

الفصل الرابع عشر

هناك مد وجزر في أمور الرجال، والذي يأخذ بالمد يقاد نحو الثروة .
مهملون هم الذين تبقى كل رحلة حياتهم مقيدة بالمياه الضحلة والبؤس
شكسبير

موردك المالي العاشر الانترنت: ثروتك التالية هي على بعد مجرد نقرة

الانترنت . كم من مرة سمعت تلك الكلمة هذا الأسبوع؟ ما كل هذه
الإثارة حولها؟ هل الانترنت هو حقيقة، أم محكوم عليه الهلاك في مقبرة
التكنولوجيا العالية؟

الانترنت هو حقيقة. وليس بدعة (أو موضة). إنه أعظم ابتكار ذو تأثير
في مجال الأعمال في التاريخ. يمكنني الاستشهاد بأرقام حول كم من مئات
الملايين من الناس هم على الخط أو يدخلون على الخط، لكن هذا الأمر
يتغير بسرعة، حيث أنه في اللحظة التي تقرأ فيها هذه الصفحة فإن أي أرقام
معطاة ستكون قديمة بشكل يسبب الإحراج. فالانترنت ليس فقط مجرد صورة
أخرى على شاشة الرادار لدورة الأعمال، الانترنت هو موجة مد. يمكنك
ركوب هذه الموجة نحو الثروة أو التحرك باضطراب تحت وطأتها.

هل لم تزل على الشبكة؟ إذا لا، أوقف القراءة في الحال واحصل على

ترخيص للدخول إلى الشبكة. إن ذلك بغاية الأهمية. امض قدماً لا أريدك أن تبقى في الخلف، وعندما تعود سأريك كيف تجنى المال من الأرقام الصفر والواحد.

إذا سبق أن حصلت على ترخيص للدخول إلى الشبكة، اقلع حاسبك في الحال فإننا سنمضي في رحلة على طريق المعلومات.

أولاً، لنقارن أدوات التسويق التقليدية مع التسويق عبر الانترنت لنرى حول ماذا يدور كل هذا الجدل.

التسويق التقليدي	التسويق عبر الانترنت
بريد بطيء (بطيء)، مكلف، غير موثوق، مهدر)	البريد الالكتروني (سريع، رخيص، موثوق، فعال)
تكاليف بريد مرتفعة	لا توجد تكاليف بريد
وقت طويل للتسليم	وقت استلام آني
أسابيع عمل / ساعات عمل	365/7/24
محلي / مساحة جغرافية محدودة	كل العالم
محدود / يقلص قاعدة الزبائن	غير محدود / يوسع قاعدة الزبائن
مصاريف عامة مرتفعة	تقريباً لا يوجد مصاريف عامة
زمن فعلي، اتصال فعلي	زمن للتخزين والتحويل (لا متزامن)
زبائن عادية	زبائن أرقى، وأغنى، وأكثر ذكاء
زمن طويل للاستعلام	زمن آني للرد
ارتد ملابسك / اذهب إلى المكتب	ابق في المنزل بقميصك
تسويق جماعي	ودود، تسويق واحد بواحد
اندفاع / انتظار	اندفاع / إشباع آني
قديم، تقليدي	جديد، مثير، غامض
تسويق تطفلي (يتم مقاطعته)	غير تطفلي (الزبون هو الذي يبدأ بالبحث)
تسويق ذو بعد أحادي	تسويق تفاعلي ومتعدد وسائط الإعلان
الإعلانات تختفي بسرعة	الإعلانات تدوم بمقدار ما ترغب بذلك

التسويق التقليدي

التسويق عبر الانترنت

تكاليف دخول مرتفعة	تكاليف دخول منخفضة / مجال تشغيل هادئ
تكاليف فشل مرتفعة	تكاليف فشل منخفضة
تنطلق من موقع ثابت	تنطلق من أي حاسب في العالم
تحتاج إلى أن تكون مغامر كبير يملك المال الكثير	لا حاجة أن تكون شخصاً مميزاً، مع مال قليل أو بدونه
حواجز عالية للدخول	لا حواجز
مرئي بشكل كبير / عام	خاص / لا يوجد معرفة بالاسم بين البائع والمشتري
يحكم عليك من خلال عمرك، جنسك، مالك، مظهرك، عرقك	يحكم عليك من خلال مستوى تفكيرك
غير ممتع	ممتع

كما أسلفت في الفصل الرابع، التسويق هو عصب الأعمال، بدونه لن تصمد في العمل طويلاً. في العالم العادي (غير الإلكتروني)، التسويق مرتفع التكلفة ... واحد من أكبر نفقات العمل في الواقع. لذلك إذا ارتكبت خطأ في تسويقك، فإن ذلك يعرض وجود عملك كله للخطر. الانترنت حقق ثورة في مفهوم التسويق، فقبل كل شيء قام بتخفيض تكاليف التسويق بشكل ملحوظ. حيث يتيح لك الوصول إلى زبائن جدد لقاء بنسات قليلة لكل ألف عوضاً عن مئات ال دولارات لكل ألف. والأكثر أهمية، أن الانترنت يدعك تعيد الاتصال والتفاعل مع الزبائن الجدد لمرات ومرات عديدة بدون تكاليف تقريباً. إن المزايا مذهلة.

بسبب مزايا التكلفة هذه، تقام الأعمال الجديدة على الخط المباشر بالملايين. يبدو بأن الحالة الرمزية للألفية الجديدة هو أن يكون لك صفحتك على الشبكة. لكن إذا أردت أن تجني المال من خلال الشبكة، فإن وجود صفحة لك على الشبكة هو مجرد بداية. فهذا يشبه حيازة لوحة إعلانات طرقية في منتصف صحراء نيفادا ... إذا لم يشاهدها أحد، يمكن أن تكون

كما لو أنها غير موجودة حتى، إنها غير مجدية.

إذا كانت كلمات العبور الثلاثة الرئيسية بالنسبة للعقارات هي الموقع، الموقع، الموقع، فهي تكون على الانترنت حركة المرور، حركة المرور، حركة المرور. إن مهمتك الأكثر أهمية هي قيادة السير نحو موقعك. إذا لم يكن لديك حركة مرور، فإن موقعك عندها ليس ذي قيمة. إنني أكرر: الصفحة على الشبكة بحد ذاتها هي لشيء، حركة المرور هي كل شيء. فمن خلال حركة المرور أعني زيارة الموقع من قبل الأشخاص فكلما ازداد عدد الزيارات، ازدادت أهمية مكانك.

فكر بذلك على النحو التالي: قبل أن تصبح لاس فيجاس موقعاً رائعاً، كانت عبارة عن لا شيء غير بضعة أبنية وحيدة في منتصف الصحراء. ثم جاءت المقامرات وجذبت القليل من الأشخاص. واحتاجت الكازينوهات لجذب مزيد من الأشخاص، لذلك استخدموا بعض مقدمي الفقرات الترفيهية المشهورين وفتيات راقصات مثيرات. ازدادت حركة المرور. كما قدموا مأكولات رخيصة وأطعمة غير غالية. ازدادت حركة المرور أكثر. وأقاموا حلبات كبيرة للملاكمة، وتدفق الناس إلى المكان من جميع أنحاء العالم. ازدادت حركة المرور ثانية. أيضاً تمت إضافة مركز رئيسي للاجتماعات والمؤتمرات. اتسعت حركة المرور. ثم أضافوا مغريات للأطفال والعائلات. تفجرت حركة المرور. ومع تدفق حركة المرور (تحركات الأشخاص) عبر المدينة ازدادت أهمية كل شيء آخر في المدينة... مواقع الشوارع التجارية، المكاتب، المطاعم، ومحلات المفروق. إعلانات الصحف، والحيز المخصص للإعلانات بالمجلات، الإعلانات الطرقية، وفترات الإعلانات في الإذاعة والتلفزيون - لقد ازدادت قيمة كل شيء. ولكن، إذا توقف تدفق حركة المرور، فإن الأبنية ستبقى خالية، ولن يكون هناك زبائن في المحلات، وسوف يغادر السكان. ستصبح لاس فيجاس مدينة أشباح. إن موقعك على الشبكة هو كمدينة متخيلة في منتصف

الصحراء. إذا استطعت جذب الناس إليه - حركة المرور - وتشجيعهم على العودة ثانية وثانية وأن يحضروا أصدقاءهم، عندها كل شيء على موقعك ستزداد قيمته بشكل ملحوظ. إنك تملك كل العقارات - الملكية الرقمية. إنك تملك المواقع التجارية ،

تكلفة الحصول على ألف زبون محتمل في مرة واحدة	
بريد مباشر	\$330
صحف المدن الكبيرة	\$ 31
التلفزيون	\$ 16
الإذاعة	\$ 7
المجلات الوطنية	\$ 7
الانترنت	\$ 0.03 عن مجمل الشهر

المصدر: كيف تجني ثروة على طريق المعلومات الهائل، تأليف Canter and Canter

والمجمعات ومراكز التسوق والأبنية السكنية. إنك تملك محطات التلفزة، محطات الإذاعة، الصحف، وكل لوحات الإعلانات الطرقية في زاوية كل شارع. بدون حركة مرور كل هذه الممتلكات تصبح بدون قيمة. مع حركة المرور يمكنك أن تستأجر كل هذه الممتلكات لقاء ثروة. كل ذلك متعلق بحركة المرور.

مع وجود هدف بناء حركة مرور في ذهنك، دعني أخبرك كيفية بناء آلة تسويق عبر الانترنت - آلة لا تقود حركة المرور إلى موقعك فحسب بل تدع الناس يدفعون مالا في كل مرة يمرون به، هل أنت مهتم؟

عند هذه النقطة، سأعرفك إلى واحد من مرشدي الانترنت المفضلين لدي، دارين فالتر. أنا نفسي لجأت إلى دارين ودائرته الصغيرة من خبراء الانترنت لتدريبي كيفية إطلاق موقعي على الانترنت www.robertallen.com إنني أعتبر دارين مؤهل بشكل بارز لأن يكون مدربك في الانترنت لتتمة هذا

الفصل ... دارين، إنهم جميعاً معك. امض بذلك ...

شكراً، يا بوب.

إن اسمي هو دارين فالتر، وسأكون مدربك على الانترنت لنهاية هذا الفصل. إن الانترنت ليس معقداً كما يمكن أن يبدو، إذا كان علي أن أصف وظيفة الانترنت بأبسط مصطلحات ممكنة فإنني سأقول ما يلي: «الناس يدخلون إلى الانترنت ويبحثون عن مادة ... مادة معينة. إن وظيفتك الأولى هي إيجاد أشخاص يبحثون عن مادتك وأن تجعلهم يزورون موقعك على الشبكة من أجل شراء مادتك - مرة إثر أخرى».

كيف يمكن فعل هذا؟ روبرت آلن، أو بوب كما يرغب أن ينادى، بارز جداً في تلخيص كل مورد دخل بثلاث مفاتيح. إن النقاط الثلاث الرئيسية للنجاح بالانترنت هي عبارة عن تهجئة لكلمة «سام»:

س: وضع استراتيجية لانطلاقتك

أ: أتمتة كل شيء

م: التسويق من أجل الحصول على حركة المرور

المفتاح الأول لنجاح الانترنت:

وضع استراتيجية لانطلاقتك

قبل أن تبدأ بتشغيل آلة تسويقك على الانترنت، فأنت بحاجة لوضع استراتيجيتك بحذر فيما يتعلق بالمنتجات أو الخدمات التي تنوي تسويقها. الناس يقعون بعدة أخطاء شائعة عندما يحاولون أن يقرروا ماهو المنتج أو الخدمة التي يرغبون بالترويج لها عبر الانترنت. إن أغلب الناس ينتهون إلى اختيار منتج أو خدمة بناءً على أسباب خاطئة.

دعني أعطيك امتحاناً صغيراً. تظاهر بأنك تختار منتجاً ترغب بتسويقه

عبر الانترنت، ما الذي يجب أن يكون همك الأول؟ اختر من اللائحة التالية، وتأكد من صحة اختيارك لأنه في حال قيامك بالاختيار الخاطئ، فإن فرصتك للنجاح على الانترنت سوف تزول كلياً.

عند اختيار منتج أو خدمة لتسويقها عبر الانترنت، فإن همي الأول يجب أن يكون:

- 1 - التسويق لعملي المستقل عبر الخط الالكتروني.
- 2 - تحويل هوايتي المفضلة إلى عمل مزدهر.
- 3 - تسويق المنتجات التي تقدم لي ولعائلتي نتائج مذهلة.
- 4 - تسويق المنتجات والخدمات التي تفيد أكبر عدد ممكن من الناس.
- 5 - تسويق المنتجات والخدمات التي تحتاج إلى بيئة ملائمة معينة عبر الخط الالكتروني.
- 6 - تسويق المنتجات التي أثبتت نجاحها في التسويق عبر الخط الالكتروني.
- 7 - كل ما ذكر أعلاه.

على الرغم من أن أي من هذه الأجوبة لا يضمن النجاح، فإنك إذا اخترت رقم 4، 5 أو 6 ستكون على الطريق الصحيح. اكتشف ما يستهويك وإذا كان يتوافق مع هذه التصنيفات يمكن أن تحصل على منتج جيد.

وضع منتجاتك أو خدماتك المستقلة عبر الخط الالكتروني

لقد استشرت العديد من الأشخاص الذين حاولوا أخذ شركة أو منتجات حالية وتقليدية ووضعها عبر الخط الالكتروني. أغلب هؤلاء الأشخاص ابتكروا ببساطة بياناً لمنتجاتهم أو خدماتهم عبر الخط الالكتروني وتوقعوا لها أن تحدث نجاحاً كبيراً من خلاله. في أغلب الأحيان يصابون

بخيبة أمل. ثم هناك أولئك الذين يرغبون بتحويل هواية مفضلة أو خبرة إلى نجاح هائل لعمل عبر الخط الإلكتروني دون القيام بأية أبحاث تسويقية لتحديد فيما إذا كان هذا المنتج يمكن بيعه عبر الخط الإلكتروني.

على الرغم من أنني لن أثنيك أبداً عن اختبار فكرتك، إلا أنه من الصعب إرغام وتد مربع ليدخل في ثقب دائري. فعلى سبيل المثال، خذ حالة معالج أمراض تقويم العمود الفقري يدوياً، الناجح والذي يرغب بترويج عمله من خلال الخط الإلكتروني. فبدلاً من إنفاق آلاف ال دولارات على التلفزيون، الإذاعة، الصحف، ودليل الصفحات الصفراء، قرر إيجاد الزبائن عن طريق الانترنت. وبدون أي تخطيط استراتيجي نراه ينفق الميزانية المخصصة للإعلانات خلال الأشهر الثلاث اللاحقة على تطوير موقع على الشبكة مثير وعالي التقنية مع كل ما يلزم للفت الأنظار إليه ليجد أن أغلب المهتمين كانوا من خارج الولاية أو من خارج البلد !

أو خذ على سبيل المثال عازف القربة المتحمس الذي كانت هوايته لمدة عشرين سنة هي العزف على مزمار القربة مع الاسكتلنديين في سياتل. فقد قرر استثمار مدخراته في موقع على الانترنت يبيع من خلاله مزامير القرب على الرغم من أنه يحتاج إلى بيع أربع مجموعات فقط من مزامير القرب لتغطية راتبه بالكامل، لكنه على ما يبدو لم يجد البائعين المؤهلين بالشكل الكافي لإنجاح هذا العمل.

هناك عشرات الآلاف من قصص الإخفاقات كهذه لكل موقع ناجح مثل eBay أو Buy.com وهي ببساطة ليست ضرورية ! إن وظيفتي كمدرّب على التسويق عبر الانترنت هي مساعدتك في اكتشاف فكرة ستخلق عبر الانترنت وستظل تتوافق مع خبرتك ومع ما يستهويك. فمثلاً، لو جاء المعالج اليدوي للأمراض هذا إلي قبل انطلاقته، لكان من الممكن أن أجنبه دفع الكثير من المال من خلال إعادة تركيز جهوده. كان من الممكن أن اقترح عليه تسويق

كتاب عبر الخط الالكتروني موجه إلى هؤلاء الملايين من صانعي لوحات تثبيت العمود الفقري للأطفال الذين يعانون من آلام الظهر، أو لو أنه طور مجموعة أدوات ناجحة في عمل تقويم العمود الفقري لتعليم المعالجين الآخرين كيفية خلق ممارسة ناجحة. أو لعله من الأفضل، لو أنه قام بتطوير شبكة مرجعية وطنية يلجأ إليها المعالجون الآخرون، عندها كان يمكن أن يجني الكثير من المال من الظهور المصابة من كل أنحاء العالم.

من خلال التركيز على قدرة الانترنت، يمكن لهذا المعالج أن يضع استراتيجية لعمل قوي التأثير عبر الانترنت ليكمل عمله اليدوي. إن ذلك يمكن أن يولد مالاً كافياً ليحل محل دخله الحالي بشكل كامل. لكن من أجل عمل هذا، فإنه يحتاج إلى اكتشاف طريقة مختلفة تماماً لجذب الزبائن (المرضى) على أن تكون ذات انتشار واسع محلياً وأخيراً دولياً.

بالنسبة للشخص الاسكتلندي، فإنني ببساطة أنصح بأن يغير طريقة عرضه للمنتج لتشمل المواد التي يمكن أن تناسب الناس أكثر: الموسيقى الاسكتلندية، الكتب، وما يمكن تجميعه (طوابع ...) وبالإضافة إلى ذلك يستمر في بيع مزامير القرب كجوائز تقدم مع المنتجات. لا حاجة أبداً أن تتخلى عن حلمك ... لكن ربما قد تحتاج فقط إلى تعديل وتعزيز لرؤيتك لتشمل المزيد من المشتريين المحتملين.

سوق العامة مقابل سوق المواضع اللاتقة عبر الشبكة

استمعت إلى متحدث متحمس يدعى زيغ زيغلر يقول: «يمكنك أن تحصل على أي شيء تريده في هذه الحياة إذا ساعدت فقط بشكل كاف أناس آخرين في الحصول على ما يريدونه». هل تريد مساعدة القليل من الأشخاص، العديد من الأشخاص، أو ملايين الأشخاص؟ يمكن أن يكون من الممتع والمثير التعامل بالمنتجات التي تثير اهتمامك، لكن لن يكون هناك أي ربح في تسويق المنتجات غير المرغوبة من قبل قسم كبير من

السكان. إذا كان زبائنك المحتملين يشملون على الأغلب كل شخص على سطح الكوكب، فسيكون لك مزايا استثنائية عن كل الشركات التي تروق فقط لمجموعة مختارة من الزبائن.

إذا كان لا يروق لك نموذج سوق العامة، فإن ذلك حسن. العديد من المسوقين الأذكياء عبر الخط الإلكتروني حققوا نجاحات لا تصدق في التسويق من خلال مواضع لائقة عرضها 2 أنش وعمقها 100 ميل. لكن ذلك لا يزال سوق للعامة، لكن مع تركيز معين. عندما يضيق مجال تركيزك أكثر، فسيكون لديك عدد أقل من الزبائن المحتملين. يجب عليك أن تستخدم تقنيات التسويق الهادف الأكثر تأثيراً وتركيزاً لتربح هذه اللعبة، ويجب أن يكون لموضعك عمق كافٍ. بمعنى آخر، يمكنك المضي سواء بشكل أفقي أو بشكل عميق. لكنه من الصعب للغاية أن تجني الأموال عن طريق خط إنتاج ضيق وضحل.

على كل فإن أفضل اختبار، هو تحديد هل المنتج أو الخدمة التي ترغب بعرضها يمكن أن تمضي بشكل جيد عبر الخط الإلكتروني في الحال وما إذا كانت الاتجاهات ترجح احتمال استمرارها بشكل جيد في السنوات العشرين التالية. لماذا تدفع مرتين لقاء معلومات مرتفعة الثمن حول اختبار السوق يمكنك الحصول عليها مجاناً؟ الغبي يتعلم أو تتعلم من خلال أخطائه أو أخطاءها، في حين الشخص الحكيم يتعلم من خلال ملاحظة أخطاء الغير. هذه الحكمة تطبق على الانترنت. اكتشف عدة نماذج لأعمال ناجحة مرتبطة بما تود عمله، وحاول مضاعفة نجاحها. تأكد من حصولك على نصيحة خبير قبل معالجة الموضوع. فبعد كل شيء، سوف تتعايش مع هذا القرار لبقية حياتك.

نماذج ناجحة للأعمال عبر الشبكة

خلال السنة الماضية قمت بتفحص آلاف النماذج الناجحة من الأعمال

عبر الخط الإلكتروني. ولكنني اكتشفت ثلاثة نماذج للأعمال والتي هي سهلة للغاية للبدء بالعمل وبإمكانها تحقيق نتائج مذهلة. فلو بدأت من نقطة الصفر، فإنني سأؤكد من اختيار العمل الأكثر قرباً في تطابقه مع واحد من هذه المفاهيم الثلاثة: تسويق المعلومات، تسويق الشبكة، أو برامج الدمج.

نموذج عمل ناجح عبر الشبكة رقم 1: تسويق المعلومات

المضي رقمياً

في كتابه الرائع، أن نكون رقميين، نيكولاس نيغروبونت، يناقش بشكل مقنع بأن العالم يتغير بسرعة من أشياء أو ذرات متحركة إلى وحدات رقمية أو أفكار متحركة. فأنت بدون شك تذكر كم يستغرق من الوقت إرسال كتاب بالبريد العادي. عندها خطرت لأحدهم الفكرة اللامعة بأنه يجب عليك أن تكون قادراً بشكل مطلق وإيجابي على الحصول على ذلك الكتاب في ليلة وضحاها. وهكذا ولدت شركة فيدرال اكسبريس. لكن الآن حتى شركة فيدرال اكسبريس تعاني من مشاكل متزايدة. الكتاب مصنوع من ذرات على هيئة ورق، تشغل حيزاً، ولها وزن، وهي مرئية، وتستغرق وقتاً ومالاً لتحويلها من مكان إلى آخر. ماذا يحدث عندما تحول ذاك الكتاب من ذرات ورق إلى وحدات في الحاسب ثم ترسل هذه الوحدات عن طريق خط الهاتف؟ هذه الوحدات لا تشغل حيزاً، وليس لها وزن، وهي غير مرئية، ويمكن أن تنتقل في ثوان بدون تكلفة تقريباً! مزايا التحول إلى الرقمية لا تصدق. الموسيقى، الوسائل البصرية، الوسائل السمعية، التلفاز، السينما، المعلومات، المجلات، الصحف، الصور، البريد. العالم يمضي نحو الرقمية بسرعة ورود الفكرة في الذهن.

لا يوجد حدود في عالم الرقمية، يمكنك القيام بالأمور وفق الطرق القديمة من خلال إرسال الكتاب عن طريق البريد العادي: تغلفه، تذهب إلى مكتب البريد لللصق طوابع غالية عليه، ووضعه بشكل يدوي في صندوق ليتم وضعه في شاحنة - وحيث يتم التعامل معه (أو يساء التعامل معه) من قبل العديد من الأيدي البشرية، ثم يحفظ آخر الأمر عند حدود دولية ما ويتم تخليصه لقاء رسوم كبيرة قبل أن يتم تسليمه إلى صندوق بريد الزبون في بلد المقصد. أو يمكنك ببساطة ضغط زر على حاسبك وإطلاق الملف الخاص بكتابك بالبريد الإلكتروني، والذي يضيء دالاً على جاهزية الإنزال إلى حاسب زبونك عبر العالم. لا جلبة. لا فوضى. فحدود الوقت، المسافات، والمال تزول. في العالم الرقمي كان لدى الفرد قدرة استخدمت ذات مرة من قبل ثروة تخص 500 شركة. هل أنت مستعد لاستخدام هذا النوع من القدرة؟

خذ كل ما تعلمته حول استثمار المعلومات في الفصل الثاني عشر وطبقه على الانترنت. يحصل العديد من الأشخاص على معلومات حول نجاح هائل في التسويق عبر الخط الإلكتروني، إن هذا العمل يتناسب بشكل خاص مع قدرة الشبكة.

لقد كان من الصعب بالنسبة لمستثمر المعلومات الدخول إلى عالم النشر. إن نسبة الحصول على كتاب يتم نشره عن طريق دار نشر تقليدية ضئيلة جداً. لكن على الانترنت المزايا لا تصدق. يمكنك أن تبدأ بدون وجود ناشر، وكيل، دار للطباعة، مخزون، مدير، مكتبة، مستودع، فريق مبيعات، مركبات للتوزيع، مكتب، أو موظفين. فهي لا تحتاج إلى مخططين.

دعنا نتفحص وندرس حالة افتراضية. لنفترض بأنك موجود مسبقاً في مجال عمل المعلومات - كمستثمر معلومات - تباع نصائح عن كيفية استثمار الأموال في أسواق البورصة. فأنت لديك منهج للدراسة المنزلية يتكون من كتيب وستة أشرطة كاسيت تتضمن خبرتك ودراستك. ومن وقت لآخر، تقيم ندوة مناقشة عميقة مما يقود إلى بعض الاستشارات الخاصة. لديك ثلاث موظفين يعملون في مكتب صغير قرب منزلك، وكما في أغلب الأعمال، فإن تكاليف الإعلان والتسويق تشكل من 40 - 50 بالمائة من إجمالي قيمة إيراداتك. حيث تعرض إعلاناتك في صحف تجارية وتقوم ببعض الإرساليات البريدية المباشرة والمختارة. فقد جربت التلفزيون والإذاعة لكنك وجدت النتائج متفاوتة. إنك تعمل بجهد، لكنك بعد دفع النفقات تتساءل إذا كان ذلك مجدياً. ومن حين لآخر، تتلهف لضمان راتب. واو! أوقف تلك الفكرة في الحال! فأنت تستخدم الانترنت من أجل البريد الإلكتروني، أبحاث الاستثمار، والسمسرة على الخط المباشر. لكنك تتساءل إذا كان بإمكانك استخدام الشبكة لزيادة أعمالك. هل الشبكة هي واقع؟ أم بارقة من الإثارة وستعود إلى العمل كالمعتاد؟ هاك سؤال أفضل:

هل سيكون عملك أكثر ادراراً للربح إذا لم يكن لديك نفقات بريد، تكلفة منتجات، أو تكاليف شحن؟ هل ستجني مزيداً من الأموال إذا استطعت أن تفتح مكتبك 24 ساعة باليوم، 365 يوم في السنة، بدون وجود لمكتب أو موظفين؟

نعم؟ حسناً، إليك وصفاً للانترنت.

بالعودة إلى دراسة الحالة الافتراضية. فبعد أن تختبر مزايا الشبكة، تقرر بأنك ترغب المباشرة بالتسويق عبر الانترنت. فقد حققت نجاحاً جيداً في تسويق مناهجك للدراسة المنزلية في العالم الواقعي. فقد كانت أدواتك الأولية لجذب الزبائن إلى مركزك - إلى المولد الرئيسي الخاص بك. وفي اللحظة التي يدرس فيها الأشخاص موادك، حوالي 20 بالمائة سيطلبونك بخدمات أعلى ثمناً وأكثر ربحاً.

مع تكاليف طباعة كتيبك، ونسخ الأشرطة، المصاريف العامة، التسويق، والشحن، لا يمكنك تحمل بيع موادك بأقل من 50 دولار. لكنك في حال توصلت إلى طريقة لجعل مزيد من الأشخاص يقرؤون كتابك أو يستمعون إلى أشرطةك فإن ذلك سيدخل إليك قطعاً المزيد من الأموال.

مع إبقاء هذا في الذهن، تقرر بأنك تود محاولة التسويق عبر الانترنت. صديق لك ممن يعملون في شركة تصمم صفحات على الشبكة وافق على مساعدتك لتطوير صفحة غير مكلفة. ويساعدك لتسجيل اسم ملكية عن طريق اصطحابك إلى واحدة من صفحات تسجيل الملكيات: www.networksolutions.com ، أو www.register.com ، أو www.internet-crusade.com تدفع 70 \$ لتثبيت اسمك على الانترنت لستين، عندئذ تمضي أسبوعين وليلتين تستعرض الشبكة لملاحظة كيف يقوم الآخرون بهذا العمل. تقوم بإلقاء نظرة على العناوين الكبيرة، جنرال موتورز، أمريكا اليوم، CBS. تزور موقع IBM ، وتقوم بإنزال بعض البرامج المجانية للدخول إلى البث الإذاعي، وتستمع إلى رئيس IBM يلقي كلمة في معرض تجاري كبير.

SSS

فطنة وحكمة

الفشل هو غالباً ما يكون الحد الأدنى
للمثابرة

Zig Ziglar

يدهشك سماع هذا الرجل يتحدث بصوته كما لو كنت أنت بذاتك هناك. تقول «يا للدهشة»، «هل أستطيع أن أضع أشرطتي عبر الخط الإلكتروني وأدع الناس يصغون إلي كما أصغي أنا الآن إلى رئيس شركة IBM؟».

علك تتساءل كم سيكلفك تحويل أشرطتك إلى رقمية .. على الأرجح آلاف. ثم تمر على صفحة الـ CNN على الشبكة وتقوم بإنزال بعض صور الفيديو الصغيرة لقصاص الأخبار الحالية ... حرب في مكان ما، حوار رئاسي، وإعصار في الجنوب. يا للدهشة، تشاهد أفلام فيديو على حاسبك... ليست واضحة كما هي على التلفزيون ... لكنك تتساءل عن كيفية حصولك على فيلم فيديو تقدم فيه نصيحتك الأكثر قوة لجني المال. علك تتساءل كم يكلف تحويل صورتك إلى بيانات رقمية، على الأرجح آلاف. وحتى أنك لا تعرف ما إذا كان ذلك سينجح أم لا، لكن صديقك الفني يؤكد لك بأن صفحة على الشبكة تحوي عدة شاشات من البيانات هي غالية نسبياً. فهو يستطيع تحويل أشرطتك السمعية ولقطات الفيديو القصيرة إلى رقمية لقاء عدة دولارات. بعد أن يجري صديقك الفني مسحاً لصورك وصور منتجاتك المعلوماتية، عندها سيكون لك حضور مباشر عبر الانترنت، ويمكن وضع البقية «التي تقوم بتحضيرها» لاحقاً.

الآن نراه يسألك ما الذي تعرضه كمنتج، ما الذي تحاول بيعه، وما الذي ترغب بتقديمه مجاناً لجذب الأشخاص إلى موقعك على الشبكة؟ تقدمه مجاناً؟ إنك لست معتاداً على تقديم معلوماتك مجاناً - فأقل تكلفة لمنتجك هي 50 دولار وأنت بالكاد تصل إلى سعر التكلفة. لكن انتظر، فمنهج الدراسة المنزلية ذات الـ 50 دولار هي المولد الرئيسي لأموالك فهي تجذب الأشخاص إلى قناة معلوماتك المركزية. فأنت تجني أموالك

SSS

فطنة وحكمة

احضر وكيل التأمين للارملة الحزينة
شيكاً بقيمة مليوني دولار. تفحصت
الشيك بعينين تملؤهما الدموع وقالت:
«إنه ليسعدني أن أعيد نصف هذا المبلغ
مقابل أن أرى جورج حياً اليوم».

الفعالية من منتجاتك النهائية وحلقات أبحاثك. حيث
تتقاضى فقط 50 دولار لموادك لأن هذا ما تتكلفه
من أجل الإعلان، الطباعة، الإنتاج، والبريد. إذا
انخفضت تكاليفك نوعاً ما يمكنك تخفيض سعرك.
يمكنك مراجعة بعض الأرقام في عقلك.

لنرى، المعلومات الموجودة في الكتيب لن
يكون من الصعب تحميلها إلى موقع على الشبكة - فهي متواجدة سلفاً
كصيغة رقمية على الحاسب في مكتبك. إنها 75 صفحة من المعلومات
الهامة، منظمة بجدول ورسوم بيانية دقيقة لطالما أخبرك زبائنك كم هي قيمة
بالنسبة لهم.

إن أشرطة الكاسيت، حسب رأي صديقك الفني، يمكن تحويلها إلى
رقمية وتخزينها في موقع على الشبكة (تماماً كرسالة رئيس شركة IBM)
ويمكن أن تتضمن فيلماً قصيراً لك تقدم فيه بعضاً من أفكارك الهامة والمدرة
للأموال.

وماذا بالنسبة للتكلفة؟ لنرى، لا يوجد نفقات طباعة للكتيب، والزبون
المحتمل على الانترنت سيقوم ببساطة بإنزال كامل الكتيب على حاسبه / أو
حاسبها ويطبعه عن طريق طابعة ليزرية عند الحاجة. لا يوجد نفقات شحن،
لا توجد تكاليف شحن أو قد تكون قليلة. فكامل رزمتك التمهيدية ذات الـ
50 دولار تكاد لا تكلفك شيئاً لتسليمها مباشرة إلى من يرغبها. يا للدهشة،
لقد بدأت ترى الإمكانيات hassle bit.

تقرر أنت وصديقك تقديم الفصل الأول من كتيبك والشريط الأول من
منهاجك مجاناً لكل واحد يدخل إلى طريق المعلومات، ومن أجل الحصول
على باقي المادة يحتاجون فقط لتسجيل اسمهم لديك، وعنوانهم البريدي،
وعنوان بريدهم الإلكتروني، ورقم الهاتف، مما سيسمح لهم بالدخول إلى

منطقتك المخصصة للأعضاء فقط. تقوم من خلال البريد الإلكتروني بإرسال رمز سري للمسجلين ليسمح لهم بالمرور إلى مادتك المفضلة. هؤلاء الذين يدخلون إلى مشاحنات ضئيلة إضافية للحصول على كلمتك السرية للعبور قاموا بتأهيل أنفسهم ليكونوا أكثر المهتمين بموضوعك. وهؤلاء هم من تبحث أنت عنهم - الجمهور المتحمس. ومجرد أن هؤلاء الجماهير المتحمسة لديهم وصول مجاني لمادتك لا يعني أنهم لا يرغبون بالحصول على نسخة مطبوعة من كتبيك، منشورة لدى محترفين وموقعة من قبلك، مع أشرطة الكاسيت ليسمعونها في السيارة. وبسبب أن تكاليفك للتسويق منخفضة جداً، يمكنك تحمل إعطائهم خصماً على الانترنت... 29.95 دولار إضافية فقط للشحن والتسليم.

مع وضع هذه الخطط في مكانها، تطلق صفحتك على الشبكة. يمكنك الآن أن تفتخر بأنك أنت أيضاً موجود على الخط الإلكتروني. لكن، تذكر، حصولك على موقع على الشبكة ليس هو الهدف، فالهدف هو جذب حركة المرور إلى موقعك. سنتعمق في هذا لاحقاً.

أولاً، دعني أشاركك النموذج الناجح الثاني لإطلاق عملك عبر الخط الإلكتروني.

نموذج عمل ناجح على الشبكة رقم 2: تسويق الشبكة

خذ كل ما تعلمته عن تسويق الشبكة في الفصل الحادي عشر وطبقه على الانترنت. العديد من الأشخاص حققوا نجاحات ساحقة من خلال بناء تسويق فعال لأعمال عن طريق الشبكة عبر الخط الإلكتروني. فهذا العمل يتناسب بشكل خاص مع قدرات الانترنت.

من المعتاد أن يكون من الصعب للغاية للموسقين المبتدئين على الشبكة أن يقلعوا، فأول أمر تم تشجيعهم على القيام به كان عمل لائحة بأسماء 200 من أقرب أصدقائهم، وجيرانهم، ومعارفهم، ومن ثم الإلحاح عليهم

بالمغريات حتى يقوموا بشراء بعض المنتجات. لم يمر وقت طويل قبل أن يصبح هؤلاء المسوقين عبر الشبكة مندوبين من قبل الجيران - أعضاء نادي NFL ، لم يبق لديهم أصدقاء.

آن الأوان لإعادة عملية التسويق إلى التسويق عن طريق الشبكة. آن الأوان لإيقاف التحرش بأصدقائنا والبدء بإيجاد الأشخاص الذين يبحثون باهتمام عن الأنواع من المنتجات والفرص التي يجب أن نقدمها. فأنا أعتقد بشكل جازم بأن مستقبل التسويق عن طريق الشبكة هو من خلال الانترنت، وأولئك الذين تعلموا أن يطوروا الآن استراتيجية ناجحة للتسويق عن طريق الشبكة عبر الخط الإلكتروني سوف يتجاوزون المنافسة بسنوات ضوئية.

إليك هنا دراسة سريعة لحالة تبين كيف يطبق هذا عبر الخط الإلكتروني في الوقت الحالي.

لنفترض بأن لديك عمل للتسويق على الشبكة يتقدم بشكل مضطرب. فأنت تحب المنتجات - في الواقع أنت مغرم بها، لكن يبدو أنك لا تستطيع إيجاد شخص آخر مهتم بها مثلك. فوالداك يأخذان المنتجات من جانب الوفاء لك لا لشيء آخر. وقد دنوت من كل شخص تعرفه. لكن بعد أن يبدي الناس اهتمامهم ويوقعون، يبدو أن العدد يتضاءل بعد فترة. فمعدل شعورك بالإرهاك يصبح أسرع من النمو عن حذك الأدنى. يبدو أنك لا تحقق تسارعاً في أي مكان. أنت بحاجة إلى جرعة من الزبائن المتحمسين والمهتمين.

عندها تسمع عن أناس حققوا نجاحات كبيرة بواسطة بناء تسويق لأعمالهم عن طريق الشبكة عبر الخط الإلكتروني. فتقرر أن تخوض غمار هذه التجربة بنفسك. تتصل بصديقك الفني، وقبل مضي وقت تقوم بالأعمال

عبر الخط الإلكتروني في الموقع www.sucessfulpeople.com ومن خلال استخدام بعضاً من أفكار التسويق التي سأحيطك بها في بقية هذا الفصل تبدأ بجذب حركة المرور إلى موقعك. يأتي الناس - غالبية غريبة من كل أنحاء العالم - للبحث عن منتج وعن فرصة تتوافق مع ما تقدمه. لقد اعتدت على ملاحقة الناس لفترة، ومن الممتع أن تراهم يتوافدون إليك على سبيل التغيير. فأنت اعتدت على التعامل مع أشخاص لا يملكون الكثير من المال، لكن هذه الاتصالات عبر الانترنت هي أكثر دقة وهم لديهم المال ! فهذا كما لو أنك انطلقت عبر عروق من الذهب الخالص.

لكن هذا ليس هو الجزء الأفضل. فباستخدام المزايا المؤتمتة للانترنت

(والتي سوف أشارككم بها في هذا الفصل)، تجد

بأنه لا حاجة لبذل أي جهد تقريباً من أجل قيامك

بالتسويق. فمثلاً، عندما ينجذب الناس إلى موقعك

ويطلبون مزيداً من المعلومات، يمكنك إرسالها لهم

مباشرة ومجاناً. لا حاجة لإرسال المزيد من

الأشرطة والأفلام عن طريق البريد العادي. ففي

اللحظة التي ينقرون فيها على الزر طالبن مزيداً من المعلومات، عندها يقوم

مجيك التلقائي أوتوماتيكياً بإرسال رسالة بالبريد الإلكتروني بالمعلومات التي

يبحثون عنها. لكن هذا ليس كل شيء، فمجيك التلقائي يقوم بإرسال سلسلة

من رسائل البريد الإلكتروني أوتوماتيكياً محملة بالبيانات كل يوم لفترة أسبوع

لاحق. الآن هذا هو التسويق.

SSS

فطنة وحكمة

لكي تحب الذي تقوم به وتشعر بأنه
هام - كيف يمكن لأي شيء أن يكون
أكثر امتعاً من هذا؟

Katherine Graham

جميع هذه الاتصالات جرت بشكل أوتوماتيكي - حتى أنك لا تدرك

بأنها تجري. فزبائنك مشجعين لتفحص أشرطتك السمعية والبصرية المتاحة

على موقعك لمدة 24 ساعة في اليوم، فهم يقرؤون قصص ناجحة لآخرين

ممن ساعدتهم لخلق تسويق شبكي ناجح لأعمالهم عبر الشبكة. حيث

يتفحصون موقع شركتك على الشبكة ويزدادون تأثراً.

هؤلاء الزبائن ليسوا بحاجة إلى تواجدك - فهم يبيعون أنفسهم بشكل تلقائي. وكل هذا يمكن أن يحدث عبر الخط الإلكتروني، بدون أن يكون هناك أي احتكاك مباشر من أي نوع. إذا كنت لا تحب مواجهة الرفض، عندئذٍ يجب أن تحب هذه الطريقة.

إليك حقيقة حاسمة. أنت تعرض عليهم مساعدتك لبناء تسويق أعمال شبكي عبر الانترنت باستخدام نفس الأدوات تماماً التي استخدمتها في إقناعهم. فأنت تعرض عليهم المشاركة بجميع استراتيجياتك القوية المتجددة والتي تملك الاحتمالات لخلق عرض دائم من الحلول الهامة. هذه الحلول يمكن أن تتدفق بشكل يومي من الانترنت لمدى العمر مجاناً. فهي لا تحتاج للتحرش بأي كان بعد الآن. حيث يمكنها بناء أعمال كبيرة تلقائياً، متعاملة مع عدد من الغرباء - شبكة متنامية من الزبائن السعداء من بلدان نائية حول العالم.

فالشركة تشحن كل المنتجات مباشرة إلى الزبائن الجدد المكتشفين من قبل زبائنك. فهم ليسوا مضطرين للتعامل مع أمور إدارة الأعمال التقليدية، المخزون، المحاسبة، المستودع، الأبحاث، تطوير المنتج، الموظفين، المصاريف العامة، الشحن.

ما زال هناك المزيد. جميع الاتصالات المتطورة - تدريب، دعم، إشراف - يمكن حدوثها مباشرة على الخط. سريعة، قليلة التكلفة، ذات فعالية.

الآن، إليك فكرتي عن نموذج أعمال ممتع.

قبل أن أشاركك كيفية إعداد النظام المؤتمت لخلق مثل هذا العمل، هناك نموذج أعمال ممتع آخر لتقوم بدراسته.

نموذج عمل ناجح على الشبكة رقم 3: برامج الدمج.

ماذا لو كان يمكنك الحصول على مخزن بيع كبير لك عبر الخط

SSS

فطنة وحكمة

أريد أن أحيأ كرجل فقير - فقط مع الكثير من المال.

Pablo Picasso

الالكتروني يسمح لك ببيع احدى المنتجات الهامة عبر الانترنت دون أن تزعج رأسك بإعداد موقع خاص بك على الشبكة؟ ماذا لو تم إعداد موقعك كاملاً مع صور للمنتجات ومع صيغ للطلبات عبر الخط الالكتروني؟ ماذا لو كان نظام الموافقة لبطاقتك الائتمانية وضع بشكل مسبق في مكانه المناسب؟ ماذا لو اضطررت إلى تقديم خدمة وتدريب محدد للزبائن واستطعت أن تمضي معظم وقتك في إيجاد مزيد من الأعمال؟ ماذا لو كان لك الحرية فقط لتسويق المنتجات واستلام شيك بالبريد بعد عدة أسابيع مقابل المنتجات التي تم شراؤها؟

حسنًا، هذا البرنامج موجود ... ويدعى برنامج الدمج. فالمال الذي يتم توليده عبر الانترنت اليوم من خلال برامج الدمج هائل إلى حد لا يصدق، ويخبرنا الخبراء بأن هذا الاتجاه سيستمر بالانفجار لعدة سنوات تالية.

إذاً ما هو برنامج الدمج، ولماذا سترغب بأن تستخدم واحداً؟ برنامج الدمج هو الاسم المعطى للشركة التي تسمح للشركات المستقلة، والاتحادات، أو الموزعين بأن يحيلوا أعمالهم لشركة مقابل تقاضيهام عمولة. كما تعلمت في الفصل الحادي عشر، فإن أشهر برنامج دمج على الشبكة هو أكبر مخزن لبيع الكتب على الانترنت، Amazon.com ومن أحد الأسباب وراء النجاح الكبير لشركة أمازون هو كونهم من الطليعة التي قدمت برنامج دمج. دعنا نرى كيف يعمل.

لنفرض بأنك تريد أن تندمج مع شركة Amazon.com فأنت تسجل مع شركة أمازون كشركة مدمجة أو متحدة من خلال اللجوء إلى www.amazon.com عندئذ، وبمساعدة شركة أمازون، تقوم بإعداد مخزن Amazon.com لبيع الكتب الخاص بك. وعندما تبدأ بالترويج لعناوين الكتب

على موقعك على الشبكة، سيشتري زوارك هذه الكتب بناء على توصياتك. ومقابل عملك هذا، ترسل شركة أمازون عمولة بنسبة 5٪ في كل شهر لقاء عملك التراكمي. شيء جميل، أليس كذلك؟

حسناً، إذا كنت تعتقد بأن نموذج شركة أمازون فعال، انتظر حتى ترى بعضاً من برامج الدمج الجديدة الأخرى في السوق. وأنت لست مضطراً أن تكتفي ببرنامج واحد فقط. هناك الآلاف من البرامج المشابهة على الشبكة تقدم لك فوائد أكثر ديناميكية وفرصة لكسب مئات إذا لم يكن آلاف من ال دولارات شهرياً.

عدد الطلبات باليوم	الدخل الأسبوعي المقدر	الدخل الشهري المقدر	الدخل السنوي المقدر	الدخل السنوي المقدر مع برنامجين مدمجين	الدخل السنوي المقدر مع خمس برامج مدمجة
1	\$ 140	\$ 600	\$ 7,300	\$ 14,600	\$ 36,500
2	\$ 280	\$ 1,200	\$ 14,600	\$ 21,900	\$ 73,000
3	\$ 420	\$ 1,800	\$ 21,900	\$ 21,900	\$ 109,500
5	\$ 700	\$ 3,000	\$ 36,500	\$ 73,000	\$ 182,500
10	\$ 1,400	\$ 6,000	\$ 73,000	\$ 146,000	\$ 365,000
20	\$ 2,800	\$ 12,000	\$ 146,000	\$ 292,000	\$ 730,000

كم يمكنك أن تكسب؟ تصور بأنك تسوق منتج مدمج عبر الانترنت وتحقق ربحاً صافياً مقداره عشرين دولار عن كل وحدة مباعه من المنتج. وهذا الجدول المذكور أعلاه يقدر الدخول الافتراضية بناء على أرقام المبيعات اليومية، الأسبوعية، الشهرية، والسنوية*.

* هذا الجدول ببساطة يعطي عينة من العمولات وفق مجال دراسة الجدول نفسه. على الرغم من أن الدفعة 20 دولار لكل مبيع هي سائدة لبعض برامج الدمج الحالية في السوق، العديد يدفع أكثر أو أقل من 20 دولار لكل مبيع. هذا الجدول لا يجب

برامج الدمج الحديثة تزداد استخداماً على الدوام، وهذا مغرٍ للعمل بمجموعة من البرامج. وإحدى الخصائص المميزة لبرامج الدمج هي قدرتك على إدارة عدة برامج مدمجة بنجاح وفي وقت واحد. أيضاً، ولأن أغلب برامج الدمج تدفع عمولات على المنتجات المباعة فقط، فلا يوجد بشكل عام أي تصادم مع فرص الأعمال الأخرى والتي يمكن أن تسوق لها من خلال موقعك (أي. التسويق الشبكي وبرامج البيع المباشر).

العديد من مالكي المواقع على الشبكة يضعون برامج دمج على مواقعهم كنوع من العروض «بالجملة»: «بالمناسبة، هذه الخدمة متاحة في حال احتجت إليها ... وإليك هنا الارتباط المناسب». إن أغلب الناس لن يكون بمقدورهم التخلي عن عملهم اليومي بسبب تمويل واحد أو اثنين من برامج الدمج، مهما كان المبلغ الذي سيجنونه.

بعض الناس يمكن أن يكونوا قادرين على إدارة العديد من البرامج، لكن من الأفضل تأسيس مورد واحد أو اثنين فقط من موارد الدخل في وقت واحد ثم إضافة برامج إضافية عندما تكون قادراً على ذلك. تأكد من أن برامج الدمج التي اخترتها تكمل عملك الحالي أكثر من أن تقلل منه أو تصرف نظر زائري الموقع عنه.

من أفضل الأمثلة عن برنامج دمج ممتع هو ذلك الذي قمت بمساعدة روبرت آلن على تصميم موقعه الخاص www.multiplestreamsofincome.com وأفضل جزء فيه هو أنه مجاني. موقع روبرت متخصص باستراتيجيات بناء الثروات، والكتب، وبرامج التدريب السماعية، وبرنامج روبرت آلن الخاص عن حلقات البحث الجديدة لخلق عدة تدفقات للدخل بأربع أسابيع.

استخدامه لتوقع الإيرادات الفعلية. هذا التخطيط افتراضي خالص. برامج الدمج، كأى مبيعات مباشرة مرتكزة على العمولات، تعتمد على الأداء. إن عمولات المؤسسات محدودة بإمكانيات المؤسسة أو عدم إمكانيتها لتسويق منتجات الدمج بشكل فعال.

و بالإضافة إلى تطوير الموقع الخاص بك على الشبكة، وخلق منتجاتك للمعلومات، وإعداد الحسابات التجارية لبطاقات الائتمان، وكل الأمور الأخرى لإطلاق عمل عبر الانترنت، يمكنك ببساطة أن تصبح شريكاً لروبرت آلن وتدعه يعالج التفاصيل. أليس من الممتع أن تجعل صانع مشهور للملايين يرسل لك شيكات كل شهر؟

برامج الدمج على الشبكة مازالت بعد في مرحلة الطفولة. عندما تنعم بخلاصة إبداع أذكى العقول في العالم، يمكنك الوصول إلى فرص يستطيع الناس الموجودون في العالم الحقيقي أن يحلموا بها فقط.

لكن تذكر، ولا أي من نماذج الأعمال الثلاث هذه يعمل بدون أتمتة وتسويق. لنستمر بتفحص المفاتيح الثلاثة لنجاح الانترنت. فالأول كان وضع استراتيجية لانطلاقتك. وهنا المفتاح الثاني.

المفتاح الثاني لنجاح الانترنت:

أتمتة كل شيء

في الفصل الثاني من هذا الكتاب تعلمت عن صيغة (تركيب) شجرة النقد - تسعة خصائص من التدفقات النقدية عالية الربحية وخالية من المشاحنات. وإحدى هذه الخصائص هي إيجاد عمل لا يتطلب موظفين.

دعني أخبرك عن رجلك الآلي للتسويق عبر الانترنت. أدعوه سام.

فبدلاً من استخدام مجموعة من الموظفين لكي تتعامل مع المخزون، الشحن والاستلام، خدمة الزبائن، إدخال البيانات، وكل المهام المملة الأخرى التي يتطلبها امتلاك عمل ناجح - سام، رجلك الآلي للتسويق عبر الانترنت، سوف يهتم بكل هذه التفاصيل من أجلك.

سام لا يحتاج إلى النوم، أو الغذاء، أو إلى جليس أطفال. فهو لا يتذمر أبداً، ولا يدعي المرض بتاتاً، ولا يقوم بأي إضراب نهائياً. فسام

SSS

فطنة وحكمة

دائماً كنت أعتقد أن أفعال الرجال أفضل
مفسر لأفكارهم

John Locke

يعمل لأجلك على مدار الساعة، سامحاً لك بقضاء
مزيد من الوقت مع عائلتك، وأصدقائك،
ومجتمعك، وهواياتك.

إن سام مفوض لتشغيل كامل نظام التسويق عبر
موقعك على الشبكة، فهناك تيار ثابت من الحلول المؤهلة يتوجه في دماغه
للاستجابة لقواعد البيانات المجمعة. فهو يقوم بتجميع المعلومات الهامة عن
الزبائن المحتملين ومن ثم يقدم بشكل أوتوماتيكي منتجات أو خدمات
مخصصة لكل فرد من الزبائن.

كل هذا يجري وراء الستار، بعيداً عن إدراكك. وفي اللحظة المناسبة
بالضبط، حيث يكون الزبون في غاية الجاهزية، تتقدم بشكل شخصي
وتضيف العنصر البشري حيث يمكنك أن تحصد اتصالاتك عبر علاقات من
الثقة طويلة الأمد.

هذا يبدو جهد كبير، أليس كذلك؟ لكن هذا ما يحدث الآن عبر
الانترنت.

إن الانترنت هو الآلة الأكثر نفوذاً وفعالية للتسويق من خلال الاستجابة
المباشرة. ومن خلال مساعدة أجهزة الحواسيب العادية، يمكن للمسوقين
المباشرين أن يخلقوا آلة للتسويق عبر الخط الإلكتروني لا تشبه الرجل الآلي
سام. عندما تتعلم كيفية تسخير قوة هذا النظام، فإنك ستقدم على المنافسة
بسنوات.

هناك ثلاث أدوات أتمتة هامة ومطلقة تسمح لسام بالقيام بمعجزاته
التسويقية الروبوتية: (1) برامج إحصائية متقدمة على الشبكة، (2) قوالب
أوتوماتيكية للبريد الإلكتروني ومجيبات تلقائية، و(3) مخدمات اللوائح.

برامج إحصائية متقدمة على الشبكة

فكر بتلك الفترات الإعلانية التي تكلف ملايين ال دولارات والتي تعرض على الملأ في المدرجات الرياضية في شهر كانون الثاني من كل عام. في 60 ثانية، يتبخر 1 مليون دولار في الهواء. لا يوجد آلية لاتصال سريع وسهل المتابعة مع أي من الزبائن المحتملين. هؤلاء المعلنون يدفعون ملايينهم من ال دولارات آملين أن يلاحظها أحدهم. هل تعتقد بأن الشركة التي اشترت هذه الإعلانات في المدرجات الرياضية بملايين ال دولارات مهمة بالحصول على عناوين كل الناس الذين راقبوا الإعلانات والذين اهتموا بالمنتج؟ تماماً ! فالشركة عندئذ تعيد تركيز جميع ميزانيات إعلاناتها على هذا الجمهور القليل والعالي المؤهلات فقط وتترك إنفاق المال على أولئك المشاهدين غير المهتمين أو غير المؤهلين (كباقي ال 500 مليون فرد الذين راقبوا الألعاب في المدرجات الرياضية).

هذا النوع من تعقيدات التسويق متاح الآن عبر الانترنت. عندما يدخل الناس إلى مجال بحثك، يتركون أثراً لا يمحي جاعلاً إياك عارفاً بالضبط متى وصلوا، ومن أين جاؤوا، وكم من الوقت بقوا، وما الذي قاموا باستعراضه، وما الذي قاموا بشرائه، وإلى أين ذهبوا بعدما غادروا، وكم مرة يكررون عودتهم.

ما هو نوع المعلومات التي يتطلبها المسوق الماهر؟ هل تستحق ثروة! ليس فقط بالمال الذي يمكن أن تجنيه - إنما بالمال الذي يمكن أن توفره من الإعلانات غير الناجحة.

عندما تجهز موقعك على الشبكة بخدمة استضافة على الشبكة أو مزود خدمة على الانترنت (ISISP) واحد من أول أسئلتك يجب أن يكون، «ما مدى درجة تعقيد إحصاءاتك على الشبكة؟»

أياً كان المستشار الذي تختاره لإرشادك حول إطلاق موقعك، تأكد من

وصولك إلى حزمة إحصائية عالية على الشبكة. فمثلاً، يجب أن تكون قادراً على تتبع نتائج أي ترويج تقوم به على الشبكة أوتوماتيكياً - ليس فقط مقدار حركة المرور الذي يولده وإنما، والأكثر أهمية، مقدار المبيعات الذي يحققه.

قوالب أوتوماتيكية للبريد الإلكتروني ومجيبات تلقائية

إن واحداً من تأثيرات التسويق عبر الخط الإلكتروني يكمن في قدرتك على استخدام بريد الكتروني يعتمد على نظام إدارة الاتصالات للمتابعة مع الزبائن. كل اتصال روتيني مع زبون يمكن ويجب أن يكون مؤتمت ومنظم. وعندما يردك طلب مشابه من زبائن آخرين، يمكنك أن ترسل لهم رد مصاغ مسبقاً بالحال.

وحسب ما قاله أحد الكتاب، «مع القوالب الجاهزة، أصبحت مركز إرسال مدهش يديره شخص واحد، قادر على أن أقوم في خلال دقائق ما يستغرق مكتب تقليدي أياماً، وحتى أسابيعاً، لتحقيقه. هذه الإنتاجية تقود إلى زيادة في الربحية، وزيادة في الربحية تجعلني منظم اتصال سعيد جداً بالفعل»*.

العديد من الطلبات الروتينية على المعلومات يمكن معالجتها عن طريق مجيب تلقائي - برنامج كمبيوتر يرسل أي رد بالبريد الإلكتروني (أو سلسلة من الردود) تقوم بتحديثه. فمثلاً، عندما يطلب الناس معلومات منا حول فرص التسويق عبر الشبكة، يرسل لهم مجيبنا التلقائي سلسلة من سبع رسائل خاصة مكتوبة ومحملة بالبيانات بالبريد الإلكتروني على فترة سبعة أيام من الزمن. أولى رسائل البريد الإلكتروني هذه ترسل مباشرة بعد أن يتم استلام الطلب. لهذا تأثير «أرسل الرد وهم متحمسون».

* بريد إلكتروني الدورادو، د. جيفري لانت، ص 64.

في الواقع، إن واحداً من المنافع الرئيسية للشبكة هو أن تقصر إطار الوقت بين الاتصال الأولي والبيع النهائي. في العالم الواقعي، هذه الفترة يمكن أن تكون أسبوعين أو ثلاثة. فعلى سبيل المثال، لاحظ ثغرة المبيعات في التسويق عبر الشبكة لإعلان مبوب في العالم الواقعي:

اليوم الأول، قبل الظهر اتصالات متوقعة حول إعلاناتك المبوبة. يتركون رسائل على آلة المجيب الآلي.

اليوم الأول، بعد الظهر ترد على الرسالة وتدع رسالة على جهاز المجيب الآلي للزبون.

اليوم الثاني، بعد الظهر لا يوجد رد من الزبون، فتضع رسالة ثانية.

اليوم الثالث، بعد الظهر مايزال لا يوجد رد من الزبون، لذلك تدع رسالة ثالثة.

اليوم الرابع، قبل الظهر الزبون يرد على اتصالك، تاركاً رسالة على جهازك المجيب الآلي. إشارة على اتصال !

اليوم الخامس، بعد الظهر تتصل أخيراً مع الزبون وتعرض إرسال معلومات إليه.

اليوم السادس، قبل الظهر ترسل المعلومات بواسطة طرد بالبريد العاجل.

اليوم الثامن، بعد الظهر تتصل مع الزبون للتأكد من استلام المعلومات ومراجعتها. الزبون مشغول جداً.

يعدك بمراجعتها في عطلة نهاية الأسبوع. فتضع موعداً لفترة ثلاثة أيام من الآن.

اليوم 11، بعد الظهر الزبون لم يراجع المعلومات بعد.

اليوم 12، بعد الظهر الزبون يسر من المعلومات لكنه يطلب معلومات إضافية.

اليوم 13، قبل الظهر ترسل مزيداً من المعلومات عن طريق البريد العاجل.

وهذا يجري لفترة أسبوعين آخرين. وفي النهاية، يرفض الزبون برنامجك. فقد استغرقك ذلك حوالي ثلاثين يوماً، عشرة اتصالات هاتفية، معلومات مرسلة بطرد بالبريد العاجل، وعدد من الليالي الضائعة الأخرى من المتابعة لتحصل على الرفض. أنا أقول، إذا كنت ستحصل على الرفض، دعنا نكتشف ذلك الآن. ونوفر على الجميع كثيراً من الوقت والمال. إليك كيف تجري العملية عبر الانترنت.

اليوم الأول، الساعة 9 صباحاً الزبون يطلب معلومات.

اليوم الأول، الساعة 9:01 صباحاً المعلومات ترسل بالمجيب الآلي للبريد الإلكتروني.

اليوم الأول، الساعة 10:37 صباحاً الزبون يراجع بريده الإلكتروني. يسر من المعلومات. يرسل بريداً إلكترونياً مع عدة أسئلة خاصة.

اليوم الأول، الساعة 12:19 مساءً تراجع بريدك الإلكتروني. ترسل نموذجاً للرد مصمماً خصيصاً للتسويق في ذهنك.

اليوم الأول، الساعة 4:12 مساءً الزبون يتفقد البريد الإلكتروني. لكنه مشغول جداً ليتمكن من الرد.

اليوم الثاني، الساعة 9 صباحاً المجيب التلقائي يرسل أول نموذج للمتابعة مصمم لتحفيز الزبائن للعمل.

اليوم الثاني، 9:45 صباحاً الزبون يتفقد بريده الإلكتروني. ويقرر معاينة موقعك على الشبكة ويقوم ببحث ما. يمضي 25 دقيقة من التجوال للبحث المخصص والمركز في موقعك. يشاهد لقطات الأفلام، ويصغي إلى

سمعيات حقيقية، ويقرأ التعليقات، ويعاين موقع الشركة على الشبكة. ليقنع نفسه.

اليوم الثاني، 10 صباحاً يرسل بريداً إلكترونياً يطلب فيه إجراء اتصالاً هاتفياً.

اليوم الثاني، 11:15 صباحاً تتفقد بريدك الإلكتروني. تتصل بالزبون، الذي سر برسالتك، لكنه بحاجة لمناقشتها مع زوجته. تحصل على عنوان بريد الزوجة الإلكتروني وترسل بريداً إلكترونياً للزوجة تقدم فيه نفسك.

اليوم الثالث، 9 صباحاً المجيب التلقائي يرسل رسالة متابعة ثانية إلى الزبون، والذي تأثر بمضمون الرسالة والتذكرة المستمرة لتسويقك الفائق البراعة.

الزبون يرسل بريداً إلكترونياً يؤكد فيه مناقشته مع زوجته (والتي بحثت أيضاً عن موقعك ووافقت). فهم جاهزون للاستمرار.

في مثالنا عن العالم الواقعي، كانت العملية غير مباشرة - ملاحقة المكالمات، مكالمات هاتفية مسائية، من يريد ذلك؟ في مثالنا عن الانترنت، العملية لا تتطلب مجهوداً على الإطلاق، فهي في الواقع تقوم بالبيع للزبون. وحتى لو كان قرار الزبون سلباً تجاه منتجاتك، فالرفض سريع، سهل، ورخيص.

كما يقول بيل غيتس في «القيام بالعمل بسرعة الفكرة»: «قم بالإصرار على تدفق الاتصالات عبر البريد الإلكتروني، وحول كل العمليات الورقية إلى عمليات رقمية». كلما اتبعت هذه النصيحة بسرعة، كلما أصبحت أغنى. القوالب والمجيبات التلقائية ستساعدك للوصول إلى ذلك.

مخدمات اللوائح:

في الفصل الثاني عشر تلاحظ العبارة التالية:

أنت لا تحتاج للوصول إلى عشرة ملايين شخص.

أنت فقط تحتاج لجذب عشرة آلاف زبون متحمس
إلى قناتك المركزية وستبدأ رحلة حياتك!

هذا يبدو كإدمان - لكن دعني أثبت صلاحيته من خلال رواية قصة حقيقية. مؤخراً، كان هناك رجل أعمال شكوك (لنسميه بوب) تم عرض مقدرات الانترنت عليه. واحد من أصدقاء بوب (لنسميه دافيد) جاء لزيارة بوب في مكتبه. وباستخدام حاسب بوب، دخل دافيد بكلمة عبور إلى الشبكة. ثم طبع رسالة صغيرة بالبريد الإلكتروني يعرض فيها بيع واحد من برامج بوب السمعية بخصم 40 ٪ إلى أول ثلاثة أشخاص سيستجيبون للبريد الإلكتروني. وكحافز إضافي، عرض دافيد عدة إعلانات مبوبة في «مخزن دافيد عبر الانترنت». أرسل البريد الإلكتروني إلى حوالي 1500 مشترك برسائل الانترنت المجانية والتي صممت قبل تسعين يوماً فقط. وعندما راقب بوب ودافيد شاشة الحاسب، أول طلب جاء بالبريد الإلكتروني جاء بأقل من دقيقة لاحقاً. وقبل أن يغادر مكتب بوب كان هناك 14 طلبية أخرى.

كل هذا تم بدون إنفاق بنس واحد من تكاليف التسويق. أكد دافيد لبوب أن هذا يحدث بشكل دوري، وأفضل رد استلمه لعرض مشابه ولّد 11 ألف دولار في يوم واحد.

ما الذي يجعل هذا النوع من التسويق ممكناً؟ مخدم لوائح. فمخدم اللوائح هو برنامج قواعد بيانات للحاسب يلتقط اسم كل شخص موجود على قاعدة بيانات بريدك الإلكتروني. كل شخص في هذه اللائحة طلب استلام المزيد من اتصالات البريد الإلكتروني من طرفك. (وهذا يتعارض مع مادة زائفة غير مغرية). لذلك، عندما ترسل بريداً إلكترونياً إلى الأسماء المدرجة على مخدم لوائحك، وتبث الرسائل في الحال إلى كل شخص في آن واحد.

لقد حفزتك لبناء قائمة تضم عشرة آلاف اسم. التسويق هو عبارة عن لعبة أرقام. إن أية نسبة، وإن كانت صغيرة جداً من أية مجموعة مؤلفة من

أفراد سوف تهتم برسالة تسويق مستهدفة معينة. لنفرض بأنك تعرض منتج معلوماتي بمائة دولار. فما هي نسبة الردود التي تحتاجها من لائحة عامة تضم عشرة آلاف اسم لتضع ابتسامة على وجهك؟ إن منتجك هو رقمي، لذا تكلفتك تقترب من الصفر.

إذا استجاب شخص واحد فقط من ألف، سيكون لديك عشرة زبائن. وعشرة أضعاف المائة دولار هو ألف دولار. هل ترى كيفية كسب ألف دولار يومياً هو أمر واقعي تماماً؟ المفتاح هو لائحتك، وكلما كانت لائحتك أكبر كلما كان من الأسهل لك أن تكسب على الأقل ألف دولار ... فقط بضغطة زر.

هل هذا معقول؟ هذا هو سؤالك: «كيف أقوم ببناء مخدّم لوائح بآلاف الاسماء؟» ظننت أنك لن تسأل أبداً ...

المفتاح الثالث لنجاح الانترنت:

التسويق لبناء حركة مرور

يمكنك أن تستأجر دائماً شخصاً ما ليصمم لك موقعك على الشبكة ويقدم المساعدة الفنية. لكن التسويق هو العنصر الرئيسي الذي سينجح أو يفشل موقعك. بعض الأشخاص يولدون والتسويق يجري في دمهم. يمكنك أن تعرف عندما يدرك الناس هذا أم لا. إذا لم يكن هذا يجري في دمك، عندها عليك أن تتعلم كيف تصبح مسوقاً خبيراً إذا أردت تحقيق نتائج باهرة.

لتدريب مهارتك في التسويق، أشجعك على القيام بما يلي:

- * كن أنت الزبون ليوم كامل واذهب للتسوق ... مستخدماً محرركات بحث.
- * قم بإجراء مقابلات مع أساتذة بارعين في الشبكات يشابهون تفكيرك ومالكي مواقع من أجل التقصي عن معلومات حول التسويق.

* دع نفسك تخوض في المعلومات المتعلقة بزبائنك ومنتجاتك المستهدفة.

1. كن أنت الزبون ليوم كامل واذهب للتسوق ... مستخدماً محركات بحث. إن واحدة من أفضل الطرائق لجمع المعلومات حول الأماكن التي يحب زبائنك التسوق فيها هي القيام بأبحاث المفاتيح الدليلية على أكثر وسائل البحث شيوعاً. فمحركات البحث العالية على الانترنت هي آلتا فيستا، إكسيت، ويب كراولر، ليكوس، هوت بوت، غوتو، نورثرن لايتس، إنفوسيك، وياهو، والتي هي عبارة عن دليل بحث. ببساطة ضع <http://www.com> قبل أي من هذه الأسماء ضع في نهايتها، وقم بلصقها إلى داخل مستعرض الشبكة لديك (هو في العادة مستكشف الانترنت - انترنت إكسبلورر أو نيت سكيب)، وانقر على زر الموافقة enter للدخول إلى أي من محركات البحث هذه.

ثم، قم باختيار خمس كلمات دليلية أو جمل تقوم بأفضل تمثيل لمنتجاتك أو خدماتك التي تقوم بتسويقها على الخط المباشر، وخاصة أي مفاتيح دليلية يمكن أن يستخدمها زبونك المستهدف في بحثه. فمثلاً، لو كنت تبيع لوحات مفاتيح إلكترونية (من النوع الموسيقي) يمكنك أن تختار كلمات مثل بيانو كهربائي، لوحات مفاتيح، وآلات موسيقية (أغلب محركات البحث تفضل صيغة الجمع للكلمات الدليلية). لا يمكنني التأكيد بشكل كافٍ على مدى أهمية أن تعرف أي من الكلمات الدليلية والجمل سوف تحفز وتلهم زبائنك.

اطبع هذه الكلمات الدليلية أو الجمل على شريط البحث في أعلى محركات البحث وانقر على زر بحث أو انقر على زر الموافقة enter إن محرك البحث سيحضر لك قائمة من عشرة إلى عشرين موقع مرتبطين بتلك الكلمة الدليلية. تظاهر بأنك الزبون واستكشف هذه المواقع بتعمق. اختر كلمات دليلية أخرى، واستكشف المواقع التي تظهر، ومن ثم أعد العملية

مع محركات البحث المتنوعة. تأكد من أخذك ملاحظات حول الأشياء التي أحببتها والتي لم تحبها في المواقع التي قمت بزيارتها. هذه المعلومات سوف تساعدك في تطوير موقع يملك كل العناصر الجيدة من المواقع المنافسة لك دون وجود أية عناصر رديئة.

2. قم بإجراء مقابلات مع أساتذة بارعين في مجال الشبكات يشابهون تفكيرك ومالكي مواقع من أجل التقصي عن معلومات حول التسويق. عند زيارة مواقع مرتبطة بصناعتك وزبائنك، لا تتردد بطرح الأسئلة على أساتذة الشبكات في هذه المواقع. إن بعض مالكي المواقع يحبون التباهي بإنجازاتهم، لذلك هم منفتحون جداً وكرماء جداً بمعلوماتهم. على كل، هناك ما يكفي من الأعمال هنا وهناك لكل فرد على الشبكة.

3. دع نفسك تخوض في المعلومات المتعلقة بزبائنك ومنتجاتك المستهدفة. هناك طريقة ثانية لتعرف بشكل حقيقي زبائنك المستهدفين بشكل أفضل هي في الانضمام إلى مجموعات الأخبار وتشترك برسائل الأخبار المتعلقة باهتمامات زبائنك. فمزودك بخدمات الانترنت ISP (الشركة التي تمنحك وصولاً إلى الانترنت) يمكنها أن تمدك بالمساعدة التي تحتاجها للوصول إلى مجموعات الأخبار. أيضاً، لا تنسى العمل على الخط غير المباشر عندما تقوم بجمع المعلومات عن التسويق. اشترك واقرأ المجلات التي يقرأها زبائنك، وشاهد العروض التي يشاهدونها، واطلب بشكل مستمر تعليقاتهم.

إطلاق موقعك

مع وجود هذه المعلومات الكاملة لديك، أنت جاهز للإقلاع بموقعك. والغاية من موقعك هو أن تكون مصدراً قيماً للمعلومات لكل شخص مهتم بموضوعك ومنتجاتك. أهم ثلاث عناصر لموقعك يجب أن تكون التالية:

1. تقارير خاصة مجانية.

2. لقطات سمعية وبصرية مجانية.

3. رسائل أخبار مجانية.

يجب أن يشعر كل شخص يزور موقعك تماماً كما لو أنه تعثر بمنجم من الذهب من المعلومات القيمة بالمجان. حتى لو كنت تسوّق لعنصر مادي (مثل مزامير القرب)، فعلى موقعك أن يستمر بتقديم معلومات بالمجان (أي، تقارير خاصة مجانية حول العناية وتنظيف مزمرك، نوتات موسيقية للعرض على القرب متاحة بالمجان ليصار إلى إنزالها على الحاسب، رسائل أخبار مجانية للمتحمسين لمزامير القرب).

إن غايتك هي التقاط عناوين البريد الإلكتروني لكل زوار موقعك من خلال تقديم عدة منافع رائعة لدرجة تجعلهم يرغبون بالاشتراك برسائلك الأخبارية المجانية. عندما يشترك الناس برسائلك المجانية للأخبار (أو المجلة المجانية كما يطلق عليها في بعض الأحيان)، فهم يعطونك الإذن للاتصال بهم. لذلك، اتصالاتك الجارية ليست مادة زائفة، وليست بريداً تافهاً غير مغر. فرسائلك الأخبارية تصبح اتصالات مجدية.

إن هدفك هو بناء لائحة الرسائل الأخبارية هذه بأسرع وقت ممكن. فلائحة رسائلك الأخبارية هي منجمك للذهب. فهي تصبح مخدّم اللوائح خاصتك لجميع زبائنك الأكثر اهتماماً.

خطة بثمان مراحل لزيادة حركة المرور إلى موقعك

إذا كان هدفك المطلق هو التوسع بالاشتراكات برسائلك الأخبارية، عندها يجب أن تزيد حركة المرور إلى موقعك بحيث تتاح الفرصة للاشتراك لمزيد من الناس. سأريك ثمان خطوات لعمل هذا.

استخدم بريدك الإلكتروني وموقعك على الشبكة من أجل جميع إعلاناتك في الحياة اليومية.

ضع عنوان بريدك الإلكتروني وموقعك على الشبكة على كل شيء تقوم به - بطاقات أعمالك، القرطاسية، ترويسات الرسائل، صفحات الفاكسات، ملفاتك، بروشورات، وجميع أشكال إعلاناتك التقليدية، مثل البريد المباشر، الإعلانات المبوبة، مساحات الإعلانات في المجلات - حتى عندما توقع اسمك. هذا يجب أن يثير سيل من الملاحظات على صفحتك الرئيسية. الآن دعنا نحول هذا السيل إلى غدير صغير.

سجل موقعك على الشبكة في كل مكان

سجل موقعك على الشبكة بأكثر عدد ممكن من محركات البحث. فمحرك البحث هو دليل الصفحات الصفراء ... إدراج كل صفحة على الشبكة في العالم تبعاً للموضوع. فمثلاً، أحد أكثر محركات البحث شعبية هو ياهو (www.yahoo.com) عندما تصل إلى هناك يطلب إليك أن تبحث في كامل صفحات الشبكة المدرجة تبعاً للموضوع والمفاتيح الدليلية، كما لو أنك تتعامل مع موسوعة. عندما يبحث الزبائن المحتملون في ياهو، فإنك ترغب أن يكون موقعك على الشبكة مدرجاً مع الآلاف غيره. إن موضوعك هو المال. لذلك، عندما يقوم زوار ياهو بإجراء مسح عن الأماكن الممكنة للحصول على معلومات عن المال (مجلة المال على سبيل المثال)، فإنك ترغب أن يعرفوا بأنه سيكون بإمكانهم الحصول على معلومات عن المال بالمجان فقط من خلال زيارة موقعك. يمكنك أن تسجل بكلفة منخفضة على جميع محركات البحث الأساسية باستعمال خدمات مثل Post it أو Announce سيستغرق عدة أسابيع قبل أن يأخذ نظامك البريدي الأثر الفعلي، لكن على الأقل اسمك مدرج الآن. والناس يستطيعون إيجادك حالياً!

على الرغم من أن المكان لا يسمح بشرح مفصل عن الطرق الأخرى لتحويل سيل الزيارات لصفحات الشبكة إلى وابل، لكن دعني أناقش بعضها باختصار.

الانضمام وإرسال الرسائل بالبريد من خلال مجموعات الأخبار.

هناك الآلاف من مجموعات الأخبار مخصصة لكل موضوع في العالم. أوجد أناس يقاسمونك اهتمامات مشتركة ... مثل المال ... وانضم إلى مناقشة حولها. اقرأ الرسائل التي تركها مستثمرو معلومات جريئون آخرين ولاحظ كيف يقومون بتجميع حلولهم وجذب الناس إلى صفحاتهم على الشبكة. في أغلب المجموعات الأخبارية يعتبر إرسالك لرسائل تجارية شيء سيئ. لكن هناك العديد من الأشخاص الآخرين الذين لا يروا في هذا أي عيب. سوف أطلعك على هذا في الوقت المناسب. إن مجموعات الأخبار دعيت بـ «صفحات الشبكة للرجال الفقراء» لأنه يمكنك ترك عنوان بريدك الإلكتروني وتدع الناس يتصلون بك مباشرة بدلاً من إرسالهم إلى موقعك على الشبكة.

استئجار لوائح بريد إلكتروني

هناك مئات من القوائم البريدية بالبريد الإلكتروني تضم العديد من الاهتمامات المتعلقة بالموضوع. تماماً كما مع البريد العادي غير المشجع، فالبريد الإلكتروني غير المشجع لا يرحب به بالدرجة التي يرحب بها بالمعلومات التي تطلبها شخصياً. من إحدى جماليات الانترنت هي أنه عندما يزور الناس صفحتك على الشبكة، فهذا لأنهم قصدوا زيارتك وبالتالي هم مستعدون ذهنياً للتلقي. إن مراحل البريد الإلكتروني هي خارج هذه العلاقة الحميمة، لكن لا يزال هناك فائدة لإرسال رسائل البريد الإلكتروني إلى اللوائح المناسبة لدعوة الناس إلى زيارة موقعك.

استغل الإعلانات المجانية

هناك المئات من الأماكن على الشبكة حيث يمكنك إرسال إعلانات موبة مجاناً. وهذه المصادر تتغير باستمرار. إذا رغبت بقائمة حالية للمواقع

التي تقبل بإجراء إعلانات مجانية، اذهب إلى الموقع: www.multiplestreamsofincome.com وادخل الكلمة الدللية إعلان مجاني. سأرسل لك لائحة بالبريد الإلكتروني في الحال.

استخدم الاتصالات المجانية، تبادل الاتصالات، تبادل الشعارات، الترويج المتقاطع

أحياناً ستجد مواقع على الشبكة تقدم منتجات مكملة لمنتجاتك. وباستخدام مثالنا الأولي عن المنتجات، لو كنت تباع لوحات مفاتيح موسيقية، يمكن أن تجد موقعاً يبيع نوتات موسيقية شعبية للبيانو ولوحات المفاتيح (الأورغ). إذا ما شعرت بأن هذه المواقع ناجحة وتستقبل العديد من الزيارات، فلعله من مصلحتك أن تحاول أن تجعلهم يتصلون بموقعك. بعض أساتذة الشبكات الماهرين سيعطونك اتصالاً أو شعاراً إعلانياً طوعية على مواقعهم بدون مقابل. معظم أساتذة الشبكات سيرغبون بتبادل الاتصالات. بمعنى آخر، «إذا وضعت اتصالي على موقعك، سأضع اتصالك على موقعي».

لكن، لا تبادل الاتصالات مع أيأ كان. عامل اتصالاتك كديون للمقايضة وامنحها لمن يتعامل معك بالشكل الصحيح ويعطيك شيئاً قيماً بالمقابل.

إن واحدة من أكثر استراتيجيات التسويق عبر الانترنت كفاءة تدعى الترويج الإعلان المتقاطع، حيث تقوم بالتصديق على كل موقع آخر. فمثلاً، علك تجد أنه من الممتع العمل مع صفحة تشيلي الموسيقية وأنتك تحصل على بعض الأعمال من خلال موقعها. يمكنك أن ترسل كتاب تصديق على موقعك تخبر من خلاله الزوار عن مدى استخدامك ونصيحتك بمنتجاتها وخدماتها. وتقوم بالمثل لك على موقعها. يمكنك حتى أن تخطو خطوة أبعد وترسل كتاب تصديق إلى لائحة رسائلك الأخبارية بأكملها.

وشيلي تقوم بالمثل، وقريباً كليهما ضاعف حركة المرور بدون أي استثمارات من أي نوع! ماذا سيحدث لو قمت بهذا مع عشرة مالكين للمواقع؟ ماذا سيحدث إذا قمت بتبادل لتصديق واحد بالأسبوع لمدة سنتين؟ هل فهمت قصدي؟

طوّر استراتيجية كسب اتصال يومي وابق عليها. إن واحداً من أكثر التقنيات كفاءة ومجانية 100 ٪ والتي يستعملها المسوقين عبر الخط الإلكتروني يومياً هي استراتيجية تجميع الاتصالات بشكل يومي. سيكون من الغباء قضاء كل اليوم بالحصول على اتصالات مجانية والقيام بتبادل للاتصالات والشعارات مع المواقع الأخرى على الشبكة. لكن، إذا كنت بصدد الميزانية، لنقل، 10 ٪ من وقتك للأعمال عبر الخط الإلكتروني في كل يوم للحصول على اتصالات، تبادل شعارات، ووضع إعلانات مجانية عبر الانترنت، تخيل نوع الاستعراض الذي يمكن أن تحصل عليه في نهاية سنة واحدة؟ ماذا بعد فترة خمسة سنوات؟ هذه الاستراتيجية الطويلة الأجل يمكن أن يكون لها تأثير مركب على حركة المرور الآتية إلى موقعك. أيضاً، العديد من محركات البحث ستعطيك أولية بالإحلال بناء على عدد المواقع الأخرى التي اتصلت بها.

استفد من الإعلانات المدفوعة عبر الخط الإلكتروني

لا تقلل من قيمة قدرة الإعلانات المدفوعة على الانترنت. إذا أجريت أي نوع من الأبحاث حول الإعلان بالانترنت، يمكن على الأرجح أن تعرف بأنه لا يمكن التنبؤ بذلك أبداً. إذا كنت لا تعرف ما تقوم به، يمكن أن تخسر الكثير من المال. والمفتاح لحملات إعلانية مدفوعة فعالة هي أن تقوم بتوجيه إعلاناتك. ومرة أخرى، ابحث عن المواقع التي يزورها زبائنك. لعلك ترغب بإجراء بحث حول الزبائن على موقعك لتكتشف أين يمضون وقتهم عبر الخط الإلكتروني. وفي اللحظة التي تقوم فيها بتحديد من 5 إلى

10 أعلى المواقع نسبة، ابدأ بالاتصال مع أساتذتهم للشبكات لترى إذا كان لديهم أية فرص لإعلانات مدفوعة. ستجد مجالاً واسعاً من الخيارات. امض بالصفقات التي ستعطيك أكبر كمية من ال دولارات. وبشكل آخر، أوجد المواقع والإعلانات التي سيتم مشاهدتها من قبل أكبر عدد من الزبائن المؤهلين مقابل أقل مبلغ من المال. ثم اختبره، واختبره، واختبره. وقريباً ستدرك أي من الإعلانات ستعيد الاستثمار فيه وأيهما ستهمله. وموقع على الشبكة يضم رزمة إحصائية يمكن أن يساعدك لملاحقة الاستجابات على كل إعلان.

استخدم تقنيات تقليدية للتسويق المباشر الاعتيادي لتجذب زبائن الخط الالكتروني

لن تصدق النتائج التي يمكن أن تحصل عليها من حملة إعلانات بالبريد المباشر والسريع والمصممة لتزيد حركة المرور إلى موقعك. بعض من أكثر الأشهر نجاحاً لي عبر الخط الالكتروني كان نتيجة توحيد إعلانات حماسية عبر الخط الالكتروني مع وحدات بريد مباشر أو بطاقات أوراق إعلانية (شحنات من إعلانات البطاقات البريدية بالبريد المباشر). البريد المباشر يمكن أن يكون أفضل طريقة للكشف عن الزبائن المحتملين لموقعك والذي لا يمكن أن يجدوك بشكل طبيعي من خلال المصادر عبر الخط الالكتروني.

خلاصة

الاستراتيجيات الثماني السابقة يمكن أن تساعدك في جذب حركة المرور إلى موقعك. دعنا نراجع المفاتيح الثلاثة لنجاحك بالانترنت:

أنت تحتاج لوضع استراتيجية لإطلاق موقعك على الشبكة.

أنت تحتاج لأتمتة كل شيء على موقعك على الشبكة.

أنت تحتاج للتسويق باستمرار من أجل بناء حركة مرور.

وعندما تبني حركة مرور، فإن نسبة صغيرة من زوارك سيتركون عناوين بريدهم الإلكتروني ويشترون برسائلك الإخبارية الجارية. ونسبة صغيرة من المشتركين برسائلك الإخبارية سيشترون شيئاً منك في كل مرة تقوم فيها بث رسائلك الإخبارية. ومن الواضح، كلما ازداد عدد الأشخاص بقائمة رسائلك الإخبارية بالبريد الإلكتروني، كلما جنيت مالاً أكثر بكل بريد.

كل موقع سيكون مختلفاً. ماذا ستكون نسبة الزوار إلى المشتركين؟ هذه أرقام ستقوم بتطويرها عندما تبني أعمالك عبر الخط الإلكتروني. وعندما تطور مهاراتك كمسوق عبر الخط الإلكتروني، ستتحسن نسبك. مع الإشارة، بأنه يمكنك أن تنضم إلى لائحة أولئك الذين يكسبون على الأقل ألف دولار في اليوم عبر الانترنت.

المعلومات في هذا الفصل لا تنوي فقط أن تعلمك لكن أن تحفزك للقيام بالفعل. لا يجب أن تنتظر لمزيد من الثواني لكي تصبح جزءاً من ثورة الانترنت. إذا لم تسجل اسم الملكية الخاص بك بعد، اذهب إلى العنوان www.multiplestreamsofincome.com وانقر على الاتصال «احصل على اسم ملكية خاص بك». هذا سيأخذك إلى صفحة حيث يمكنك أن تجرب عدة أسماء لترى فيما إذا كانت مسجلة مسبقاً. هل ما زال اسمك موجوداً؟ هذا مكان جيد لتنطلق منه.

أتمنى لك التوفيق في عالم الخط الإلكتروني.