

رمز و رازهای دستیابی به بازارهای خاص سودآور و

کسب درآمد خارج از تصور از اینترنت

بدون صرف هزینه های هنگفت...

مخصوص افراد، شرکتهای متوسط و کوچک (SME)

نویسنده: محمود بشاش

Niche Marketing Unleashed

بسم الله الرحمن الرحيم

رمز و رازهای

کسب درآمد نا محدود از اینترنت

مخصوص افراد، شرکتهای متوسط و کوچک (SME)

نویسنده: محمود بشاش

نام کتاب: رمز و رازهای کسب درآمد نا محدود از اینترنت.

مخاطبین: افراد و شرکت های متوسط و کوچک (SME) که تصمیم به کسب درآمد علمی و سودآور از اینترنت دارند.

پیش نیاز: آشنائی با اینترنت و مفاهیم اولیه وب سایتها. تسلط به استفاده از نرم افزارهای دسترسی به اینترنت. ارتباط مناسب اینترنتی. تسلط متوسط به زبان انگلیسی.

نویسنده: محمود بَاش

سال چاپ: ۱۳۸۹ شمسی - ۲۰۱۰ میلادی

تیراژ: ۳۰۰۰ نسخه

انتشارات: گروه تجارت الکترونیک goVisible

Contents

۸	درباره نویسنده
۱۰	پیش گفتار نویسنده
۱۲	نحوه استفاده از کتاب
۱۷	فصل اول
۱۹	مقدمه فصل اول
۲۲	ابزار شماره یک
۲۳	ابزار شماره دو
۲۴	ابزار شماره سه
۲۵	ابزار شماره چهار
۲۷	ابزار شماره پنج
۲۹	ابزار شماره شش
۳۱	ابزار شماره هفت
۳۴	فصل دوم
۳۵	بازار خاص چیست؟
۴۳	رموز یافتن بازارهای خاص سودآور
۵۳	افزایش درصد موفقیت تجارت اینترنتی شما
۶۸	رمز و راز تولید سریع و کم هزینه محصولات
۷۷	برنامه موفقیت هفت روزه
۹۳	تکثیر فعالیت ها و افزایش درآمد
۹۷	سخن آخر

درباره نویسنده



محمود بشاش متولد بهمن ماه سال ۱۳۴۶ هجری شمسی و دارای مدرک تحصیلی در رشته برق الکترونیک، زندگی حرفه‌ای خود را به عنوان برنامه نویس و مدیر فنی آغاز نموده است. روحیه جستجوگر و علاقه وافر او به یادگیری، همواره او را جزو کسانی

که اولین چیزها را آزمایش یا ابداع می‌کرده اند قرار داده است. همین روحیه باعث شد تا در سال ۱۳۷۵ هجری شمسی که حضور اینترنت در ایران روزهای اول خود را می‌گذراند و دسترسی به ایمیل با روش‌های بسیار ابتدائی و گستره محدود برای عده بسیار معدودی فراهم بود، او به دنبال راه اندازی یک سرور میزبان وب در شرکتی که در آن مشغول به کار بود، باشد. او سپس یک شبکه محلی کوچک بین شرکت و خانه خود ایجاد نمود که بتواند آن را به عنوان یک نمونه آزمایشگاهی از اینترنت واقعی، به مدیران شرکت نشان دهد و علاقه و مجوز آنها را برای فعالیت در این زمینه جلب کند.

او از همان روزها با مفاهیم پایه وب و اینترنت آشنا شد و به تدریج شبکه آزمایشگاهی او به عنوان یکی از اولین شبکه‌های اینترنت رایگان ایرانی مطرح شد که علاقمندان می‌توانستند به آن متصل شده و از خدمات اینترنت در مقیاس کوچک، استفاده کنند.

اولین شرکت ایرانی ارائه کننده خدمات ثبت دامنه و میزبانی وب در ایران توسط او مدیریت می‌شد و سمینارهای او در زمینه اینترنت و تجارت الکترونیک مخاطبان خاص خود را داشت.

با رشد اینترنت در جهان و در ایران، فعالیت‌های او نیز گسترش یافت و به عنوان مدیرعامل شرکت طراحی وب سایت در ایران به فعالیت خود ادامه داد و در این زمینه پروژه‌های قابل قبول زیادی به همراه تیم جوان و صاحب دانش خود اجرا نمود. دیدگاه و علاقه او در اطلاع رسانی و آموزش به دیگران که شاید بخشی از محبوبیت او مدیون همین روحیه باشد، باعث شد تا وب سایت شخصی او به عنوان یکی از وب سایت‌های محبوب

برای کسانی که تشنه اطلاعات فارسی در زمینه بازاریابی و تجارت الکترونیک بودند تبدیل شود و تقریباً تمامی مقاله‌های او در روزنامه‌ها و مجله‌های معتبر ایران چاپ شوند. او دارای مقالاتی به زبان انگلیسی نیز هست که تمامی آنها در وب سایت‌های معتبر جهانی و با نام او منتشر شده‌اند. حتی برخی از این مقاله‌ها توسط سایر متخصصین، به فارسی ترجمه شده‌اند و در سایر وب سایت‌ها مورد استفاده قرار گرفته‌اند. او از محافل معتبر جهانی دارای گواهی‌نامه‌های معتبری است که جنبه علمی دانش او را مورد تایید بیشتری قرار می‌دهند. علاقه به یادگیری و مطالعه نامحدود، باعث شده است تا همواره دارای اطلاعات به روز در زمینه جدیدترین تحولات دنیای اینترنت باشد و طرح‌ها و برنامه‌های متعددی در لیست خود برای تست و اجرا داشته باشد.

او می‌تواند به عنوان یک مشاور در زمینه بازاریابی و تجارت الکترونیک، به مدیران صنایع مختلف جهت بهره برداری از اینترنت، نقش مفیدی داشته باشد. همچنین به عنوان یک مدرس علاقمند، قادر به مدیریت دوره‌های آموزشی جذاب و مفید است. وی توانائی لازم جهت مدیریت پروژه‌های مختلف اینترنتی، از طراحی وب سایت‌های معمولی تا راه اندازی پروژه‌های تجارت الکترونیک را دارا است.

پیش‌گفتار نویسنده

مهم‌ترین سوالی که همواره در ذهن جوانان و علاقمندان به تجارت اینترنتی بوجود می‌آید، در مورد محصول یا محصولات مناسب جهت فروش از طریق این شبکه جهانی است.

شاید قبل از این سوال، که ممکن است فقط برای آن دسته از افراد پیش‌بیاید که مطالعه کافی در مورد روش‌های کسب درآمد از اینترنت دارند، جوانان بسیاری تحت تاثیر تبلیغات متعدد و مطالب بسیار فراوانی در اینترنت قرار بگیرند که با شعارهای کسب درآمد نامحدود یا یک شبه میلیونر شدن از طریق اینترنت، دچار تصورات بسیار غلط از نحوه کسب درآمد از اینترنت می‌شوند. سوال اصلی این افراد این است که چطور از طریق اینترنت ثروتمند شویم؟

اینترنت هم مانند بسیاری از منابع اطلاعاتی و محیط‌های الکترونیکی، برای همه ما موقعیت‌های مختلف کسب درآمد را ایجاد می‌کند. تعداد این روش‌ها بی‌شمار است زیرا با پیشرفت روز افزون اینترنت، این روش‌ها نیز تغییر و ترقی می‌کنند. اما به خاطر داشته باشید که الزاما همه این روش‌ها، مناسب، علمی و پول‌ساز نیستند و بسیاری از آنها فقط افسانه‌های غلطی هستند که دهان به دهان گشته و با شاخ و برگ زیاد به دست ما رسیده و دارای هیچ گونه پشتوانه علمی نیستند.

این روش‌ها ممکن است در ظاهر و تئوری به نظر، پول‌ساز برسند ولی با کمی دقت و اندیشه و یک حساب سرانگشتی، خواهیم دید که اکثر این روش‌ها، درآمدهای بسیار ناچیز با ریسک زیاد و عدم تداوم و همچنین اتلاف وقت زیادی را ایجاد می‌کنند که در دراز مدت، هیچ سودی عاید ما نخواهند کرد.

هدف از این کتاب، گشودن مسیر فکری نو برای شماست. ما مدعی یک شبه پولدار شدن شما نیستیم چون چنین چیزی محال است. هیچ درآمد پایداری بدون صرف زمان، تفکر و سرمایه‌گذاری معقول و مناسب، بدست نمی‌آید. پس شما در این کتاب به

دنبال خواندن مطالب غیر واقعی و جملات تحریک کننده و فاقد پایه و اساس علمی نباشید.

ما با هم در این کتاب، در هر صفحه آن با موضوعات جذابی روبرو خواهیم شد که حتی اگر خود آنها مستقیماً برای ما پول ساز نباشند، ولی دانستن و بکار گرفتن آنها در روش‌های بازاریابی، کمک بزرگی به ما خواهند کرد.

کسانی که نمی‌خواهند وقت خود را با روش‌های غیر متعارف و ناپایدار کسب درآمد از اینترنت تلف کنند و تصمیم دارند تا با یک برنامه‌ریزی بلند مدت، از این امکان در جهت رشد اقتصادی خود استفاده کنند، همواره در پی یافتن این پاسخند که چه چیزی از طریق اینترنت به فروش برسانند که برای خریداران آن، مورد استفاده و برای خود آنها درآمدزا باشد.

من بارها با این سوال مواجه شده‌ام که چگونه محصول مناسبی برای فروش از طریق اینترنت می‌توان انتخاب کرد. این کتاب، بهترین پاسخ برای اینگونه سوالات است و خواننده پس از اتمام کتاب، ایده‌های بسیار مناسبی برای انتخاب محصول خواهد داشت.

خواندن این کتاب نیاز به تمرکز و دقت بالایی دارد و خواننده باید قدم به قدم، به صورت عملی، مطالب کتاب را آزمایش کند. در واقع، فرمول‌های ارائه شده در این کتاب تنها راهنما و مشخص‌کننده مسیر کلی موضوع است و خواننده باید بر اساس علایق و تخصص‌های خود، برداشت‌های لازم را داشته باشد.

از آنجائیکه سرعت پیشرفت در زمینه علوم و فناوری اطلاعات بسیار بالا است، ممکن است در زمانی که شما در حال خواندن مطالب این کتاب هستید، روش‌ها و امکانات جدیدی بوجود آمده باشند که برخی از مطالب این کتاب را تحت الشعاع قرار دهند. امیدوارم این مجموعه به عنوان عاملی محرک، شما را به بررسی‌های دقیق‌تر در این زمینه ترغیب نماید تا شما نیز با دانش روز پیش روید و خود در کسب اطلاعات جدیدتر در این زمینه گام بردارید.

نحوه استفاده از کتاب

این کتاب در دو فصل مختلف تدوین شده است که به شرح زیر است:

فصل اول: مفاهیم و موضوعات اولیه که خواننده را وارد مسیر فکری جدید کرده تا بداند که در این کتاب، چه نوع موضوعات و روش های علمی را دنبال خواهیم کرد. در فصل اول، به موضوعاتی اشاره خواهد شد که بسیاری از خوانندگان کتاب، یا قبلا با آنها آشنا نبوده اند و یا به اندازه کافی آنها را جدی نگرفته و با دقت کمی از کنار آنها عبور کرده اند.

فصل دوم: این فصل که شالوده اصلی کتاب است، مفهوم مهم و علمی بازاریابی هدفمند، بازاریابی خاص یا همان **Niche Marketing** را توضیح داده و به طور علمی و عملی و گام به گام، خواننده را وارد این موضوع کرده و روش استفاده از این نوع بازاریابی در جهت کسب درآمد از اینترنت را آموزش می دهد. فصل دوم کتاب در شش قسمت به شرح زیر طراحی شده است:

قسمت اول - دلایلی که باید بازاریابی خاص را مد نظر قرار دهید و اشاره به چهار نکته بسیار مهم که قبل از هدف قراردادن یک بازار خاص باید در نظر داشته باشید.

قسمت دوم - رموز یافتن یک بازار سود آور حتی اگر هیچ ایده تجاری خاصی نداشته باشید. من فقط دو کلمه و یک عبارت را به شما آموزش خواهم داد که سرنوشت موفقیت شما را تعیین خواهند کرد. روش های پرده برداشتن از اسرار بازارهای داغ و سود آور، در این بخش به ساده ترین روش آموزش داده خواهند شد.

قسمت سوم- چگونه میزان سودآوری تجارت آنلاین خود را به طور خارق العاده‌ای افزایش دهید. یاد بگیرید که چگونه پتانسیل میزان سودآوری بازار خاص مورد نظر خود را پیش‌بینی کنید تا از اتلاف وقت و پول شما در یک پروژه بی‌خاصیت جلوگیری شود.

قسمت چهارم- رمز و رازهای تولید محصول برای فروش، با سرعت زیاد و هزینه بسیار اندک.

قسمت پنجم- فعال سازی و شروع تجارت در یک بازار خاص در هفت روز یا کمتر. همچنین آموزش اولین گام‌ها برای شروع فعالیت‌های بازاریابی.

قسمت ششم- روش‌های دو برابر و سپس چند برابر کردن فعالیت‌های بازاریابی خاص و افزایش خارج از تصور فروش و سود. ارائه یک طرح گام به گام جهت ایجاد امپراطوری بازارهای خاص.

با تشکر از شما خواننده محترم در انتخاب این کتاب و با آرزوی اینکه مطالب آن برای شما مفید باشد، توقع دارم تا در معرفی این کتاب به دوستان و نزدیکان خود کوتاهی نفرمائید و در صورت نیاز به هرگونه مشاوره در زمینه مطالب کتاب، با من تماس بگیرید.

محمود بشاش

تابستان ۱۳۸۹

آدرس وب سایت: www.mahmoodb.com

آدرس پست الکترونیک: info@mahmoodb.com

توجه: نویسنده و ناشر هیچگونه مسئولیتی در تأثیرات مستقیم یا غیر مستقیم ناشی از بکارگیری مطالب این کتاب را بر عهده نمی‌گیرند.

حق تالیف این کتاب متعلق به نویسنده کتاب است و هرگونه کپی برداری به هر شکل از مطالب و تصاویر کتاب، به عنوان نقض قوانین رعایت حقوق مولف، قابل پیگیری خواهد بود.

استفاده از مطالب این کتاب جهت اهداف آموزشی، در صورت دریافت کتبی مجوز از نویسنده کتاب، مجاز خواهد بود.

فصل اول

مقدمه فصل اول

شاید اولین سوال در ذهن کسانی که می‌خواهند از طریق اینترنت کسب درآمد کنند این باشد که چه روش‌هایی در اینترنت وجود دارد که می‌توان از طریق آنها پول‌دار شد.

نکته مهمی که باید به این افراد بگویم این است که همیشه دقت کنند که پول‌دار شدن و کسب درآمد دو موضوع قابل تفکیک هستند. کلمه پول‌دار شدن معمولاً این موضوع را در ذهن ایجاد می‌کند که روش‌هایی وجود دارند که ناگهان و یک شبه بتوان از طریق اینترنت پول زیادی به دست آورد. در حالی که کسب درآمد یک مفهوم علمی‌تر به دنبال دارد و آن این است که چگونه می‌توان از اینترنت به عنوان یک ابزار، در جهت درآمدزایی و کسب و کار، استفاده کرد. حتماً همه شما قبول دارید که داشتن یک کسب و کار دائمی و تحت کنترل که بتوان دراز مدت روی آن حساب کرد و سال‌ها از طریق آن، زندگی کرد، خیلی بهتر از روش‌های نا متعارف و گاه‌ها "غیر حرفه‌ای و غیر اخلاقی جهت یک شبه پول‌دار شدن است.

من هر کجا صحبت از کسب درآمد و پول از اینترنت می‌کنم، منظورم همین حالت دوم است.

روش‌ها و ابزار متعدد و متنوعی در اینترنت وجود دارند که می‌توان از طریق آنها کسب درآمد کرد. اینترنت یک بستر اطلاعاتی و ارتباطی بسیار گسترده هست و ابزارهای مفیدی در آن طراحی شده است که می‌توان از آنها در جهت کسب درآمد استفاده کرد. مثلاً ساده‌ترین ابزار که هر روز با آن کار می‌کنید، پست الکترونیک^۱ است. هیچ تصور کرده‌اید که همین ابزار ساده، چه کمک بزرگی برای شما برای ارتباط سریع و آسان با مخاطبین، مشتری‌ها، دوستان و طرف‌های تجاری شما است؟ و این موضوع را

همین جبهه به شما اعلام می‌کند که همین پست الکترونیک، یکی از کلیدهای موفقیت هر تجارت اینترنتی است! آن را دست کم نگیرید.

موفقیت هر تجارت وابسته به شناخت شما از بازار هدف است. شما در هر زمینه‌ای که بخواهید فعالیت تجاری انجام دهید، باید بدانید که در چه بازاری وارد می‌شوید، میزان عرضه، تقاضا، ریسک‌ها، نحوه قیمت‌گذاری کالا و خیلی موارد دیگر. خوب، شما در اینترنت یک ابزار بسیار قدرتمند دارید که به شما در فرایند تحقیقات بازار کمک می‌کند و آن ابزار چیزی نیست جز موتور جستجو^۱.

بله، همین وب سایت ساده سفید رنگ با یک جعبه جستجوی ساده به اسم گوگل^۲، قدرتمندترین ابزار در دستان شما است که به طور کامل رایگان، همه نوع اطلاعات را در اختیار شما قرار می‌دهد.

حتما همه شما می‌دانید که در یک تجارت موفق، تعداد ارتباط‌های تجاری، مهم‌ترین پارامتر در موفقیت و پیشرفت است. یعنی هرچه شما تعداد افراد بیشتری را بشناسید و بتوانید با آنها ارتباط برقرار کنید، تجارت شما معروف‌تر خواهد شد و در پیشرفت کاری شما تاثیر خواهد داشت. خوب، آیا می‌دانید شبکه‌های اجتماعی مثل فیس‌بوک^۳ و هزاران شبکه دیگر، برای همین موضوع طراحی شده‌اند تا به شما در جهت افزایش تعداد ارتباط‌های تجاری شما کمک کنند؟

پس شما در همین چند دقیقه و تنها در سه پاراگراف، با سه ابزار بسیار مهم و اصلی اینترنت که به شما در پیش برد کسب و کارتان کمک خواهند کرد آشنا شدید. شاید به جرات بتوان گفت که هیچ یک از روش‌های کسب درآمد از اینترنت، بدون استفاده از حداقل دو مورد از ابزارهای فوق، قابل انجام نیستند.

بنا بر این تصور نکنید کسانی که از اینترنت درآمدهای خوبی بدست می‌آورند، از ابزارها و روش‌های خارق‌العاده که جنبه محرمانه دارند و به ذهن من و شما نمی‌رسند، استفاده می‌کنند. بازارهای بزرگ و معروف در اینترنت، از همان ابزاری استفاده

1- Search Engine

2- Google

3- Facebook

می‌کنند که من و شما هم می‌شناسیم. تفاوت آنها در این است که با هدف و برنامه ریزی بلند مدت و با گام‌های حساب شده، در جهت کسب درآمد و افزایش آن، حرکت می‌کنند.

ابزار شماره یک: یکی از ابزارهای مورد استفاده در راه اندازی یک کسب و کار سودآور در اینترنت، یک بیل قوی و کارآمد هست!



شما به این ابزار جهت کندوکاو اینترنت و یافتن بازارهای سودآور نیاز دارید. شما باید از طریق موتورهای جستجو مثل گوگل، بازارهای هدفی را پیدا کنید که متقاضی محصول یا خدمت خاصی هستند و شما می توانید آن محصول را به متقاضیان، ارائه کنید. همچنین می توانید وضعیت رقبای خود را بررسی کنید تا همیشه در تصمیم گیریهای کاری خود، با اطلاعات کافی از وضعیت بازار و وضعیت رقبای خود، عمل نمایید.

شاید تا این لحظه فکر می کردید که باید هزینه زیادی برای خرید نرم افزار خاصی صرف کنید تا بتوانید به این ابزار دسترسی پیدا کنید. ولی من این مزده را به شما می دهم که این ابزار، به طور رایگان، در اختیار همه است. تصور نکنید که گوگل فقط یک موتور جستجو است. این وب سایت دارای ابزارهای بسیار کارآمد دیگری هم هست که در بخش های آینده، با آنها آشنا خواهید شد.

ابزار شماره دو: یک چراغ قوه قوی و با شارژ کافی تا بتوانید محصولاتی را که برای بازار هدف خود آماده کرده اید، نورانی کنید و در معرض دید قرار دهید.



پس از کندوکاو در بازار و یافتن بهترین و سودآورترین بازار هدف، باید محصولات مناسب این بازار را تولید کنید. یکی از رمز و رازهای بسیار مهم در مورد انتخاب محصول که با دانستن آن، در وقت و انرژی و سرمایه شما صرفه جویی بسیار زیادی خواهد شد این است که محصولات الکترونیکی، بهترین انتخاب هستند.

محصولات الکترونیکی مثل کتاب‌های الکترونیکی^۱، گزارش‌ها، مصاحبه‌ها، نرم‌افزارها، فایل‌های صوتی، ویدئو و غیره، به چند دلیل، بهترین انتخاب هستند:

- ۱- به آسانی تولید می‌شوند.
- ۲- به آسانی توزیع می‌شوند (از طریق بارگذاری^۲).
- ۳- نیاز به انبار ندارند.
- ۴- به تعداد نامحدود قابل فروش هستند.

ابزار شماره سه: یک مجموعه کامل جعبه ابزار جهت طراحی، بسته بندی و نمایش محصولات بازار هدف شما.



هرچند که محصولات شما الکترونیکی و قابل بارگذاری هستند ولی نیاز به بسته بندی زیبا و طراحی جذاب دارند تا خریداران تمایل به خرید آنها را پیدا کنند.

انتخاب نام محصول بسیار مهم است. توجه داشته باشید که شما یک شرکت بزرگ با نام تجاری شناخته شده نیستید و نام محصول شما تنها و اولین شانس شما در مواجهه با مشتریان است.

در بازاری که رقبای زیادی امکان تولید همان محصول را دارند، با چه نوع متن و جمله بندی، نامه‌های فروش^۱ خود را آماده می‌کنید؟

پس از طراحی محصولات، آنها را کجا نمایش خواهید داد؟ آیا وب سایت نیاز دارید؟ نام دامنه وب سایت را چگونه انتخاب خواهید کرد؟ طراحی وب سایت شما چگونه خواهد بود؟ صفحات وب سایت شما چگونه به هم مرتبط خواهند شد؟ متن صفحات وب سایت چه خواهد بود؟

این ها همه سوال های مهمی هستند که باید در این جعبه ابزار شما، راه حل آنها وجود داشته باشد.

ابزار شماره چهار: یک کلاه ایمنی و جلیقه امنیتی ترافیکی تا بتوانید ترافیک وب سایت خود را بازمینی، کنترل و مدیریت کنید.



همیشه به خاطر داشته باشید که ترافیک، یعنی تعداد بازدید از وب سایت شما معادل است با فروش و سود بیشتر و فرمول ساده زیر را همیشه در ذهن داشته باشید:

ترافیک وب سایت X نسبت تبدیل^۱ = فروش بیشتر

ولی در فرمول بالا، علاوه بر ترافیک، عامل دیگری نیز ظاهر شده است! این عامل عبارت است از میزان یا تعداد و یا درصد تبدیل بازدید کننده به خریدار. این پارامتر بسیار مهم و یکی از عوامل پیروزی یک تجارت اینترنتی است. این عامل به ما می‌گوید که هرچند تعداد بازدید کننده به وب سایت مهم است ولی نسبت تبدیل بازدید کننده به خریدار است که میزان سود را مشخص خواهد کرد.

هرچه بازدید کنندگان هدفمند^۲ بیشتری به وب سایت شما مراجعه کنند، میزان این عدد بیشتر و در نتیجه سود شما بیشتر خواهد شد. توجه کنید که جلب بازدید کننده به یک وب سایت یکی از مهم ترین و شاید سخت ترین مراحل یک تجارت اینترنتی باشد و بیشترین بودجه شما صرف این قسمت از کار خواهد شد.

بنا بر این، باید در انتخاب روش ها و مسیرهای افزایش ترافیک وب سایت خود، با دقت و هوشمندانه عمل کنید.

بازدید کنندگان گذرا جز اینکه پهنای باند وب سایت شما را مصرف کنند، خاصیت زیادی برای تجارت اینترنتی شما نخواهند داشت و پرداخت هرگونه پولی برای تبلیغات و جلب بازدید کنندگان گذرا، به ضرر تجارت شما خواهد بود.

یکی از بهترین محل‌های تبلیغ یک وب سایت برای جلب بازدیدکننده کاملاً هدفمند که با ورود به وب‌سایت شما، ضریب تبدیل بالایی ایجاد خواهد کرد، تبلیغ در موتورهای جستجو و روش های تبلیغی پرداخت بابت کلیک است^۱ و در این میان، موتور جستجوی گوگل، بهترین سرویس را ارائه می‌کند.

فعالیت در شبکه های اجتماعی، ثبت نام در دایرکتوری‌ها^۲، ثبت وب سایت به موتورهای جستجو، وبلاگ نویسی، مقاله نویسی و تبلیغات ویدئویی از سایر روش های جلب بازدید کننده هدفمند به وب سایت شما هستند.

1- Pay Per Click (PPC)

2- Web Directory

ابزار شماره پنج: یک دستگاه مکنده قوی و یک وسیله کنده کاری که بتوانید از میان انواع و اقسام موارد تخفیف و هوس انگیز، بهترین را کشف کنید و با دستگاه مکنده، بازدید کنندگان گذرای وب سایت خود را به دام بیاندازید!



همان طور که قبلا هم مطرح شد، تبدیل بازدید کننده به مشتری که با پارامتر ضریب تبدیل محاسبه می‌شود، کاری بسیار مهم و سخت است. شما هرچه تلاش کنید، همه بازدید کنندگان وب سایت شما از شما خرید نخواهند کرد. امروزه ضریب ۲ درصد به عنوان یک عدد خوب مطرح است یعنی از هر ۱۰۰ بازدید کننده فقط ۲ نفر از شما خرید خواهند کرد.

حال سوالی که مطرح است این است که چه کنیم تا آن ۹۸ درصد باقیمانده که از وبسایت ما خارج خواهند شد، بعدا قابل تبدیل به مشتری باشند؟

درواقع، هدف این است که بتوانیم تا حد ممکن به این بازدید کنندگانی که فعلا تصمیم به خرید ندارند، موارد جالبی ارائه کنیم و آنها را قانع کنیم که حداقل آدرس پست الکترونیک خود را به ما بدهند تا بتوانیم بعدا آنها را پیدا کنیم و پیشنهادات جدید برایشان ارسال کنیم.

بنابراین، شما در وب سایت خود باید همیشه مواردی مثل تخفیف، نمونه محصولات رایگان، آموزش های رایگان و موارد مشابهی قرار دهید و به بازدید کنندگان پیشنهاد دهید تا در ازای ثبت نام در خبرنامه وب سایت شما، از این موارد جذاب بهره ببرند.

توجه داشته باشید که یکی از مهم ترین کارهای شما، جمع آوری آدرس های پست الکترونیک بازدید کنندگان وب سایت شما است. این بانک اطلاعاتی از آدرس های پست الکترونیک، سرمایه تجارت اینترنتی شما است.

همچنین به عنوان یک اعلام خطر به شما یادآوری می کنم که هدف از جمع آوری این آدرس های پست الکترونیک، ارسال خبرنامه ها، اعلامیه ها، تخفیف ها و موارد مشابه است. این بانک اطلاعاتی تحت هیچ شرایطی نباید مورد استفاده غیر از این داشته باشد. ارسال نامه های ناخواسته^۱ به مخاطبین، ۱۰۰ درصد ممنوع است. اگر می خواهید تمام تلاش خود را یک شبه بر باد دهید، برای مخاطبین خود نامه ناخواسته ارسال کنید!

فرمول موفقیت یک تجارت اینترنتی:

پیشنهاد های رایگان + عضو های بیشتر در خبرنامه = موفقیت

ابزار شماره شش: تیم فروش قوی که بتواند به شما در فروش بیشتر محصولات، کمک کند. این تیم توسط سیستم‌های مدیریت همکاری در فروش^۱، هماهنگ خواهد شد.



این سیستم به شما کمک می‌کند تا مسئولیت فروش بیشتر محصولات خود را به دیگران بسپارید. این افراد تمام تلاش خود را خواهند کرد تا با قیمت بهتر، تعداد بیشتری از محصولات شما را بفروشند. ولی این افراد چه کسانی هستند و چرا باید اینقدر تلاش کنند؟

تیم‌های فروش مجازی که شما حتی یک نفر از آنها را نخواهید دید، از طریق وبسایت‌های مخصوصی که برای همین موضوع طراحی شده‌اند، محصولات شما را پیدا کرده و به عنوان همکار در فروش، برای فروش محصولات شما صف خواهند کشید. یک نمونه معروف از این وب سایت‌ها، www.clickbank.com می‌باشد که یادگیری کار با این وب سایت باید جزو یکی از اولویتهای اصلی شما باشد.

ولی چرا این افراد باید برای فروش محصولات شما تلاش کنند؟ چون بابت هر فروش، حق فروش^۲ خوبی از شما دریافت خواهند کرد. مثلاً بین ۳۰ تا ۵۰ درصد از قیمت هر محصول به این افراد اختصاص خواهد یافت. این افراد از همه روش‌های ممکن استفاده خواهند کرد تا محصولات شما را بیشتر بفروشند.

1- Affiliate

2- Sales Commission

شاید فکر کنید که اختصاص ۳۰ تا ۵۰ درصد از قیمت یک محصول به این فروشندگان، زیاد باشد ولی توجه کنید که این فروشندگان بدون اینکه هیچگونه تداخلی با تجارت شما داشته باشند و یا منابعی از شما را استفاده کنند، برای شما کار می‌کنند و فروش حتی یک عدد محصول توسط این فروشندگان، سود خالص برای شما خواهد بود. هرچه تعداد این فروشندگان بیشتر باشد، فروش شما بیشتر خواهد شد.

ولی فکر نکنید دستیابی و راضی کردن این فروشندگان کار راحتی است. این افراد در صورتی برای فروش محصولات شما تلاش خواهند کرد که این محصولات دارای کیفیت، طراحی حرفه‌ای، بسته بندی مناسب، قیمت قابل قبول و بازار مناسبی باشند. پس موفقیت شما در جلب این فروشندگان، به کیفیت کار شما در مراحل قبل بستگی دارد.

ابزار شماره هفت: تجارت اینترنتی خود را به یک تفریح شادی بخش برای خود تبدیل کنید.



رونمایی از محصولات (Product Launch) خود را مانند یک واقعه فرح بخش برگزار کنید. دوستان و آشنایان را وارد صحنه کنید و با لذت و خوشحالی، محصولات جدید خود را به همه نشان دهید.

سعی کنید محصول خود را طوری معرفی کنید که همه را به هیجان آورد. از مدت ها قبل به همه بگویید که محصول جدید در راه است تا همه منتظر آن باشند. آن وقت، در زمان معرفی محصول، خیلی ها فوراً به وبسایت و صفحه فروش محصول خواهند رفت تا ببینند این چیزی که مدتی منتظر آن بوده اند، واقعا چیست و خیلی ها همان روز اول محصول شما را خواهند خرید.

یک ویدئو بسازید و در مورد محصول جدید خود توضیح دهید. بگویید که محتوای این محصول چیست و چگونه می توان آن را خریداری کرد.

می توانید یک سمینار آنلاین اجرا کنید و محصول جدید خود را معرفی کنید. در این سمینار از یک فرد صاحب نظر بخواهید تا در مورد محصول شما صحبت کند.

برای خریدارانی که تا ۴۸ ساعت آینده سفارش دهند، تخفیف ویژه در نظر بگیرید.

خلاصه جار و جنجال راه بیاندازید. به هر حال، شما کار بزرگی انجام داده اید. از ابزارها و روش‌های مختلفی استفاده کرده‌اید، وقت و سرمایه صرف کرده‌اید و یک محصول مناسب تولید کرده‌اید. حال باید به نحو احسن این محصول را معرفی کنید.

خوب، تا این جای کتاب، مطالب پایه و مهمی را آموختیم و با ابزارها و روش‌های اولیه که برای شروع هر تجارت اینترنتی موفق لازم است آشنا شدیم. هرچند که این مطالب به طور کوتاه مطرح شدند ولی اصول مهم و پایه‌ای کار در همین چند روش و ابزار نهفته است. این شما هستید که باید بر اساس توانایی‌ها، علایق و مطالعات خود، این ابزار و روش‌ها را برای خود تنظیم و بومی‌سازی کرده و در جهت موفقیت تجارت اینترنتی خود، به کار بگیرید.

با این توضیحات، وارد فصل دوم کتاب که در واقع فصل اصلی این کتاب است می‌شویم. با دانستن مطالب فصل اول، با دیدگاه مشخصی وارد فصل دوم می‌شویم.

فصل دوم، به طور کاملاً عملی، به مهم‌ترین موضوع برای شروع و پیشرفت یک تجارت اینترنتی موفق می‌پردازد.

ما با هم، ورود به دنیای جدید و پرهیجانی را شروع می‌کنیم. در هر صفحه از فصل دوم، با مطالب جالبی روبرو می‌شویم که ما را گام به گام به سمت یک دیدگاه علمی و کاربردی که تمامی بازاریاب‌ها و تاجرهای موفق در اینترنت، بر این اساس به موفقیت‌های چشم‌گیری رسیده‌اند، پیش خواهد برد.

فصل دوم

بخش اول

بازار خاص چیست؟

(Niche Market)

بخش اول

شاید فکر کنید که دیگر شناسی برای پول درآوردن از تجارت اینترنتی ندارید. آیا فکر می‌کنید کسانی که مقادیر زیادی سود از اینترنت بدست می‌آورند، محصولات عجیب و غریبی را می‌فروشند یا افراد بسیار خوش شناسی هستند؟ یا فکر می‌کنید آنها روش‌هایی را بلد هستند که به عقل هیچ کس دیگری نمی‌رسد؟

خوب با این فرض که شما از موضوع بازاریابی و درآمد الکترونیکی دور بوده‌اید، به شما اطمینان می‌دهم که در زندگی شما يك انقلاب جدید به سرعت در حال شکل گیری است که می‌تواند آینده مالی شما را برای همیشه عوض کند. این موضوع، يك مد روز که برای چند سالی می‌آید و می‌رود نیست. همچنین موضوعی نیست که شما برای موفقیت در آن مجبور باشید سال‌ها مطالعه و تحقیق کنید.

قوانین این بازی براساس مفاهیم معمولی تجارت است که طی سال‌ها توسط بازاریاب‌های موفق جهان ثابت و آموزش داده شده است. آنچه که درحال تعریف آن هستیم همان بازاریابی خاص است.^۱

با اتمام این کتاب، شما دانش و ابزار مورد نیاز برای یافتن بازارهای خاص، تحلیل آنها، تولید محصول برای آنها، کسب سود از آنها و سپس افزایش موفقیت در سایر بازارهای خاص را خواهید داشت.

بازار خاص واقعاً چیست؟

خیلی خلاصه، بازار خاص عبارت است از افراد و بنگاه‌های اقتصادی (شرکت‌ها و سازمان‌های تجاری) که نیازها و علایق مشترك و یکسانی به محصولات و خدمات مشابهی دارند.

برای درک بهتر موضوع تصور کنید که شما در حال ماهی‌گیری هستید. بازار خاص مانند ماهی‌گیری در یک برکه کوچک پر از ماهی‌های واقعا گرسنه است و شما طعمه مورد نظر آنها را دارید. بر عکس آن، بازار انبوه^۱ مانند ماهی‌گیری در یک برکه بزرگ با تعداد ماهی‌های زیاد ولی پراکنده در برکه است که حسابی سیر هستند و امکان انتخاب غذا را دارند.

چرا باید به بازاریابی خاص توجه کنیم؟

شما باید به بازاریابی خاص روی آورید مگر اینکه صاحب یک کمپانی عظیم با یک جیب بزرگ و پر از پول باشید. اگر شما صاحب چنین شرکت بزرگی هستید، لطفاً به فکر همان بازارهای انبوه باشید و جا را برای دیگران در بازارهای خاص باز بگذارید!

اکثر کمپانی‌های بزرگ، بازارهای خاص را نادیده می‌گیرند چون تمایلی به فروش بیشتر به اندازه مثلا سه میلیون تومان در ماه را ندارند. در حالی که اکثر شرکت‌های کوچک و صاحبان ایده، این میزان درآمد برایشان بسیار جذاب است.

شرکت‌های بزرگ به فکر درآمد افزون بر چندین میلیون در ماه هستند. این موضوع برای تجارت‌های کوچک مطلوب است چون قرار نیست با بودجه تبلیغاتی این کمپانی‌های بزرگ رقابت کنند. از طرفی، یافتن مشتری‌های بالقوه در بازارهای خاص راحت‌تر و با هزینه‌های تبلیغاتی کمتری قابل انجام است. در این مورد در بخش دیگری از کتاب اشاره خواهیم کرد ولی به طور خلاصه، مردمی که دارای احساسات مشترک و یکسانند، معمولا همان چیزهایی که بقیه می‌خوانند را می‌خوانند و همان چیزهایی را که بقیه لازم دارند را لازم دارند.

برای روشن شدن موضوع چند مثال در مورد بازارهای خاص اعم از کوچک و بزرگ را در اینجا می آوریم:

- ۱- علاقمندان به کمپینگ‌های زمستانی
- ۲- دارندگان مدرک آموزش موتورسواری
- ۳- علاقمندان به بازی اسکواش
- ۴- صاحبان تجارت شست و شوی فرش
- ۵- پرورش دهندگان شترمرغ
- ۶- تعمیر کنندگان کتاب‌های کهنه
- ۷- تولید کنندگان عرقیجات گیاهی
- ۸- مادرانی که به تازگی صاحب فرزند شده اند
- ۹- مادرانی که از طریق اینترنت کسب درآمد می کنند
- ۱۰- علاقمندان به جمع آوری تمبر پستی

قبل از ادامه بحث، چهار چیز خیلی مهم است که قبل از انتخاب بازار خاص، باید بدانید:

۱- آیا بازار به سادگی قابل تعریف و دسترسی است؟ برای یافتن پاسخ به این سوال، موضوعات زیر را مد نظر قرار دهید:

- آنها کجا پاتوق دارند؟
- چه مطالب و انتشاراتی را می خوانند؟
- آیا کلوپ یا برنامه گردهمایی دارند؟
- آیا آنها بدنبال اطلاعات در اینترنت هستند؟

توجه داشته باشید که ما از بازاری صحبت می‌کنیم که مردم عادی در این بازار، به دنبال محصولاتی هستند که مشکلات آنها را برطرف کند.

۲- آیا بازار به اندازه کافی کوچک است که رقبای زیادی وجود نداشته باشند و به اندازه کافی بزرگ است که شما از آن سود ببرید؟

شما نیاز به یک برکه کوچک دارید ولی باید به اندازه کافی ماهی در آن باشد که ارزش ماهیگیری و تلاش را داشته باشد. در فصل سوم به شما خواهیم آموخت که چگونه متوجه شوید که آیا برای قلاب شما ماهی وجود دارد یا خیر.

۳- آیا بازار، پول کافی برای خرج کردن دارد؟

آیا آنها واقعاً چیزی می‌خرند؟ بهترین علامت، وجود سایت‌هایی است که برای بازار شما محصول می‌فروشند. در فصل چهارم شما را با سود آورترین محصولات برای فروش در بازار خاص آشنا خواهیم کرد. البته نه محصولات فیزیکی! اما اگر محصولات فیزیکی فروخته می‌شوند، این علامت خوبی است و این تجارت‌ها پتانسیل خوبی برای همکاری و ارتباط مالی با شما دارند.

۴- آیا این گروه از بازار خاص، به اندازه کافی برای موضوع مورد نظر، علاقمند و تشنه است؟

آیا برای آنها، موضوع بازار خاص، مثل خورد و خوراک، علایق و سرگرمی‌هایشان، مهم و جذاب است؟

شما به دنبال مشتریانی هستید که به اندازه کافی تمایل و علاقه داشته و برای رقابت و فعالیت در حوزه مورد علاقه خود، مجبور باشند تا تمام اطلاعات مربوط به موضوع مورد علاقه خود را بدست آورند. مثلاً بازی‌کنندگان گلف را در نظر بگیرید. آنها باید جدیدترین لوازم، ابزار، مجلات و اطلاعات جدید را در اختیار داشته باشند زیرا ممکن است تنها یک فوت کوزه‌گری، سرنوشت بازی آنها را عوض کند و آنها را بر رقیب پیروز کند. بنابراین، برای این بازار، خرید محصولات و اطلاعات، بسیار حیاتی و جدی است.

بخش دوم

رموز یافتن بازارهای خاص سودآور

حتی اگر شما هیچ ایده تجاری نداشته باشید.

بخش دوم

حال باید بازارهای خاصی را که مد نظر موضوع کاری ما هستند بیابیم. اکثر کتاب‌ها و دوره‌های آموزشی در زمینه بازارهای خاص، فرض را بر این می‌گذارند که شما در این مورد ایده‌ای خاص دارید و سعی می‌کنند تا شما را در پردازش آن ایده کمک کنند. این روش مطلقاً ایرادی ندارد ولی من می‌خواهم فرض کنم که شما هیچ پیش‌زمینه‌ای در این مورد ندارید.

در این فصل کتاب، قصد دارم به شما ایده‌های نابی را آموزش دهم تا بتوانید بازارهای خاص سودآوری را کشف کنید که تعداد زیادی مشتری تشنه اطلاعات و محصولات شما، آماده خرید باشند. شما نیازی ندارید که از قبل، ایده تجاری خاصی داشته باشید تا بتوانید این بازارهای خاص را کشف کنید.

بدین منظور چند روش سنتی^۱ وجود دارد.

۱- کتاب فروشی یا کتابخانه محله خود را بررسی کنید و موضوعات کتاب‌هایی مثل «چگونه...» یا «برای مبتدی‌ان» یا «کمک به تازه کارها» را یادداشت کنید.

۲- کتاب‌های پرفروش سال را از میان آنها انتخاب کنید، مثل کتاب‌های کاریابی، آموزش نگارش نامه‌های بازرگانی و فروش، آموزش تدوین طرح تجاری، آموزش فوتوشاپ و غیره. برای هر کدام، بازارهای خاص متصوره را یادداشت کنید. برای مثال ممکن است شما بتوانید یک کتاب با عنوان "آموزش تهیه طرح تجاری" برای رستوران‌ها و یا حسابدارها پیدا کنید. این یعنی یک محصول برای یک بازار خاص.

۳- در بخش مجلات، چرخی در میان مجلات مربوط به سرگرمی و تفریح بزنید. ببینید مردم به دنبال یادگیری چه نوع سرگرمی‌هایی هستند، سعی کنید بر روی آنها تمرکز کنید.

به خاطر داشته باشید که شما به دنبال بازارهای خاصی هستید که مشتری‌های آن:

۱- به راحتی قابل دسترسی باشند. اگر آنها يك مجله تخصصی داشته باشند، حتما می‌توانید به آنها دست یابید.

۲- خیلی بزرگ و مملو از رقبا نباشند. اگر به دنبال صاحبان قایق‌های تفریحی باشید، وارد بازاری با رقبایی با جیب بزرگ شده‌اید. سعی کنید حتی‌الامکان بازار را کوچک انتخاب کنید.

۳- پول خرج کنند. می‌توانید تبلیغات این مجلات را بررسی کنید و متوجه شوید که خریداران در بازار مورد نظر شما تقریباً چقدر پول خرج می‌کنند.

۴- نسبت به سرگرمی یا موضوع موردعلاقه خود، جدی باشند. اگر کسی در بازار مورد نظر شما، مجله‌ای راه انداخته، پس حتماً جدی بوده است.

برای مثال لیست چند بازار خاص که با گشت و گذار در چند مجله می‌توان یافت آورده شده است:

۱- صاحبان قایق‌های چوبی آنتیک و قدیمی

۲- بازی کنندگان فوتبال در روزهای تعطیل

۳- کلکسیونرهای تمبرهای ورزشی

۴- علاقمندان به مسابقات اتومبیل‌رانی خانوادگی

۵- تعمیر کاران لوازم موسیقی سنتی

همان طور که می‌بینید، ما به دنبال بازارهای کوچکی هستیم که تعداد رقبا در آنها کم باشد و خریداران این بازارها، به اندازه کافی ثروتمند و علاقمند باشند.

ولی آیا شما دنبال راه ساده‌تری هستید یا نه؟

در واقع پایه و اساس آنچه ما به دنبال آن هستیم بازاری است که سعی در رفع يك مشکل دارد و مشتریانی است که سعی در خرید محصول و خدمات خاصی دارند. ما نیازی به ایجاد یا تعریف يك بازار جدید نداریم، درحالی که به راحتی می توانیم بازاری را که آماده خرید است بیابیم و از آن استفاده کنیم. روش فوق که با امکانات سنتی اجرا می شود، ممکن است وقت گیر و کم دقت باشد. در اینجا روشی را برای پیدا کردن بازارهای خاص بررسی می کنیم که به کمک اینترنت و موتورهای جستجوی اینترنتی، انجام می شود و با سرعت و دقت بیشتری، ما را به هدف، که یافتن بازارهای خاص سودآور است، می رساند.

قدم اول- به سیستم پیشنهادی Google در آدرس زیر بروید.

<https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>

توجه: جهت دسترسی به آدرس فوق باید دارای یک شناسه (نام کاربری) در گوگل باشید. منظور این است که شما باید در موتور جستجوی گوگل، یک شناسه^۱ برای خود بسازید. برای این کار، به آدرس زیر بروید و شناسه خود را در گوگل تعریف کنید:

<https://www.google.com/accounts/NewAccount>

پس از ساخت شناسه خود در گوگل، در ابزار پیشنهادی گوگل در آدرس زیر:

<https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>

وارد شوید. مراحل زیر را در صفحه فوق و در جعبه مخصوصی که بالای آن متن زیر نوشته شده است پیش ببرید:

Find keywords:

مانند تصویر زیر:

Find keywords

Based on one or both of the following:

Word or phrase(one per line)	Website
tutorial	

Advanced options
 Locations: United Arab Emirates
 Languages: English

قدم دوم- کلمه "tutorial" را تایپ کنید و روی "Search" کلیک کنید. یک لیست توسط گوگل در اختیار شما قرار خواهد گرفت که در تصویر صفحه بعد دیده می‌شود. ستون مربوط به "Global Monthly Searches" و نتیجه این جستجو را در یک فایل صفحه گسترده "Excel" کپی کنید.

قدم سوم- کلمه "guide" را جستجو کنید و نتیجه را در "Excel" کپی کنید.

قدم چهارم- کلمه "how to" را جستجو کنید و نتیجه را در "Excel" کپی کنید.

هر بار، لیست بلندی از انواع جستجوهای انجام شده برای "tutorial"، "guide" و "how to" را خواهید داشت.

توجه: از فایل "Excel" ذخیره شده در مراحل فوق، تنها ستون مربوط به تعداد جستجو در ماه را لازم دارید. در تصویر زیر، روش ذخیره لیست و همچنین ستون اطلاعات مورد نظر مشخص شده است:

Keyword ideas About this data ?

+ Add keywords **Download** Estimate search traffic Sorted by Relevance Views

Keyword	Global Monthly Searches	Competition
photoshop tutorial	823,000	
flash tutorial	450,000	
web design tutorial	27,100	
dreamweaver tutorial	135,000	
excel tutorial	246,000	
dreamweaver video tutorial	135,000	
microsoft excel tutorial	246,000	
computer networking tutorial	3,600	
basic computer tutorial	2,900	
ms excel tutorial	246,000	
networking tutorial	18,100	
ms access tutorial	60,500	
vb.net tutorial	4,090,000	

یک نفس عمیق بکشید...

لیست ایجاد شده را بررسی کنید و سعی کنید از میان آن، محصولاتی نظیر این‌ها را تعریف کنید.

Job Interview Guide ✕

Resume writing Guide ✕

How to train dogs ✕

How to fly a kite ✕

How to grow mushroom ✕

Photoshop or flash tutorial ✕

اگر لیست را با دقت بررسی کنید، موارد بسیار بیشتری خواهید یافت. کلمات بی‌معنی و بی‌اهمیت را از لیست حذف کنید و لیست را برای بخش سوم این کتاب که میزان سودآوری را بررسی خواهیم کرد نگهدارید.

همانگونه که قول داده بودم، فقط دو کلمه ("tutorial" ، "guide") و يك عبارت "How to" را به شما آموختم که می‌توانند بازارهای خاص عالی را به شما نشان‌دهند. بگذارید يك قدم جلوتر برویم. چند کلمه و عبارت دیگر هم هست که می‌توانید استفاده کنید.

خرید (Buy, Purchase) این دو کلمه به شما کمک می‌کنند که تشخیص دهید مردم به دنبال خرید چه چیزی هستند.

آموزش (Learn)

یادگیری (Training)

نیاز (Want, Need)

قدم به قدم (Step by Step)

یا کلماتی مثل

مشکل (Problem)

راهکار (Solution)

مردم مشکلات یا راهکارهای مورد نیاز خود را به شما می‌گویند و شما برای بازار خاص آنها، محصول ارائه می‌کنید. آیا شما راهی ساده‌تر از این برای تعریف بازار خاص سراغ داشتید؟

شما می‌توانید مثل من لیستی از صدها کلمه نظیر اینها را تنظیم کنید و هر هفته به آنها اضافه کنید و هر وقت نیاز به ایده جدید تجاری دارید، از این لیست کمک بگیرید. اگر کمی وقت صرف کنید، این لیست را خیلی ساده‌تر از آنچه که فکرش را بکنید می‌توانید بسازید. در فصل بعد به شما یاد خواهیم داد که چگونه میزان سودآوری بازار خاص مورد نظر خود را بررسی کنید، از ائتلاف وقت و سرمایه جلوگیری کرده و شانس سودآور بودن تجارت خود را افزایش دهید. بعد از فصل سوم، قادر خواهید بود تا با تمرکز روی این بازار داغ و تشنه، میزان سود خود را به طور چشمگیری افزایش دهید.

بخش سوم

افزایش درصد موفقیت تجارت اینترنتی شما

چگونه امکان موفقیت تجارت اینترنتی خود را به طور

خارق العاده ای افزایش دهیم.

بخش سوم

حال شما تعداد زیادی ایده تجاری دارید که باید پتانسیل سود از تحقق و اجرای این ایده‌ها را محاسبه کنیم. برای این منظور شما باید موارد زیر را تحلیل کنید.

- ۱- بازار هدف مورد نظر شما چه اندازه است؟
- ۲- میزان رقابت در این بازار هدف چه میزان است؟
- ۳- آیا مردم برای تبلیغات در این بازار، پول خرج می‌کنند و چه میزان؟

برای محاسبه موارد فوق از گام‌های زیر استفاده کنید:

گام اول- به ابزار پیشنهاد کلمه سایت Google در آدرس زیر مراجعه کنید.

<https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>

این صفحه شبیه به شکل زیر است:

Find keywords

Based on one or both of the following:

Word or phrase (one per line) tutorial	Website
--	----------------

Advanced options
 Locations: United Arab Emirates
 Languages: English

در این ابزار، قادر به بررسی تعداد جستجوهای يك عبارت خاص در هر ماه در سایت Google خواهید بود.

این ابزار همچنین لیستی از کلمات مرتبط با کلمه مورد جستجوی شما را نیز ارائه می‌دهد.

گام دوم- از لیست ایده های خود، یک کلمه یا عبارت را انتخاب کنید و در ابزار فوق آن را وارد کنید. مثلاً برای عبارت **“Photoshop tutorial”** نتایج جستجوی زیر ارائه شده است.

The screenshot displays the Google Keyword Planner interface. On the left, there is a sidebar with 'All Categories' and 'Contains' sections. The 'Contains' section is set to 'Alphabetical | Highest count' and includes 'All', 'photoshop tutorial (263)', and 'Miscellaneous terms (631)'. The 'Match Types' section includes 'Broad', '[Exact]', and '"Phrase"', with '"Phrase"' selected. The main area is titled 'Keyword ideas' and shows a table of search results. The table has columns for 'Keyword', 'Global Monthly Searches', and 'Competition'. The results are sorted by 'Relevance'. The top result is 'photoshop tutorials' with 450,000 searches and low competition. Other results include 'adobe photoshop tutorials', 'photoshop tutorials for beginners', 'photoshop tutorial download', 'adobe photoshop tutorials for beginners', 'basic photoshop tutorials', 'photoshop tutorial pdf', 'adobe photoshop tutorial', 'hdr photoshop tutorial', 'free photoshop tutorial', 'photoshop tutorials download', 'photoshop tutorial for beginners', 'photoshop tutorial video', 'avatar photoshop tutorial', and 'text photoshop tutorial'.

Keyword	Global Monthly Searches	Competition
photoshop tutorials	450,000	Low
adobe photoshop tutorials	22,200	Low
photoshop tutorials for beginners	9,900	Low
photoshop tutorial download	1,300	Low
adobe photoshop tutorials for beginners	1,300	Low
basic photoshop tutorials	1,900	Low
photoshop tutorial pdf	1,600	Low
adobe photoshop tutorial	14,800	Low
hdr photoshop tutorial	1,600	Low
free photoshop tutorial	1,900	Low
photoshop tutorials download	1,600	Low
photoshop tutorial for beginners	480	Low
photoshop tutorial video	1,300	Low
avatar photoshop tutorial	1,600	Low
text photoshop tutorial	2,400	Low

این لیست نشان می‌دهد که ۴۵۰۰۰۰ نفر برای عبارت **“Photoshop Tutorial”** در ماه قبل در شبکه Google جستجو کرده‌اند. پیشنهاد می‌شود، تعداد حداقل ۶۰۰۰ جستجو در ماه برای یک موضوع باشد تا ارزش کار کردن داشته باشد. شما ممکن است بر اساس تجربه به اعداد بیشتر یا کمتری برسید و این فرمول مشخصی ندارد.

هر چند این جستجو، تمام ماجرا نیست. شما ممکن است دنبال کلمات مترادف نیز بگردید. ممکن است با پرس و جو از کسانی که در آن صنعت هستند، کلمات مناسب دیگری هم پیدا کنید و از نتیجه جستجوی این کلمات حیرت‌زده شوید.

گام سوم - پس از جستجوی عبارت‌ها، همه آنهایی را که به ایده تجاری شما نزدیک هستند را در یک صفحه گسترده مثل Excel کپی کنید. تمام اعداد را با هم جمع کنید تا تصویری از کل تقاضاها را در مورد ایده تجاری خود بدست آورید. این اطلاعات به شما کمک می‌کند تا تخمینی از میزان تقاضا و اندازه بازار این ایده تجاری بدست آورید.

گام چهارم - به سایت google.com بروید و هر عبارت را جداگانه جستجو کنید تا میزان ارائه خدمت و اطلاعات (میزان عرضه) برای هر عبارت را بدست آورید.

در تصویر صفحه بعد، عدد 2,400,000 مشخص شده است. این عدد، میزان عرضه اطلاعات برای عبارت مورد نظر شما را نشان می‌دهد. برای هر عبارت، عدد میزان عرضه را در همان فایل صفحه گسترده در ردیف سایر اطلاعات آن عبارت، یعنی میزان تقاضای آن، وارد کنید. دقت کنید که در زمان جستجو حتماً از علامت " (Double Quotation) در دو طرف عبارت استفاده کنید تا دقیقاً همان عبارت جستجو شود.

Google

"photoshop tutorial" ←

Search

About 2,400,000 results (0.27 seconds)

Advanced search

Everything

Images

Videos

More

The web

Pages from United Arab Emirates

Any time

Past 2 days

Standard view

Sites with images

More search tools

Free Photoshop Tutorials

Sponsored link

www.lynda.com/Learn/Photoshop

Online training videos, lessons and more. Free 7 day pass.

Adobe Photoshop Tutorials - Tutorialized ☆2010-07-09, Create a Fantastic Environmental Awareness Composition **Photoshop tutorial**. Create a Fantastic Environmental Awareness Composition ...

Photo Effects - Text Effects - Abstracts - Effects

www.tutorialized.com/tutorials/Photoshop/1 - 7 hours ago - Cached - Similar

Photoshop Tutorials and Flash Tutorials - Tutorialized ☆2010-07-10, Create a sleek wordpress theme using Photoshop **Photoshop tutorial**. In this tutorial you will learn how to create a sleek wordpress layout in ...

Photoshop - Flash - 3DS Max - Illustrator

www.tutorialized.com/ - 1 minute ago - Cached - Similar

Photoshop Tutorials ☆In this **Photoshop tutorial**, you'll learn how to create this magical underwater room. This tutorial covers techniques such as blending images, ...

photoshoptutorials.ws/ - Cached - Similar

همان‌طور که می‌بینید جستجوی ما تعداد ۲۴۰۰۰۰۰ سایت رقیب در مورد این ایده تجاری را نشان می‌دهد. این عدد خیلی زیاد است و نشان می‌دهد که این ایده رقابت سنگینی را داراست و برای هدف ما، زیاد جالب نیست. البته، چون شما تعداد عبارت‌های زیادتری را در لیست خود دارید ممکن است آنها هدفمندتر باشند و رقابت در آنها کمتر باشد. به عنوان مثال اگر عبارت‌های ترکیبی "book...." و یا "guide....." را تست کنید به اعداد کمتر از تقاضا در ماه می‌رسید که ممکن است برای شما جذاب‌تر باشند و بتوانید روی این ایده‌ها کار کنید.

صبر کنید... کار هنوز تمام نشده است...

حال ما اطلاعات خوبی از عرضه و تقاضای بازار ایده مورد نظر خود داریم. فرض کنید شما ایده‌ای را یافته‌اید که میزان تقاضای بسیار زیاد و عرضه بسیار کمی دارد. این یک معجزه است! ولی اگر واقعا هیچ کس دیگری برای تبلیغ این ایده تجاری خرج نمی‌کند (میزان عرضه کم)، یا اینکه این ایده ناب است و به عقل کسی نرسیده‌است (که خیلی کم اتفاق می‌افتد) یا اینکه تبلیغات در این بازار، سودآور نیست (مردم خرید نمی‌کنند). برای جلوگیری از افتادن در این دام، یک روش دستی برای پیدا کردن تعداد درخواست واقعی یک عبارت را بررسی می‌کنیم.

گام پنجم- به سایت گوگل در آدرس قبلی بروید و از لیست خود یک کلمه یا عبارت را تایپ کنید.
















<https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>

در لیست نتایج گوگل، دقت کنید که ستونی به نام “Estimated Average CPC” وجود داشته باشد، در غیر اینصورت، مانند شکل زیر، این ستون را به لیست اضافه کنید:

The screenshot shows the 'Keyword ideas' interface in Google Ads. A 'Customize columns' dialog box is open, allowing users to select which columns to display in the results table. The 'Estimated Avg. CPC' option is selected and highlighted with an arrow. The background table shows the following data:

Keyword	Global Monthly Searches	Competition
"adobe photoshop tutorials"	22,200	1,300
"photoshop tutorials for beginners"	9,900	1,300
	1,900	1,600
	14,800	1,600
	450,000	1,900
	1,600	1,600
	480	1,300

بنابراین، نتایج لیست فوق به شکل زیر تغییر خواهد کرد و ستون اطلاعاتی مورد نظر، با لیست اضافه خواهد شد:

Keyword ideas		About this data ?		
+ Add keywords Download Estimate search traffic		Sorted by Relevance		Views
<input type="checkbox"/>	Keyword	Estimated Avg. CPC	Global Monthly Searches	Competition
<input type="checkbox"/>	"adobe photoshop tutorials" 	AED5.54	22,200	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	"photoshop tutorials for beginners" 	AED0.00	9,900	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	"photoshop tutorial download" 	AED0.00	1,300	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	"adobe photoshop tutorials for beginners" 	AED0.19	1,300	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	"basic photoshop tutorials" 	AED0.00	1,900	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	"photoshop tutorial pdf" 	AED0.19	1,600	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	"adobe photoshop tutorial" 	AED14.47	14,800	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	"hdr photoshop tutorial" 	AED0.19	1,600	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	"photoshop tutorials" 	AED9.68	450,000	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	"free photoshop tutorial" 	AED0.00	1,900	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	"photoshop tutorials download" 	AED0.19	1,600	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	"photoshop tutorial for beginners" 	AED0.19	480	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	"photoshop tutorial video" 	AED0.00	1,300	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	"avatar photoshop tutorial" 	AED0.19	1,600	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	"text photoshop tutorial" 	AED0.19	2,400	<input type="text"/>

این ستون، حداکثر قیمتی که هر تبلیغ کننده حاضر به پرداخت برای هر کلیک روی لینک خود است را نشان می‌دهد. مثلاً بالاترین تبلیغ کننده حاضر به پرداخت ۱۴.۴۷ واحد پولی به گوگل برای هر کلیک روی تبلیغاتش است. به عبارت دیگر، یکی از رقبای شما در این بازار، حاضر است به ازای هر کلیک روی تبلیغ محصولاتی که برای مشتریان در این بازار ارائه می‌کند، ۱۴.۴۷ واحد پول پرداخت کند.

توجه: همان‌گونه که در لیست فوق دیده می‌شود، واحد پولی AED که همان درهم امارات متحده عربی است به عنوان ارزش هر کلیک مشخص شده است. بر اساس کشوری که در گوگل به عنوان کشور محل زندگی معرفی شده باشد، این واحد پولی تغییر خواهد کرد. برای سهولت، در ادامه، از واحد دلار استفاده خواهیم کرد.

گام ششم- برای هر یک از کلمات و عبارت‌های لیست خود باید مرحله بالا را انجام دهید. به این ترتیب برای یک کلمه خاص در گوگل، تمام قیمت‌ها را بدست خواهید آورد. ۳ مورد اول هر نتیجه جستجو را در فایل صفحه گسترده خود یادداشت کنید. می‌توانید این مرحله را برای چندین موتور جستجوی پرداخت به ازای کلیک یا PPC (Pay Per Click) انجام دهید. شما روش بالا را برای تمام کلمات موجود در لیست خود انجام دهید و هر قیمت را در ستون جداگانه در فایل صفحه گسترده خود وارد کنید.

نرم‌افزارهای متعددی وجود دارند که قابلیت محاسبه پتانسیل سود بر اساس اطلاعات عرضه و تقاضا را دارند ولی شما برای شروع، به کمک نرم افزار Microsoft Excel می‌توانید این محاسبات را انجام دهید و نیازی به خرید نرم افزار ندارید. البته این روش نیاز به بررسی پارامترهای زیاد دیگری دارد و فقط اعداد و ارقام نمی‌توانند دقیق باشند. مثلاً تمام سایت‌های ارائه دهنده محتوی را در نظر بگیرید که رتبه بالایی در موتورهای جستجو دارند ولی آنها رقیب شما نیستند بلکه می‌توانند همکاران تجاری سود آوری برای شما باشند.

ما ترجیح می‌دهیم پتانسیل سود آوری را بر اساس تقاضای بازار و دلارهای تبلیغاتی که برای آن خرج می‌شود محاسبه کنیم. بنابراین اجازه دهید پتانسیل سود را برای یک ماه محاسبه کنیم.

فرمول ما به دو قسمت شکسته می‌شود: درآمد و هزینه

برای محاسبه درآمد، اولین کار این است که جمع تعداد تقاضای کلماتی که خیلی نزدیک و وابسته به ایده شما، طبق گام‌های دوم و سوم هستند را محاسبه کنید. چون ما این عدد را فقط از گوگل بدست آورده‌ایم، آنرا در $2/5$ ضرب می‌کنیم تا یک تخمین از کل موارد جستجو در ماه (در سایر موتورهای جستجوی عمده) را بدست آوریم. این عدد بر اساس تجربه بدست آمده و ممکن است بر اساس سهم بازار موتورهای پرداخت بابت کلیک، کم یا زیاد شود. حالا اگر شما تصمیم به تبلیغات فقط در گوگل را دارید، نباید این ضرب را انجام دهید و یا اینکه باید ضریب $2/5$ را کاهش دهید.

قسمت دوم فرمول جایی است که ما امکان انعطاف بیشتری داریم. این قسمت، میزان نسبت کلیک مورد نظر شما برای تبلیغاتی است که انجام می‌دهید. با بررسی انواع موتورهای جستجوی پرداخت بر اساس کلیک، نسبت‌های کلیک بسیار پایین مثلا زیر ۱% و بسیار بالا حتی بالای ۶۰% هم قابل تصور است. در این مورد باید بیشتر توضیح بدهم. ببینید، شما محصولی برای فروش دارید که باید آن را با روش‌های مختلفی تبلیغ کنید. مثلا شما یک وبلاگ تولید می‌کنید و در آن محصول خود را معرفی می‌کنید و سپس آن وبلاگ را در سایر وبسایت‌ها و وبلاگ‌ها تبلیغ می‌کنید. منظور از نسبت کلیک عبارت است از درصد کلیک که روی تبلیغ شما در سایر وبسایت‌ها و وبلاگ‌ها می‌شود. مثلا وقتی می‌گوئیم ۶۰% منظور این است که از هر ۱۰۰ بار نمایش، ۶۰ بار روی تبلیغ شما کلیک بشود.

چه چیزی این درصدها را تعیین می‌کند؟ در واقع، میزان کلیک روی تبلیغ شما، به میزان جذابیت آن ارتباط مستقیم دارد. هرچه متن یا ظاهر تبلیغ شما، فریبنده‌تر باشد، افراد بیشتری روی آن کلیک خواهند کرد. از نظر من، بهترین روش تبلیغ محصولات شما برای یک بازار خاص (Niche Market)، استفاده از خدمات Google Adwords است. خوب، ما برای محاسبات خود، نسبت کلیک ۱٪ را در نظر می‌گیریم، یعنی از هر ۱۰۰ بار نمایش یک نفر روی تبلیغ شما کلیک کند. شما با کمی تغییرات در موضوع یا متن تبلیغ خود و بکار بردن کمی زیرکی، می‌توانید نسبت کلیک را به این عدد یا بیشتر، برسانید. با تنظیم این عدد خواهید دید که چه تأثیری مثبتی در سود ماهانه شما ایجاد خواهد شد.

ما همچنین باید "نسبت بازدید کننده به میزان فروش" را محاسبه کنیم. من معمولاً با ۱٪ شروع می‌کنم. یعنی از هر ۱۰۰ بازدید کننده یک نفر از سایت شما خرید خواهد کرد.

در این مورد هم کمی توضیح می‌دهم. ببینید، شما تبلیغاتی در سایر وبسایت‌ها و وبلاگ‌ها انجام داده‌اید و فرض کردیم که از هر ۱۰۰ بار نمایش، ۱٪ یعنی یک نفر روی تبلیغ شما کلیک کند. این افراد با کلیک روی تبلیغ شما، به وبسایت یا وبلاگ شما می‌آیند که در آن محصول خود را برای فروش گذاشته‌اید. همه این افراد از شما خرید نخواهند کرد. فرض کنیم که از این افراد هم از هر ۱۰۰ نفر یک نفر (۱٪) از شما خرید کند. اگر درصد سود یک ایده تجاری از ۱٪ کمتر باشد، تجربه نشان داده است که این ایده به سختی ممکن است از طریق اینترنت، فروش داشته باشد.

و بالاخره باید "درآمد متوسط هر فروش" را بدست آوریم. این عدد همان قیمت هر سفارش یا همان قیمت کالا یا خدمات شماست. با تنظیم این عدد می‌توانید تأثیر آن بر درآمد فروش محصول خود را محاسبه کنید.

برای این محصول خاص فرض بر این است که قیمت ۱۹ دلار باشد و همچنین فرض کنیم این تنها محصول موجود در وب سایت شماست. پس این عدد، همان میزان درآمد شما از هر فروش خواهد بود.

برای محاسبه مخارج، علاوه بر تقاضا و اطلاعات نسبت کلیک تبلیغات ایده تجاری شما، باید میزان متوسط قیمت هر کلیک که باید پرداخت کنید به ازای هر یک از کلمات و عبارت‌های موجود در فایل صفحه گسترده خود را برای ۳ مورد اول محاسبه کنید. سپس مقدار این اعداد برای تمام کلمات را محاسبه کنید تا میزان متوسط قیمت هر کلیک برای ایده تجاری خود را بدست آورید. همچنین باید تخمینی از مخارج غیر تبلیغاتی را نیز محاسبه کنید. این مخارج شامل هزینه‌های تولید، چاپ و مخارج ارتباط اینترنت و غیره است. پس مثلاً برای پنج کلمه، قیمت متوسط تبلیغ برای ۳ رتبه اول به شرح زیر می‌تواند باشد :

\$0.11 و \$0.10 و \$0.08 و \$0.10 و \$0.11

بنابراین متوسط قیمت هر کلیک عدد \$0.10 خواهد بود.

مجدداً توضیح می‌دهم که این عدد عبارت است از متوسط هزینه تبلیغاتی که شما به ازای هر کلیک باید خرج کنید.

خود را برای یک سری محاسبات ساده ریاضی آماده کنید. هیچ وقت یادم نمی‌رود که در زمان تحصیل همیشه به ما می‌گفتند که ریاضیات مادر همه علوم است. حال می‌بینم که برای فناوری‌های جدیدی که حتی در زمان تحصیل ما وجود نداشته‌اند، استفاده از ریاضیات، عامل مهمی است.

یک نمونه محاسبات برای کلمات فرضی به صورت زیر است:

جمع درآمد ماهانه = (تعداد جستجو \times $\frac{2}{5}$) \times نسبت کلیک تبلیغات \times نسبت فروش)
 X درآمد متوسط هر فروش

بنابراین:

$$\text{جمع درآمد ماهانه} = (450000 \times \frac{2}{5} \times 0.1 \times 0.1) \times 19 = \$2137/50$$

هزینه تبلیغات ماهانه = (تعداد جستجو \times $\frac{2}{5}$) \times نسبت کلیک تبلیغات \times متوسط قیمت هر کلیک

بنابراین:

$$\text{هزینه تبلیغات ماهانه} = (450000 \times \frac{2}{5} \times 0.1 \times 0.1) = \$1125/00$$

سایر هزینه‌ها: من معمولاً بخشی از درآمد را برای پوشش سایر مخارج اختصاص می‌دهم. سایر هزینه‌ها می‌تواند شامل مخارج تولید، چاپ، لوازم اداری و غیره باشد. چون محصول ما خط تولید ندارد و در واقع فروش اطلاعات است، مخارج جانبی بسیار اندک خواهد بود. ما ۱۰٪ درآمد را برای این مخارج کنار می‌گذاریم.

سود تخمینی بالقوه ماهانه = کل درآمد - کل هزینه تبلیغات - سایر مخارج

برای مثال مورد بحث ما این عدد $\$798.75 = \$213.75 - \$1125.00 - \2137.50 در ماه خواهد بود.

یعنی شما می‌توانید با فروش این محصول خاص، تا میزان $\$798.75$ سود در ماه بدست آورید.

می‌دانم که این عدد ممکن است چندان هیجان‌انگیز نباشد. به خاطر داشته باشید که در این مثال، ما فقط تعداد کمی از کلمات لیست خود را استفاده کرده‌ایم یعنی بازار بسیار کوچکی را هدف قرار داده‌ایم و همچنین، فقط یک محصول برای فروش داشته‌ایم.

بخش چهارم

رمز و راز تولید سریع و کم هزینه محصولات

بخش چهارم

قبل از شروع، باید مشخص کنم که چه نوع محصولاتی را باید برای اولین تجارت خاص شما پیشنهاد می‌دهم. شاید خود شما حدس زده باشید. این محصول چیزی نیست جز يك کتاب الکترونیکی.

مدتهاست که در بازاریابی اینترنتی، کتاب‌های الکترونیکی وجود داشته‌اند. برخی معتقدند که این کتاب‌ها بیش از حد در این زمینه مورد توجه قرار گرفته‌اند، من نیز موافق این نظرم. اما اغلب مردم در بازار مورد نظر شما، تجربه کمی در مورد کتاب‌های الکترونیکی دارند و هنوز کتاب‌های الکترونیکی دارای مخاطبین خاص خود هستند.

امروزه، با پیشرفت فناوری‌های مدرن، تعداد خوانندگان کتاب‌های الکترونیکی هر روز در حال افزایش است و به زودی شاهد رقابت نزدیک و حتی پیشی گرفتن محبوبیت کتاب‌های الکترونیکی نسبت به کتاب‌های چاپی خواهیم بود. بخش مثبت موضوع این است که کتاب الکترونیکی برای اکثر مخاطبان شما، بسیار جذاب و اصطلاحاً لبه تیز تکنولوژی است. البته نکته منفی این است که باید به آنها دستورالعمل شفاف و دقیق نحوه بازکردن و استفاده از فایل کتاب الکترونیکی را آموزش دهید. تجربه نشان داده است که جنبه مثبت به جنبه منفی موضوع می‌چربد. در واقع، برای خواندن یک کتاب الکترونیکی، نیاز به استفاده از نرم‌افزارهای مخصوص برای بازکردن فایل‌های PDF است. با اطمینان می‌توان گفت که کمتر کاربر رایانه‌ای را می‌توان یافت که آشنائی لازم جهت استفاده از فایل‌های PDF نداشته باشد.

دلایل دیگری که چرا ما کتاب الکترونیکی را به عنوان محصول اولیه در بازار هدف انتخاب کرده‌ایم این است که این محصول به سرعت تولید می‌شود، با هزینه کمی قابل ساخت است، حاشیه سود بالایی دارد و می‌تواند بلافاصله به دست مشتری برسد (از طریق Download)، در زمانی که شما آسوده در خواب هستید!

با این توضیحات به فصل چهارم خوش آمدید.

در این بخش از کتاب قصد داریم تنها و مهم‌ترین راز برای تولید محصولات الکترونیکی (eBook) برای مشتریان بازار هدف شما را افشاء کنم. این راز خیلی ساده است:

آنها را خودتان تولید نکنید!

می‌دانم که ممکن است شنیدن این حرف تعجب‌آور باشد، پس، با ارائه توضیحات بیشتر، شما را از این سردرگمی نجات می‌دهم.

اگر شما یک نویسنده حرفه‌ای هستید یا اینکه به نوشتن عشق می‌ورزید، لطفاً پیشنهاد من را فراموش کنید. ولی اگر شما نویسنده خوبی نیستید یا اینکه وقت این کار را ندارید، پیشنهاد من مبنی بر "عدم تولید محصولات الکترونیکی توسط خودتان"، مخصوص شما ارائه شده است. روش‌های خیلی ساده‌تری برای تولید کتاب‌های الکترونیکی برای بازار هدف شما وجود دارند که شما را از نوشتن کتاب توسط خودتان بی‌نیاز می‌کنند. دو مورد از این روش‌ها را به شما می‌گویم.

۱- از یک نفر که خوب می‌نویسد بخواهید که برای شما این کار را انجام دهد.

۲- محتوای تولید شده، توسط دیگران را به طور قانونمند سرقت کنید!

می‌دانستید که می‌توانید از مردم بخواهید برای نوشتن مطلب در مورد بازار هدف شما، به رقابت بپردازند؟ این موضوع به شما کمک می‌کند تا کتاب الکترونیکی شما با حداقل قیمت ممکن تولید شود. ولی چگونه این کارمندان کم‌مزد که حاضر هستند برای شما بنویسند را بیابیم؟

به سادگی. تعداد زیادی وب‌سایت وجود دارند که به شما امکان می‌دهند تا پروژه تولید محتوای خود را معرفی کنید و این پروژه به تمام نویسندگان آزاد (Freelancer) در آن وب‌سایت‌ها نمایش داده خواهد شد. نویسندگان می‌توانند برای تصاحب پروژه شما به رقابت پرداخته و قیمت بدهند (مناقصه).

معروف‌ترین این وب‌سایت‌ها www.elance.com است. همانطور که خواهید دید، هزاران پروژه آماده اجرا در طبقه بندی‌های مختلف در این وب‌سایت وجود دارد. وب‌سایت دیگری که من بسیار به آن علاقه‌مندم و بیشتر مورد استفاده قرار می‌دهم، وب‌سایت www.oDesk.com است که نسبت به سایت قبلی جوان‌تر است ولی رشد خوبی داشته و استفاده از آن راحت است.

در زمان ارسال تعریف پروژه در این سایت‌ها، نکات زیر را در نظر داشته‌باشید.

۱- حتی الامکان، اطلاعات دقیق و کاملی در مورد پروژه ارائه کنید. هر چه این اطلاعات بیشتر و دقیق‌تر باشند بهتر است. برخی از این افراد، نمونه آزمایشی از نیاز شما را ارائه می‌کنند تا مطمئن شوند که موضوع را درست درک کرده‌اند. برخی اوقات لازم است تا با فرد شرکت‌کننده در این رقابت که قرار است پروژه شما را انجام دهد، قرارداد عدم افشاء ببندید. درواقع، اگر شما ایده نابی دارید، نباید آن را به سادگی در اختیار دیگران قرار دهید. در این وب‌سایت‌ها نمونه قراردادهای عدم افشاء وجود دارد که می‌توانید استفاده کنید.

۲- همیشه از فرد مورد نظر نمونه کار انجام شده بخواهید. هیچ وقت به ادعاهای آنها توجه نکنید. فقط نمونه کار بخواهید. حتی بهتر است در زمان معرفی کار، شرط تعیین کنید که چند صفحه کار باید توسط فرد برنده انجام شود و سپس انتخاب نهایی را انجام دهید.

۳- هیچ گاه قبل از مطالعه کامل و دقیق محصول نهایی، دستمزد را پرداخت نکنید. برخی نویسندگانی مستقل به محض آن که دستنویس خود را برای شما می فرستند، تقاضای پول می کنند. آن را چندین بار بخوانید سپس نسبت به پرداخت پول اقدام کنید.

۴- همیشه به دنبال کم ترین قیمت‌ها نباشید. اگر بتوانید نویسندگانی با قیمت بیشتر اما با پاسخگویی و نتیجه بهتر بیابید، درنگ نکنید. مطمئن باشید ارزشش را دارد.

و اما راه دوم برای تولید سریع محصولات: سرقت قانونی اطلاعات!

آیا می دانید همه کتاب‌های چاپ شده قبل از سال ۱۹۲۳ در آمریکا در دسترس عموم^۱ جهت استفاده مجدد^۲ قرار دارند؟ این مطلب به این معناست که قانون حقوق مولف در مورد این کتاب‌ها صادق نیست. همچنین کتاب‌های چاپ شده بین سال‌های ۱۹۲۳ و ۱۹۶۳، در صورتی که ناشر قبل از بیست و هشتمین سال چاپ، حق مولف را تجدید نکرده باشد، قابل استفاده برای عموم هستند. گزارش دفتر بین المللی حقوق مولف حاکی از این است که ۹۰ درصد این کپی‌رایت‌ها تجدید نشده‌اند. من در صورتی که مطلبی قبل از سال ۱۹۲۳ پیدا نکنم به سراغ مطالب سال‌های ۱۹۲۳ تا ۱۹۶۳ می‌روم.

هشدار: دادگاه وقوانین جدید می‌توانند قوانین حقوق مولف را تغییر دهند و شما همواره باید با يك وكيل در امور حقوق مولف مشورت کنید.

این وب سایت شامل منابعی هست که قوانین به روز شده حقوق مولف را عرضه می‌کند:

<http://www.copylaw.com>

در این مرحله، گام‌های ابتدایی استفاده از منابع عمومی را با هم بررسی می‌کنیم.

به سایت www.alibris.com رفته، روی "Advanced Search" کلیک کنید. به قسمت جستجوی کتاب‌های چاپ شده قبل از سال ۱۹۲۳ بروید. می‌توانید تمام لغت‌هایی را که در ذهن دارید از کلی و خاص، امتحان کنید. همچنین می‌توانید درباره کتاب‌های بین سال‌های ۱۹۲۳ و ۱۹۶۳ جستجو کنید. اگر به کتابی برخوردید، می‌توانید آن را مستقیماً از سایت www.alibris.com خریداری کنید. در صورت مناسب بودن قیمت‌ها، درنگ نکنید. اما تسلیم قیمت‌های نجومی نشوید. می‌توانید نام نویسنده یا کتاب مورد نظر را به خاطر سپرده، در موتورهای جستجوی مورد علاقه خود، آن را بیابید (abebooks.com و amazon.com و ebay.com). همیشه اطمینان حاصل کنید که کتاب‌هایی که قصد خریدشان را دارید، شامل قانون حقوق مولف نیستند یا این قانون در مورد آنها تغییر نکرده است. همیشه امکان یافتن کتاب مورد نظر شما در موتورهای جستجو با قیمت بسیار پائین‌تر وجود دارد.

پس از یافتن و خرید کتاب، باید آن را به شکل Digital اسکن کنید. پس از آن باید از یک نرم افزار (OCR (Optical Character Recognition استفاده کنید تا مطالب اسکن شده را به صورت فایل متنی به شما تحویل دهد.

البته باید فایل تولید شده را ویرایش کنید چون معمولا این نرم افزارها دارای خطا هستند. حالا شما تقریبا محصول الکترونیکی خود را برای فروش دارید. دستی به سر و روی کتاب الکترونیکی خود بکشید تا برای فروش آماده شود.

البته روش فوق در مورد موضوعات جدید و فنی، روش مناسبی نیست چون این موضوعات در سال های ذکر شده در بالا، هنوز بوجود نیامده بودند. امروزه با فراگیر شدن منابع الکترونیکی که بسیار راحت تر از کتاب های کاغذی قابل کپی برداری هستند، مفهومی بنام **Private Label Resell Rights (PLR)** یا **Master Resale Rights** وجود دارد. هر محصول الکترونیکی که دارای این برچسب باشد، قابل فروش مجدد از طرف خریدار آن خواهد بود. بنابراین، می توانید در گوگل به دنبال **“Master Resell Rights”** بگردید و به منابع بی شماری از مطالب قابل چاپ مجدد دسترسی پیدا کنید که هر کدام از آنها می توانند به عنوان محصول تولید شده خود شما، فروخته شوند. همیشه توجه داشته باشید که خریداران امروزی، بسیار باهوش هستند و به راحتی می توانند تشخیص دهند که مطالب شما کپی است. پس حتما از دانش و تجربه خودتان در کتاب الکترونیکی خود استفاده کنید و به آن ارزش افزوده ای ببخشید که ارزش خریدن داشته باشد.

با همه این توضیحات، اگر هنوز هم اعتقاد دارید که باید خود مسئول کارهای خود و تولید کننده باشید، یا اینکه بازار خاصی را یافته اید که بسیار بکر است و شما متخصص در آن زمینه اید، اما درعین حال خود را قادر به نوشتن مطالب نمی بینید، می توانید از دوستی بخواهید مصاحبه ای با شما انجام دهد و این مکالمه را ضبط کنید. خواهید دید که روی کاغذ آوردن این مکالمه بسیار آسان خواهد بود. متن این مصاحبه می تواند محتوای کتاب الکترونیکی شما را فراهم کند.

بخش پنجم

برنامه موفقیت هفت روزه

چگونه به اهداف جاه طلبانه خود در بازاریابی اینترنتی
در هفت روز یا کمتر جامه عمل بپوشانیم.

بخش پنجم

در این بخش، یک برنامه هفت روزه تدوین شده است که قدم به قدم به شما آموزش می‌دهد که در هفت روز متوالی، با یک برنامه‌ریزی منظم، یک فرایند عملی جهت کسب درآمد علمی از اینترنت را، پیش ببرید.

و این هم چند نکته پیش از ورود به دنیای جدید و بکار گرفتن این برنامه:

۱- نگران کامل وبی نقص بودن همه چیز نباشید!

پول‌سازی Online بر مبنای روش آموزش و خطا قرار گرفته است. تعداد معدودی میلیونر اینترنتی وجود دارند که تاکنون شکست نخورده باشند و آنها به شما خواهند گفت که اشتباهاتشان در بازاریابی الکترونیکی بیش از موفقیت‌ها بوده‌است. فقط کافی است نکات اساسی درست باشند، تا بتوانید پول زیادی به دست آورید. اما باید از اشتباهات خود درس بگیرید و یک اشتباه را دوبار تکرار نکنید. آزمایش و تجربه بخش مهمی از شغل‌های Online هستند.

۲- پیش از فروش کامل تولیدات، پول زیادی را صرف تبلیغات شغل خود نکنید. اجازه دهید موفقیت‌های کوچک شما، سرمایه کارتان باشند. فراموش نکنید که چند هفته اول را به آزمایش کردن روش‌ها و کارها بپردازید. شش دانگ حواس خود را جمع کارتان کنید!

۳- با یک دست چند هندوانه بر ندارید.

اگر تصمیم خود را گرفته اید و هدف آینده خود را انتخاب کرده‌اید، کارهای دیگر را فراموش کنید. پیشنهاد می‌کنم فقط فقط و فقط به پیشبرد کار خود فکر کنید.

هدف اصلی شما بدست آوردن مبالغ هنگفت پول در مدت زمان کم است. صرف کردن زمان برای مبالغ کم، شما را موفق نخواهد کرد.

۴ - به طور مداوم در جهت گسترش فکر و ذهن خود سرمایه گذاری کنید.

من از شما نمی خواهم در ابتدای راه ، مبالغ زیادی برای شرکت در يك سمینار گران قیمت هزینه کنید، بلکه موارد مناسبی را جستجو کنید که با مبالغ کمتری بتوان در آن موضوع، جهت یادگیری و به روز ماندن، سرمایه گذاری کرد. من به شخصا فعالیت خود را با خواندن کتابها و مقالات مرتبط با اینترنت و کلاسهای آموزشی اینترنتی آغاز کردم. خواندن این کتابها مربوط به چند سال پیش است ولی پایههای اندیشه من در همان سالها محکم شده است.

۵ - من افراد زیادی را در سمینارها ملاقات کردهام که در زمینه فعالیتهای اینترنتی تازه کار بودهاند. این افراد غالبا بسیار هیجان زدهاند و گاه درباره برخی افراد با تجربه در این زمینه عراق و هوچی گری می کنند! درست است دوستان، ما می توانیم با اینترنت پول پارو کنیم! پول زیاد! اما باور کنید این يك شعبده بازی نیست، بلکه برای ثروتمند شدن از این طریق باید واقعا زحمت بکشید و ثروت، چهره خود را نشان نخواهد داد، مگر این که از روشهای بازاریابی خاص استفاده کنید.

به یاد داشته باشید که پیروزیهای کوچک زمینه را برای پیروزیهای نهایی آماده می کنند. با این مقدمه می توانیم به سراغ روز اول برویم.

هدف روز اول: ثبت نام یک دامنه^۱ و آماده سازی یک میزبان^۲ خوب. برای ثبت نام Domain باید لیست کلمات کلیدی مختلف را با دقت بررسی کنید. عبارتهایی که از نظر شما پتانسیل‌های بهتری جهت برآورده کردن فرمول‌های بخش سوم کتاب را دارند را در بالای لیست قرار دهید. انتخاب کلمات کلیدی مناسب، اهمیت زیادی دارد. با توجه به داده‌های کنونی، می‌توانید نام Domain مناسب را ثبت کنید. از طولانی بودن نام دامنه خود نترسید.

سایت‌های زیادی در اینترنت وجود دارند که می‌توانید نام دامنه مورد نظر را توسط آنها ثبت کنید. در ایران هم شرکت‌های زیادی وجود دارند که جهت جلوگیری از تبلیغ نام آنها، اسم شرکت خاصی را مطرح نمی‌کنم. برای کسب اطلاعات بیشتر به Google.com رفته و Domain Registrar را تایپ کنید. اطمینان حاصل کنید که سایت انتخابی شما تمام معیارهای مناسب را داشته باشد. با در نظر گرفتن کلمات کلیدی بازار هدف خود، نام Domain های مناسب را جستجو کنید. من گاهی نام‌های Domain دارای خط تیره را نیز جستجو می‌کنم زیرا این نام‌ها مورد علاقه موتورهای جست‌وجوی مرسوم هستند. همیشه به خاطر داشته باشید، Google می‌تواند روش کار و استانداردهای خود را در طی زمان، تغییر دهد. بنابراین همیشه باید خود را در این موارد به روز نگاه دارید. ممکن است فردا، Domain هایی با کلمات کلیدی، دیگر برای موتورهای جستجو مهم نباشند. همه چیز در این حوزه به سرعت تغییر می‌کند.

توجه داشته باشید که پایه و اساس تجارت اینترنتی شما بر اساس همین نام دامنه شکل خواهد گرفت پس سعی کنید به خاطر چند دلار ارزان تر، از شرکت‌های غیر معتبر، خریداری نکنید. هیچوقت از طریق افراد ثالث اقدام به ثبت نام دامنه نکنید. چه بسا این افراد از همین فردا شغل خود را عوض کنند، محل زندگی خود را تغییر دهند و یا به هر دلیل نخواهند به شما خدمات بعدی را ارائه کنند. آن وقت در سال آینده و زمان تمدید نام دامنه، با مشکلات بسیار جدی روبرو خواهید شد. پس حتما با شرکت‌های معتبر و با سابقه، حتی به قیمت گران تر، کار کنید.

1- Domain

2- Web Host

حال که نام Domain خود را ثبت کرده‌اید نیاز به میزبان (Web Host) دارید. هزینه میزبان از صفر دلار در هر ماه تا صدها دلار متغیر است. اما ویژگی‌های یک میزبان خوب:

۱- شرکت ارائه دهنده خدمات میزبانی باید معتبر، شناخته شده و دارای سابقه فعالیت زیاد باشد.

۲- قیمت‌های معقول و منطقی داشته باشد. هیچ ارزانی بی علت نیست. فراموش نکنید که شما می‌خواهید یک کار جدی و بلند مدت را شروع کنید. پس در انتخاب یک میزبان خوب، پارامتر قیمت را در انتهای لیست قرار دهید.

۳- امکان دسترسی به FTP که به شما اجازه می‌دهد فایل‌ها را به سادگی از کامپیوتر خود به سرور منتقل کنید.

۴- امکان استفاده از نرم افزار Microsoft Front Page که یک ویرایشگر طراحی بسیار معروف صفحات وب است. من سال‌های متمادی از این برنامه برای طراحی سایت استفاده کرده‌ام و از سرعت عمل در طراحی صفحات وب توسط این نرم افزار، همیشه راضی بوده‌ام.

۵- فضای سرور، منظور حجم اطلاعاتی است که وبسایت شما در سرور اشغال می‌کند. درحالی‌که بیشتر وبسایت‌ها کمتر از چند مگابایت فضا می‌گیرند، من همیشه علاقمندم که دست کم ۵۰ مگابایت فضا داشته باشم. هرچند که امروزه اکثر شرکت‌های ارائه کننده خدمات میزبانی وب سایت، محدودیتی در فضای وب سایت ندارند و معمولاً مشکلی در این مورد پیش نخواهد آمد.

۶- پهنای باند. پهنای باند رابطه مستقیمی با انتقال داده‌ها از سایت شما دارد. به عنوان مثال من در هر ماه ۲۰ گیگا بایت اطلاعات منتقل می‌کنم. اگر شما یک وب سایت معمولی دارید، زیاد نگران پهنای باند نباشید ولی اگر چندین کتاب

الکترونیکی و یا نرم افزار، ویدئو، فایل صوتی و تصاویر حجیم برای فروش دارید، سعی کنید پهنای باند بیشتری برای وب سایت خود اختصاص دهید.

۷- آدرس پست الکترونیک. میزبان شما دست کم باید ۵ آدرس پست الکترونیک POP3 در اختیارتان بگذارد. یکی از مهم ترین کارهایی که هر روز باید انجام دهید، کنترل کردن صندوق پستی و پاسخ به نامه‌ها است. پس حتما سعی کنید که نامه‌ها را در نرم افزارهایی مثل Microsoft Outlook بخوانید و در این صورت، حتما مطمئن شوید که تنظیمات پست الکترونیکی شما طوری است که هیچ نامه‌ای بدون آگاهی شما، وارد پوشه Junk نمی‌شود. مخصوصا در زمانی که مخاطبین شما به زبان فارسی برای شما نامه ارسال می‌کنند، احتمال اینکه نامه‌ها از طرف سرور میزبان و یا Microsoft Outlook به عنوان SPAM شناخته شود زیاد است. در این مورد با دقت و حساسیت بیشتری عمل کنید.

۸- ویندوز یا لینوکس. این مورد مربوط به نوع سیستم عامل سرورها است. یونیکس و لینوکس نرم‌افزارهای رایگان هستند و همه می‌دانید که ویندوز رایگان نیست. بنابراین لینوکس میزبان بیشتر سایت‌هاست.

۹- اطلاعات آماری وب. اطمینان حاصل کنید که برنامه آماری کارآمدی را مورد استفاده قرار می‌دهید. تعداد بازدیدکنندگان، صفحات پر بیننده، صفحات ورودی و خروجی وب‌سایت و غیره. این اطلاعات بسیار حیاتی‌اند و حتما باید مورد توجه شما باشند. اگر فکر می‌کنید که میزبان وب شما دارای برنامه آماری مناسبی نیست، بهترین گزینه، استفاده از سیستم آماری گوگل است که به رایگان ارائه می‌شود و می‌توانید به راحتی در وب سایت خود از آن استفاده کنید. شما می‌توانید در آدرس زیر در این سیستم ثبت نام و از آن استفاده کنید:

[http:// analytics.google.com](http://analytics.google.com)

یکی از کارهای روزانه شما، بررسی نحوه عملکرد وب سایت است که توسط همین سیستم های آماری انجام می شود. شما باید بدانید چند نفر به وب سایت شما مراجعه کرده اند. باید بدانید این افراد چگونه وب سایت شما را پیدا کرده اند، چه کلماتی را در گوگل جستجو کرده اند تا وب سایت شما را یافته اند، وارد کدام صفحه وب سایت شده اند، چند دقیقه در وب سایت شما بوده اند و از کدام صفحه آن خارج شده اند.

تمام این اطلاعات برای این است که شما بتوانید نقاط ضعف و قوت وب سایت خود را تشخیص دهید و در رفع مشکلات احتمالی آن بکوشید.

مثلا اگر این آمار نشان می دهند که اکثر بازدید کنندگان وارد صفحه تماس با ما شده اند ولی شما هیچ گونه تماسی یا فرم تکمیل شده ای دریافت نمی کنید، می توانید نتیجه بگیرید حتما اشکالی در این صفحه است و در برطرف کردن آن اقدام کنید.

اگر اکثر بازدید کنندگان از صفحه "سبد خرید" وب سایت شما خارج شده اند، نتیجه خواهید گرفت که در این صفحه مشکلی هست. شاید این صفحه خیلی پیچیده است و بازدید کنندگان سردرگم می شوند. در طراحی این صفحه بازنگری کنید.

اهداف روز دوم و سوم: طراحی سایت و تنظیم محتوا.

سادگی! باور کنید هیچ نیازی به صدها صفحه وب سایت و یا مطلب در يك e-book نیست. به زمانی فکر کنید که از کتاب فروشی‌ها کتاب می‌خرید. ابتدا با دقت اسم کتاب را نگاه می‌کنید. ممکن است نام کتاب زیر جلد و در صفحه اول پنهان شده باشد. اما به هرحال اولین چیزی است که نظرتان را جلب می‌کند. سپس کتاب را می‌چرخانید و پشت آن را نگاه می‌کنید و قیمت... قیمت!

حال شاید فهرست و مطالب فصل اول را هم بخوانید. سپس دوباره به قیمت نگاه کرده آن را می‌خرید یا به سر جایش برمی‌گردانید. دقیقاً با همین روش باید به وبسایت خود نگاه کنید. باید بتوانید با استفاده از تیتیر مناسب توجه خوانندگان را در کوتاه‌ترین زمان ممکن جلب کنید. پس از این مرحله باید آنها را به مطالب علاقه‌مند کرده، با ایشان ارتباط برقرار کنید. شما می‌خواهید به بازدیدکنندگان سایت خود نشان دهید که مطالب شما بهترین پاسخ به سوالات آنهاست. بنابراین باید درباره موضوعات مورد علاقه آنها به خوبی تحقیق کنید.

می‌توانید این کار را در چند و حتی در يك صفحه انجام دهید، خواهید دید چگونه بازدیدکنندگان امروز به خریداران فردا تبدیل خواهند شد. توصیه من به شما این است که چندان به فکر طراحی صفحات با مطالب زیاد نباشید. می‌توانید موضوع کوچکی را انتخاب کنید، سپس در يك روش آزمون و خطا آن را گسترش دهید.

به فکر استفاده از ظاهر گرافیکی فریبنده، استفاده از آیتم‌های متحرک، موزیک و موضوعات مشابه در وبسایت خود نباشید. هیچکدام از اینها به فروش شما کمک نخواهند کرد.

هدف روز چهارم: برای پذیرفتن کارت‌های اعتباری آماده باشید.

توصیه می‌کنم برای کتاب‌های الکترونیکی و سایر تولیدات دیجیتالی خود، با یک شرکت خدمات پرداخت اینترنتی، قرارداد ببندید.

Clickbank.com و 2Checkout.com و Paypal.com سه شرکت معروف هستند که می‌توانید در مدت زمان چند ساعت با آنها مشغول بکار شوید. برای خریداران ایرانی هم می‌توانید از امکانات طرح شتاب و قبول کارت‌های اعتباری ایرانی استفاده کنید. توجه داشته باشید که محصولات دیجیتالی مثل کتاب‌های الکترونیکی، به صورت لحظه‌ای، برای خریدار ارسال می‌شوند. نمی‌توان توقع داشت که خریدار، قبل از سفارش، به بانک مراجعه کند و به روش‌های سنتی، پول به حساب شما واریز کند.

در میان شرکت‌های فوق، ClickBank را قبلاً هم به شما معرفی کرده بودم. این همان شرکتی است که به شما این امکان را می‌دهد تا تیم فروش خود را تشکیل دهید. همان تیمی که با اشتیاق، محصولات شما را خواهند فروخت و شما به آنها سهمی از فروش خود را پرداخت خواهید کرد.

شروع کار با ClickBank کمی پیچیده است. آنها برای قبول محصول شما جهت درج در وب سایت و امکان ارائه به فروشندگان عضو در این وب سایت، استانداردهایی دارند که برای رسیدن به آن سطح از استاندارد، باید تلاش بیشتری کنید. ولی این تلاش ارزش دارد چون پس از اینکه در این وب سایت پذیرفته شدید، دیگر خیالتان راحت است که چندین فروشنده در سراسر جهان، محصولات شما را خواهند فروخت.

هدف روز پنجم: انجام تحقیقات کافی و شروع اولین حمله بازاریابی^۱.

در روز پنجم باید برای تبلیغات خود شروع به تحقیق کنید. گمان می‌کنم در برنامه‌ریزی‌های ابتدایی بازاریابی خود احتیاج به شناختن این کانال‌ها دارید:

موتورهای جستجو بر اساس کلیک (PPC-Pay Per Click). به این معنی که شما یک تبلیغ را در سایت قرار می‌دهید، در صورتی که بازدیدکنندگان روی آن کلیک کنند به آنها مبلغی را می‌پردازید. نمونه‌های این موتورهای جستجو عبارتند از: Google Adwords و Facebook.com.

شما باید فعالیت‌های بازاریابی خود را از اینجا آغاز کنید. من شخصا Google AdWords را پیشنهاد می‌کنم که در آدرس زیر قرار دارد و مطالب زیادی جهت آموزش نحوه کار کردن با آن را می‌توانید در همین آدرس بیابید:

<http://adwords.google.com>

در روز ششم در یکی از این موتورهای ثبت نام خواهید کرد. لیستی از موتورهای جستجوی فوق‌الذکر را در سایت زیر خواهید دید:

<http://www.payperclicksearchengines.com>

فعالیت در خبرنامه‌های الکترونیکی - اینها در حقیقت خبرنامه‌هایی هستند که از طریق پست الکترونیک، فرستاده می‌شوند. می‌توانید مقالات کوچک یا نکات مهم را نوشته، آنها را برای سردبیرهای خبرنامه‌های الکترونیکی بفرستید. آنها همیشه از مطالب بکر و جدید استقبال می‌کنند. برای یافتن این خبرنامه‌ها، می‌توانید به Google رفته، و عبارت "مجلات الکترونیکی" را به همراه موضوع مورد نظر خود، جستجو کنید.

فعالیت در تالارهای گفتگو (Forum) - این تالارها دقیقا همان چیزی هستند که از نام آنها برمی‌آید. مکان‌هایی باموضوعات مورد علاقه افراد مختلف. در صورت مراجعه به بخش گروه‌های Google به تعداد بی‌شماری از این تالارها برمی‌خورید. توجه داشته باشید که در زمان پرسیدن سوال یا پاسخ به آنها، آشکارا تبلیغ نکنید. باید فایلی حاوی امضا و مشخصات و تولیدات خود ایجاد کنید و به هنگام اظهار نظر درباره یک موضوع، این فایل را به عنوان امضاء خود، ضمیمه کنید. با جستجوی عبارات "تالار گفتگو" یا "تالار بحث" به اضافه موضوع مورد علاقه خود، تعداد زیادی از این تالارهای بحث و گفتگو را خواهید یافت.

ثبت در موتورهای جستجو و دایرکتوری‌های متداول - هنوز هم دایرکتوری‌ها و موتورهای جستجویی وجود دارند که سایت‌ها را به طور رایگان یا با هزینه‌ای اندک، لیست می‌کنند.

خطر: از برنامه‌هایی که در تبلیغات خود ثبت نام وب سایت شما را در مثلا بیش از ۵۰۰۰ موتور جستجو نوید می‌دهند، دوری کنید. تنها تعداد کمی از موتورهای جستجو هستند

که ۹۰ درصد ترافیک جستجوی اینترنتی را پوشش می‌دهند و شما باید فعالیت خود را روی این موتورهای جستجو متمرکز کنید.

در روز ششم سایت خود را مورد آزمایش قرار داده، فعالیت‌های بازاریابی را آغاز کنید. روز ششم را با مراجعه به تمام لینک‌های سایت آغاز کنید و از درست بودن آنها مطمئن شوید. هیچ یک از صفحات وب سایت شما نباید دارای اشکال، غیر قابل دسترس یا در حال ساخت باشند.

هدف روز هفتم: با استفاده از روش آزمون و خطا، محدوده بازاریابی خود را گسترش دهید. امکانات و فرصت‌های بی‌شماری برای بازاریابی شما وجود دارد. در این مرحله می‌توانید موارد زیر را به لیست روز هفتم اضافه کنید:

- عضویت در برنامه‌های بازاریابی زنجیره‌ای^۱.

- طراحی امکانی برای جمع‌آوری اسامی و آدرس‌های پست الکترونیک مخاطبان خود^۲. به این ترتیب می‌توانید به آدرس این افراد گزارش، مقاله، خبر و سایر اطلاعات مفید بفرستید.

- جستجو برای همکاری جهت تبادل لینک بین وب سایت‌ها.

- بهینه سازی سایت برای کسب رتبه بهتر در موتورهای جستجوی متداول^۳

- ارسال تبلیغات به سایت‌های تبلیغی طبقه‌بندی شده^۴ مثل www.hotclassify.com

- یافتن سایت‌هایی که تولیدات و خدمات مکمل خدمات و محصولات شما را عرضه می‌کنند. از موتورهای جستجو برای پیدا کردن این سایت‌ها استفاده کنید. ابتدا در مورد وجود برنامه‌های بازاریابی زنجیره‌ای در این سایت‌ها تحقیق کنید. در صورت منفی بودن پاسخ به دنبال اطلاعات تماس آنها بگردید. بازهم اگر نتیجه منفی بود، به سایت <http://www.betterwhois.com> رفته، آدرس وب سایت مورد نظر را تایپ کنید، در نتیجه جستجو، اطلاعات مدیر سایت قابل استخراج است. با آنها به وسیله پست الکترونیک یا تلفن تماس بگیرید و تقاضای همکاری را مطرح کنید.

1-Affiliate Marketing

2-Email Collection

3-Search Engine Optimization (SEO)

4-Classifieds

بخش ششم

تکثیر فعالیت ها و افزایش درآمد

چگونه فعالیت های بازاریابی خود را تکثیر و چند برابر کنیم
گام به گام به سمت ساختن امپراطوری بازاریابی خاص.

بخش ششم

پس از ایجاد اولین سایت بازاریابی، قادر هستید از روش‌های زیادی برای به ثمر رساندن بیشتر آن بهره بگیرید.

گام اول: افزایش فروش.

برای دستیابی به این هدف باید به دنبال راه‌هایی برای فروش تولیدات بیشتر به مشتریان و مشتریان خود باشید. برای این کار باید برنامه‌های زنجیره‌ای و شرکت‌های عرضه‌کننده محصولات مرتبط با تولیدات خود را بیابید. حتی می‌توانید محصولات مکمل محصولات خودتان را تولید کنید. به دنبال ایجاد بازارهای کوچک خاص در بازار خود باشید. به عنوان مثال، اگر تاکنون یک کتاب خودآموز فوتوشاپ می‌فروختید، می‌توانید از این به بعد اطلاعاتی نیز درباره ساختار انواع فایل‌های گرافیکی یا فایل‌های گرافیکی مناسب برای وب منتشر کنید و این محصولات جدید را به همان مشتریان بازار هدف خود بفروشید.

گام دوم: تکثیر.

پس از آنکه نحوه فعالیت‌های خود را در زمینه تولید در اولین سایت‌تان نهادینه کردید، آماده هستید تا به یک بازار جدید وارد شوید. کافی است تا دستورالعمل‌های این دوره آموزشی را عیناً برای یک بازار و محصول جدید تکرار کنید و بازار خاص جدیدی را هدف قرار دهید. اکنون شما تلاش‌های خود را تکثیر کرده‌اید و زمان چند برابر کردن آن فرا رسیده است.

گام سوم: سود خود را چند برابر کنید.

به این مساله چنین نگاه کنید: شما با یک محصول خاص فعالیت خود را شروع می‌کنید و سپس آن را با تولیدات مکمل حمایت می‌کنید. سپس محصول دیگری پیدا کرده، آن را می‌فروشید. منطق حکم می‌کند که در بازار دوم نیز محصولات مکمل را به فروش برسانید. وقتی چند بار این کار را تکرار کنید، خواهید دید که در مدت کوتاهی درآمد شما چند برابر می‌شود. همچنین می‌توانید تولیدات خود را به طور ضربداری به مشتریان بازارهای مختلف بفروشید.

سخن آخر

در این کتاب فقط آموزش‌های کلی درباره چگونگی ایجاد امپراطوری بازاریابی خاص (Niche Market) مطرح شده است. امکانات و روش‌های این کار بی شمار است. گذشته از این، به تعداد تمام علایق و نیازهای مردم، امکان این نوع بازاریابی وجود دارد. همیشه برای شما این امکان وجود دارد که سهم خود را از این خوان نعمت بگیرید و موفق شوید. از صمیم قلب مایلم با این جملات شما را تشویق کنم تا از هم اکنون شروع کنید. قول می‌دهم که پس از راه اندازی اولین وب سایت، شما کاملاً درگیر این کار خواهید شد و برایتان بسیار جذاب نیز خواهد بود. ممکن است سود این روش آنقدر زیاد باشد که به کار تمام وقت شما تبدیل شود.

با آرزوی موفقیت روز افزون برای شما

محمود بشاش.

www.mahmoodb.com