

7 أدوات تساعدك على نجاح عملك الجديد

كتبه روس جيمس | 9 يوليو، 2019



ترجمة حفصة جودة

ما الأمر الذي تعاني منه معظم الشركات الناشئة؟ رغم تدفق الاستثمارات والعلامات التجارية الجميلة ومفاهيم الإنتاج العظيمة، فإن معظم الشركات الناشئة تفشل لسبب مهم: عدم قدرتها على مواكبة الوضع سريعًا بما فيه الكفاية.

تحدث رائد الأعمال سين إليس قبل عشر سنوات عن “حيل النمو”، حيث أشار إلى 7 خطوات يمكن استخدامها لتشغيل الشركة الناشئة سريعًا بقدر الإمكان دون الحاجة لإنفاق الكثير من المال.

إذا كنت تعتقد أن تلك الحيل تبدو مثل التسويق الرقمي الشائع فربما تكون على حق، لكن الاختلاف يكمن في أحد أهم التفاصيل وهي: عقلية التشغيل، يدور التسويق التقليدي حول التعامل مع العديد من الأشياء المختلفة قدر الإمكان مثل الجداول الزمنية الداخلية والمزج بين الرقمي والمطبوع والمساومة مع البائعين وغيرهم، وهو عادة ما يركز على بيع منتجات حقيقية وتحقيق عشرات الأهداف المختلفة في عدة مجالات.

لكن “حيل النمو” تدور حول النمو بشكل أساسي، نشأ هذا المصطلح من الحاجة إلى مواجهة العالم الرقمي باستخدام أساليب قابلة للتطوير، هذا يعني جذب عدد من الزبائن والعملاء قدر الإمكان لشركة ناشئة ذات ميزانية صغيرة، ويستخدم قراصنة النمو العديد من نفس الأدوات التي

يستخدمها السوقون الرقميون، لكن مع التركيز على الأشياء بشكل جديد.

“SEO”: تحسين محركات البحث

يعد “تحسين محركات البحث” من أهم الأدوات التي تستخدمها الشركات الناشئة، فهي أفضل طريقة للانتشار دون الحاجة إلى نشر الكثير من الإعلانات في وجه جميع الناس، هناك الكثير من أساليب تحسين محركات البحث، فأياها ينجح بشكل أفضل مع حيل النمو؟

أولاً، يجب أن يلتزم موقعك الإلكتروني بسياسات وإرشادات جوجل (القبعة البيضاء)، هذا يعني عدم وجود انتحال أو محتوى تم إنشاؤه تلقائياً، وعدم حشو الكثير من الكلمات الأساسية، يهتم قراصنة النمو بتحقيق النمو قبل أي شيء آخر، لكن الأساليب الملتوية (القبعة السوداء) للحصول على أرقام نمو سريعة في البداية لن تحقق لك نجاحاً مستمراً، ويمكنها أن تعرض عملك للخطر.

ثانياً، استخدم المدونين الموثوق بهم للحديث عن منتجك الجديد، فهذا يساعد في بناء روابط خلفية (وهو ما يحبه جوجل) ويعزز من الثقة في شركتك (وهو ما يحبه العملاء)، فيما يتعلق بمصطلحات تحسين محركات البحث، يشير مصطلح القبعة البيضاء إلى استخدام أساليب وأدوات وتقنيات التحسين التي تركز على الجمهور البشري المعارض لمحركات البحث الذي يتبع بشكل كامل سياسات وقواعد محرك البحث.

Google My Business

يعد “GMB” الأداة الأساسية للسيطرة على البحث المحلي، فهو عبارة عن ما يظهر لك عندما تبحث عن شركات محلية أو مثلاً المطاعم القريبة منك، إنه يوضح الأماكن الموجودة في منطقة ما.

هذه الأداة تمنح الباحثين حقائق سريعة مثل ساعات العمل وبيانات التواصل والعنوان والتقييمات وغيرهم، إذا كنت تمتلك مكاناً على أرض الواقع تلتقي فيه بالعملاء فأنت بحاجة لاستخدام تلك الأداة، فهي سريعة ومجانية وأسهل طريقة لتحقيق النمو في عملك.

Pay-per-click

يعد التسويق بطريقة “PPC” (الدفع لكل نقرة) من خلال إعلانات جوجل آلية رائعة لبدء عملك الجديد أمام جمهورك المستهدف وجمع بيانات كثيرة عما ينجح معك وما لا ينجح، كما يساعد اختيار النسخ المتعددة للعناوين والكلمات من قدرة قراصنة النمو على صنع تغييرات صغيرة تؤثر في التغييرات الكبيرة، لكن الجانب السلبي لذلك أنه ليس مجانياً، لكن قراصنة النمو الأذكاء بإمكانهم تحويل الاستثمار الصغير في “PPC” إلى تجارة كبيرة.

إعلانات فيسبوك وإنستغرام

هذه الإعلانات ليست بالأمر الجديد، لكن قوة فيسبوك لا يمكن تجاهلها، فهذه الشبكة الاجتماعية حققت حصة هائلة في سوق الإعلانات الرقمية عام 2018 تصل إلى 19.6%، والوضع كذلك

لذا كيف يمكننا اختراق أكبر موقع تواصل اجتماعي لتعزيز النمو؟ يحدث ذلك من خلال إعادة التسويق، تستخدم تلك الطريقة ملفات تعريف الارتباط “cookie” لإظهار الإعلانات للمستخدم في كل مكان على شبكة الإنترنت، أي أن علامتك التجارية ستتبع الناس في كل مكان، هذا التكرار يساعد في جذب انتباه العملاء المحتملين.

أما السبب وراء اختيار فيسبوك وإنستغرام، فهو كما يقول المثل: “يجب أن تصطاد السمك حيث يوجد أكثر من مليار سمكة”.

أتمتة البريد الإلكتروني

تتعلق حيل النمو بحساسية الوقت، فالشركات الناشئة المأزومة ماليًا تحتاج إلى نمو سريع، لذا ليس هناك الكثير من الوقت لإضاعته، ولحسن الحظ يبرز هنا روعة الأتمتة للحفاظ على يومك.

يعد البريد الإلكتروني أكثر الطرق القيمة للبقاء على اتصال مع عملائك، والأتمتة تعني إمكانية تخصيص وتوزيع وقياس رسائل البريد الإلكتروني على نطاق واسع، ومثل طريقة “PPC” يعد البريد الإلكتروني وسيلة أخرى يمكن من خلالها اكتشاف اللغة التي تجذب العملاء، كما يمكنك تخصيص الأشياء وذلك باستخدام اسم الشخص لضبط الرسائل التي يتلقاها.

يستخدم قراصنة النمو أتمتة البريد الإلكتروني كمقياس لتوفير الوقت والمال، وهو طريقة لبناء حملة فعالة للوصول إلى جمهورك المستهدف، كما أنه ضروري لبناء علاقات مع العملاء خاصة في المراحل المبكرة.

تسويق المحتوى

يعد تسويق المحتوى من الأشكال الفنية التي تمنح قراصنة النمو فرصة للكثير من الإبداع، وهنا يظهر دور العناوين الجذابة والقصص الجيدة والوسائط المنتشرة، تؤكد دائمًا من أن يكون المحتوى غني وجذاب ومثير للاهتمام.

وبالطبع يتطلب اختراق تسويق المحتوى التركيز على النمو، ولذا يمكنك سؤال نفسك هذه الأسئلة في أثناء عملية الإعداد: لماذا سينقر شخص ما على هذا المقال لقراءته؟ ما مدى ارتباط المحتوى بعلامتك التجارية؟ هل من السهل مشاركة هذا المحتوى؟ هل سيحببه الجمهور؟

مداخل التسويق

ربما يتذكر بعضكم مداخل البيع التي درسها في المدرسة، هناك أيضًا مداخل لحيل النمو، فمن الضروري للغاية أن تعلم الطريقة التي يمكن بها تحويل الجمهور إلى عملاء، ومن بين هذه المداخل:

الاستحواذ: يجب أن يسمع الناس اسمك في كل مكان سواء من صديق أم من مدونة.

التنشيط: يجب أن يبدأ الناس في الانغماس في الأمر مثل إنشاء حساب على موقعك أو شراء شيء ما.

الاحتفاظ: يجب أن تشجع الناس على العودة مرة أخرى إليك، فهذه أفضل طريقة لضمان النجاح على المدى البعيد، وهنا تكمن أهمية أن يكون منتجك ذا جودة عالية.

العائدات: يجب أن تكتشف كيفية تأمين تدفق المال الذي يحتاجه أي مشروع ناشئ للبقاء على قيد الحياة.

الإحالة: سيخبر عملاؤك المخلصون أصدقاءهم عنك، ويمكنك تشجيع ذلك من خلال “كود الإحالة” حيث يحصل عملاؤك على نسبة لكل زبون يأتي عن طريقهم، مما يشجع على زيادة النمو.

تشبه تلك المداخل التسويق التقليدية، لكن هناك تركيز أكبر على تحقيق النمو واستخدام الموقع الحالي للتقدم إلى الموقع الذي يليه.

الصورة الكبرى

يتطلب فهم حيل النمو نقلة نوعية بعيدًا عن التسويق التقليدي، فهو يركز بشكل أولي على أرقام النمو لتساعد في تقدم الشركات الناشئة، هذه الحيل ستساعدك في نجاح فيسبوك وآيربنب، تحتاج شركتك الناشئة إلى العملاء لتمكن من النجاح، لذا يجب أن تعلم جيدًا كيف يمكنك جذبهم بشكل سريع وبأرخص ما يمكن.

المصدر: [إنترينيور](#)

رابط المقال : <https://www.noonpost.com/28469/>