خرید اینترنتی: چرا، کجا، کی و چگونه؟

بسیاری از دارندگان وب سایت های فروشگاهی برای توجیه شروع فعالیت اقتصادی خود، یک یا حداکثر دو دلیل موجه دارند. برخی تعداد زیاد درخواست یک محصول را دلیل راه اندازی می دانند، برخی اطلاعات خوبی از سن و جنسیت مشتریان بالقوه خود دارند و تصور می کنند می توانند بر اساس آن اطلاعات پیشنهادهای خوبی به مشتری بدهند و … ولی هیچکدام اطلاعات و آمار دقیق برای راه اندازی فروشگاه اینترنتی ندارند.

به گزارش **پایگاه خبری فناوری اطلاعات استوار به نقل از برسام**، یک فروشگاه اینترنتی باید بتواند اطلاعات درست و کاملی داشته باشد. باید بداند یک خریدار دوست دارد چرا، کجا، کی و چگونه خرید کند. اگر حتی یکی از این موارد را برای خود به طور کامل و دقیق نتوانید جواب دهید پیشنهاد می کنیم اصلا منتظر نتیجه نباشید!

مانند گذشته ها نیست که به راحتی محصول خوش قیمتی پیدا کنید و با هزینه کم، فروشگاهی راه اندازی کنید و در نهایت هم رقیب جدی نداشته باشید. امروزه هر کس اراده ای برای خرید می کند، بلافاصله روش های مختلف برای خرید پیش روی خود می بیند. در محل کار، در حال پیاده روی، در فروشگاه های بزرگ، در اینترنت و بوسیله موبایل، کامپیوتر، ایکس باکس و … بدون کمترین دغدغه بهترین مکان برای خرید محصول خود را انتخاب می کند. رقابت در این تجارت هر روز بیشتر و پیچیده تر می شود و البته در صورت برداشتن قدم های درست، جذابیت و نتایج بسیار مطلوب تری نسبت به گذشته دارد.

یک از اشتباه هایی که فروشنده ها می کنند این است که هیچوقت خود را جای خریدار نمی گذارند. اصلا نمی دانند مشتری چه مراحلی را برای خرید از فروشگاه اینترنتی طی می کند تا به نتیجه نهایی برسد. باید به عنوان مدیر یک فروشگاه اینترنتی در هر لحظه از فعالیت و بروز رسانی سایت، بداند که مشتری نسبت به آن تغییرات چه واکنشی خواهد داشت. باید بدانید که مشتری در هنگام خرید در کدام بخش ها فرود می آید، به چه موانع و انتخاب هایی می رسد و شما اگر جای او بودید در هر کدام از این مراحل چه تصمیمی می گرفتید.

مشتری شما کیست؟

حتما این اطلاعات را از مشتری خود با ترفند های مناسب بدست آورید:

- سن
- جنسیت
- وضعیت تاهل
- میزان یا درجه درآمد
- میزان تحصیلات
- محل زندگی
- شغل

بسیاری از این اطلاعات در مراحل اولیه خرید می تواند بدست آید. برای تکمیل پروفایل مشتری خود می توانید با او تماس بگیرید و به سادگی از وی کسب اطلاع کنید.

زمانی که با وی تماس گرفته می شود اگر افراد آموزش دیده ای داشته باشید، مشتری با رضایت کامل این اطلاعات را نیز در اختیار شما می گذارد:

- فعالیت فعلی
- علاقمندی ها

مشتری چه چیزی نیاز دارد از محصول بداند؟

مشتری ها یک سری اطلاعات پایه از محصول باید بدانند. اتفاقا اگر به دنبال خرید اینترنتی است، شاید اطلاعات جزئی تر و دقیقتری نیاز دارد. در حقیقت او به دنبال آن است که کمبود مشاهده مستقیم محصول را با موارد دیگر تا حد امکان پر نماید. این موارد حتما به بهترین وجه ممکن به او باید داده شود:

- ظاهر آن چگونه است
- چگونه کار می کند
- ابعاد آن چیست
- چه رنگ هایی دارد
- امکانات آن چیست
- قیمت آن چقدر است
- آیا گارانتی دارد
- مدت زمان مصرف آن چقدر است
- مشخصات آن چیست

البته این سوالات برای محصولات مختلف تغییراتی نیز دارد. به هر حال شما باید سعی کنید تمام پرسش های ممکن مشتری در مورد محصول را حدس زده و جواب آنها را بدهید.

چرا باید از شما خرید کند؟

این شاید اصلی ترین سوالی باشد که باید حتما از خودتان سوال کنید. خیلی از مواقع انتظار داریم مشتری با دیدن بنر و اسلایدر زیبای شما در سایت، با خود فکر کند که چقدر این محصول خوب است و چرا من آنرا ندارم و اتفاقا چقدر پولدار هستم که بدون فکر و مکث، خیلی سریع روی آن کلیک کرده و سریع پرداخت می کنم!

تا زمانی که نتوانید به جای مشتری نشسته و دلیل خرید محصول را بیابید نمی توانید موفق شوید. اتفاقا جای تعجب دارد که چرا مدیران وب سایت های اینترنتی بدون بررسی هیچکدام از این موارد، نظریات خود را کاملا حرفه ای دانسته و شکی نمی کند که شاید مشتری نظری متفاوت با او داشته باشد و در نهایت شکست می خورد و باز هم همان روند را تکرار می کنند!

چرا باید مشتری محصول شما را بخرد:

- نیاز آنی و فوری مشتری را برآورده می کنید
- نیاز دائمی و متناوب مشتری را برآورده می کنید
- نماینده انحصار محصول یا برند خاصی هستید
- محصولی است کاملا جذاب و جالب
- کمترین قیمتی است که مشتری جستجو کرده است
- هزینه های اضافی مانند پست و مالیات ندارد
- ویژگی های برگشت محصول منحصر به فردی دارد
- کیفیت محصولات در بالاترین سطح قرار دارد

و چیزهایی از این قبیل… یک مدیر فروش حتما باید وجه تمایز خود با دیگر فروشگاه ها را حداقل در یکی از موارد ذکر شده بیابد تا مطمئن شود، محصول او برای قشری خاص حداقل فروش را خواهد داشت.

در مورد محصول چطور تحقیق می کند؟

تا ۱۵ سال پیش برای بررسی چیزی که قصد خرید داشتید حتما باید به فروشگاه می رفتید و یا از روی مجله ها یا روزنامه ها آنها را دیده و در مورد آنها می خواندید. امروزه روش های بررسی و تحقیق در مورد یک محصول بسیار متنوع تر شده است. می توانید در اتوبوس، روی تخت خواب یا داخل وب سایت ها همه کارها را انجام دهید.

با شنیدن اولین کلمه، سریعا به سراغ گوگل می روید یا برای خرید بدون دردسر به آمازون سر می زنید.

خیلی ها از طریق ایمیل خود با یک محصول آشنا می شوند و پس از خواندن در مورد آن محصول، باز به سراغ اینترنت رفته و گوگل و آمازون را باز می کند.

بسیاری دوست دارند از زبان دیگران بشنوند. به سراغ فروم ها رفته و نظر دیگران را در مورد آن محصول می شنوند. البته همیشه نمی توان این کار را انجام داد. اگر وسط خیابان هستید و باید بین دو مارک از یک محصول سریعا یک مورد را انتخاب کنید، نمی توانید وارد فروم شده و با خیال راحت به صحبت های ضد و نقیض دیگران گوش کنید!

همه اینها را به این خاطر گفتیم که بدانید هر قشری، در هر مکان و شرایطی روش های خود را برای مطالعه و بررسی محصول مورد نظر خود بر می گزیند. شما به عنوان فروشنده باید اینها را بدانید.

- جستجو بر اساس تصویر محصول یا نگاه کردن به مشخصات و امکانات آن
- مطالعه وبلاگ ها، سایت های مقایسه محصول و شبکه های اجتماعی
- مطالعه بررسی ها یا سوال کرد از دوستان و اطرافیان
- جستجو در برند ها و محصولات مشابه
- جستجو در مورد قیمت آن در وب سایت ها، منابع مختلف و حراجی ها

باید سعی کنید در همه این مکان ها یافت شوید! باید بر طبق اولویت های خود و هزینه ها، سعی کنید به مرور در تمامی این بخش ها فعالیت داشته و تلاش کنید با حضور در این بخش ها با فضاهای تجاری، مراجعه کنند گان و فروشندگان آشنا شده و در آنها نفوذ پیدا کنید.

این موارد نیاز اصلی دارندگان وب سایت های فروشگاهی یا افرادی که قصد راه اندازی چنین فعالیتی هستند، می باشد. اینکه فروشنده بداند یک خریدار دوست دارد چرا، کجا، کی و چگونه خرید کند، بسیار مهم بوده و مطمئنا اثرات بسیار زیادی در موفقیت یا عدم موفقیت یک فروشگاه اینترنتی داشته باشد. پس پیشنهاد می کنیم اگر شما هم از مخاطبین اصلی ما در این مقاله هستید، یک فرم طراحی کرده و برای هر محصول تمام پرسش هایی که مطرح کردیم را پر کنید و این فرم را برای هر محصول جدیدی که قصد فروش آن در وب سایت خود دارید نیز پر کنید.

منبع:http://www.ostovarit.com/single/article/874/خرید%۲۰اینترنتی:%۲۰چرا،%۲۰کجا،%۲۰کی%۲۰و%۲۰چگونه