

۵ اشتباهی که در دیجیتال مارکتینگ نباید مرتکب شد

بزرگترین اشتباهات در بازاریابی دیجیتال



هر کسب و کاری بسته به نوع اشتباهاتی که در راه اندازی مرتکب می شود شروع به کار می کند و شناخت این اشتباهات می تواند کمک بسیار بزرگی به شما بکند که در ابتدای راه با کمترین ضرر شروع به کار کنید. یکی از این نوع اشتباهات در دیجیتال مارکتینگ یا همان بازاریابی دیجیتال است.

دیجیتال مارکتینگ روز به روز در حال گسترش و رشد و پیشرفت است و تمام کسب و کارها، مدیران این نوع کسب و کارها و اعضای تیم بازاریابی این شرکت ها هم با توجه به نوع فعالیتشان از بازاریابی دیجیتال استفاده می کنند. هر روز بر تعداد اشخاصی که به دیجیتال مارکتینگ پیوسته اند بیشتر می شود و رقابت با این اشخاص روز به روز سخت تر می شود.

اما مشکل از زمانی شروع می شود که در حین بازاریابی دیجیتال، مرتکب اشتباه هم بشوید و این به خودی خود برند، کسب و کار و نوع فعالیتتان را زیر سوال می برد. اشتباه کردن در این مسیر امکان دارد باعث ریزش مشتریان و مخاطبین تان شود و برگشت به حالت اول و اعتماد سازی در مخاطبین و مشتریان زمان بر خواهد بود.

تیم "کافه نیاز" در این مقاله قصد دارد ۵ اشتباهی را به شما گوشزد کند که ممکن است برای هر کسب و کاری در دنیای دیجیتال مارکتینگ اتفاق بیفتد. سعی کنید با دوری کردن از این اشتباهات راه پیشرفت و رشد و ترقی کسب و کارتان را فراهم کنید.

با ما همراه باشید

اشتباه اول: هدف گذاری در دیجیتال مارکتینگ



دنیای دیجیتال مارکتینگ در برخی موارد دنیای واقعاً ناشناخته ای است به خصوص زمانی که می خواهید پیام برند یا کسب و کارتان را به گوش مخاطبین تان برسانید. برای انتقال هر پیامی به مخاطبین باید یک برنامه ی خاص و مدون ترتیب دهید.

اگر قصدتان در دیجیتال مارکتینگ این است که سریع تر به یک برند تبدیل شوید باید هدف گذاری کنید و با برنامه جلو بروید و این متأسفانه اولین اشتباهی است که خیلی از کسب و کارها به آن توجهی ندارند. هر چه با قدرت بیشتر، برنامه ریزی و هدف گذاری کنید خیلی راحت تر می توانید برند و کسب و کارتان را به مخاطبین و بازار هدفتان معرفی کنید.

سعی کنید هدف های ۳، ۶ و ۱۲ ماهه کسب و کارتان را یادداشت کنید. بنویسید که در سه ماهه اول هدف گذاری در کجای بازار هستید و چه تعداد از مخاطبین توانسته اند شما را شناسایی کنند. بنویسید که در ۳، ۶ و ۱۲ ماهه چقدر از بازار هدفتان را بدست آورده اید و چقدر درآمد قرار است بدست بیاورید. از چه برنامه ها و اپلیکیشن هایی برای بازاریابی دیجیتال استفاده خواهید کرد.

بودجه ی بازاریابی تان چقدر است، روی کدام یک از برنامه ها بیشتر برنامه ریزی کرده اید، کدام یک می تواند شما را به اهدافتان برساند. خلاصه هر آنچه را که می تواند شما را به اهدافتان نزدیک کند و راه های رسیدن به آن را نیز یادداشت کنید. این موارد می تواند به شما کمک کند تا درک بهتری از بازاریابی دیجیتال داشته باشید.

اصلی ترین نیاز هر کسب و کاری داشتن وب سایتی است که به روز ترین اطلاعات در آن وارد شود



تمام برندها و کسب و کارها با وب سایت، کالاها، خدمات، نوع فعالیت و اطلاعاتشان شناخته می شوند. مردم این روزها برای اینکه اطلاعات کافی در مورد کسب و کارتان بدست بیاورند احتیاجی در خود نمی بینند به شرکت تان زنگ بزنند و یا مراجعه حضوری داشته باشند. فقط کافی است با یک جستجو ساده در اینترنت به هر آنچه که نیاز دارند دست پیدا کنند و حتی ببینند مردم چطور در مورد شما صحبت می کنند.

سایت شما در برگیرنده ی اطلاعاتی است که مایل هستید به مخاطبین خود منتقل کنید. مردم با مشاهده ی سایت و محتوای تولید شده، کسب و کارتان را به یک برند تبدیل می کنند. اما اگر اطلاعات کافی از سایتتان دریافت نکنند و یا محتوای تولید شده توسط شما کیفیت لازم را نداشته باشد و بدتر از همه سایتتان به روز رسانی نشده باشد، قطعاً اعتماد به برندتان از بین می رود و این روی بازاریابی دیجیتال تان هم تأثیر منفی خواهد گذاشت.

یکی از عوامل موثر در اعتماد سازی مخاطبین نسبت به کسب و کارتان آن هم در بازاریابی دیجیتال، این است که به روزترین اطلاعات در مورد کسب و کارتان را در وب سایتتان قرار دهید. این روی جلب رضایت مشتریان و مخاطبین تأثیر فراوانی دارد.

اشتباه کردن در شبکه های اجتماعی می تواند هر آنچه را که در بازاریابی انجام داده اید از بین ببرد



شبکه های اجتماعی با پیشرفت تکنولوژی و فناوری ها، مهمان این روزهای مردم هستند. صاحبان کسب و کارها هم با به اشتراک گذاری تمام محصولات، خدمات و محتوای تولید شده این فرصت را برای بدست آوردن بازار هدف و همچنین برند سازی در اختیار دارند.

اما نکته ی مهم این است که یک اشتباه کوچک در شبکه های اجتماعی می تواند آنچه را بافته اید کاملاً رشته کند. یکی از این اشتباهات تقلید بیجا و بی مورد از رقبا است. این تقلید کردن می تواند در تولید محتوا، تصاویر، فیلم ها، طراحی سایت، نوع فعالیت و هر چیز دیگری باشد.

هر آنچه را که شما از رقبایتان تقلید می کنید یک قدم کسب و کارتان را به سمت نابودی می کشاند. سعی کنید هدف از راه اندازی کسب و کارتان و همچنین نحوه ی رسیدن به هدفتان را به صورت کامل برای خودتان تشریح کنید. از خودتان بپرسید: چرا می خواهید به هدفتان برسید و چطور می توانید به آن برسید؟

شبکه های اجتماعی این فرصت را در اختیار شما قرار داده تا به هدف هایتان برسید و اشتباه در این شبکه ها هم وجود دارد. اما مهم این است که بتوانید این اشتباهات را کنترل و مدیریت کنید و به صورت مداوم و پیوسته با مخاطبین خود تعاملی دو طرفه داشته باشید.

اشتباه چهارم: انتظار این را داریم که به سرعت جواب بگیریم

در دیجیتال مارکتینگ ما انسانها سعی داریم به سرعت جواب بگیریم و در بهترین جایگاه در بین رقبا قرار بگیریم



ما انسانها در کل در تمام کارهایمان عجول هستیم. وقتی یک کسب و کار را راه اندازی می کنیم توقع این را داریم که به سرعت نتیجه بگیریم. یک سایت را راه اندازی می کنیم یک الی دو ماه روی سئو و بهینه سازی سایتمان کار می کنیم و توقع داریم بعد از دو ماه میلیونر شویم. یک فروشگاه اینترنتی راه اندازی می کنیم و توقع این را داریم که در عرض دو روز هزاران نفر به سایتمان سر بزنند و ما را میلیونر کنند.

در راه اندازی کسب و کارهایتان و به خصوص در بازاریابی دیجیتال سعی نکنید "غوره نشده مویز شوید." برای کسب درآمد از طریق بازاریابی دیجیتال و بدست آوردن مشتری باید صبر داشته باشید. این درست که خیلی از افراد به خاطر همین مورد کوچک کسب و کارشان را رها می کنند اما اشخاصی که در این مسیر هدف گذاری کرده اند و با برنامه ریزی صحیح پیش رفته اند قطعاً به هر آنچه که قابل دسترسی باشد خواهند رسید.

در حوزه ی دیجیتال مارکتینگ مخاطبین به سرعت به شما اعتماد نخواهند کرد و برعکس این شما هستید که باید اعتماد مخاطبین خود را جلب کنید آن هم با دادن وعده هایی که بتوانید از عهده اش بر بیایید نه اینکه وعده های تو خالی بدهید فقط به خاطر اینکه بازار هدف خودتان را به دست بیاورید.

به هر حال برای موفقیت در بازاریابی دیجیتال لطفاً صبر داشته باشید و مطمئن باشید که جواب آن را دریافت خواهید کرد.

اشتباه پنجم: مخاطبین و بازار هدف خودتان را اشتباه انتخاب نکنید



مخاطبین و بازار هدف در هر کسب و کاری به صورت خلاصه همه چیز هستند و انتخاب صحیح این مخاطبین است که به شما قدرت، شجاعت، ثروت، رقابت، درآمد، فروش های دو یا چند برابری و هر آنچه را که تصور کنید می دهند.

در بازاریابی دیجیتال اگر بهترین ایده ها را هم داشته باشید اما نتوانید مخاطبین و بازار هدفتان را به درستی انتخاب کنید قطعاً نخواهید توانست به اهداف خود برسید و ضرر بزرگی را متحمل خواهید شد. این اشتباهی بزرگ است که بدون برنامه ریزی به دنبال مخاطبین بروید. سعی کنید با دقت فراوان نیازهای مخاطبین خود را در نظر بگیرید و برای آنها تولید محتوا کنید.

انجام این عمل باعث می شود تا مخاطبین به دنبال شما خواهند بیایند و کسب و کارتتان به راحتی به یک برند تبدیل خواهد شد.

سخن آخر

دیجیتال مارکتینگ مسئله ای مهم در بازاریابی کسب و کار شما است و امکان دارد اشتباه کردن در اینجا موفقیت کسب و کارتتان را به خطر بیندازد. اما در عوض آگاه بودن از خطرات و اشتباهاتی که ممکن است در این مسیر اتفاق بیفتد قطعاً در زمان و وقتی که می گذارید می تواند صرفه جویی کند.