

افزایش فروش با تولید محتوا

این روزها تولید محتوا در فرآیند بازاریابی از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. در صورت استفاده صحیح از این شیوه، شرکت‌های تجاری قادر خواهند بود میزان درآمد خود را به سه برابر افزایش دهند، اما در جریان فرآیند برنامه‌ریزی، نوشتن، ویرایش و توزیع محتوای برندها معمولاً این موضوع که این فرآیند باید در نهایت موجب سودآوری کسب‌وکارها شود، مورد غفلت قرار می‌گیرد.



با استفاده از نکاتی که در ادامه مطرح می‌شود سعی کنید میزان فروش خود را از طریق تولید محتوا افزایش دهید.

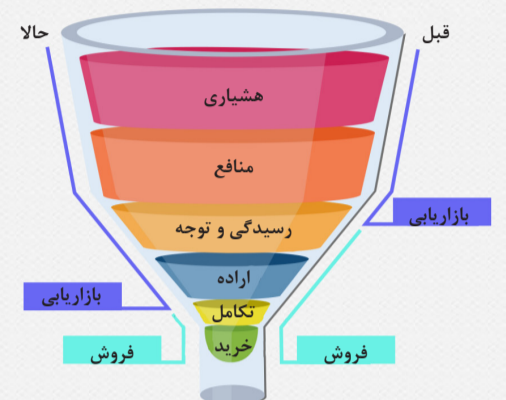
خلق کردن

۱ - وفاداری به برنامه‌ریزی

چرخه خرید شرکت خود را تعریف کنید و با تولید محتوا برای تمامی قسمت‌ها آن را تقویت کنید.



از شرکتهایی که تعاملات تجاری آنها با شرکت‌های دیگر صورت می‌پذیرد برنامه‌ریزی مورد نیاز را انجام نداده‌اند.



۲ - استفاده از ابزارهای کیفیت‌سنجی

استفاده از این تاکتیک در فرآیند تولید محتوا در نهایت منجر به افزایش هشیاری و آگاهی خواهد شد.

۳ - بهره‌برداری از محتوای ارزشمند و پرترفدار

آن دسته از محتوای ارزشمند و پرترفدار نظیر اینفوگرافی‌ها و سایر داده‌های مفید را به صورت کتاب الکترونیکی جمع‌آوری کرده و به‌عنوان بسته‌ای ارزشمند در اختیار مخاطبان قرار دهید. استفاده از این شیوه سبب می‌شود تا اطلاعات مشتریان به میزان قابل توجهی افزایش یابد.

ارتقا بخشیدن

۵ - مشارکت در ایجاد محتوا

مشارکت با کسب‌وکارهای دیگر در زمینه تولید محتوا روشی است که کمتر به آن پرداخته شده است. بنابراین اگر شرکت‌های تجاری دیگر مایل به مشارکت با شما در حوزه تولید محتوا هستند، در صورت مشترک بودن مخاطبان تان، با آنان به تبادل محتوا بپردازید. در این صورت خواهید دید که بر تعداد مشتریان هر دو شرکت اضافه شده و زمینه را برای ایجاد نرم‌افزارهای تعاملی مانند اپلیکیشن‌ها فراهم می‌کند.

۴ - استفاده از پلتفرم‌های تبلیغاتی کمتر شناخته شده

استفاده از پلتفرم‌های تبلیغاتی کمتر شناخته شده عموماً نتایج بهتری در مقایسه با استفاده از امکانات تبلیغاتی پلتفرم‌هایی مانند گوگل و فیس‌بوک داشته و هزینه تمام شده آن نیز به میزان قابل توجهی کمتر است.

۶ - استفاده از دانش متخصصان

ایجاد یک ارتباط قوی و پایدار با افراد قدرتمند و تأثیرگذار در حوزه‌های مختلف تجاری و صنعتی به آسانی ارسال یک توییت نیست. بنابراین با تولید ارزش برای برند خود، سعی کنید از تخصص و دانش افراد خبره حاضر در حوزه کاری تان در جهت افزایش ضریب موفقیت کسب‌وکار تان استفاده کنید.



تبدیل کردن

۷ - آگاه‌سازی مشتریان

فراموش نکنید که اطلاع‌رسانی و آگاه‌سازی مشتریان از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است و اطلاعات ارائه شده در انتهای یک مطلب در وبسایت یا وبلاگ کسب‌وکار شما منجر به بیشتر شدن دانایی مشتریان شده و به بهبود کیفیت تجربه آنان از تعامل با کسب‌وکار شما می‌شود.

۷۰٪ از بازدیدکنندگان وبسایت شما در صورت مشاهده تبلیغات گسترده‌تر محصولات و خدمات تان به دنبال تعامل با کسب‌وکار شما خواهند بود.



شما می‌توانید با اضافه کردن یک کلیک ویدیویی به محتوای خود، بازدید از آن صفحه را به میزان ۸۶٪ افزایش دهید.

۸ - استفاده از گفت‌وگوی آنلاین

محتوای ارزشمند تولید شده را همواره در وبسایت خود حفظ کنید، چرا که موجب افزایش بازدید خواهد شد. با استفاده از امکان گفت‌وگوی آنلاین، با بازدیدکنندگان از وبسایت تان به سرعت ارتباط برقرار کرده و به سوالات‌شان پاسخ دهید، خواهید دید که این موضوع در نهایت منجر به افزایش میزان فروش تان خواهد شد.

۹ - خرید هدفمند

پیش از انجام هرگونه خریدی اطمینان حاصل کنید که محصولات یا خدمات مورد نظر در ارتباط با حوزه کاری شما هستند. بنابراین باید در این مرحله یک استراتژی مناسب به منظور خرید هدف مند ایجاد کنید.

۱۱ - از کارزارهای تبلیغاتی ایمیلی استفاده کنید

پس از صرف زمان و سرمایه لازم به منظور جلب توجه مخاطبان و مشتریان احتمالی، اجازه ندهید اطلاعاتی را که از شما به‌دست آورده‌اند، هدر رود. به این منظور بهتر است به کارزارهای تبلیغاتی و بازاریابی طولانی‌مدت روی آورید. بهترین نمونه در این زمینه بازاریابی ایمیلی است.

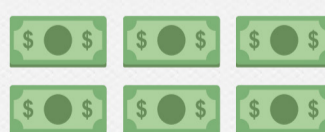
از محصولات و خدمات ارائه شده از کیفیت موردنظر برخوردار هستند اما هنوز آمادگی لازم برای خرید آنها وجود ندارد.



بستن

۱۰ - اعتبار خود را حفظ کنید

ایجاد یک ایمیل تبلیغاتی بدون مطالعه کافی و استفاده از استراتژی‌های مدرن بازاریابی منجر به کسب بهترین نتیجه نخواهد شد. افزایش فروش مخصوص آن دسته از کسب‌وکارهایی است که پیش از هر کار دیگری با مخاطبان خود وارد گفت‌وگو می‌شوند. به مشتریان تان نشان دهید که محصولات و خدمات تولید شده توسط شما می‌تواند زندگی روزمره آنان را بهبود بخشد. در این صورت خواهید دید که اعتماد مشتریان نسبت به شما جلب شده و فروش تان افزایش خواهد یافت.



۳۰٪ الی ۵۰٪

از افزایش فروش به شرکت‌هایی تعلق می‌گیرد که در مقابل مشتریان خود پاسخگو هستند.