

8 اشتباه که کسب و کارهای کوچک در شروع تجارت آنلاین مرتکب می شوند



نویسنده: مهران منصوری فر

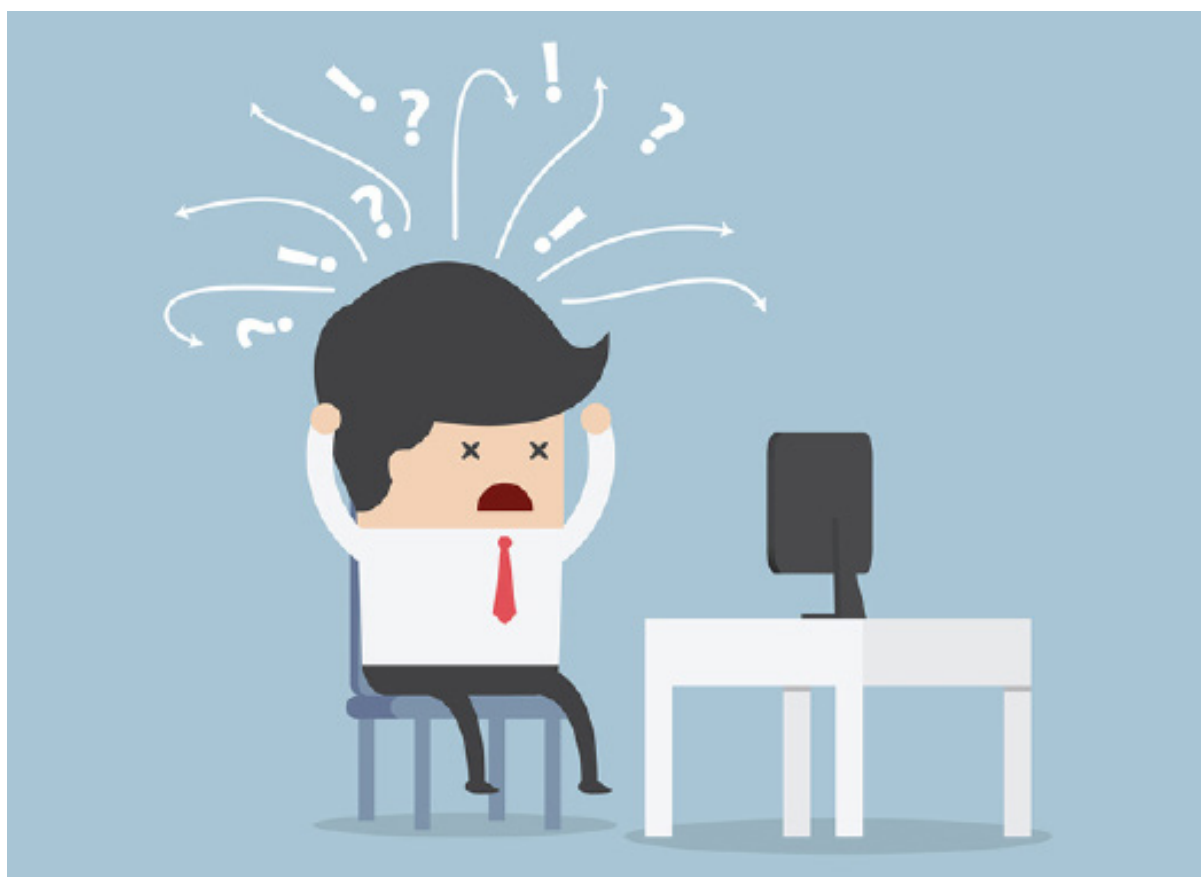
این روزها هیچ شرکت و برند موفقی وجود ندارد که حضور خود را در فضای مجازی تثبیت نکرده باشد. خیلی از تجارت های کوچک امروزی هم تصمیم به ورود به این حوزه دارند اما با ناآگاهی های خود شروع کار را اشتباه انجام می دهند.

سرمایه گذاری در حضور آنلاین و بازاریابی اینترنتی در حال حاضر یکی از مهمترین و هوشمندانه ترین تصمیماتی است که هر برند، شرکت و یا حتی تجارت های کوچک می توانند اتخاذ کنند. تجارت آنلاین مبحثی پر سود در کسب و کارهای امروزی به حساب می آید و فعالیت درست در آن، می تواند سوددهی کمپین های بازاریابی شما را دگرگون کند. حضور میلیون ها کاربر یا بهتر است بگوئیم مشتری فعال در اینترنت، ابزارهای کارآمد و ویژگی های منحصر به فرد این حوزه، شما را در مدت خیلی کمتری به اهداف اقتصادی مد نظرتان نزدیک می کند.

حضور آنلاین موفقیت آمیز در این میدان رقابت بزرگ، مستلزم داشتن یک وب سایت کامل و فعالیت در شبکه های اجتماعی می باشد. شما برای کسب موفقیت در این زمینه باید کسب و کار اینترنتی خود را جدی بگیرید و تا جایی که می توانید سعی کنید به مشتریان خود نزدیک شوید. با اینکه تجارت آنلاین بسیار پرسود می باشد اما وجود رقبای زیاد و حرفه ای، کسب موفقیت در این زمینه را وابسته به فعالیت درست و طبق اصول کرده است.

در همین راستا، تجارت های نو پایی که تصمیم دارند وارد دنیای کسب و کار آنلاین شوند، می توانند با بی توجهی به برخی مسائل، به راحتی سرمایه و زمان خود را بدون هدف هدر دهند.

ما در ادامه به ۸ اشتباه رایج اما بسیار مشکل ساز اشاره می کنیم که تجارت های جدید و کوچک در هنگام شروع فعالیت اینترنتی خود آن ها را مرتکب شده و به همین خاطر در این زمینه موفق نمی شوند. اگر شما هم یکی از این کسب و کارها هستید، این لیست را چک کرده و با این اشتباهات آشنا شوید و سعی کنید آن ها را در کسب و کار خود انجام ندهید.



۱. نداشتن وب سایت

نداشتن یک وب سایت اولین اشتباه بزرگ هر برند یا تجارتي می باشد که بازاریابی اینترنتی خود را شروع کرده است.

اگر وب سایت نداشته باشید، با قوانین کسب و کار اینترنتی همخوانی نخواهید داشت و در واقع باید گفت که شما برای فعالیت آنلاین و هدفمند نمی توانید بدون وب سایت کار زیادی از پیش ببرید. این مورد حتی برای تجارت هایی که عمده فعالیت آن ها مثل فروشگاه ها، رستوران ها، کافه ها و ... بیرون از اینترنت است نیز حیاتی می باشد.

فراموش نکنید که داشتن یک وب سایت اینترنتی فعال می تواند روابط تجاری و صمیمانه شما با کاربران و مشتریان را تا حد قابل توجهی بهبود ببخشد. همچنین، شما با فعالیت آنلاین می توانید روابط آنلاین مثل برخورد با مشتریان ثابت و ... را نیز گسترش دهید اما با فعالیت آفلاین نمی توانید مشتریان آنلاین را جذب کنید.

این موضوع اثبات شده است که بسیاری از تجارت های وارد شده به فضای مجازی به خاطر نداشتن وب سایت نتوانستند وارد فاز بعدی رقابت های آنلاین شوند. با توجه به این مسائل می توان دریافت که اولین قدم برای حضور قدرتمند در کسب و کار آنلاین داشتن یک وب سایت می باشد.

۲. داشتن یک وب سایت بد و نامناسب

تأثیر اولیه یا همان First Impression از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. این موضوع در دنیای مجازی نیز وجود دارد. یک وب سایت خوب وب سائتی است که نه تنها از لحاظ ظاهری دلپذیر و جذاب باشد، بلکه از لحاظ اطلاع رسانی و یا به عبارتی از لحاظ جامع بودن نیز تکامل یافته باشد.

اولین دلیل ایجاد یک وب سایت، پل ارتباطی برای درج اطلاعات و پیام های شما برای مخاطبین شماست. در نتیجه باید از اینکه وب سایت شما پیام های لازم را به خوبی و بدون پیچیدگی به آگاهی کاربر می رساند اطمینان حاصل کنید.

تصویرسازی های قوی و گیرا، محتوای با کیفیت و سرعت بالای بارگزاری مهمترین نکات ارزیابی یک وب سایت در نگاه اول می باشند. در مقابل، از پیچیدگی و قرار دادن آیتم های زیاد خودداری کنید. از رنگ آمیزی های تند و استفاده از عکس های سنگین، منوهای بی اهمیت و بخش های اضافی پرهیز کنید. این تأثیر اولیه برای جذاب به نظر رسیدن برند شما در دید کاربران بسیار مهم است و کاربران بیشتری برداشت خود را در همین برخورد اول خواهند داشت.

این موضوع از جمله مسائلی است که قربانیان زیادی دارد و تجارت های کوچکی که به آن توجه نکرده اند محکوم به شکست شده اند.

شما به عنوان یک مدیر وب سایت و یا صاحب یک تجارت جدید، باید به این مسئله به صورت ویژه توجه کنید. ارائه یک وب سایت خوب می تواند سکوی پرتاب شما به سمت موفقیت باشد و یک وب سایت بد می تواند فعالیت اینترنتی شما را قبل از اینکه به صورت جدی شروع شود خاتمه دهد.



۳. وب سایت هایی که برای موبایل ها بهینه سازی نشده اند

طبق گزارشات به دست آمده، نزدیک به ۵۰٪ از بازدیدهای جهانی وب سایت ها در سال ۲۰۱۷ توسط موبایل ها صورت گرفته است. همچنین پیش بینی می شود تا پایان سال ۲۰۱۹ تعداد دارندگان موبایل های هوشمند به بیش از ۲/۵ میلیارد نفر برسد! با این اعداد و ارقام، دیگر لازم به توضیح این نیست که چرا هر تجارتي باید مبحث موبایل مارکتینگ را جدی گرفته و وب سایت خود را برای کاربران موبایلی بهینه سازی کند. اما با این همه، اغلب تجارت های کوچک و نوپا به این مسئله توجه نمی کنند و با همین بی توجهی ساده، تقریباً نیمی از بازدیدهای مهم خود را به چالشی جبران ناپذیر می کشند.

اما معیارهای اصلی یک وب سایت مناسب و بهینه شده برای موبایل ها چیست؟

- وب سایت مورد نظر باید در کمتر از چند ثانیه به صورت کامل بارگزاری شود. این یعنی باید محتوای وب سایت در نسخه واکنش گرا (Responsive) به قدری سبک باشد که سرعت بارگزاری آن تا حد امکان بالا باشد.
- در نسخه موبایل سایت باید تمرکز خود را روی نمایش بخش های اصلی بگذارید چرا که در نسخه موبایل فضای کافی برای نمایش همه اطلاعات نیست، پس باید بهترین و مهمترین بخش ها را برای نسخه موبایل سایت در نظر بگیرید.
- بخش های مختلف وب سایت مذکور باید به راحتی در دسترس باشند و پیچیدگی در آن دیده نشود تا کاربران به سرعت به چیزی که می خواهند دست پیدا کنند.



۴. استفاده از تبلیغات بهینه سازی نشده برای دستگاه های مختلف

این مورد را به خاطر داشته باشید که رفتار کاربران موبایلی با کاربران دسکتاپی در بحث جستجو و وب گردی متفاوت خواهد بود. کاربران سیستم های خانگی و دسکتاپی و همچنین دارندگان تبلت ها شرایطی مشابه را دارند.

این کاربران در اغلب موارد از وب گردی و جستجو در موتورهای جستجو به دنبال کسب اطلاعات بیشتری هستند و معمولاً مقدار محتوای جستجو شده برای این افراد تفاوت زیادی ندارد. در طرف دیگر، کاربران موبایلی خواهان دستیابی به نتایج سریع هستند.

در نتیجه با این نکات، می توان گفت که شما باید برای نمایش تبلیغات به هر دو گروه به صورت مجزا فکری کرده باشید. این یعنی باید تبلیغات خود را به صورت مناسب و با توجه به دستگاه های کاربران بهینه سازی کنید تا نتیجه کامل را بگیرید. طبق نتایج به دست آمده، تبلیغات بهینه سازی شده برای موبایل ها از بازخورد بهتری برخوردار بوده اند. بنابراین سعی کنید تبلیغات انحصاری خاصی را برای نسخه موبایلی وب سایت خود در نظر بگیرید.

بسیاری از وب سایت های موفق برای اینکه آسودگی کار را بیشتر کنند، حتی امکان برقراری ارتباط برای کاربران موبایلی را نیز تنها با یک کلیک فراهم کرده اند تا کاربران بتوانند با کلیک روی آیکن مورد نظر، در کسری از ثانیه به اطلاعات تماس تبلیغ مربوطه دست پیدا کنند. بی توجهی به این قضیه بسیاری از مشاغل تازه تأسیسی که به دنبال کسب درآمد از سیستم تبلیغات آنلاین هستند را با مشکل مواجه کرده است.

۵. حضور نداشتن و در دسترس نبودن

از جمله رفتارهای رایج و همیشگی کاربران برای اعتماد پیدا کردن به شما و همچنین برطرف کردن ابهامات و سؤال های احتمالی، پل ارتباطی بین شما با آن ها می باشد. اگر به این خواسته کاربران جامه ی عمل بپوشانید، یک قدم بسیار حیاتی در پیشرفت کسب و کار اینترنتی خود برداشته اید، در نظر داشته باشید تا از پلتفرم های مختلف و شبکه های اجتماعی به منظور برقراری ارتباط با کاربران استفاده کنید.

همچنین پیشنهاد می شود تا یک پشتیبانی آنلاین برای آن ها راه اندازی کنید تا بتوانند در کمترین زمان ممکن با شما ارتباط برقرار کنند.

شما با ایجاد راه های ارتباطی مختلف، تجارت خود را بیدار نگه داشته و خودتان را در دسترس کاربران قرار می دهید. فراموش نکنید که شما باید همیشه به عنوان یک پشتیبان لحظه ای در دسترس باشید نه اینکه کاربران را مجبور به برقراری ارتباط با خودتان کنید. این مشکل از جمله اشتباهاتی است که برخی وب مسترهای جدید انجام می دهند.

به عنوان مثال، باز شدن پنجره چت جدید به محض ورود کاربران به وب سایت از جمله این اشتباهات است. این کار اجازه تصمیم گیری کاربران را صلب می کند.



۶. حضور داشتن بی مورد در همه پلتفرم ها

اینکه یک تجارت باید در هر پلتفرم، شبکه اجتماعی و انجمن های مرتبط حضور داشته باشد، طرز فکر اشتباهی است که اغلب افراد آن را در سر می پروراند. وب سایت اصلی، بلاگ و چند عدد از شبکه های اجتماعی برای یک کسب و کار آنلاین کافی خواهند بود. حضور بی مورد در دیگر موارد، تنها هدر دادن زمان و سرمایه است و همچنین باعث قربانی شدن کیفیت به خاطر کمیت می شود.

مسلماً یک تجارت کوچک و نوپا کارهای مهم تری از حضور در همه شبکه های اجتماعی دارد و تلف کردن وقت برای این کار پروسه پیشرفت شما را به شدت کند می کند.

چنین کاری نیاز به محتوای انحصاری برای هر پلتفرم دارد و بدیهی است که برای مدیریت آن زمان زیادی لازم خواهد بود. در ضمن اشتراک گذاری یک محتوای یکسان در همه این پلتفرم ها نه تنها به شما کمک خاصی نمی کند بلکه ممکن است ضعف شما در مدیریت و تولید محتوای جدید را نشان بدهد. تصمیم درست در این زمینه این است که قبل از هر چیز مخاطبین خود را دنبال کرده و علائق آن ها را بررسی کنید. سپس ببینید که این افراد در کدام شبکه ها حضور بیشتری دارند و فعالیت خود را در آن شبکه ها انجام دهید.

برای مثال، اگر مخاطبین هدف شما افراد شاغل و تجارت های دیگر می باشند، باید سراغ شبکه هایی مثل LinkedIn بروید و در صورتی که اهداف شما افراد کم سن و سال تر هستند، فعالیت خود را در شبکه هایی مانند Instagram و ... تقویت کنید.

۷. عدم استفاده از فرآیند های SEO

سئوی محلی یا Local SEO فرآیندی است که با کمک آن می توانید حضور خود را در بین وب سایت ها و نتایج داخلی یک کشور یا یک زبان خاص تضمین کنید.

طبق نتایج یک تحقیق و نظرسنجی، نزدیک به ۹۰٪ از افراد مشارکت کننده در آن گفته اند که آن ها حداقل هفته ای یک بار در مورد یکی از تجارت های محلی یا داخلی در اینترنت به جستجو می پردازند.

این حجم از مشارکت کاربران در این زمینه ثابت می کند که شما بدون توجه به مقوله SEO هیچ شانسی برای جذب مشتری و کاربران ندارید.

مسلماً ایجاد یک کمپین موفقیت آمیز سئوی محلی به کسب رتبه بهتر شما در کشور خودتان (از دید موتورهای جستجو) کمک می کند.

اگر در نظر دارید در سطح جهانی نیز اعتبار کسب کنید، باید فرآیندهای سئوی جهانی یا Global SEO را دنبال کنید.

یک کمپین موفق سئو نیاز به انجام کارهای زیادی دارد که نمی توان همه آن ها را در این مقاله ذکر کرد.

اما مهمترین آن ها استفاده از کلمات کلیدی، بهینه سازی متاتگ ها، افزایش سرعت بارگزاری صفحات، اضافه کردن نقشه سایت، اضافه کردن مشخصات ارتباطی شما در سیستم My Business گوگل و ... می باشند.

مبحث سئو پیچیده و بسیار گسترده است. همین پیچیدگی بسیاری از وب مسترهای حرفه ای را نیز به اشتباه می اندازد، چه برسد به تازه کارهایی که سایت خود را تازه راه اندازی کرده اند.

در این موضوع با احتیاط عمل کنید و سعی کنید طبق استانداردهای سئو پیش بروید.



۸. رها کردن یک باره همه چیز

پیشرفت کردن و کسب اعتبار برای یک کسب و کار اینترنتی درست مثل دیگر انواع تجارت ها نیاز به صبر، کوشش و پشتکار دارد. بسیاری از مشاغل جدید بعد از اینکه مدتی را با فعالیت کردن در این حوزه گذراندند، با این طرز فکر که تلاش های آنان مثمر ثمر واقع نشده است، ممکن است برای ادامه فعالیت خود سردرگم شوند و یا حتی نتوانند با کیفیت قبل حضور داشته باشند.

این باعث می شود تا شما حضور آنلاین خود را کاهش داده و دست از تلاش برای جذب مشتریان بکشید. این دقیقاً متضاد چیزی است که کاربران آن را می خواهند.

زمانی که یک کاربر وارد وب سایت شما و یا یکی از شبکه های اجتماعی شما شده و متوجه شود که شما مدتی است فعالیتی نداشتید، ناخودآگاه حس اینکه نمی توان به شما به عنوان یک تجارت فعال نگاه کرد در آن کاربر تداعی می شود. این حس سبب می شود تا تعداد کاربران و مشتریان شما به شکل غیر قابل باوری ریزش داشته باشند. این اشتباه تاکنون باعث ورشکستگی صدها تجارت آنلاین در ایران شده است. در صورتی که همه این تجارت ها اگر با صبر و کوشش زیاد به فعالیت مستمر و صحیح خود ادامه می دادند، به مقدار قابل توجهی پیشرفت می کردند.

به خاطر داشته باشید که سوددهی تجارت های اینترنتی نیاز به زمان دارد. در این زمان نسبتاً زیاد، شما باید آزمون و خطاهای زیادی را تجربه کنید تا بالاخره مطمئن شوید در مسیر درست قرار گرفته اید. اگر از فعالیت و حضور آنلاین خود دست بردارید، شانس بازگشت مجدد خود را بیش از پیش کم می کنید و می بایست زمان و هزینه زیادی را برای جلب اعتماد از دست رفته کاربران صرف کنید.