

الفصل السابع

خمسة خرافات للتسويق عبر
الإنترنت بالنسبة للمهنيين المستقلين
Five Myths of Internet
Marketing for Independent
Professionals



تحتاج الخدمات المهنية إلى تسويق إنترنت مختلف:

Professional Services Need Different Internet Marketing:

يوجد الكثير من الضجة التسويقية المفرطة في الدعاية والإعلان على الإنترنت، والتي تزيد في يوم واحد على ما أنتجه P.T. Barnum على مدى حياته. مثل الدودة التي تبتلع ذيلها، فإن حيوان تسويق الإنترنت يتغذى إلى حد كبير على نفسه. الأغلبية الساحقة لما يظهر على الإنترنت حول التسويق والمصمم لمساعدتك على تسويق السلع والخدمات تم بيعه وتسليمه بصفة خاصة عبر الإنترنت.

There's more marketing hype published on the Internet in one day than P.T. Barnum generated in his lifetime. Like a worm swallowing its tail, the Internet marketing beast feeds mostly on itself. The vast majority of what appears on the Internet about marketing is designed to help you

market products and services sold and delivered exclusively on the Internet.

لذلك، ماذا يعنى هذا للمهني المستقل الذى حضوره على web يهدف أساساً إلى بيع خدمته (أو خدمتها) الذاتية الشخصية؟ أنت تعرف أن الخدمات تقدم بالطريقة التقليدية بواسطة التفاعل الإنسانى وجهاً - إلى - وجه أو على الأقل صوتاً - إلى - صوت. وفى أفضل الأحوال، المهني المتوسط من المحتمل أن يكون مستغرقاً فى كم هائل من نصائح التسويق المتاحة عبر الإنترنت. وفى أسوأ الأحوال يكون هو أو هى مُضَلَّلاً بتلك النصائح بصورة خطيرة.

So what does that mean for the independent professional whose web presence is primarily aimed at selling his or her own personal services? You know, services delivered the old-fashioned way, by humans interacting face-to-face or at least voice-to-voice. At best, the average professional is likely to be overwhelmed by the sheer volume of Internet marketing advice available. At worst, he or she is being seriously misled by it.

المشكلة فى تسويق خدماتك المهنية الذاتية ليست ببساطة مثل تسويق منتج تجارة تجزئة أو خدمة دوائر أعمال ليس لها اسم. إنك لا تستطيع أن تبيع خدمات استشارية إلى الشركات كما تفعل عبر web؛ ولا تستطيع أن تبيع التدريب العملى فى الحياة بنفس طريقة التى تفعلها لبيع كتاب إلكترونى. إذا حاولت أن تسوق بنفسك باتباع النصائح المصممة لتسويق

السلع والخدمات عبر الإنترنت، من المحتمل أنك ترتكب بعض الأخطاء الخطيرة.

The problem is that marketing your own professional services is simply not the same as marketing a retail product or an anonymous business service. You can't sell corporate consulting like you do web hosting; nor can you sell life coaching the same way you do an e-book. If you try to market yourself by following advice designed for marketing Internet products and services, you're likely to make some serious mistakes.

فيما يلي خمس خرافات تسويقية عبر الإنترنت يمكن أن تكون كارثية بالنسبة لصحة دائرة عملك.

Here are five Internet marketing myths that may be hazardous to the health of your business.

1 - خرافة التسويق عبر الإنترنت: بأن كل المطلوب هو موقع web عظيم:

1- Internet Marketing Myth #1 – It all starts with a great website:

عملياً، المكان الذي تبدأ به يتطلب خدمة جيدة التعريف. إذا لم يكن لديك صورة واضحة للورية حول من الذي تسوق إليه، وماذا تباع إليهم بالضبط، فإن أفضل موقع web على مستوى العالم لن يوفر لك عملاء. قبل حتى مجرد أن تفكر في بناء موقع web، يجب أن تعرف ما هو سوقك المستهدف، وكيف

تصف تخصصك المهني، وما هي المزايا المحددة التي يقدمها عمك إلى عملائك.

Actually, the place where it starts is with a well-defined service. If you don't have a crystal clear picture of who you are marketing to and exactly what you're selling them, the best website in the world won't get you clients. Before you even think about building a website, you should know who your target market is, how to describe your professional specialty, and what specific benefits your work provides for your clients.

محتوى الموقع أكثر أهمية من تصميمه. نعم، يجب أن يكون لديك موقع يعطى الشكل والمظهر المهني، ولكن التصميم المتألق وأشكال الجرافيك المبهرة، سوف لا تعطى مردوداً قريباً، ولا تفسيراً واضحاً، أيضاً يتناول لماذا يجب أن يعمل معك العميل. المادة المفيدة، مثل المقالات، والتقييمات، وعينات أخرى من خبرتك سوف تذهب إلى أبعد كثيراً لإقناع عملائك المرتقبين من الومضات الخاطفة للبصر، وقوائم الوجبات التفاعلية.

The content of your site is much more important than the design. Yes, you should have a professional-looking site, but a brilliant design and dazzling graphics won't pay off anywhere near as well as a clear explanation of why a client should work with you. Useful material such as articles, assessments, and other samples of your expertise will go much further to persuade

prospective clients than flash intros and interactive menus.

2- خرافة التسويق عبر الإنترنت بأن المزيد من الحركة يترجم إلى المزيد من الأرباح:

2- Internet Marketing Myth #2 – More traffic translates to increased profits:

النتيجة الوحيدة التي يضمنها المزيد من الحركة إلى موقعك web تتمثل في زيادة عرض النطاق الترددي الذي يستخدمه زوار موقعك. قبل إنفاق الأموال على الإعلانات ذات الأحرف التي تملأ صفحات الشاشة، أدلة web، الدفع مقابل التسجيل لكل نقرة click لدفع المزيد من الزوار إلى موقعك، إنك تحتاج إلى التأكد أنهم سوف يريدون أن يباشروا تعاملات معك بمجرد وصولهم إليك.

The only result that more traffic to your website guarantees you is increased bandwidth use by your web host. Before spending money on banner ads, web directories, or pay-per-click listings to drive more visitors to your site, you need to be sure that they'll want to do business with you once they get there.

اطلب من زملائك وعملائك الحاليين أن ينقدوا موقعك. هل يفهمون ما تعرضه؟ هل يمكن أن يروا مزايا ملموسة لجمهورك المستهدف؟ نقح موقعك استناداً إلى تغذيتهم المرتدة. حينئذ، ادع بعض عملائك المرتقبين للزيارة ولمس القاعدة بعد ذلك.

هل يظهر عملاؤك المرتقبون المزيد من الميل للدخول فى علاقة عمل معك بعد رؤية موقعك؟ إذا كان كذلك، فأنت على الطريق الصحيح. إذا لم يكن كذلك، لا يزال لديك الكثير لتعمله.

Ask your colleagues and current clients to critique your site. Do they understand what you are offering? Can they see concrete benefits to your target audience? Revise your site based on their feedback. Then personally invite some prospective clients to visit and touch base afterward. Do your prospects seem more inclined to do business with you after seeing your site? If so, you're on the right track. If not, you still have more work to do.

3 - خرافة التسويق عبر الإنترنت: افعل كل ما يتطلبه بناء قائمتك :

3- Internet Marketing Myth #3 – Do whatever it takes to build your list:

ليس هناك شك فى أن الاختيار الجوهري لإنشاء قائمة البريد الإلكتروني يمثل أصلاً تسويقياً قيماً، ولكن جودة الأسماء على قائمتك أكثر أهمية من الكمية. احصل على الأسماء من خلال مصادر غير مقصودة ذات مواد لأفراد آخرين، قوائم تعاملات تجارية مع شركاء مشروعات، أو شرائهم من بائع من النادر أن يوفر مستثمرين مؤهلين لديهم اهتمام حقيقى فى خدماتك.

There's no question that a substantial opt-in mailing list is a valuable marketing asset, but the quality of names on your list is much more important than the quantity. Acquiring names through giveaways of other people's material, trading lists with joint venture partners, or purchasing them from a vendor rarely provides qualified buyers truly interested in your services.

على نحو تام، اسأل زوار موقعك والناس الذين تقابلهم لكي يشتركوا في قائمة بريدك الإلكتروني، وقدم لهم شيئاً ما في المقابل. مثل المجلة أو النشرة الإلكترونية جيدة الكتابة، أو تقرير مفيد، أو شكل من الأشكال التثقيفية المسموعة، وكلها وسائل فعالة. ولكن، يجب أن تكون مكافآتك مرتبطة مباشرة بالخدمات التي توفرها، وأيضاً تعمل على زيادة مصداقيتك المهنية. الأسماء التي تحصل عليها من وسائل تحليل ترويجية أو مصادر غير معلومة، من النادر أن تتحول إلى عملاء يدفعون.

Absolutely, ask your site visitors and people you meet to join your mailing list and offer them something of value in return. A well-written ezine, helpful report, or informative audio are all effective premiums. But, your premium should be directly related to the services you provide and also serve to increase your professional credibility. Names acquired from promotional

gimmicks or unknown sources seldom turn into paying clients.

معظم نصائح الإنترنت التسويقية مصممة لبيع المنتجات online - والذي يجعلها مضللة وخطرة بالنسبة لأولئك الذين يقدمون خدمات مهنية. فيما يلي اثنتان إضافيتان من خرافات التسويق عبر الإنترنت واللتان قد تتداخلان مع نجاحك المهني.

Most Internet marketing advice is designed to sell products online - which makes it misleading and dangerous for those offering professional services. Here are two more Internet marketing myths that may be interfering with your professional success.

4 - خرافة التسويق عبر الإنترنت: المحتوى الذي لا يقاوم هو السري إلى المبيعات:

4- Internet Marketing Myth #4 – Killer copy is the secret to sales:

قد يكون محتوى web المحمل بالضوءاء فعالاً في بيع منتجات أو برامج معلوماتية معينة، ولكنه من الصعب أن يلهم الثقة. إنك لست في محاولة إلى إقناع أى شخص ليؤجرك بصفة فردية كاستشاري، أو ممرن، أو مدرب، أو مصمم، أو مستشار مالي، بتقديم عرض "ليس واحدة، ليس اثنتين، ولكن ثلاث مكافآت قيمة" كما لو كنت تبيع سندوتشات شرائح لحم في ليلة TV متأخرة.

Hype-laden web copy may be effective in selling certain info-products or courses, but it hardly inspires trust. You're not going to convince anyone to hire you individually as a consultant, coach, trainer, designer, or financial advisor by offering "not one, not two, but three valuable bonuses" as if you were selling steak knives on late-night TV.

يجب أن تعكس شخصيتك التسويقية عبر الإنترنت نفس المهنية كما هو الحال مع العمل الذي تؤديه مع عملائك. إذا لم تكن كتابة المواد التسويقية من بين قدراتك بكل الوسائل استأجر كاتب محتوى مهنيًا. ولكن تأكد من أنك تستأجر واحداً ذا خبرة في الكتابة للمهنيين مثلك. يجب أن تلهم نسخة المحتوى على موقعك web أحاسيس الثقة حول قدراتك، وأوصل إمكانية الاعتماد عليك، ومؤهلاتك الموثقة.

Your Internet marketing persona should reflect the same professionalism as the work you do with your clients. If writing marketing materials isn't your forte, by all means hire a professional copywriter. But be sure you hire one with experience writing for professionals like yourself. The copy on your website should inspire feelings of confidence about your abilities, and communicate your reliability and solid qualifications.

5 - خرافة التسويق عبر الإنترنت: فقط اتبع الصيغة المربحة، وسوف تصبح غنياً؛

5- Internet Marketing Myth #5 – Just follow the winning formula and you will get rich:

توجد فقط وصفة واحدة معتمدة لثروة "الإنترنت"، تلك هي دائرة عمل بيع الوصفات المعتمدة. يبدو أن هناك عدداً لا حصر له من المشترين لكل ما هو جديد تحت عنوان مشروع الغنى عبر الإنترنت الذي تم اختراعه، ولكن بصورة متناقضة، عدد قليل لافتح هم الذين يجمعون فعلياً أموالاً عبر web.

There's only one surefire recipe for Internet wealth, and that's the business of selling surefire recipes. There seems to be an infinite number of buyers for every new get-rich-on-the-net scheme that is invented, but paradoxically, a precious few people actually making money on the web.

قد تكون الإنترنت وسيلة مختلفة لتسويق الخدمات المهنية، بدلاً من إجراء مكالمات، كتابة خطابات، أو التحدث إلى أفراد بصورة شخصية، ولكن لا تزال تطبق نفس المبادئ التي حظيت بالاحترام. لا توجد صيغة مربحة جديدة. السر وراء رسو العملاء، لقد كان دائماً - بناء علاقات، وحمل الناس على أن يعرفوك، ويحبوك ويثقوا بك.

The Internet may be a different medium for marketing professional services than making calls, writing letters, or speaking to people in

person, but the same time-honored principles still apply. There is no new winning formula. The secret to landing clients is what it always has been - build relationships and get people to know, like, and trust you.

عندما يساهم موقعك web، والأنشطة القائمة على الإنترنت الأخرى في بناء علاقة ثقة طويلة الأجل مع العملاء المرتقبين ومصادر الإحالة، سوف تحصل على تعاملات عبر web. ولكن إذا صوبت رسالتك خارجياً إلى أي شخص سوف يريد أن ينصت، هادفاً الريح السريع، فإن الإنترنت لن تقدم لك المزيد من التعاملات أكثر من الوقوف على ركن من الشارع معك كيقوق لتوصيل صوتك!.

If your website, ezine, and other Internet-based activities contribute to building long-term, trusting relationships with prospective clients and referral sources, you'll get business on the web. But if you blast your message out to anyone who will listen, aiming for a quick profit, the Internet won't bring you any more business than standing on a street corner with a megaphone.

