشتن بیش از هزار عضو این پروژه کاملاً شکست خورد.

چون قبل از راه‌اندازی سایت پیش خودمان گفتیم، سایت را راه‌اندازی کنیم بعداً برای کسب درآمد از سایت برنامه‌ریزی می‌کنیم و تبلیغات قرار می‌دهیم.

هر چند این سایت شکست خورد اما درس‌های مهمی از این شکست آموختیم. مهم‌ترین درسی که از این پروژه آموختیم، این بود که اگر برای سایت قبل از شروع فعالیت پلن کسب درآمد نداشته باشیم پروژه با شکست روبرو می‌شود.

قبل از اینکه بخواهید سایت را راه‌اندازی کنید، عینک خوش‌بینی را کنار بگذارید و حتی بهتر است عینک بدبینی به چشم بزنیم. در نظر بگیرید که در سخت‌ترین شرایط چگونه می‌خواهید از وب سایت، کسب درآمد داشته باشید؟ چرا افراد باید از شما خرید کنند و رقیبانتان را نادیده بگیرند؟

ارزش پیشنهادی شما برای مشتریان چیست؟

این مرحله دقیقاً همان مرحله‌ای است که می‌تواند توجه افراد را به سمت کسب و کار شما جلب کند. زمانی که دفتر "کلبه دیجیتال" را راه‌اندازی کرده بودم، همیشه برایم سؤال بود که چرا افراد باید به سمت دفتر ما بایند و در پیدا کردن پاسخ این سؤال ناتوان بودم، یکی از دلایلی که نتوانستیم سهم عمده بازار را در اختیار بگیریم، این بود که ما هیچ مزیت رقابتی در برابر رقیبان نداشتیم، هیچ عامل ترغیب‌کننده‌ای برای مشتریان به سمت ما وجود نداشت و به همین دلیل همیشه از وضع بازار شکایت داشتیم.

باید وقت بگذارید و برای این سؤالات جواب‌های مناسبی پیدا کنید، چرا باید مشتریان از شما خرید کنند؟ چرا افرادی که تاکنون نیازهای خودشان را به نحوه دیگری برطرف می‌کردند حالا باید برای رفع نیازشان به شما مراجعه کنند؟ سایت شما چه دغدغه‌ای را برطرف می‌کند و به کدام نیازهای افراد پاسخ می‌دهد؟

به نظر می‌رسد مشکل اکثر افرادی که برای مشاوره‌ی افزایش فروش مراجعه می‌کنند و از فروش فعلی سایت راضی نیستند نداشتن مزیت رقابتی است. هیچ عامل ترغیب‌کننده‌ای برای خرید مشتری از فروشنده وجود ندارد.

بهترین راه پیدا کردن مزیت رقابتی، داشتن بوم کسب و کار است و کتاب "خلق مدل کسب و کار" از انتشارات آریانا قلم در این زمینه می‌تواند راهگشا باشد.

برای خرید نسخه چاپی به سایت همیار آنلاین مراجعه نمایید

<http://hamyareonline.com>