



تسعة (9) أمور عليك معرفتها بخصوص البيع على مواقع التواصل

مع هذه النصائح التسعة (9) يمكنك تحقيق أفضل النتائج في سوق البيع المربح على منصات التواصل

03 أبريل 2018

مع الهوس المتنامي لمستخدمي منصات التواصل الاجتماعي وما تشهده من تزايد مضطرد لعدد المستخدمين، حيث وصل عدد مستخدمي

فيسبوك إلى 1.8 مليار مستخدم نشط، فيما بلغ عدد مستخدمي تطبيق إنستغرام إلى 800 مليون مستخدم نشط كل شهر وأكثر من 150 مليون شخص يستخدمون تطبيق سناب تشات يومياً – وما إلى ذلك من منصات التواصل الاجتماعي – أضحت منصات التواصل الاجتماعي أحد أفضل الوجهات لبيع منتجاتكم.

أعطت دراسة نيلسون والعديد من الدراسات الأخرى إثباتاً لما كان معظم تجار التجزئة يتوقعونه: يثق الناس أكثر بنصائح أصدقائهم وتوصياتهم أكثر من أي شخص آخر. وهذا ما يفسر تدفق الأموال إلى المبيعات على مواقع التواصل خلال العشر السنوات الأخيرة .

يوماً بعد يوم، يميل العملاء إلى شراء منتجاتهم من مواقع التجارة الإلكترونية بناء على خبراتهم السابقة في هذا المجال، ولا ننسى تأثير الناس حولهم والعلامات التجارية والخدمات التي اختاروها لأنفسهم .

أما فيما يتعلق بالمؤسسات الجديدة التي تستطيع تخصيص ميزانيات تسويق صغيرة فقط، فيعد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بالنسبة لهم طريقة منخفضة التكلفة نسبياً للوصول إلى أعداد ضخمة من العملاء المستهدفين الرئيسيين ولزيادة عوائد الاستثمار

لذا، نقدم لكم بعض الطرق التي تحتاجونها لضمان وصولكم إلى مراكز متقدمة على منصات التواصل الاجتماعي وتحقيق المبيعات وكسب ولاء العملاء

إنشاء متجر على منصات وسائل التواصل الاجتماعي: تسع نصائح رئيسية للانطلاق :

1. ابدأ من المنصة للوصول إلى الفئة الجماهيرية المستهدفة

على الرغم من وجود العديد من قنوات التواصل الاجتماعي، إلا أننا نجد أن كل منصة منها تجتذب فئة مختلفة من المهتمين. فبينما تجتذب تطبيقات سناب تشات وإنستغرام الفئة الشابة، نجد أن موقع "لينكد إن" يمثل شبكة تواصل للشركات وأصحاب الأعمال، فيما يفضل صانعو القرارات تويتر. عليك أولاً تحديد المنصات التي تجمع الفئة الجماهيرية التي تستهدفها لتقوم بعد ذلك بإطلاق أعمالك في المكان الصحيح.

هناك العديد من الأدوات التحليلية المجانية عبر الإنترنت التي توضح لك التفاصيل السكانية لجمهور مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما يساعدك على اختيار وسيلة التواصل الاجتماعي الصحيحة وبناء استراتيجية عملية التسويق .

على سبيل المثال، يعطيك Facebook Audience Insights تفاصيل متابعيك بناء على العمر والجنس وأسلوب الحياة وحالة العلاقات والمناصب الوظيفية .

كما أنها تقدم رؤى تفصيلية حول سلوكياتهم المستهدفة – المواعيد التي يكونون بها أكثر نشاطاً على الموقع وكم يقضون في تلك المواقع. بمجرد الحصول على هذه المعلومات، يصبح بإمكانكم وضع جدول لمحتواكم في ضوء ذلك وهو ما يمكنكم من استهداف تلك الشريحة في أوقات ذروة نشاطهم ومشاركتهم .

ومن الفوائد الأخرى لوسائل التواصل الاجتماعي هي أن معظم منصات التواصل هي منصات عالمية. فعلى سبيل المثال، قد تكون بائع تمارس عملية البيع بمفردك من غرفة نومك، إلا أن التواجد على وسائل التواصل الاجتماعي يفسح أمامك المجال في الوصول إلى العملاء في جميع أصقاع العالم. لقد لمست الماركة التجارية "كولاني كينيس" لملايس السباحة ذلك الأمر بقوة، عندما اجتذب وجودهم القوي على تطبيق إنستغرام العملاء، واستطاعوا بمساعدة من شركة "دي إتش إل" تحقيق مبيعات ضخمة على مستوى العالم. تساعدكم منصات التواصل الاجتماعي المختلفة في البيع سواء لأشخاص محليين أو للعالم بأسره. فهذا أمر يعود لكم .

2. افهم تسلسل خطوات البيع على مواقع التواصل

نظراً لأن الثقة هي عماد البيع على منصات التواصل، فمن الواضح أن العلامات التجارية تحتاج لبعض الوقت لتأسيس وروابط قوية مع العملاء المحتملين. ففي أغلب الأحيان، يعتبر البيع "المرن" أحد أكثر الاستراتيجيات فاعلية حيث يستغرق الأمر وقتاً طويلاً لحشد المتابعين وكسب ثقتهم وتكوين ولاء للعلامة التجارية، وكل ذلك يؤدي بدوره إلى تكرار العادة على المدى الطويل.

3. اجعلهم مهتمين

لا بد من إنشاء محتوى أصلي وجذاب لاستقطاب جمهورك به وإبقائهم معك لمدة أطول. ومن البديهي بأن زيادة مدة وجودهم معك يعني زيادة الفرصة في الشراء .

في حال كنتم شركة صغيرة تبيع الكعك وتصنع تصاميم من الحلوى حسب الطلب، فإن تطبيق إنستغرام هو الحل الأمثل كمنصة أولى لعرض إعلاناتكم ومنتجاتكم.

يمكنكم تطبيق إنستغرام فرصة كبيرة لإثراء صفحاتكم بالصور الملونة والرائحة من إبداعاتكم المميزة. وهما ما يستقطب المستخدمين للاستمرار في تحريك سهم التمرير لرؤية المزيد الصور. إذا أحب المشاهدون منتجاتكم فسيقومون بالضغط على موقعكم وربما يشترروا بعض المنتجات. كما يشجع المحتوى الرائع المرفوع في المنصة الصحيحة، المشاركة مع أصدقائك على وسائل التواصل الاجتماعي وهذا بدوره يعزز إمكانية وصولك إلى أكبر شريحة بصورة أكبر .

4. #أجذب الانتباه .

تعتبر ميزة الهاشتاج المتواجدة على مواقع التواصل الاجتماعي طريقة هامة لربط محتواك للأشخاص الذين يبحثون عنه. فكر ملياً في الهاشتاجات التي تستخدمها وادرس فيما هو أبعد من المنتج الذي تبيعه مع الأخذ بعين الاعتبار المواضيع ذات الصلة التي قد تجذب العملاء إليك. إذا كنت علامة تجارية لبيع المجوهرات؛ فبدلاً من الاكتفاء بوضع هاشتاغات تحتوي على كلمات مثل #مجوهرات و#أزياء، فكر بمناسبات قد يحتاج الناس لمنتجك بشأنها. فكر بكلمات مثل #هدايا و#هدايا عيد ميلاد و #أفكار زواج. اعرف عملاتك وسلوكهم واختر هاشتاغاتك وفقاً لذلك.

5. تحدث إلى الناس

استمع لمحادثاتهم وشاركهم الحديث. قم بالإجابة على الأسئلة التي يطرحونها وليبي احتياجاتهم. واعمل على بناء علاقة مع عملاء جدد وعملاء متواجدين حيث أن ذلك سيبني ثقة ويثبتك في أذهانهم عندما يتخذوا قراراً بالشراء. هناك العديد من الأدوات التي تساعدك على إدارة خدمات العملاء عبر الإنترنت.

على سبيل المثال، تعتبر Nimble إحدى أكثر الأدوات الميسرة المتاحة في السوق لإدارة علاقة العملاء، إذ أنها تفسح المجال أمامك للتواصل مع عملائك عبر أي وسيلة تواصل اجتماعي فوراً (في الوقت الحقيقي). إن سعيك الحثيث إلى تنمية أو اصر العلاقات مع العملاء بهذه الطريقة سيزيد من مبيعاتك بكل تأكيد .

6. اعمل مع أشخاص مؤثرين لتزكية منتجاتك

يعتبر العمل مع شخصيات مؤثرة على مواقع التواصل الاجتماعي أحد أكثر الطرق تأثيراً لإيصال رسالة علامتك التجارية والترويج لها. الأشخاص المؤثرون هم تلك الشريحة من الناس التي تنتشر مدونات ومنشورات حول موضوع معين، ولديهم قاعدة كبيرة من المتابعين. ونظراً للشعبية الكبيرة التي يتمتعون بها، فإن قيامهم بالإثراء على أي علامة تجارية أو منتج سيكون أبلغ أثراً على المبيعات من الإعلانات المدفوعة، حيث أن ذلك يعطي المنتج أو العلامة التجارية مصداقية أكبر. ونظراً لضيق المساحة المخصصة، فإننا سنخصص مقالة للحديث بالتفصيل عن دور الشخصيات المؤثرة. قم بالتسجيل لدينا لتكون أول قراء مقالنا

7. استخدم أسلوباً مناسباً لتطلب من المعجبين القيام بإجراء

عندما يجتذب المحتوى الذي تعرضه اهتمام أحد الزائرين، عندها تأتي الخطوة الحاسمة التالية وهي تحويل ذلك الاهتمام إلى عملية بيع. اطلب منه بوضوح القيام بإجراء معين، كما عليك أن تتأكد من خلو عملية الشراء التي تتبعها من أي تعقيدات. إن القيام بإجراءات بسيطة كإضافة زر "انقر للشراء" في أسفل صورة المنتج المعروض على تطبيق أنستغرام الذي أعجب به الزوار سيساعدك على زيادة المشتريات المحتملة. لذلك، لا تدع هذه الفرصة تفتك.

وعلى الجهة الأخرى، إذا كانت طبيعة منتجاتك ذات صيغة معقدة، عندها لا بد من استخدام ما يعرف بـ "الخطوات المتسلسلة" للعلاقات الاجتماعية بغرض لفت انتباه العملاء. لا يتزوج الناس عادة من اللقاء الأول، وخصوصاً عندما نريد إقناعهم بشراء منتجات باهظة الثمن. لذلك ننصح باستخدام "الدعوة إلى القيام بإجراء" مثل "الخطوات التالية" أو "اكتشف المزيد" وذلك لاجتذاب عملائك بصورة طبيعية عبر تسلسل خطوات عملية البيع

8. شجع عملائك على تقديم ملاحظاتهم

يحازل معظم المشترين (بنسبة 92%) في إحدى الدراسات الاستقصائية العالمي) الاطلاع على تقييمات العملاء السابقين عندما يفكرون بشراء منتج أو علامة تجارية للمرة الأولى. تحظى تقييمات الأصدقاء/ الأشخاص الآخرين بمصداقية وموثوقية أكبر مما تحظى به الرسائل الترويجية التي تطلقها العلامة التجارية ذاتها. استخدم هذا المبدأ وافصح المجال أمام العملاء السعداء بمنتجك بمشاركة تجاربهم الإيجابية مع الآخرين. ولكن كن حذراً في الوقت ذاته، حيث أن هذه الطريقة ذات حدين؛ أي أنك قد تجد بعض العملاء المستائين من منتجاتك يشاركون تجاربهم السلبية أيضاً. لذلك كن يقظاً وأجب عن شكاوى العملاء بسرعة .

9. استخدم لغة تحريضية

على سبيل المثال، قم بطرح الأسئلة وتشجيع النقاش. وحاول أن تعرف احتياجات الناس. إذا كان الناس يريدون معرفة الإجابة، فإنهم غالباً ما يقومون بمتابعة السؤال. وفي النهاية، فإنك قد قمت بمتابعة سؤال ما لتصل إلى هذه النتيجة، أليس كذلك؟

الخطوات الآتية

سجل لتكتشف "دي إتش إل" لترى ما ينبغي عليك القيام به وما لا ينبغي عليك القيام به في تجارتنا الإلكترونية، حيث يلعب ذلك دوراً في مساعدتك للمستوى الآتي

سجل دخول في للحصول على حساب "دي إتش إل" الآن

تواصل مع مكتب "دي إتش إل أكسبريس" لمناقشة هذا الموضوع