

زيادة النقرات والبيع أكثر على موقعك

موقع ضخم مترافق مع محتوى مذهل يمكن أن يكون مثل صفحة فارغة وذلك إذا لم يعلم أحد بمكان وجوده. ليست مسألة كم هي ذكية ومفيدة مواقع البيع بالوساطة فإن وصلات منتج البيع بالوساطة (أو تجارهم) لن تقدم لك شيئاً جيداً إذا لم يقوم أحد بزيارتها.

بشكل واضح، يتوجب عليك خلق شيء ما جدير بالزيارة قبل محاولة جذب الزوار. ولكن حالما تبني ذلك فإن تركيزك يجب أن يتحول لجذب الزوار إلى موقعك. وهذا لا يعني القول بأن عملية البناء سوف لن تستمر. حقاً، وكما سبق لنا القول، بأن الكثير من المواقع لن تكتمل أبداً ولكنها تظل للأبد، كبيرة ومتسعة ومزينة أو محدثة بشكل مبسط، وبالإشارة وإلى ذلك مواقع أخرى تستمر في استجزار الحركة بعد أن يكون مالكيها قد نسوها وبعد أن يكونوا قد ذهبوا لخلق موقعهم التالي. بشكل طبيعي فإن الكيفية التي ستقوم بها بإدارة ومراقبة موقعك سوف تعتمد على الأسباب التي جعلتك تضعه عالياً في المكان الأول.

إذا كان هدفك خلق موقع متواضع للهو، عندئذ فإنه حالما تفعل ذلك مع عملية البناء الأولية فإنك ربما تكون بحاجة إلى تحديث الموقع فقط عدة مرات في السنة. ولكن إذا كان هدفك بناء الأعمال من خلال مداخيل مواقع البيع بالوساطة، عندها فالكثير من عملية الإشراف والمسؤولية تكون مطلوبة.

إن هذا الفصل يقدم بعض خطوط الإرشاد الأساسية من أجل:

- بناء موقع بحيث يرغب الناس بزيارته.
- استنباط الآراء حول الموقع.
- عمل تغييرات للموقع بحيث يتم الوصول إلى أعلى العائدات.

ملاحظة

إذا كان عنوان هذا الفصل قد بدا مألوفاً فسبب ذلك كون اسم هذا الكتاب «عن طريق GregHeelmstetter» أحد المسؤولين عن هذا الكتاب. الكثير من الأفكار المطروحة في هذا الفصل، والمقدمة بشكل موجز، يمكن اكتشافها بتفاصيل أعظم في ذلك الكتاب. من أجل الفصول ولمعلومات أكثر، قم بزيارة موقع دليل الكتاب على شبكة الإنترنت www.affiliateselling.com.

قيادة الحركة لموقعك:

هل تريد لملايين الزوار أن يبدأوا بالتدفق على موقعك؟

بالطبع أنت تريد ذلك. نحن جميعاً نريد ذلك. ولكن رغبتنا في قدومهم لن تجعلهم يبدو بحالة أفضل مثل حالة المحاكاة التهكمية الساخرة للخط المؤلف من فيلم حقل الأحلام: «إذا قمت ببنائه، فلن يلاحظه أحد».

نحن لا نعني أن تظهر التشاؤم ولكن نعني الواقعية تماماً. على الرغم من أن الكثير من المواقع تستجبر الكثير من الزوار - حقاً هو جزء من المشكلة - إلا أن الكثير من المواقع خارج هذا المجال، فقد أصبح الحصول على ملاحظات جديدة خاصة بها أكثر صعوبة، كما أن ضخامة هذه المواقع لا تشكل أية مشكلة. لإعادة التوضع، إن تطوير موقعك تعتمد على طريقة بناء موقعك، بالمقارنة مع نوعية أهدافك ومصادر موادك. ربما قد لاحظت تكرار المواضيع في هذا الكتاب، إن حجم واحد لن يلائم الجميع عندما تتم عملية تسويق موقع على الإنترنت.

إذا كنت محظوظاً وكان موقعك يجذب الكثير من الزوار، فعندها

ستكون نصيحتنا لك تابع العمل فيما كنت قد بدأت وتخطى ذلك إلى القسم الثاني من هذا الفصل، البيع الكثير، تشجيع الزوار على الشراء.

ولكن ومن جهة أخرى، إذا كان موقعك جديد، أو كونك جديد للعمل على شبكة الإنترنت، تابع قراءة هذا القسم.

يوجد الكثير من الطرق لنشر كلمة المرور والتعارف حول موقعك الجديد. بعضها سهل والبعض الآخر يطلب جهداً إضافياً، مثل مهارات خاصة أو دقة عالية.

محركات البحث:

85٪ من أسطح مواقع الإنترنت تستخدم المجلدات الفرعية ومحركات البحث. ولذلك فإنك إذا قمت بتطوير شيء واحد فقط لموقعك قدم صفحتك الرئيسية URL إلى كل من Yahoo!, Alta Vista, Lycos, Hotbot, Excite, Infoseek, MSN, Northern Light, LookSmart, Snap.com و WebCrawler. (من أجل الترابط مع تعليمات العرض لهذه الشركات، قم بزيارة موقع دليل هذا الكتاب على شبكة الإنترنت (www.affiliateselling.com).

الإعلان لشبكة الاستعمال:

تعتبر شبكة الاستعمال بمثابة الأم بالنسبة لجميع جلسات المناقشة عبر الإنترنت مع عشرات الآلاف من المجموعات الإخبارية المخلصة وبشكل حرفي لكل موضوع يمكن أن تتصوره. أنت تستطيع استخراج عنوان مجموعات موضوع موقعك في Deja.com (اختر «مناقشات» وابحث مستخدماً مفاتيح كلماتك التابعة لموقعك).

فن الاستعمال:

يوجد أكثر من ألف موقع لمحركات البحث وللدليل الذي تريد أن تعرض صفحتك الرئيسية فيه، ولكن فعل ذلك يتطلب استهلاك وقت كبير. أفضل طريقة لعمل ذلك هي استعمال خدمة العرض العالمي www.worldsubmit.com الذي سيقوم بعرض موقعك مع مجالات منظمة ومرتبة ابتداءً من تسعة دولارات (لتقدم 100 دليل) وحتى 89 دولار (تقدم 1550 دليل مع إعلانات متكررة لسته أشهر).

إذا كنت ميالاً لإنجاز هذا العمل بنفسك فكن حذراً وذلك لأن عملية التقديم والعرض أصبحت بحد ذاتها مهارة خاصة وبخاصة إذا كنت مركزاً لتعديل موقعك بحيث يصبح أقرب إلى قمة قائمة النتائج. يوجد حتى الآن مرجعية استشارية احترافية مخصصة لهذا الموضوع. إذا كنت مهتماً بأن تتعلم المزيد فإن النشرة الشهيرة التي تحمل اسم داني سوليفان، مشاهذة محركات البحث، هي المكان حيث يتم البدء به: www.searchenginewatch.com واستخرج الموقع الذهبي على الشبكة www.webposition.com الذي يقوم بتقديم البرنامج الخدمي لمثالية توصيفك خلال نتائج محركات البحث.

إن ذلك حالياً يكلف 149 دولار من أجل إصدار قياسي (يوجد إصدار احترافي جيد) وهناك برنامج اختيار مجاني.

كلمة تحذيرية: بعض محركات البحث لها سياسات ضد «الخداع» لتقنيتهن للمواقع التي تفقد تصنيفها أو التي ليس لها تصنيف أو المحاولة لرفع عامة موقعك بالنتائج. في المستقبل، فإن الـ FTC ربما تأخذ الخطوات اللازمة لتنظيم العملية الخاصة بهذه المعالجة، مثل إساءة استعمال تصبح أمراً شائعاً (مثل اهتمام بشكل خاص يكون بمواقع الراشدين التي تسيء في تقدم نفسها كونها مناسبة لمواضيع ثانوية).

شبكة الاستعمال تملك ثقافة بكل ما تملك، وبشكل دقيق عن طريق المجموعات الإخبارية التي بشكل مثالي تملك لغتها القومية الخاصة بها، بالإضافة إلى ضوابط، السلوك المناسب. ولذلك على الرغم من أنها يمكن أن تحاول التصريح كإعلان حول موقعك لهيئة شبكة الاستعمال التامة (تدعى Spamming) وإن عمل ذلك ممكن أن يكون خطيئة فادحة. أولاً وقبل كل

شيء، إن ذلك شيء بدائي وبسيط وبشكل كامل غير مناسب. أبعد من ذلك، فإنك ستستجر هجمات بشكل عشوائي وصاحب، وبأفضل الحالات، انتقاد لفظي مربك وبأسوأ الحالات هجوم ضار مركز لتصميمات تكتيكية حاقة تستهدف إسقاطك.

إذا كان محتوى موقعك بشكل صادق غير تجاري وبشكل خاص لموضوع مجموعة الأخبار، عندها - أحياناً - يكون مناسباً قيامك بالإعلان لتلك المجموعة. نحن نقول أحياناً وذلك بعض مجموعات الأخبار لا ترحب بمثل تلك الإعلانات.

الطريق الأفضل لمعرفة وإيجاد المجموعات التي تسمح بعملية الترويج والإعلان وكذلك إيجاد المجموعات التي لا تسمح بذلك هي اتباع المجموعات التي تستهدفها من أجل زوج من الأسابيع وقرأ ما حصلت عليه من يريد قبل أن تقوم بالإعلان عن أي شيء بنفسك. إنك لن تحصل فقط على ثقافة المجموعات، بل إنك ستعبر عبر وثيقة ال FAQ (الأسئلة المتكررة سؤالاها) والتي تقوم بعرض تفاصيل عن القواعد التي تضبط المجموعات بالأبيض والأسود أقرأها والتزم بها. مرة ثانية، القواعد الخاصة بالمجموعات تتغير من مجموعة لأخرى، ولكن في معظم الحالات، فإنه سيكون مرحباً بك إذا كنت مشاركاً بشكل شرعي في المشاركة وأشر في صفحتك الرئيسية على موقعك الإلكتروني بتوقيع (ليس أكثر من أربعة خطوط) وذلك سيكون أفضل من الإسقاط فحسب لمناسبة واحدة لإذاعة رسالة تجارية بريئة.

ملاحظة من أجل مرجعية إضافية على طول الخط من أجل أفضل ملاءمة لاستعمال شبكة الاستعمال، اذهب إلى دليل هذا الكتاب على موقع شبكة الإنترنت

. www.affiliateselling

قوائم البريد:

إن التشابه في الغايات لمجموعات الأخبار هو عشرات الآلاف من

قوائم البريد للمواقع الإلكترونية المخلصة لمواضيع منفردة من المناقشة. ولإيجاد تلك العائدة لموقعك قم بزيارة المواقع التالية، Liszt.com, eGroups.com, Topica.com قوائم البريد تعمل أكثر مثل مجموعات الأخبار، ما عدا تلك التي فيها المناقشات تأخذ حيزاً لكثير من موقع إلكتروني (أو بريد إلكتروني متسلسل واحد «ملخص»، عادة يتم إرساله بشكل يومي).

إذا كانت إذاعة أي شيء تجاري عن بعد لمجموعات الأخبار يمثل مخادعة، عندها فإن مثل ذلك إلى قوائم البريد هو خيانة بكل ما تعني هذه الكلمة من معنى. إن قوائم البريد تميل لأن تكون أصغر، مؤلفة من الكثير مجموعات مربوطة بشكل جيد من الناس الذين يبقون فعالين على القائمة لفترة طويلة (لسنوات، في بعض الحالات) وغالباً تود الحصول على الأشياء الجيدة الأخرى. هناك استثناءات، صغيرة، مجموعات أخبار عائلية وكبيرة قوائم البريد المجهولة أو الغير شخصية. ولكن بشكل عام، فكر بمجموعات الأخبار كحانة مجاورة وأغلب قوائم البريد كحفلة في بيت أحدهم، كما في مجموعات الأخبار، المشاركة الشرعية من خلال مناقشة القائمة تكون مرحباً بها وهي عادة مقبولة لإظهار صفحتك الرئيسية في توقيع بريدك الإلكتروني.

أيضاً عليك الانتباه والحذر إلى أن وراء قائمة البريد غالباً ما يأخذون دوراً فعالاً أكثر في عملية تحديث ما يجري متضمناً أناس هجوميون مدانون من القائمة. ولكن ذلك يمكن أن يعمل في المفضلة خاصتك. إذا كنت وبشكل صادق تشعر بأن موقعك سيكون من الأهمية بمكان لقائمة بريد معطاء، فبإمكانك إرسال بريد شخصي إلكتروني لمديري القائمة وتساءل إذا كان هناك إمكانية من أجل الإعلان الخاص بك. إن سؤالك لهذا الإذن سوف يثبت بأنك ذو ضمير حي وأنت إنسان متوخ للحذر، وهذا سيكون في كثير من الحالات مقدراً. وإذا تم إعطاؤك الضوء الأخضر فعندها ستعلم بأنك واقف على أرض صلبة.

البريد الإلكتروني :

نحن نعلم كيف سيكون وضع محاولة إرسال إعلان إلكتروني إلى كل عنوان على شبكة الإنترنت ممكن أن تحصل عليه يدوياً. قاوم! فكر كم سيكون مزعجاً عندما يحصل وتستقبل في بريدك الإلكتروني على رسائل غير مغرية وعديمة الفائدة. ببساطة لا تروج لهذه المشكلة الشائعة. إن إرسال بريد إلكتروني ذو حجم غير مغري يكون بشكل عالمي مشار إليه كسلوك غير مناسب وامتداد ذلك فإن الكونغرس قد قام بمحاولة حظر هذا العمل. طبعاً الاستثناء لهذه القاعدة هو أنه عادة عليك أن تقوم بالتدريب على إرسال الإعلانات لأي شخص الذي أنت على ثقة بأنه لن يرغب باستقبال بريد إلكتروني منك، من الأصدقاء، العائلة، الجامعات وأي شخص آخر قد أثر الاختيار (موافقة مقبولة ومعطاة) لأن يستقبل بريد إلكتروني منك. إنه أيضاً مسموح في بعض الحالات إرسال بريد إلكتروني منفرد (بالتضاد بالنسبة للأهمية) لإتمام غرابة إعلان موقعك. مثال ما سوف يلامس زعامة شبكة الإنترنت لموقع عائد واسأل إذا كان هو أو هي تحبذ مبادلة الترابط لكل من المواقع الأخرى (انظر القسم التالي). استخدم حكمتك في مثل هذه الحالات. بشكل عام إذا كانت تعتقد بأن الآخرين مهتمين بالسماع لك وإذا كنت لا تتميز بإرسال رسائل إلكتروني إلى عدد كبير من الآخرين. فعندها فإنك على الأرجح لن تقوم بعملية الإعلان لأي شخص.

حلقات شبكة الإنترنت والوصلات التجارية :

كان هنالك وقت عندما كانت مواقع الإنترنت قليلة ومتباعدة حين قامت نوع من الترابط بين مالكي المواقع حتى لو كانوا لم يلتقوا أبداً مجرد أنك تملك موقعاً يشير إلى أنك كنت جزءاً من العائلة على الشبكة وكان سبباً كافياً لدخول الحوار الدائر للأسف فإن التزايد في مواقع الإنترنت قد قام بتغيير كل تلك الأمور، الشيء الوحيد المشترك المتبقي الآن هو أنهم

يتنافسون من أجل عدد محدود من الزوار المتميزين .

لحسن الحظ ولو أن نافذة الفرصة قد أغلقت إلى حد ما إلا أنه لا يزال من الممكن إيجاد بعض الأرواح المتحمسة وخاصة بين مدراء المواقع الغير تجارية والمرتبطة بنفس موضوع موقعك . إن ذلك يكون بين هؤلاء الأشخاص الذين معهم ربما توافق على وصلاتهم التجارية . المعالجة بسيطة ، فقط عليك إيجاد موقع بريد إلكتروني لموقع يبدو على الأرجح مرشحاً لذلك ، اكتب ، واسأل . (ملاحظة : المواقع الإلكترونية - غير واقع الهواة مع وصلات البيع بالوساطة - عادة تقاوم تزويد تبادل الوصلات ، وبخاصة إذا كان لديها حركة أكثر منك على موقعك ، بسبب أنهم يشعرون بأن التعامل بذلك سوف يكون ضدهم في المعدل .

لحسن الحظ ، يوجد أيضاً مواقع مهمة بشكل حقيقي بمبادلة الوصلات وخدمات ضخمة قد انبثقت كي تسهل عملية الحصول على مدراء المواقع ذوي العقلية المعينة معاً . حلقة الإنترنت (www.webring.com) تقوم بالتزويد بالنسبة التحتية التي تمكن المواقع مع محتوى عائد للوصلات معاً فيما يدعى «بشكل غير مدهش» حلقات الإنترنت . يمكنك أيضاً الانضمام لحلقة موجودة أو تبدأ بذلك بنفسك . عندما تنضم ، فإنك ستقوم بوضع ترابط يشير إلى بعض أو إلى جميع أعضاء الحلقة أو إلى الوصلات بحيث يتم الاختيار بشكل عشوائي لأعضاء حلقة أخرى . الأعضاء الآخريين يفعلون ذلك بالتالي . في هذه الطريقة أنت تريح وصول كامن إلى حركة جميع مواقع الحلقات مجتمعة .

المشاركين :

طريقة أخرى للإعلان عن موقعك والترويج له واجتذاب الحركة له تكون بالتأسيس لاستراتيجية الشركاء مع المواقع أو الشركات الأخرى . مع أن موافقات الشراكة ربما تتضمن توضع الوصلات الترابطية (كما تم ذكره

أنفاً) فإنه وبشكل نموذجي يستخدمون بنى أكثر تعقيداً، عادة تتطلب موافقة قانونية وغالباً تكامل تقني يتطلب و/أو موقع واحد يوافق على الدفع للموقع الآخر. مثلاً أنت ربما تسأل موقع آخر ليزودك بوصلات لموقعك على الدوام من أجل جزء من مهمات البيع بالوساطة فإنك سوف تستقبل كنتيجة للحركة الموقع الشريك الذي سيقوم بالتوزيع لك. إن الدخول لمثل هذه الموافقات هو وراء إمكانيات الكثير من المواقع الصغيرة بسبب كونهم يتطلبون مصادر مواد تقنية لتعقب نشاطات زوار شريكك حالما ينجحون بالوصول إليك (بشكل محدد، أي منهم صنع شراء كنتيجة لوصلات البيع بالوساطة). من أجل المساعدة في هذا المحور، انظر من أجل البيع بالوساطة والتي تسمح بالانتساب الفرعي، بشكل خاص إذا كانت الوسيلة التقنية تستخدم شيئاً ما بسيط مثل إلحاق انتسابك التعريفي (في وصلات للغة برمجة داخل شبكة الإنترنت) مع تعريف انتسابك الفرعي مثل (html صفحة المنتج/تعريفك الفرعي/www.merchant.com) إن استخدام واحد من هذه البرامج فإنك تستطيع تشكيل علاقة بدون الحاجة للدفع للشريك بسبب كون أن التاجر أو الخدمة التي تقوم بالعمل على برنامج البيع بالوساطة سوف تدفع لشريكك مباشرة.

أنت ربما أيضاً تأخذ بعين الاعتبار الشراكة مع مدراء الإنترنت لمواقع عديدة خارج أولئك الذين لا يعرفون شيئاً حول البيع بالوساطة (أولاً يملكون الوقت لعملية البحث عنهم) وكذلك مع أولئك الذين ربما يكونون سعداء للتزويد بالوصلات لموقعك إذا عنيت بأنهم يستطيعون وبشكل آلي البدء باستقبال الأموال. نحن نعلم عن شركة التي همها الوحيد بناء وصلات البيع بالوساطة مدرسة K-12 لمواقع الإنترنت. الشركة تستقبل جميع الأموال من مواقع البريد الإلكتروني التجارية وبعد ذلك ترسل للمدارس شيك مصرفي للنسبة التي تم التفاوض معهم عليها. المدارس تزود بالحركة والشركة تزود المدارس بمصدر آخر للتحويل التي هي على الأرجح لم تقم بعملية تطويرهم.

الإعلان:

ربما تكون أغلب الطرق الواضحة لبناء الحركة لموقع على الإنترنت يكون بالدفع بشكل رخيص لعدد قليل من الإعلانات الشعارية على مدخل مثل الـ Yahoo أو Excite إذا فكرت بأن هذه الشركات ذات عائدات غير مناسبة لك للمتابعة والملاحقة بسبب كونها باهظة الثمن، فكر ثانية. الموقع Excite مثلاً حملة تجارية شعارية مستهدفة وذلك لقاء أقل مائة دولار، التي لحظة كتابة هذا المقال، تشتري منك 8,350 عرض إعلاني (عواطف). وهذا لن يشيك عن التحول إلى قوة هائلة ضمن الوسط بين عشية وضحاها ولكن طريقة ممتازة لفحص مجرى الأمور وتحديد فيما إذا كان الإعلان لهذا النوع سيتم الدفع له ذاتياً من قبل مهمات البيع بالوساطة.

بشكل احتمالي فإن أكثر خيارات الجذب تكون بالانضمام إلى الشبكة الحرة للشعارات LinkExchange وهنا تشرح كيف تعمل: LinkExchange (الآن مملوكة من قبل ميكروسوفت) تقوم على تجميع المواقع التي ترغب بعملية الكشف ولها مكان فارغ للشعار في موقعهم وترتب تبادلات الشعار بين مواقع أعضائها. للمشاركة، من ثم، فإنه ينبغي عليك أن تكون راغباً في إظهار شعارات المواقع الأخرى على موقعك. لكل ختم شعارين تقوم بتزويدهم تقوم LinkExchange بإظهار شعارك مرة واحدة. إن هذه النسبة 1:2 تعطي LinkExchange مخزون فائض من الشعارات التي سوف تبيعهم لتدفع للمعلنين - وكيف ستقوم الـ LinkExchange بصنع مالها وقدرتها على خدمتك مجاناً. إن النظام مؤتمت، ذلك يعني بأنه كل ما يتوجب عليك فعله هو أن تخصص فراغاً للشعار على موقعك، و LinkExchange تهتم بالبقية. الخدمة تقوم أيضاً بتزويدك بالتقارير الكافية لك لتستطيع تقدير نتائجك، وتقدم ميزات تمكنك من تحديد نماذج المواقع التي ترغب بإظهار شعاراتها بحيث تظهر مباشرة على موقعك Excite و LinkExchange هما طريقتان لصرف الدولارات الخاصة بإعلانك. حقاً تقريباً فإن كل موقع سوف يأخذ مالك إذا قمت

بعرضه، كما تفعل الأوساط التقليدية، راديو، تلفزيون، مجلات، صحف، وأوساط الهواء الطلق (لوحات الإعلانات وهكذا) إن مناقشة معمقة لإعلان جدي ليست الغاية من هذا الكتاب وهكذا فإن هدفنا تسليط الضوء على الخيارات ذات المخاطر المنخفضة والجديرة بالاهتمام من أجل فحصها.

الدعاية :

واحدة من أهم الطرق المغفول عنها ولكن على الأرجح فإن طرق العودة للترويج لموقعك أن تكون ذو اهتمام كافٍ لتكسب اهتمام وسائل الإعلام بشكل عام. ولكن للحصول على ذلك الاهتمام، فإنه على الأرجح ينبغي عليك استخدام الدعاية أو شركة العلاقات الشعبية (PR) التي تعمل على إرسال إصدارات صحفية تنبه الصحفيين والمحررين إلى التعامل مع شركتك التي يمكن أن تكون هامة لمشاهديهم.

في الأيام الأولى لنمو الإنترنت فإن مجرد حصولك على موقع في الشبكة كافٍ لتشد الاهتمام إليك في وسائل الإعلام. الآن طبعاً حشود هائلة مرتبطة مباشرة بالإنترنت حيث إن شركات الإنترنت ورجال الأعمال يتنافسون الآن لجذب الانتباه مثلما يحدث لمن يتسابق في الحصول على الوظيفة مثل ساحق الآجر. بالرغم من ذلك محترفوا وسائل الإعلام على الدوام يبحثون عن فقرات مهمة. وذلك يكون تذكيراً جديراً بالاهتمام - الصحف والمجلات تحتاج إلى تزويد ثابت للمحتوى. إنك أبداً لا تعرف أن ذلك يمكن أن يكون أخباراً مهمة؛ أنت ربما تصدر بعض الإحصائيات المهمة، مثلاً، ووسائل الإعلام تقوم بإصدار تقارير بأن المعلومات ستختار موقعك على أنه المصدر. إنه بشكل كلي بالإمكان الذهاب من عدد وصفي من الزوار إلى آلاف الزوار وذلك بعد يوم واحد من تذكير وحيد في مادة صحيفة مُنشرة بشكل واسع.

شركة العلاقات الشعبية PR تميل لأن تكون تحت الخدمة كأداة تسويقية

وبشكل خاص عن طريق بعض مالكي الأعمال الصغار، بسبب كونهم لا يفهمون كيف تتم عملية المعالجة أو أنهم يعتقدون بأن ذلك باهظ بشكل كبير.

بينما أن الحقيقة في شركات العلاقات الشعبية التي هي لها موجات كبيرة من الميزانية لكثير من الأعمال الصغيرة، فإنه يوجد عدد من الطرق المشجرة والعريضة والتي تأخذ نموذج أحد أفراد العصابات للحصول على الدعاية بقليل من الميزانية أو بدونها. ومن أجل الوصلات لمثل هذه المصادر، قم بزيارة دليل موقع هذا الكتاب على الإنترنت (www.affiliteselling.com).

الدافع الوحيد المقبول لحركة المرور: ابن موقعاً جيداً

إذا كان الموقع الجيد بلا نفع بدون حركة مرور، فإن العكس صحيح أيضاً فحركة المرور الكبيرة لن تعني شيئاً كثيراً إذا لم يكن موقعك مثيراً للاهتمام بشكل كافٍ لإغراء الزوار بالبقاء لفترة. في الحقيقة، «البقاء لفترة» سوف لن يقوم بقطعه. أنت تريد من الناس أن يقوموا بالتعمق واكتشاف موقعك وأن يشاروا إليه والعودة إليه - وأغلبهم - إخبار أصدقائهم عنه. حقيقة، أي شخص يجني ملايين الدولارات من الـ IPO الجديدة يستطيع شراء تلفزيون ADS ويقوم ببناء حركة المرور بتلك الطريقة ولكنها تكون مضيعة للوقت إذا لم يكن هناك. المواقع الجيدة تكون حيّة، ممتعة ومنجزة بشكل جيد، ومختلفة عن المواقع الأخرى، وهذا الاختلاف كافٍ لتلاحظ ولتعطي التوصيات للآخرين وتلفت الانتباه في المجلات والصحف.

المواقع التجارية الضخمة التي لها أهداف واضحة وأولئك المشاهدين المستهدفين مسبقاً بشكل واضح لديهم هذا التصور. وأولئك الذين لا يعرفون ما هي قيمة ما يخططون بتقديمه لزوارهم فإن لديهم مشاكل كبيرة

تفوق تلك التي يواجهونها حيث يجب أن يضعوا عدة وصلات للبيع بالوساطة. نحن هنا أشد اهتماماً مع المواقع الجديدة والصغيرة والتي لم تصل بعد إلى شكل خطة العمل. إذا كنت جدياً حتى ولو بشكل قليل حول كسب مال حقيقي مع وصلات البيع بالوساطة فإنه ينبغي عليك - إذا لم تكن قد قمت بذلك حتى الآن أن تفكر مطولاً بالأمور التالية (1) لماذا يوجد موقعك؟ (2) ما هي القيمة التي يضيفها (3) لمن سيكون ذا قيمة.

بناء موقعك دون الإجابة على تلك الأسئلة الأساسية بشكل أولي سيكون خطأ. ونحن ننصح أن تقوم بالتوقف عما تفعله والذهاب من خلال عملية المعالجة. الأخبار الجيدة - هو أنه على الشبكة - إنك بحاجة للتوجه فقط لجزء بالغ الصغر من المستخدمين على الشبكة ستظل تملك شيئاً ممتعاً في يديك، والسبب وجود الكثير من مستخدمي الإنترنت. مع المئات من الملايين المستخدمين على طول الخط (والكثير ينصحون كل يوم)، أنت تستطيع صنع شيئاً ما يتم اللجوء إليه 1٪ فقط ويظل لديك عشرات الآلاف من مشاهديك المستهدفين. إن تسويق الأجزاء كما يطلق عليه كان محبباً دائماً لرجال الأعمال على الشبكة، والبيع بالوساطة جعله محبباً أكثر.

إذا كان موقعك ذو الحركة القليلة قد نجح في بيع منتج واحد فقط أو بالحصول على شخص واحد ليتم نصحه لآخر، عندما توجد فرصة جيدة من خلالها ستبيع الكثير من السلع وتولد حركة ذات معنى حالما تحصل على بعض الزائرين الأوليين للبدء ببناء كلمة.

ما هو طعمك؟

هذا السؤال هو جزء من مشكلة البيضة والدجاجة بسبب حركة معينة (بدون صرف ملايين على الدعاية والإعلان) تأتي من خلال - كلام الناس - ولكن الناس الذين يشيرون للموقع ذو الدلالات الهامة فقط. وهذا يعني من أين تبدأ. بناء موقع (1) أن تكون مهتماً بالزيارات، و(2) أن تخبر أصدقائك

حول إذا ما كنت تجده ذا خدمة لفترة من الزمن. بشكل مثالي، هو أن يضيفه مالكي المواقع بإضافة وصلات إلى موقعك، وهم سيقومون بذلك فقط إذا قمت بشيء ممتع حقاً. نحن هنا ندعوه الطُعم.

إن طُعمك يمكن أن يكون تطبيق ضخّم مثل بريد إلكتروني مجاني على الشبكة. (على الرغم من كون ذلك قد تم أخذه) أو ربما يكون شيئاً ما أقل طموحاً مثل برنامج يقوم بتحويل أرقام التليفونات الرقمية إلى كلمات حيث الأرقام ممكن تهجئتها بلمسة مفتاح سريعة للتون. هذا أيضاً قد تم إنجازه ولكن لا يوجد موقع «قاتل فئات» مكرس لهذا الموضوع ويوجد الكثير من المواقع التي تقدم ما تقدمه المواقع الأخرى. ميزات تحايل الرائعة صغيرة يمكن أن يتم العمل بها جيداً باتجاه بناء حركة مرور ناتجة عن كلام الناس. مثلاً يوجد العديد من مواقع الترجمة من الأسبانية إلى الإنجليزية ولكن الموقع www.spanishdict.com يقدم أيضاً إمكانية تحميل ملفات صوتية من صحيفة (WAV) تمكن المستخدمين من سماع اللفظ. فيما إذا كانت هذه الأهداف تشبه وسيلة تحايل بسيطة أو ميزة متوفرة جداً تعتمد على من تقوم بسؤالهم وعلى كيفية استخدامه أو استخدامها بشكل محبب لهذه الميزة. بشكل واضح إن تقديم الميزة يكون أفضل من عدم تقديمها. وفي هذه الحالة فإن الناس يبنون ويؤسسون قوائم الوصلات المفضلة بمعنى مصادر اللغة الأسبانية تكون أكثر تحبباً لاختيارها كوصلة من المواقع التي تقدم ملفات صوتية.

صعب جداً؟ بناء موقع تكنولوجيا أساسية وتقنية مركزة معتمداً على إمكانياتك، عندئذ خذ راحة في معرفة تلك المواقع المتعددة في جذب الكثير من الحركة ببساطة كون مصادرها المباشرة الوحيدة (في حالة الوصلات التي يزودوها) من أجل إعطاء صنف متخصص. الآخرين يأخذون الملاحظة بسبب كونهم مهرجون. إذا كانت قوتك لا تعرف التعب بإدارة البحث ساعات وساعات عندها يجب أن تضع ذلك في استخدام جيد. إذا كنت

على الدوام شخص مهرج في الحفلة وتود الكتابة، عندها عليك وضع تلك المهارات في العمل. إذا لم تكن خبيراً في شيء ما (نحن نود ذكر مثال خبرة مسدس ال Nerf لأنها توضح إذا كان بوسع الأطفال فعل ذلك، وبالتالي أنت) عندها عليك الأخذ بتلك الميزة تعريف طُعمك، مفتاحك: المختلف الذي يود الناس التحدث حوله والذهاب من هناك. أي اختلاف ذو قيمة سيتفاعل كحركة مضاعفة، التحويل مهما يكن الزائرين فإنك تستطيع انتزاعهم إلى موقعك ليصبحوا متعهدين لك. الذين سيقومون بإخبار أصدقائهم، الذين سيقومون هم أيضاً بإخبار أصدقائهم... وهكذا.

المصداقية:

بناء المصداقية بين زوارك هو أهم شيء عليك أن تفعله إذا كنت أحد التجار الحيويين، هذا يعني إذا كنت تباع شيء ما مباشرة من موقعك. بينما معظم مواقع البيع بالوساطة لا تقوم ببيع أي شيء مباشرة وتأسيس المصداقية في هذه الحالة يكون أمراً عديم الأهمية. الحصول على المصداقية يعني أن كل شخص يزور موقعك سيؤمن بمن تكون وبما تقول. إذا كنت صادقاً عندما تقول أن منتجاً هو جيد فإن زوارك سيعتقدون بذلك وسيؤمنون بما تقول. بقدر ما تكون صادقاً وحتى ولو لم تشر إلى ذلك مباشرة للمنتج ولكنه يظهر مجاوراً لمحتوى موقعك فإن زوارك سيفترضون بأنك قمت برؤية التجار والمنتجات السيئة. إن ذلك كله شيء جيد وسيؤثر على دخلك. ولكن كيف يمكنك الذهاب في تحقيق المصداقية؟

أخبر، ولا تقم بالبيع:

كل قصة تملك على الأقل جانبين الأكثر أنك ستقوم بإخبار المواقع المختلفة عن القصة، تماماً مثل أي صحفي جيد. فيما إذا كنت تناقش أمورك المفضلة، الفيلم المفضل واصفاً حادثاً من ذكريات طفولتك، أو مخبراً الناس من النوع الذي يهتمون بالأصوات وشرائها فعليك تقديم جميع

الحقائق وكن مخلصاً في ذلك. مثل ذلك حتى عندما «ولو بشكل غير حقيقي» لا تتعهد ولا تروج لمنتج. انقل ذلك حتى ولو كنت تستعمل يداً في تقييمك لأي شيء. إن هذا سيؤسس لمصداقيتك الأولى والتي سوف يتم تحميلها على كامل جهودك في الترويج للسلع، وبشكل خاص إذا بقيت طبيعياً عندما تناقش المنتجات. إنه جيد لأن تكون مثيراً حول منتج معطى وأن تقول أشياء عظيمة حوله، ولكن بتقديمك لكلا الجانبين - مشيراً إلى جانب سفلي تستطيع أن تفكر به - فإن قراؤك سوف يؤمنون بأنك لا تحاول بيعهم شيئاً ما. الذهاب خطوة أبعد من ذلك ومناقشة المنتجات الأقل تفضيلاً سيساعده في عملية تأسيس مصداقيتك كمصدر للمعلومات المقارنة وأبعد من ذلك حركة الشيء الأول والأخير للتاجر.

توظيف المال بشكل مجهد:

هل موقعك جدي؟ أم أنه موقع HTML للتحويل من الدراسة لفترات زمنية متوسطة؟ هذا لا يعني القول بأن موقع البيع بالوساطة لا يمكن أن يكون من أجل الضحك واللهو. كما يجب التمييز بأن ما يكون للهو هو للهو لا لكسب المال منه. ولكن إذا كنت مهتماً في تشغيل موقعك بشيء مثلاً مثل الأعمال، عندها ليس عليك أن تشغله لوحده فقط ولكن يجب أن تشير بذلك إلى زوارك بأنك جدي. إذا توقعت منهم أخذ ذلك منك بجدية. نحن نشجعك على توظيف مالك بشكل مكثف. من أجل الشركات، ذلك يعني صرف المال وإذا كنت جزءاً من مثل هذه الشركة، فلا يكون عندك شك بأنك للتو تخطط لفعل ذلك. ولكن إذا كنت من الكثيرين الذين يقومون بفعل ذلك خارجاً من هنا، فإن توظيف المال بشكل مجهد ليس بالضرورة يشير إلى صرف الوقت، لمتابعة الإضافة والتحسين لموقعك. حتى ولو كنت فقط تملك موقعاً للهو فإننا ننصحك بأن تأخذ لهوك بشكل جدي أيضاً.

أكثر، وأكثر، وأكثر:

طريقة واحدة لترسل رسالة إلى زوارك ذلك بأنك من أجل الحقيقة يجب أن يتم الأخذ بكل ما تقوم به على موقعك والفعل بأكثر من ذلك لأجله. حتى مع العروض الآلية المقدمة من قبل الكمبيوتر، قليلاً ضع على الموقع بدون بعض الجهد. عندما تضع أربع مرات أكثر من الجهد، فإن شيئين سيحصلان. أولاً، لديك قيمة كثيرة لتقوم بإضافتها والذي يعني أن هناك فرصة عظيمة بأن هناك شيئاً في موقعك سيكون مفيداً لزوارك. ثانياً، إذا كان معدل الزائر مربك لتمييزه مثل أنك توضح لمستوى عالي من عملية توظيف المال. هذا سوف يفسر وبشكل آلي إلى مصداقية عظيمة. وبالتالي طرق لتقديم الكثير.

معلومات أكثر: هل قمت باستعراض عشرة منتجات؟ حاول استعراض مائة. هل أرسلت مواد قليلة. أرسل عدة مواد ألا تملك مصادراً للمواد. شجع زوارك على الاشتراك.

تفاصيل أكثر: هل قمت بكتابة فقرة صغيرة على كل منتج؟ حاول أن تكتب خمسة فقرات عن كل منتج، فقط احتفظ بعقلك بأن مسألة بقاء المحتوى أمر تافه. انظر إلى تقييمات منتج NerfCenter (الفصل التاسع «تصميم مساحة الرف واختيار المنتجات») وكافح من أجل مثل هذه المستويات الجيدة للجودة والكمية.

صفحات أكثر: للحصول على الكثير من المحتويات. اقسمه إلى عدد هائل من الصفحات الكثيرة. (ولكن لا تجعل الصفحات قصيرة بشكل مزعج، النقطة هي أن تتجنب إلى حد كبير الصفحات الطويلة. الأسفل الثالث والثاني الذين لا يودون بشكل محبب للحصول على القراءة). وبالحصول على صفحات أكثر فإنك تستطيع الحصول على قوائم أطول في اجتيازك لما يجب عليك فعله وكذلك خرائط الموقع. بمعنى أن موقعك له صفة الموقع ذي المحتوى الغني.

الكثير من الصور: الحصول على هدية الثرثرة ولكن لا صور بارعة للذهاب طويلاً مع كلماتك الرائعة؟ عندها عليك إضافة الصور. إذا كنت هاوٍ فإن ذلك لن يكلفك الكثير من المال. الكاميرات الرقمية معروضة بكثرة هذه الأيام والكثير من اللهو. أنت تريد أفضل نوعية؟ ضع شرائح الفيلم في المكان المخصص للعرض ذات الطول 35 ملم وكذلك احصل على الشرائح الرقمية من متجر محلي لبيع الصور على الـ CD. النتائج ستبهرك. أخيراً، دائماً يوجد الخيار في استعمال الصور الضوئية الأخرى. لا تقم بالمباغثة، إنك تسأل. ستكون مندهشاً حول عدد المصورين الهواة والمحترفين الذين سيرسلون لك بالبريد صورهم حتى تعطيهم المصداقية وربما الوصلات على مواقعهم. كثير من المصنعين يهتمون بالحصول على منتجاتهم قبل كل الناس، وهم لن يعارضوا إذا استخدمت تصوراتهم لبيع منتجاتهم. عندما تكون في شك ثم وعلى الفور بإرسال رسالة إلكترونية لفحص فيما المصنع أو التاجر على النهاية الأخرى لوصلات البيع بالوساطة.

الكثير من الوظائف: إن هذا سينطلق بدون القول: كل موقع يبني حول تطبيق في الإنترنت فسوف يصبح أكثر فائدة مثل القطع الوظيفية المضافة إلى ذلك التطبيق. ولكن مصادرهم تكون نادرة والتطور يجب أن يتبع خريطة طريق المنتج ذات الأسبقية. إذا كان موقعك لا يملك مميزات ديناميكية لمحتوياته فأنت ربما تريد إضافة مميزات شخص آخر مثلاً: Merriam Webster (www.m-w.com) تسمح لك بوضع صندوق من قواميس البحث إلى موقعك وبشكل مجاني. مئات المواقع الأخرى ستسمح لك بإضافة مثل هذه الوظائف (أسعار الأسهم، الاستعلام، الرياضة، الطقس، ... وهكذا). بسبب كونها تساعد في اجتذاب الحركة لتلك المواقع. طبعاً أنت تريد أن تأخذ حذرَكَ حول إرسال زوارك شيئاً آخر. ولكن ليكن بمعلوماتك جيداً بأن تقديم الكثير من المميزات التفصيلية والتي تعني بأنك جدي حول جعل موقعك مكان مفيد لزيارته.

كثير من التحديات المتكررة: ربما لا يوجد الشيء من الإكراه في فترات تأسيس المصادقية لأحد مواقع الهواة (إنه يعطى على مواقع احترافية ذات ميزانية ضخمة). من تحديث محتوى موقعك بشكل متكرر حتى ولو كان ذلك يومياً أكثر من مرة كل يوم. لحسن الحظ فإنك بحاجة لتحديث صفحة واحدة مثل الصفحة الرئيسية لتتمكن من القول بأنك قد أجريت التحديث على كامل الموقع. عندما يرى الزوار «آخر تحديث» موضوعة في أعلى الصفحة قد ملئت بتاريخ اليوم فإنهم وبشكل فوري يعلمون بأنهم قد أتوا إلى موقع جدي. ولكن لاحظ بأنه لا يتم تحديث موقعك بهذه الطريقة دائماً. (تحديث الصفحة الرئيسية فقط). لتبقى صادقاً ينبغي أن تظل تصنيف المحتويات إلى قلب موقعك، مواقع المعجبين الصغيرة ليست بحاجة للتحديث بشكل يومي. على الرغم من أن عمل ذلك بالتأكيد سيشجع الزائر إلى العودة في المستقبل القريب. إن تحديثات الموقع بشكل طبيعي تحتاج لجهد إضافي ولكن هذا يجب أن يكون عملك - أليس هذا صحيحاً؟ إذا كان ذلك يعني الكثير من العمل فإننا مرة ثانية نقول جدّد خبرة الآخرين. قم بعملية إغواء المداخل لزوارك وأخبرهم بأنك ستقوم بإرسال أعمالهم عبر البريد إذا كان ذلك مناسباً. إنك ستكون مندهشاً من عدد المساهمين. ولو بخط ثانوي فقط ليشعروا بأنهم جزء من هذا التنظيم. (نحن نعلم بأن هناك أكثر الكتاب الطموحين والذين لا يزالون خائفين من التقنيات المتطورة لمحاولة نشر مواقعهم الخاصة، لذلك فإن المواقع التي مثل موقعك والذين هم بحاجة فقط لمعرفة كيفية النقر عليها، والمرسلة عبر برنامج بريدهم الإلكتروني هي هبة من الله). باختصار، نقول، احذر من تفاهة الصفحة؛ أي شيء يتكلم عن أفلام «ليوناردو» القادمة حول الباخرة التي تغرق في المحيط، سوف يغرق بالنسبة لجمهورك. قم بتحفض موقعك بشكل دوري واحتفظ به مجدداً ومحدثاً حتى ولو كان ذلك يعني حذف المحتويات القديمة أو وضعها «كمواد أرشيف».

نصائح حول المواقع التي يمكنك تطويرها بنفسك:

بالعودة إلى ابتكار برامج البيع بالوساطة، فإنه من الصعوبة بمكان للأشخاص وبشكل إفرادي (وبخاصة أولئك الذين تنقصهم المهارات) استخدام مواقعهم على الشبكة لكسب المال. وإلى جانب المشاركة في تبادل الشرائط الإعلانية، فإن المطورين للمواقع الصغيرة الذين يريدون كسب المال كان عليهم عمل تحويلات على الشبكة وبيع شيء ما مباشرة إلى المستخدمين. البيع بالوساطة غير كل ذلك، وقلب اقتصاديات التطوير على الشبكة رأساً على عقب. هناك الآن حرفياً، مئات الآلاف (وربما الملايين) من المواقع الصغيرة المطورة من قبل شخص واحد والتي تستفيد من الفرص الكبيرة التي يتيحها البيع بالوساطة. إن الإغراء الناجم عن الدخل المتاح من غير تعب نسبي قد جذب الكثير من المشتركين، الكبار والصغار، مما جعل الأمر أكثر أهمية من أي وقت مضى بالنسبة لأولئك المطورين الهواة للمواقع على الشبكة لجعل مواقعهم بأفضل صورة لتكون مميزة عن الآخرين.

نحن قد ضممنا عدداً من المصادر لهذا الكتاب لمساعدة الناس الغير مختصين للدخول إلى برامج البيع بالوساطة بوقت قصير. ولهذا القول، بأننا نطلب من كل شخص الاهتمام أكثر وليس فقط بالتجريب ليصبح ذو مهارات أكثر (أو يكون طعماً مع الذين لهم نفس الصفة). على الأقل ذلك يعني تعلم HTML بشكل جيد لتقوم بعملية التنسيق اليدوي ومعالجة الشيفرة بواسطة أدوات تحرير HTML المرئية. والتي هي بمثابة الدمى المضحكة بالنسبة لمطوري المواقع الحقيقيين. وللمعدل نقول، فإن الأدوات تتحسن دائماً. للحصول على قائمة المحدثة لوسائل ومصادر بناء الموقع، قم بزيارة موقع الكتاب المرافق على الشبكة www.affiliateselling.com.

هناك أداة أساسية بالنسبة لكل مطور على الشبكة ليمتلكها، إن لم نقل ليربح فيها وهي برنامج «أدوبي فوتوشوب». نحن لا نعرف أي محترف جدي على الشبكة لا يستخدم فوتوشوب لإنجاز الأعمال المتعلقة بالرسميات؛ في الواقع، فإن معظمهم يتركونه مفتوحاً دائماً خلال ساعات عملهم. حقاً إن عالم الكمبيوتر سيكون بيئة أبسط إذا كان هناك شيء من التفرد، مع احترامنا لباقي الأدوات. ببساطة نقول، كل الناس يحبون برنامج فوتوشوب. وسوف تحبه أنت أيضاً.

عند كتابة هذه السطور، كانت شركة أدوبي قد أطلقت للتو برنامج فوتوشوب 5.5 (من أجل نظامي تشغيل Mac و Windows) وبذلك يكون قد تم تحويل برنامج الأقدم حسب المقاييس العالمية لإنشاء وتنسيق الصور إلى أداة تطوير حقيقية على الشبكة. تلك التي تتشابه مع صور الإنترنت المثالية المعمولة باليد (والتي تصنع من أجل حجم ملفات أصغر والتي يمكن أن يتم تحميلها بسهولة). سوف تدرك خيارات الشبكة الآمنة والتي تظهر التأثيرات لكل - جانب - من نظام التشغيل ويندوز، وقبل أن تقوم بتحويل فهرس المنصة لتحميل الألوان. بالنسبة لتلك الملاحظات المشابهة لتلك الأشياء، لا تقلق: حيث إن ذلك بشكل معالجة معقدة قد تم القيام بها بشكل مبسط بشكل كافٍ من أجل أن يقوم بها أي شخص. ستكون قادراً على بناء صفحتك بشكل ضيق وواضح لتصل إلى الأفضل برنامج فوتوشوب الآن يحتوي على أمور أخرى أكثر دقة وجمالاً تابعة للإنترنت (حسناً، وضروري)، مثل الخلفيات الواضحة. جميع القوائم (الصور ممكن أن تتغير عندما تقوم فأرة المستخدم (الماوس) بالمرور فوقهم). الصور GIF المتحركة والصور المناطقية (وهي الصور التي تقسم إلى مناطق بحيث يؤدي النقر على كل منطقة من الصورة إلى موقع معين أو صفحة معينة). وبشكل جزئي (تقسيم الرسومات الكبيرة إلى أجزاء صغيرة بحيث تكون بشكل مستقل).

وهي جميعها تمثل إضافات مثيرة إلى تجربة الفن الرقمي. والذين سيذهلون بالإمكانية الجديدة الموجودة لصنع رسومات ذات شكل احترافي عند البدء به. ولكن دعنا نكون واقعيين، فإن جودة الرسومات سوف تكون على الدوام عالية عندما تستخدم مثل تلك البرامج من قبل أناس يملكون إحساس التصميم أو أنهم درسوا علوم التصميم. ولكن الكثير من إنتاج الرسومات على الشبكة يكون ميكانيكياً. وذلك مثل عمل وصلات والتي تبدو كإشارات منصوح عليها. سواء كنت خبيراً أم مبتدئاً، فإن أدوبي فوتوشوب سوف يساعدك لتبدو وكأنك تعرف ما تفعل.

أذهب إلى www.affiliateselling.com وذلك من أجل السعر الأفضل.

قيم الإنتاج:

لضمان تأثير مصداقيتك على منتجك وجعل موقعك محبباً لكي يتم

زيارته مرة أخرى والنصح به للآخرين، فيجب أن تفكر كيف يمكن لثمن منتجك أن ينافس أسعار منتجات المواقع الأخرى. من أجل المواقع التجارية الصافية (وبخاصة أولئك التي تبيع منتجاتها بشكل مباشر) فيجب أن تتحقق فيها جودة الإنتاج بدرجة عالية. هذا يعني استئجار موظفين ذوي خبرة (أو شركة تصميم) للحصول على الجدية وتوسيع مهارات فريقك الموجودة. عندما يكون الشرف والإخلاص حليف مواقع الهواة فإن الإمتاع والبهجة سيحلان بالموقع بعيداً، حركة المرور خلف موقع ذوي مستوى طالب جامعي، يعني، موقع ذو مقياس - ضخم مع الكثير من المنتجات سيبدون مثل عمل مستأجر لكتابة موضوعات تافهة إذا بقيت أسعارك الإنتاجية لا تزال تبدو مثل تلك المواقع النموذجية ابن - موقعك - بنفسك. فعليك أن تقلق، على أية حال؛ القليل من الجهد ورفع الجودة إلى المستوى التالي هو عمل ممكن فعله. انظر عنوان موقع «أفكار حول ابن - موقعك - بنفسك».

الاهتمام بالتفاصيل:

نهي هذا القسم بمناقشة واحدة من أفضل الطرق لتأسيس المصدقية مع مشاهديك فيما إذا كان موقعك ذو بهجة. أو أنه من صنع منزلي فقط من أجل اللهو، إحداث مكان للهواة أعط اهتمامك للمجموعات الصغيرة. أي عمل جدير بالاهتمام صغير أو كبير هو عمل جدير بالاهتمام حقاً. الموقع الهاو الذي محتواه الافتتاحي يحتوي تهجئة صحيحة وقواعد وعلامات توقف «وجميع الأمور الأخرى ستكون معادلة» سنجد ظهور موقع هاو آخر امتلاً موقعه بالأخطاء الإملائية والطباعية. حقاً إن بعض الأخطاء صغيرة وغير ملاحظة من قبل الزائرين ولكن الأخطاء الأخرى تكون واضحة جداً لدرجة أن الزائر العابر سوف يلتقطها. نحن نرى مواقع ذات أخطاء مفضوحة وردية طوال الوقت. إذا كنت تقوم بالعمل بنفسك، فتفحص العمل عدة مرات، ومن الأفضل، جعل صديقان القيام بعملية التفحص لموقعك. إذا كنت تعمل

في شركة أو في أكثر من بيئة ذات إنتاجية معينة تأكد من أن شخصاً واحداً يكون بمثابة المحاسب والمسؤول الأخير عن الدقة، من أجل إيجاد الأخطاء بسرعة. إذا لم يكن هناك أحد في فريقك لديه القدرة على الانتباه إلى التفاصيل فنحن نقترح قائمة مساعدة من الأشخاص الذين لهم الصفة الأخيرة.

معظم الأمور الشعبية في صناعة الإنترنت قد عُملت في بيئات يقودها الكثير أو القليل من فرق المهندسين الذين بشكل أولي ليسوا مستخدمين بشكل بسيط، لكنهم يعملون بتقنية، كتحميل الصفحات بسرعة وبدقة. هناك عبارة منطقية وهي: «إنها ليست مسألة ماذا يوجد في الصفحات إذا لم يشاهدها المستخدم على الإطلاق». وبشكل واضح هذه حقيقة ولكن هكذا يكون التحويل: «إنها لا تشكل مسألة كيفية التحميل بسرعة إذا كانت الصفحات مخفية للآمال، حالما يتم رؤيتها، بشكل عملي، كلا العبارتين صحيحتان ولذلك الانتباه للتفاصيل يجب أن يطبق بالتساوي إلى جميع سمات عملك. عليك بتشجيع كل شخص (شاملاً مستخدميك) لكتابة تقارير عن أفكارهم حتى السخيفة منها وكذلك شجعهم على تقديم تقارير لاقتراحاتهم لكافة الأنواع، وبعد ذلك قم بإيداعها في عنوانهم وبسرعة قدر الإمكان.

البيع الكثير: تشجيع الزوار على الشراء

حسناً، الآن وقد قمت بإنشاء موقع مستخدماً آلاف المواضيع لإضفاء نكهة وصقله إلى درجة عالية من اللمعان والإعلان عنه للعلم. الآن ماذا يجب أن تعمل؟

راقب عملية الحركة:

قبل عمل أي خطة للتعديل أو لتحسين موقعك، فإنه يتوجب عليك

استنباط ما هو يعمل للتو من الذي لا يعمل، من أجل هذه العملية فإنه عليك أن تدرس أولاً نموذجية الحركة على موقعك. بالاعتماد على هؤلاء الذين ينزلون في ضيافة موقعك فأنت ربما تملك إمكانية الوصول المباشر إلى معلومات عن حركة موقعك، وتقارير عالية الجودة، أو حتى الحصول على القليل من المعلومات أو عدم الحصول عليها على الإطلاق. (في أية حال، أنت ربما تأخذ بعين الاعتبار عملية التبديل لمخدمات الإنترنت). إنه من الممكن التعلم الكثير عن هوايات المستخدمين بشكل مستقل طوال الوقت، الآلية التي قمنا بوصفها في الفصل الأول والتي بشكل أساسي علامة لاستعراضات المستخدم لدرجة أن مخدم الشبكة التي يعمل من خلاله يستطيع التمييز لكل مستخدم من خلال عرض صفحة واحدة إلى التالية أو بين الزيارات التي تكون جزءاً من الأيام.

إذا كنت تملك مثل تلك الإمكانيات، يوجد الكثير من خيارات النهايات العالمية (اقرأ: الغلاء) مثل عملية استخدام محركات شخصية لتوزيع محتويات الزبائن لكل زائر وحيد في وقت حقيقي. إن مناقشة مهمة لمثل هذه التقنيات هي وراء الغاية من هذا الكتاب ولكن نحن نزود الوصلات إلى خدمات تحليل الحركة وكذلك البرمجيات على موقع هذا الكتاب المشترك عند www.affiliateselling.com. هنا، نحن نفترض بأنك قد قمت بإيجاد تقارير تحليل الحركة الجيدة على مبيعاتك.

البيانات التي تحتاجها:

بشكل خاص فإنك مهتم لتعرف الأمور التالية:

- كم عدد الناس الذين يقومون بالزيارة؟ هل هذا الرقم يزداد مع مرور الوقت؟
- كم زائر يجده؟ (ما هي المواقع التي يقومون من خلالها بالدخول إلى موقعك؟

- كم هو عدد الصفحات التي يقومون برؤيتها؟
 - كم هو عدد تكرار عودتهم؟
 - أي المسارات التي يقوم الزوار باستخدامها لتصفح موقعك؟
 - ما هي الصفحة التي يخرجون منها؟
 - أية نوعية من المنتجات يقومون برؤيتها؟
 - على أية وصلات للمنتج يقومون بالنقر عليها لاستعراضها؟
 - أية نوعية من المنتجات يقومون بشرائها؟
- البندين الأخيرين يتطلبان مراجعة التقارير المقدمة من قبل مقدم برنامجك للبيع بالوساطة .

ما الذي يجب عمله بالبيانات :

اعتماداً على ما تخبرك به الأرقام، إليك بعض الاستراتيجيات التي يجب أخذها بعين الاعتبار .

إذا لم يكن لديك حركة مرور: لا تقلق بشأن عملية تحسين موقعك .
ضع جميع جهودك في بناء وإنشاء الحركة .

إذا كان لديك حركة مرور على صفحتك الرئيسية ولكن مع القليل من الحركة وراء تلك النقطة: أنت تفقد زوارك، احتمال ذلك يعود إلى التقديم ذو الجودة الفقيرة أو النقص في المحتوى الممتع . فأنت بإمكانك أن تأخذ بعين الاعتبار محاولة لنظرة جديدة أو عملية تحسين للمحتوى . نحن نعلم، أنه من المخيف الاستثمار أكثر بدون معرفة سبب المشكلة بالضبط . لذلك عليك بتشجيع الناس على تزويدك بآرائهم كلما كان ذلك ممكناً . إذا كنت وبشكل ميؤوس منه تحتاج مثل هذه المعلومات، قم بتطويع مساعدة الأصدقاء أو أشخاص آخرين الذين ربما يهتمون بزيارة موقع مخلص لموضوعك (مثل أعضاء مجموعات الأخبار) .

إذا كنت تستقبل حركة مرور عالية من موقع خاص: خذ بعين الاعتبار

التعامل مع بعض الأنواع، مع ذلك الموقع لجعل التأثيرات الأخيرة طويلة قدر الإمكان. أنت تستطيع تزويد الوصلات أو حتى الإعلان على ذلك الموقع. دائماً حاول الحصول على مكان وتوضع ممكن وبارز وجلي، وتذكر بأن معدلات الإعلان هي دائماً قابلة للتداول والتفاوض.

إذا كان الناس يعودون بشكل متكرر إلى موقعك: يجب عليك تحديث محتوى موقعك بكثرة وعلى الدوام ولا تنتظر حتى تأتيك النصيحة من حركة مرور زائر متكررة، لتبدأ بجمع الوسائل للوصول إلى هذه الغاية. عندها ربما يكون الوقت متأخر جداً. إنه من الأفضل امتلاك بعض صيغ المحتويات المحدثة. (حتى ولو كانت مواضيع ثانوية) والعمل بواسطة تكرار عودة شخص للمرة الأولى. عندئذ هو أو هي ستعلم بأنك تقوم بعملية تحديث موقعك بشكل منتظم وسيكون موقعك ذو احتمالية أكبر لعملية العودة إليه مرة ثانية وبشكل قريب. أظهر تواريخ التحديث (مثال آخر تحديث 10/10/200) إذا كنت تقوم بعملية تحديث المحتوى بشكل متكرر أكثر من مرة في الشهر.

إذا كان الناس يقومون باستكشاف أعماق موقعك: تلك تكون إشارة قوية بأنك تقوم بعمل جيد. إذا كانوا يقومون بالغوص بتفاصيل موقعك ولكن دون النقر على المنتجات (مثال أقل من 1٪ الذين يرون المنتج ويقومون بالنقر عليه) عندها التجربة مع منتجات مختلفة وكن متأكداً من انتظارك حتى تحصل على آلاف عروض الصفحة على أية صفحة معطاة قبل صنع التغييرات، فقط لتكون متأكداً من أن قرارك قد تم التحقق منه إحصائياً.

إذا كان الناس منجذبين لموقعك من خلال نفس الصفحة أو نفس النموذج من الصفحة: هذا مؤشر لوجود فرصة جيدة فإنك إما لا تُزود بشكل كافٍ من المحتوى المغربي للاحتفاظ بأهميتهم أو أنهم سيصبحون عديمي الجدوى في بعض الطرق. إعادة رؤية النقاط المشتركة هذه والنظر فيما كان

هناك أي شيء خطأ، تشويش غير محكم على هذه الصفحات. ربما هم يعانون من الكثرة العالية للنصوص، منتجات كثيرة جداً، كتابة فقيرة لوصف المنتج، أخطاء، تصفح سيء.

إذا كان الناس ينقرون على الموقع ويفشلون في عملية الشراء: يمكن أن تكون هناك مشكلة بوصلات المنتج على موقعك (ربما تكون تشويش، اقتراح منتجات مختلفة، مثلاً). أو مشكلة مع التاجر. خذ بعين الاعتبار التبديل بين عدة تجار أو حاول إيجاد المنتج في مكان آخر وبأرخص الأسعار.

إذا كان الناس ينقرون ويشترون منتج بشكل خاص أكثر من بقية المنتجات الأخرى: اجعل ذلك أسهل لإيجاد ذلك المنتج على موقعك مثلاً أظهره بشكل واضح وجليّ على صفحتك الرئيسية إذا كان ذلك يعطي إحساساً بطبيعة موقعك.

من أجل نقرات بيع ساخنة حاول: إيجاد منتجات مشابهة أو متممة وإظهارها بجوار الفقرة الرائجة.

إذا كانت حركة المرور في موقعك لا تشمل على العديد من الزوار المتكرر عودتهم: إنه من الجيد ترك المنتجات الأكثر مبيعاً لوقت طويل من الزمن في مواقع بارزة، على أية حال عليك أن توازن أسفل الموقع لعدم تكرار تشجيع حركة المرور - إن الزوار يتوقعون رؤية محتويات مختلفة عند عودتهم. إذا كان موقعك ممتعاً وديناميكياً لدرجة كافية لجذب زوار متكررين. فإنك على الأرجح تريد أن تمزج منتجاتك الجديدة معها، حتى عند وجود خطر عدم توضع المنتجات الأكثر مبيعاً وفقدان بعض المبيعات لأنواع قصيرة. في العمل الطويل أنت ستكون بحالة أفضل لأنك ستكون قد تعلمت الكثير من الاستخدامات القانونية الأساسية الموجودة للتحديث لمحتوى موقعك. الاقتراح هو إزالة أو تحريك المنتج على الرغم من الأداء

القوي له. إن ذلك مجرد تماماً ونقط اقتراح. الفكرة هي لتكون متأكداً من أن يبدو موقعك للوهلة الأولى كما لو أنه جديد ومختلف عن آخر زيارة منتظمة قام بها الزائر. إن أفضل طريقة لفعل ذلك تكون عن طريق إظهار تاريخ جديد ورسومات جديدة (متضمنة رسومات حية عن المنتج) حتى لو أنك قمت بتحديد جميع المحتويات الافتتاحية الجديدة فإنك لا تزال معرضاً لخطر فقدان تكرار زيارة الزوار بسبب، للوهلة الأولى، الصفحة تبدو وكأنها نفسها العائدة إلى إحدى صور المنتج الواضحة التي لم تحصل عليها عملية التغيير. والحل لهذا المأزق ربما يكون بإيجاد طرق جديدة لعملية الإعلان (نفس مادة المنتجات الأكثر مبيعاً) ربما يكون توضع صور مختلفة للمنتج (صور بألوان مختلفة ستبدو وكأنها جديدة). أو ربما توضعها في أي مكان آخر على الصفحة. إذا كانت تلك المادة تقوم بعمل جيد إلى حد ما، عندئذ ربما يكون قد حان الوقت للأخذ بعين الاعتبار الإخلاص وبكل ما تعني هذه الكلمة من معنى لقسم جديد في موقعك لذلك المنتج أو ذلك النوع من المنتج. في هذه الطريقة تكون قد أحدثت محتوى جديد مخصص للموضوع الذي هو مدار اهتمام بين زوار موقعك.

بعض الأساسيات لتحسين الموقع:

لا يهم مدى إحساسك بجودة موقعك إذ أنه يمكن أن يكون أفضل دائماً. ومهما كان بسيطاً فإنه سيربك شخصاً ما. وعلى الأغلب فإن المواقع تكون مربكة بالنسبة لمشاهديها أكثر مما يعتقد مصمموها. إن هذا سببه أن مطوري المواقع على الشبكة بشكل عام هم أكثر معرفة تقنية ولديهم خبرة كبيرة في إيجاد الأشياء على الشبكة وبصيغ متعددة. إن المصممين والمهندسين غالباً ما يعتبرون الأشياء كمسلمات وهو ما يكون أبعد من مجال تقارير إعادة البحث توضع بواسطة تخمينات جيدة وحية ذلك أن موسم إجازة ال 1999/2000 سوف يربك المتسوقين لحالة 6 بلايين دولار في الدخل غير

المحرر للمواقع التجارية الإلكترونية الذين فشلوا بجعل مواقعهم سهلة التجاوز. كثير من المواقع تصرف الكثير من ملايين الدولارات على تقنية السحر، بينما في الحقيقة، البساطة تكون أفضل في إدارة إعادة البحث الجيد والحي، الفاحصون يحاولون إيجاد الأشياء على عشرة مواقع رئيسية ويفشلون بسبب التعقيد الغير ضروري، أكثر من ذلك، نسبة الـ 39٪ من مواقع التسوق تفشل خلال فحص الاستعمال.

«وصلات بسيطة لأصناف بسيطة» هو ما يجب عمله، هذا ما قاله مارك هوست رئيس شركة الـ Creative Good كبائع بالوساطة فإن عملك قد يكون أسهل من عمل التجار الإلكترونيين، لأنك لا تتحمل عملية التحويل وهي عملية معقدة لأن هناك الكثير من المتغيرات يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار. ولكن يجب أن تكون مدركاً لحقيقة بأن ليس هناك من مستخدم مهما كان خبيراً سيشعر بالراحة مثلك عندما تدخل موقعك لأول مرة. يجب أن تأخذ ذلك بعين الاعتبار؛ قدر بعض الارتباك، أو على الأقل، بعض النقر هنا وهناك قبل أن يكيف المستخدمون أنفسهم.

إذا لم يستطيعوا إيجاده فهم لن يشتروه:

تقارير حركة المرور تدل على درجة موقعك. مثلاً المسار الأكثر شيوعاً المستعمل في موقعك ربما لا يكون ذلك الذي يقود إلى نسبة عالية من المبيعات، مرة أخرى نقول بأنه يوجد نوعين من الزوار للمواقع: أولئك الذين يعرفون عن ماذا يبحثون وأولئك الذين ينظرون لمجرد الرؤية فقط. إن أدوات تجاوز جيدة في موقعك تخدم وتساعد كلا المجموعتين، فمن أجل أولئك الذين يعملون عن أي شيء يبحثون، فإنه ينبغي أن يكون من الواضح بأن النقر عليه سيقود إلى العبارة - مرة ثانية، «وصلات بسيطة لأصناف بسيطة». ولأولئك الذين فقط يتجولون فإنهم أكثر تحبباً لدعم جزء من البند على شكل صيغة ما يتوجب عمله لعملية الاجتياز الأمامي المباشر. التي

تتضمن أو هي حالة صريحة للحصول من هنا إلى هناك. في الحالة الإجمالية، نحن نعني الوصلات وبشكل حرفي «ابدأ هنا» تضمن ما يجب عمله للاجتياز سيكون أكثر دقة ولطفاً. إنهم صمموا مميزات تقترح مسارح واحد فوق الآخر، مثل عملية صنع وصلات معينة أكبر أو أكثر وضوحاً من الأخرى. أو توضعهم في قمة (القائمة العمودية) أو إلى اليسار (للقائمة الأفقية) حيث أغلب القراء يجذبون البدء.

فحص قابلية الاستعمال:

إذاً كيف يمكنك ضمان أن تفعل ما هو الأفضل لموقعك؟ ببساطة فحص الناس للموقع اكتبه على واجهة الكمبيوتر ودعمهم يذهبون عليه. استخدم أصدقاؤك أو استأجر مجموعة من اثنا عشر شخصاً أو أكثر من الناس من عبارة الدفع لكل ساعة لذلك الجزء من العوامل البشرية. ولكن ما لم تكن تمثل شركة مع ميزانية كبيرة و/أو شركة في بداية إنشائها. فإن أداة واحدة من العدد الكثير - افعليها بنفسك - سيمثل ذلك العمل تقريباً وبشكل جيد. إن الخدعة هي لجعل المشاركين ينسون بأنهم يقومون بالمشاهدة. بالتأكيد أنت تستطيع أن تستخدم طريقتين لعكس الصور، قم بإعداد صور كاميرا للمشاهدة من غرفة أخرى. أو فقط الادعاء والتظاهر بقراءة مجلة بينما عملية التفحص الخاصة بك تتابع فيه. ما تريده للاستنتاج هو ما يفعله أو تفعله عندما يحاولان حالة «عدم الاهتمام».

هذه العملية عادة ما تدهش الشخص الذي يقوم بتصميم الموقع الموجود تحت الفحص. المستخدمون يبدأون بالنقر على الأشياء التي لا تبدو حتى بالنظر أنها قابلة للنقر. أو أنهم يبدأون بالنقر على الذي يظهر بنقرات صغيرة وعشوائية. هذا السلوك يعود إلى الإصدار الشرقي ويكون أكثر ظهوراً عندما يترك المستخدمون يضيعون بدون تعليمات. ولكن أنت آه! الخدمة ستكون متوفرة، عندما تشابه «بشكل مباشر» خبرة مستعرضي

الإنترنت. وهذا يعني عندما تسأل ما حصل لإيجاد شيئاً ما على الخصوص أنت ستشاهد وستندهش، حالما هو أو هي تنقر على الخيارات، «كما أنت تفكر» التي من المحتمل غير قادرة للقيادة إلى المنطقة الصحيحة. إذا كان شخص وحيد يستعمل موقعك بهذه الطريقة، فإنه من الأرجح لا توجد صفقة كبيرة ولكن إذا كان الجميع أو حتى أغلب فاحصيك يفعلون نفس الشيء عندها تكون افتراضاتك ستكون غير متطابقة مع معدات المستخدم. إذا حصل هذا فلا تثبط همتك. اهدأ وكن مطمئناً بأنه لا يوجد شيئاً خطأ بدماعك. إنها نتيجة بناء الأشياء من الأساس بشكل معاكس لرؤيتها من أجل المرة الأولى بعد بنائها فإنها دائماً تبدو مختلفة لمحدثها. ثانياً كن شاكراً وذلك لأنك ستكتشف وبخاصة مشاكل تؤدي إلى كوارث مع بيئة المشتركين السطحية. واحد يملك - في جميع الاحتمالات - حل بسيط الآن وهو أنك الآن ستقوم بإدراكه والتطلع عليه.

آراء المستخدم:

نحن نظن أن الجميع سيوافقون بأن الإنترنت يمكن أن يكون قليلاً أسهل للاستخدام ولكن مهما كان السبب إدارة دراسات قابلية الاستعمال حتى مع تغير سريع لن تبدو مناسبة لكثير من مطوري مواقع الإنترنت حتى مقدار واقعي على هذه الواجهة. عدة مواقع تجارية لا تعمل مع برامج بيع بالوساطة جيدة، أخرى تكون خطرة للاستعمال بسبب الشكل السطحي لبيئتهم التسويقية الذي يحتاج لبعض العمل. لا أحد يريد إرسال زواره إلى موقع تجاري إذا كانوا في طريقهم للضياع قبل أن يستطيعوا شراء شيء ما. إن عملية فحص قابلية الاستعمال فكرة عظيمة وكما لاحظت للتو، غير محتاجة لأن يكون ذلك باهظ الثمن. ولكن فيما إذا قمت أنت بالفحص أم لا فإنه يوجد طريقة أخرى لاستنباط ما يجب عمله لاحقاً وهذا بالمطلق يكون! توليد بعض آراء المستخدم مثل التالي:

الآراء السلبية: إن الطرق المجهولة العديمة التأثير، بالتحديد، تتطلب الكثير من الوقت ومن ثم، هذا ما نراه في أغلب المواقع - الوصلات في مكان ما بحيث يقرأ «الآراء»؟، «أرسل إلينا تعليقاتك» «نريد أن نسمع منك»... وهكذا في أغلب المواقع الأساسية، الوصلات «البريد الإلكتروني - ل» يصل بحيث يفعل البريد الإلكتروني للزبون التابع له مع عنونة مسبقة للبريد الإلكتروني لأن يكون جاهزاً للإرسال. في أغلب المواقع المتقدمة، الوصلات تذهب إلى الصفحة التي تحوي صيغة، عادة تتطلب من المستخدم عمل بعض الاختيارات، بحيث تشير فيما إذا كانت الآراء للموقع، للشركة، للمنتج،... وهكذا بعض الصيغ تكون على الأغلب مفيدة للمساعدة أيضاً في المعالجة المؤتمنة أو كشخص داعم للمسار الدقيق للبريد الإلكتروني للاستقلالية المناسبة. إحدى الفوائد العرضية لمثل هذه الصيغة بأنها تعطي انطباع قوي بأن الجودة والزبون الداعم هم بين الأسبقين العالية للشركة. بطريقة أخرى الشركة سوف لن تملك أداة مثل عملية معالجة إعادة البحث من أجل وضع اليد على الشكاوى والآراء العكسية.

إذا توضع بشكل واضح، وصلات الآراء (الإشارة إلى فيما إذا كان عنوان بريد إلكتروني أو إلى صيغة) يمكن أن تولد الكثير من المعلومات. واحد من 500 شركة سعيدة الحظ قمنا باستشارتها لسحب واجتذاب صيغة الآراء العكسية بسبب «جميعها كانت تولد الشكاوى» يكفينا القول بأن وحدة العمل هذه لم تستقبل إشارات عالية لخدمة الزبون. (وحدة العمل في الحقيقة قد جردت منذ زمن). مغايرة هذه وبشكل غير محدود لأكثر المواقف الذكية المعبرة لنا بواسطة تنفيذ موسمي من قبل VS الغريبة (واحدة من شركات هواتف جرس الطفل): فكرة في مجموعة الشكاوى كما لو أنك تفكر في مجموعة من الجواهر - لأن لكل واحدة إلى حد ما قيمة لدرجة أنها تخبرك بالضبط ما يتوجب عليك فعله في الخطوة التالية.

بينما على الأكثر إذا لم يكن الأغلب، الآراء العكسية ستكون لطيفة،

فإنك سوف تستقبل بعض الإشارات المصنوعة من قبل بعض الناس القديرين أو من قبل بعض الناس الطبيعيين الذين يومهم كان مقرفاً. يجب أن تهتم بالعلامات السلبية باعتبارها فرصة مناسبة لتدبير المصادر الموجودة لعالم الكلمة السيئة من أجل شركتك إلى زائر مخلص أو زبون. إن الاستجابة للآراء السلبية بشكل فوري وسريع. بإظهار الاحترام من أجل الشخص والقبول وعنونة المشكلة بسرعة وبشكل احترافي إنك بذلك ترسل رسالة قوية بأن أعمالك هي فوق كل شيء حتى ولو كنت قد ارتكبت خطأ في موقعك، إن إعادة البحث قد أظهرت بأن الزبائن الذين يستقبلون الحلول اللطيفة والسريعة لمشاكلهم سوف يصبحون أكثر إخلاصاً من الزبائن الذين بخبرتهم لا توجد لديهم مشاكل على الإطلاق.

الآراء الفعالة: بشكل مغاير للآراء السلبية والتي تنتظر من الزبون أن تتحرك، طرق التفعيل تلمس وتشجع على مشاركة المستخدمين. مثلاً دعنا نقول بأنك قد أعطيت موقعك واجهة يسارية وكنت متلهفاً للحصول على بعض الآراء السريعة أو أنك ربما تريد بعض البيانات لتساعد في عملية تمييز مخطط طريق تطويرك. في حالة أخرى. ليس فقط بإمكانك إظهار وصلات آراؤك بشكل ظاهر على الصفحة الرئيسية ولكن باستطاعتك أيضاً تقديم حافز للمستخدمين الذين يزودون مقترحاتهم وأفكارهم. الباعث يمكن أن يكون كعاكس لم يتم إرسال من قبل الزبون من مقترحات (أنت ستندهش كيف ستكون أفعال بعض الناس من أجل قبولهم). حقيقة، الصيغة ربما لا تولد الكثير من الاستجابات ولكن فيما بعد ربما نقوم بفعل العكس: تشجع الناس لتقديم المقترحات التافهة بسبب كونهم يريدون فرصة للربح وهم لا يملكون أي شيء للربح به. الكثير من العروض المناسبة، ربما تكون لتكافئ كل مشارك بقميص مجاني مزين بمعلوماتك أو تقدم فقط قميص مجاني لأفضل عشرة مزودين.

شيء آخر، أقل الآراء الفعالية الشائعة تكون حقاً فعالة لتكون ذات

اتصال شخصي أو عدة اتصالات فردية لأولئك الذين عناوينهم الإلكترونية في متناول يدك (ربما يحصلون على الآراء والاقتراحات السابقة عن طريق وسائل سلبية ومجهولة). طبعي أنت تريد تجنب أي انزعاج لمستخدميك ولكن إذا كتبت رسالة إلكترونية غير مؤتمنة وليست ذات صيغة إلى شخص طالباً وبلطف بعض الآراء فإن كثيراً من الناس سيكونون سعداء بالالتزام بذلك. إنه سيكون من الواضح أنك قد قمت بتثمين مداخلك وهذا يجعل الناس يشعرون بالاهتمام. احتفظ بالبريد الإلكتروني القصير الأولي فيما بعد تستطيع الإغراء بأكثر من محادثة جوهريّة إذا كان الأمر الفردي يبدو مستعداً للمشاركة في نقاش مستمر. إن بعض الناس سيكونوا تواقين لفعل ذلك. امتلاك القليل من تلك «الصدقة» (مستخدمين أو زبائن تواقين لتقديم وعرض مساعدتهم بين الفينة والأخرى) فإنك تستطيع «عمل الأشياء بواسطة» يمكنك توفير الوقت والمال وهذا التوفير يكون عن طريق عمل إعادة بحث حقيقي أو بناء صفحات دليل لفحص أفكارك. فقط احترس من النزاعات الطبيعية لوضع الكثير من الوزن على البنية التقديرية في غياب نقاط البيانات الكثيرة. ما تزال إشارات البيانات التقديرية من مستخدم حقيقي يمكن اعتبارها مهمة أكثر من إدارات شركتك لأفضل الإدخالات المشتركة. المستخدم يعلم جيداً ما الذي يريده أو ما الذي تريده وأي شيء معطى فإن المستخدم يملك إمكانية تمثيله وبشكل كبير لمستخدميك الكثيرين الأساسيين أكثر منك، ومن موظفيك أو حتى من مستشاريك.

الملخص:

حالما يتم بناء موقعك، فإنك تستطيع جذب حركة المرور عن طريق استخدامك لتقنيات التسويق الشعبية والغير شعبية مثل الإعلان، وكذلك عن طريق الجمهور، الاقتراحات إلى شركات البحث، المراسلة مع المجموعات الإخبارية وإرسال القوائم عن طريق التماس شركاء أو وصلات تجارية مع

المواقع الأخرى. ولكن توليد الحركة لموقع غير مهم هي مضيعة للوقت والمال إن ثمرة نجاح أي موقع والأعمال الأساسية على الإنترنت هي المحتوى. وهو سبب واضح لزيارته. يجب على المواقع أن تكسب تقارير حركتهم وجعلها مرجعية عن طريق خذها كأمر مفيد وهام. أي موقع يستحق هذه الميزات سوف يحصل على الكثير من الثمن أكثر من أي مصدر إعلاني آخر. وذلك بسبب كون المستخدم يحب ما يشاهده وما يقوم الموقع نفسه بالإعلان عنه عن طريق «كلمة في الفم» عليك إيجاد الطعم المناسب الذي يجعل من موقعك ذي أهمية لتعريف وتحديد مجموعة من الناس. بالإضافة إلى تحديد طعم هام، فإنه يتوجب عليك تنفيذ التطور لموقعك لدرجة تؤسس لمصداقيتك بين المستخدمين إلى درجة تجعلهم يقبلون بتوصيات منتج البيع بالوساطة بشكل مشرف ومليء بالمساعدة. المصداقية ممكن أن تؤسس بإخبار جميع الجوانب الخاصة بالقصة، موظفين مالأً وبشكل مكثف في تطوير مواقعكم، تأسيس مبادئ الاحتراف، يتم الإنتاج ذات الوزن، وأخذ الاهتمام بالتفاصيل في كلمة من سمات عملك، أو أساسيات موقعك على شبكة الإنترنت، أو أي شيء آخر.

أخيراً للوصول إلى الحد الأقصى من عائداتك، الحفاظ على الجودة إعطاء الأولوية لتطور الموقع المستقبلي، إليك دراسة عادات المستخدمين ومشاركتهم بواسطة تحليل تقارير حركة المرور، إدارة فحص قابلية الاستخدام، وتجميع الآراء بنوعها الإيجابية والسلبية.

الفصل القادم يتكلم عن تركيزات بقية الكتاب ليناقل الاستراتيجيات والخيارات المتوفرة للتجار الذين يودون تحديث برامج البيع بالوساطة التي يمتلكونها.