



از اخبار کمک بگیرید

تعداد زیادی نشریه وجود دارد که می‌تواند به شما کمک کند تا با تغییر چشم انداز فناوری همراه شوید. نشریات مختلف همراه سایت‌ها و خبرگزاری‌ها روزانه در مورد این که فناوری چه پیشرفتی کرده است خبر منتشر می‌کنند. اما بسیاری دیگر از جمله وبلاگ‌های تخصصی وجود دارد. این وبلاگ‌ها و خبرنامه‌ها خواندنی قابل فهم را بدون ایجاد شاخ و برگ اضافی ارائه می‌کنند. کتاب‌های مختلف می‌تواند شما را در جریان آخرین روش‌های مدیریت فناوری بگذارد.

یک برنامه عملیاتی تهیه کنید

هنگامی که با درک خود کمی احساس خوبی پیدا کردید و اطلاعات خود را افزایش دادید، یک برنامه را عملی کنید. با جلسات گوش دادن با ذینفعان مختلف در سراسر شرکت شروع کنید. بردن کل شرکت به این سفر بهترین راه برای موفقیت آن است. با کارمندان خود صحبت کنید و دریابید که شکاف‌های فناوری کجاست و چه راه‌حلی می‌تواند ممکن است وجود داشته باشد. سپس از گروه کاری فناوری خود بخواهید که طرحی برای مراحل بعدی تهیه کند. آنها ممکن است استخدام یک متخصص جدید، جایگزینی یک ابزار ارتباطی یا راه‌اندازی دموها را به همراه تعدادی فروشنده نرم‌افزار توصیه کنند.

کاربر پسند باشید

همان طور که در مثال کوکاکولا مشهود است، حضوری در وب که کاربر پسند باشد و بر آنچه کاربر می‌خواهد تمرکز کند بسیار مهم است. تجربه کاربری شامل تمام تعاملاتی است که یک بازدیدکننده با یک وب سایت دارد. این مهم است که کاربران تجربه لذت بخشی با وب سایت شرکت داشته باشند. چقدر مهم است؟ به زمان بارگذاری وب سایت فکر کنید. مطالعه‌ای توسط Akamai نشان داد که ۴۷ درصد مصرف‌کنندگان انتظار دارند یک صفحه وب در دو ثانیه یا کمتر بارگیری شود و ۴۰ درصد مصرف‌کنندگان قبل از رها کردن سایت، بیش از سه ثانیه منتظر نمی‌مانند تا یک صفحه وب بارگذاری شود. این نشان می‌دهد که اطمینان از بارگیری سریع وب سایت شما برای جذب موثر بازدیدکنندگان بسیار مهم است.

با مشتریان خود ارتباط برقرار کنید

دریابید که مشتریان شما چه تغییراتی در فناوری اعمال می‌کنند تا بتوانید نیازهای آنها را دنبال کنید. برای مثال، اگر آنها به نرم افزار مبتنی بر ابر Salesforce روی آورده‌اند، از آنها بپرسید چرا و چگونه به کسب و کارشان کمک می‌کند. با همسالان خود و سایرین در صنعت نیز ارتباط برقرار کنید. انجمن‌های صنعتی یکی دیگر از منابع خوب هستند. اغلب، آنها گروه‌های کاری فناوری، تحقیقات و بهترین شیوه‌هایی را دارند که از اعضای خود جمع‌آوری می‌کنند. این مکالمات ممکن است شما را به بحثی با تیم خود در مورد این که آیا ارتقای داخلی مزایایی را ارائه می‌دهد یا خیر سوق دهد. برقراری ارتباط با مشتریان و هم‌تایان در مورد کاری که آنها انجام می‌دهند ممکن است دانش و حتی فرصت‌های تجاری را افزایش دهد.

بازاریابی موثر را فراموش نکنید

برای این که بتوانید با موفقیت برای خود و شرکت‌تان اقدام ایجاد کنید، یک استراتژی بازاریابی محتوا موثر است. این یعنی چه؟ این به معنای ایجاد و ترویج محتوایی است که دانش، مهارت‌ها، تجربه و دستاوردهای سازمان شما را به نمایش می‌گذارد. این به شما امکان می‌دهد تا خود را به عنوان یک مرجع قابل اعتماد در صنعت خود معرفی کنید. با تولید محتوای هوشمند و آموزنده، به دنیا نشان می‌دهید که می‌دانید چه کاری انجام می‌دهید. شما می‌توانید این کار را با نوشتن محتوای قوی و جالب در مورد محصول یا خدمات خود و ایجاد یک استراتژی توزیع برای رسیدن به جمعیت هدف شما طراحی شده است، انجام دهید. این امر باعث جذب مشتریان بالقوه به شرکت و محصولات و خدمات شما می‌شود. با ایجاد محتوای با کیفیت بالا و تبلیغ موثر آن، می‌توانید به مشتریانی دست پیدا کنید که فعالانه دنبال محصول یا خدمات شما هستند. این نمونه‌ای از استفاده از فناوری و روندهای فعلی برای قرار گرفتن خود در مقابل مخاطبان هدف است.

نارضایتی ایجاد نکنید

زمان بارگذاری وب سایت تنها عاملی نیست که اهمیت دارد. همان مطالعه نشان داد که ۷۹ درصد خریداران آنلاین که بازدید از وب سایت را همراه با نارضایتی تجربه می‌کنند، کمتر احتمال دارد در آینده از آن سایت خرید کنند. ارائه یک تجربه دیجیتالی روان و رضایت‌بخش برای بازدیدکنندگان برای موفقیت کسب و کار حیاتی است. همچنین بسیار مهم است که وب سایت شما به گونه‌ای طراحی شده باشد که به کاربران شما برای تصمیم‌گیری خرید کمک کند. با هدایت بازدیدکنندگان به تصمیم خرید، خرید از شما را برای آنها آسان تر می‌کنید. این نه تنها باعث افزایش فروش می‌شود، بلکه تجربه کاربری را با وب سایت شما بهبود می‌بخشد و در نتیجه احتمال خرید مجدد آنها از شما و ارجاع دوستان و خانواده خود به سایت و محصول شما را افزایش می‌دهد.

یک مربی پیدا کنید

مطمئناً، شما مدیر عامل هستید. قرار است همه چیز را بدانید اما گاهی اوقات حتی یک استاد کائنات به کمک نیاز دارد. بنابراین، یک مربی پیدا کنید که بتواند شکاف‌های موجود در پایگاه دانش فنی شما را پر کند. این می‌تواند مدیر عامل شرکت شما باشد که برای یک جلسه توجیهی اضطراری در بخش شماره‌گیری سریع تلفن شما باشد. ممکن است همکار دیگری یا حتی یک دوست خانوادگی وجود داشته باشد که شما را با درک خود از دنیای فناوری تحت تأثیر قرار داده باشد. گروه‌های فناوری، جلسات و اجتماعات آنلاین و همچنین انجمن‌های فارغ‌التحصیلان و شبکه‌های حرفه‌ای وجود دارد که افراد تجاری می‌توانند با آنها ارتباط برقرار کنند. پیدا کردن شخصی در بخش صنعت شما بسیار منطقی است.

اهمیت یک راهبرد کلی بازاریابی

دیجیتال موثر

تمرکز زمان و تلاش بر روی یک استراتژی بازاریابی دیجیتال موثر یکی از کلیدهای اصلی موفقیت دیجیتال است. به جای انداختن ایده‌ها به دیوار و دیدن این که آیا هر یک از آنها می‌چسبند، بسیار مهم است که یک استراتژی طراحی کنید که به شما کمک کند تا به اهداف تجاری خاص خود برسید. شما باید برنامه‌ای داشته باشید که چگونه محتوا، برند و پیام خود را به گوش جهانیان برسانید. باید بتوانید این طرح را با تغییرات بازار تطبیق دهید. ایجاد تغییرات در وب سایت و استراتژی دیجیتال شما می‌تواند تأثیر زیادی بر موفقیت شما داشته باشد. به عنوان مثال، در سال ۲۰۱۲، کوکاکولا یک وبلاگ شرکتی راه‌اندازی کرد. این وب سایت طی چند ماه دستخوش تغییرات زیادی در طراحی، محتوا و تمرکز شد.



پس از ایجاد تغییرات و مشاهده داده‌ها، کوکاکولا از این داده‌ها برای تعیین این که چه تغییرات دیگری در طراحی سایت لازم است استفاده کرد. این تغییرات منجر به افزایش ۱۰۶ درصدی در بازدید از صفحه و افزایش ۱۲۴۷ درصدی در پس از ایجاد تغییرات و مشاهده داده‌ها، این نشان می‌دهد که چگونه داشتن یک استراتژی دیجیتال صحیح و نظارت منظم بر عملکرد این استراتژی می‌تواند تأثیر مثبتی بر تجارت شما داشته باشد.