

#58. Podejdź realistycznie do Internetu

Internet jest jak każde inne narzędzie marketingowe – wiąże się z ograniczeniami finansowymi i twórczymi. Mądrze wykorzystany Internet może pomóc Twojej firmie w rozwoju i osiągnięciu większej rentowności. Kluczem jest zrozumienie, w jaki sposób korzystać z Internetu, aby odpowiadał Tobie i Twojej firmie, a także realistycznie podejść do tego, co możesz osiągnąć finansowo dzięki swojej działalności online. Mamy wielu klientów, którzy prowadzą w 100 procentach firmy internetowe. Znaleźli rynek dla swoich produktów i spędzili wiele lat i dużo pieniędzy na dopracowywaniu swoich biznesów, aby doprowadzić je do punktu, w którym zarabiają pieniądze - dużo pieniędzy. Będą pierwszymi, którzy powiedzą ci, że nie jest to tak łatwe, jak myśli większość ludzi. Wielu przedsiębiorców ma błędne przekonanie, że jeśli zapłacą za stronę internetową, z dnia na dzień staną się milionerami. Gdyby to było takie proste, wszyscy byśmy to robili. Konsumenci nie są głupi, o czym wiele osób zapomina, jeśli chodzi o sprzedaż online. Ludzie ostrożnie podają dane karty kredytowej, podejrzewają, że to, co jest promowane na stronie internetowej, okaże się tanią kopia, gdy się pojawi, i nie lubią czekać tygodniami na dostawę. Z tego powodu strony internetowe odnoszące największe sukcesy sprzedają znane produkty, które konsumenci czują się komfortowo kupując online, takie jak książki i płyty CD. Inne udane produkty online to produkty niszowe, które mają bardzo specyficzny rynek. Firmy te odnoszą sukcesy, ponieważ ich klientom trudno jest kupić ich produkty gdzie indziej. Internet ma wiele zastosowań poza sprzedażą produktów. Na przykład może służyć do promowania Twojej firmy 24 godziny na dobę. Niedawno stworzyliśmy stronę internetową dla ekologicznej farmy mlecznej. Sprzedawali świeże produkty rolne w całym regionie i, jak każdy biznes, mieli ograniczone zasoby. Strona służyła wielu celom przy ich małej działalności:

- Zawierał podstawowe informacje o firmie i rodzajach sprzedawanych produktów.
- Pokazywał zdjęcia gospodarstwa (które konsumenci uwielbiają oglądać).
- Zawierał przepisy i zalecenia dotyczące sposobów wykorzystania ich bogatej oferty produktów.
- Poinformował konsumentów, gdzie mogą kupić produkty.
- Dało miejsce na dodawanie komentarzy na temat produktu.
- Przekazał informacje o dostępnej usłudze dostawy do domu.
- Umożliwiło mieszkańcom okolicy zamawianie produktów bezpośrednio z gospodarstwa.

Podsumowując, strona internetowa służyła jako zleceniodawca, firma marketingowa, doradca public relations i źródło informacji, działające 24 godziny na dobę, siedem dni w tygodniu. Chociaż firma miała ograniczone zasoby, strona internetowa sprawiła, że wyglądała na dużą i profesjonalną, zachowując jednocześnie atrakcyjność domku. Internet nie zniknie, więc każdy w biznesie musi zmierzyć się z tym, jak włączyć go do codziennych procesów biznesowych i wykorzystać w pełni jego potencjał. Najważniejszą kwestią, którą należy poruszyć w sprawie Internetu, jest to, że musisz mieć plan lub strategię, aby wiedzieć, co chcesz osiągnąć. Twój plan internetowy musi składać się z następujących pięciu kluczowych elementów:

1. Jasne zrozumienie tego, co chcesz osiągnąć. Chcesz sprzedawać produkty, przekazywać informacje, promować swój biznes, pozyskiwać nowych klientów lub oferować dodatkowe usługi obecnym klientom?
2. Budżet. Ile pieniędzy możesz przeznaczyć każdego roku, aby Twoja witryna robiła wszystkie rzeczy, które chcesz, aby robiła? Odłóż realistyczną kwotę, na którą możesz sobie pozwolić i odejść.

3. Trochę innowacji. Spójrz na inne witryny i spróbuj znaleźć rzeczy, które robią inne firmy, które możesz dostosować i wykorzystać w swojej witrynie, aby była bardziej innowacyjna i profesjonalna.
4. Sprawdź witryny konkurencji, aby zidentyfikować dobre, złe i brzydkie rzeczy w ich witrynach, które możesz poprawić lub uniknąć.
5. Poproś klientów o opinie na temat Twojej witryny i wysłuchaj ich sugestii i komentarzy.

Opracowanie strategii internetowej nie musi być długim i skomplikowanym procesem, ale posiadanie takiej strategii zwiększy Twoje szanse na rozwój biznesu. Usiądź i zapisz wszystkie rzeczy, które chciałbyś osiągnąć dzięki swojej witrynie, a następnie znajdź kogoś, kto to zrobi. Samo umieszczenie kilku zdjęć produktów na stronie internetowej rzadko się sprawdza. Zamiast tego umieść referencje klientów w swojej witrynie i wykorzystaj innych ludzi, aby powiedzieć światu, jaki jesteś wspaniały. Dołącz pełną listę produktów i usług, mnóstwo zdjęć (w tym zdjęcia Ciebie i Twoich pracowników, aby nadać im osobisty charakter). Zredukuj tekst do minimum i spraw, aby strona była kolorowa i imponująca. Badania wskazują, że masz około sześciu sekund, aby zwrócić uwagę kogoś, kto odwiedza Twoją witrynę, jeśli tylko przegląda, więc upewnij się, że Twoja strona główna szybko się ładuje i wygląda rewelacyjnie.

#59. Kiepska strona internetowa sprawia, że Twoja firma wygląda kiepsko

Technologia stron internetowych szybko się zmienia. Niedawno odwiedziłem stronę internetową, którą stworzyłem kilka lat temu i która w tym czasie nie była zbyt aktualizowana. Wyglądał, jakby został zaprojektowany sto lat temu. Strony internetowe muszą od samego początku wyglądać imponująco i muszą być regularnie aktualizowane. Koszt stworzenia dobrej strony internetowej jest z dnia na dzień coraz tańszy. Polecam, abyś wydał tyle, na ile możesz sobie wygodnie pozwolić. Jeśli jeszcze nie możesz sobie na nic pozwolić, nie panikuj - pracuj nad stworzeniem takiego, gdy odpowiada Ci przepływ gotówki. Jeśli planujesz rozwijać witrynę etapami, upewnij się, że powiadomiłeś swojego programistę, ponieważ może to zaoszczędzić dużo pieniędzy w przyszłości, jeśli witryna zostanie zbudowana z miejscem na rozbudowę. Za każdym razem, gdy tworzę stronę internetową dla klienta, spędzam trochę czasu na surfowaniu po sieci i przyglądaniu się, co robią ich konkurenci na całym świecie. Następnie sprawdzam mnóstwo niepowiązanych stron, szukając nowatorskich pomysłów. Jeśli znajdę stronę, która mi się podoba, dodaję ją do zakładek i pokazuję projektantowi stron internetowych jako przykład tego, czego szukamy. Dla wielu potencjalnych klientów Twoja strona internetowa będzie pierwszym punktem kontaktu z Twoją firmą i na podstawie tego, co tam zobaczą, podejmą decyzję, czy chcieliby wykonać kolejny krok. Uważam, że dobra strona internetowa składa się z kilku kluczowych elementów:

- Szybko się ładuje. Jeśli Twoja witryna ładuje się trochę dłużej, poproś projektanta, aby umieścić na ekranie coś, co zainteresuje widza i utrzyma jego uwagę.
- Stosowanie prostych kolorów. Pamiętaj jednak, że różne komputery inaczej widzą kolory. To, co świetnie wygląda na komputerze projektanta, może wyglądać kiepsko na ekranach Twoich klientów.
- Zawiera referencje klientów.
- Minimalny tekst, ale ma miejsca na stronie, gdzie można znaleźć więcej informacji.
- Unika używania wtyczek, które ludzie muszą pobrać. Pamiętaj, że ludzie chcą przejść do Twojej witryny, aby ustalić, czy chcą kupić to, co sprzedajesz. Ułatw im to.

- Wykorzystuje zdjęcia rzeczywistych ludzi. Dziwię się, że większość stron internetowych jest tak anonimowa. Dla mnie to idealna okazja, by przedstawić Ciebie i Twój zespół potencjalnym klientom, a także nada Twojej firmie ludzką twarz, co zachęci ludzi do zakupów.
- Nie spowalniają dzwonki, gwizdki, migające światła i ruchome obrazy. Wszystkie są ładne do oglądania, ale często jedyne, co robią, to spowalnianie witryny i tworzenie barier dla klientów, którzy dowiadują się o Twoich produktach.
- Ma banery reklamowe, które przenoszą klientów do innych obszarów witryny, a nie z dala od firmy. Wszelkie reklamy w witrynie powinny być wykorzystywane do promowania Twojej firmy.

Te wskazówki powinny pomóc w stworzeniu działającej witryny internetowej, która zachęci ludzi do lepszego poznania Twojej firmy.

#60. Upewnij się, że sprzedajesz swoją witrynę

Jeśli zamierzasz mieć stronę internetową, musisz ją promować i promować. Oczekiwanie, aż ludzie, którzy surfują po Internecie, aby to znaleźć, jest zdecydowanie trafieniem lub chybieniem, a brak marketingu jest głównym powodem, dla którego strony internetowe zawodzą. Istnieje wiele różnych terminów używanych do pomiaru natężenia ruchu lub liczby osób, które odwiedzają witrynę internetową i uważam, że termin „unikalni odwiedzający” jest najbardziej odpowiedni. Oznacza to, że jeśli ta sama osoba odwiedza witrynę 50 razy w miesiącu (z tego samego komputera), nadal jest mierzona tylko jako jeden unikalny użytkownik. Przyciąganie do witryny jak największej liczby unikalnych użytkowników jest nauką i istnieje wiele firm, które oferują to jako usługę specjalistyczną. Mają techniczną wiedzę, jak osiągnąć ten wynik i jest to naprawdę integralna część każdej strategii internetowej lub planu online. Możesz odgrywać aktywną rolę w marketingu własnej witryny internetowej, upewniając się, że Twój adres internetowy jest drukowany na każdym materiale promocyjnym produkowanym przez Twoją firmę – samochodach, mundurach, papeterii, znakach, fakturach, opakowaniach, samych produktach i wszystkim innym możesz myśleć o. Powiązanie Twojej witryny z innymi witrynami nie zajmuje dużo czasu ani dużo pieniędzy, a to doskonały sposób na zwiększenie przepływu ruchu w Twojej witrynie. Sugeruję, abyś był wybiórczy w odniesieniu do witryn, do których chcesz prowadzić linki, w przeciwnym razie może to wpłynąć na twoją wiarygodność. Za każdym razem, gdy reklamujesz swoją firmę, powinieneś podać swój adres internetowy. To wzmacnia znaczenie posiadania dobrej nazwy domeny (strony internetowej), która jest łatwa do zapamiętania. Jeśli nie sprzedajesz swojej witryny, nikt jej nie odwiedzi. Najlepsza strona internetowa bez odwiedzających jest tak użyteczna jak świetna książka, której nikt nie czyta.

#61. Najważniejszy powód, dla którego firmy upadają w Internecie

Każdy próbuje coś sprzedać w Internecie, ale nic dziwnego, że bardzo niewiele firm odnosi sukcesy w sprzedaży online. Odnoszący sukcesy klienci internetowi zgadzają się, że głównym powodem niepowodzenia sprzedaży internetowej jest zbyt długi czas odpowiedzi na zapytanie. Internet to najlepsze urządzenie natychmiastowe. O każdej porze dnia i nocy możesz dowiedzieć się praktycznie o wszystkim na świecie. Podczas gdy wiele firm może oferować sprzedaż produktów lub usług online i w czasie rzeczywistym, wiele nadal wymaga bardziej szczegółowej korespondencji e-mailowej; na przykład, aby zebrać dodatkowe informacje przed przesłaniem ceny. Firmy, które odnoszą sukces w Internecie, szybko reagują (nawet uwzględniając różnice czasowe, które zdecydowanie powinny być w ciągu 24 godzin). Firmy, które bardzo szybko odpowiadzą na zapytania e-mailowe, sprzedają więcej produktów niż te, którym odpowiedź zajmuje dużo czasu. Ciągłe jestem zaskoczony, jak wolno wiele firm przetwarza e-maile i odpowiada na prośby o ceny lub inne informacje. Po raz kolejny cała idea posiadania strony internetowej polega na zachęcaniu ludzi do robienia z Tobą interesów. Jeśli masz

szczęście, że są zainteresowani kupnem czegoś od Ciebie, odpowiedz na ich e-maile tak szybko, jak to możliwe. To pokazuje, że cenisz ich biznes, jesteś zorganizowany i wydajny, a przez to wiarygodny. W dzisiejszych czasach dość łatwo jest otrzymać automatyczną odpowiedź, która przynajmniej potwierdza, że otrzymałeś ich e-mail i wkrótce się z Tobą skontaktujemy. Ta sama zasada dotyczy każdej formy kontaktu z potencjalnymi klientami – reaguj szybko, a będziesz miał znacznie większą szansę na zdobycie ich biznesu. Pamiętam, jak kiedyś czytałem fascynujący artykuł, w którym stwierdzono, że głównym powodem utraty sprzedaży i klientów była słaba komunikacja. Mówiąc dokładniej, był to brak kontynuacji. Wszyscy doświadczyliśmy starych wierszy „oddzwonię do ciebie” i „rano będziesz miał cenę na biurku”. Aby naprawdę rozwinąć swój biznes, szybko i skutecznie sprawdzaj — nie tylko przez Internet, ale za pomocą całej komunikacji — a Twoje szanse na rozwój znacznie wzrosną.

#62. Budżet na Internet jako stały wydatek

Pierwszym krokiem z Internetem jest sporządzenie planu i ustalenie, co dokładnie chcesz osiągnąć. Krok drugi to rozwój witryny, a krok trzeci to ciągłe jej aktualizowanie. Będziesz musiał zaplanować wydatki na Internet jako stały koszt. To nie jest prosty jednorazowy koszt, który płacisz, a potem zapominasz. To, ile musisz wydać każdego roku, zależy od Ciebie i będzie zależeć od rozmiaru i złożoności Twojej witryny. Nie ma nic gorszego niż patrzeć na nieaktualną stronę internetową, na której na dole strony głównej pojawia się informacja o wydarzeniu, które miało miejsce jakiś czas temu. Jeśli nie możesz sobie pozwolić na regularne aktualizowanie swojej witryny, uważaj na umieszczanie w Internecie informacji, które szybko się zdezaktualizują. Często widzę tabliczki informujące o ostatniej aktualizacji strony, na którą patrzę. To świetnie, gdyby to było wczoraj, ale wiarygodność strony ucierpi, jeśli było to 12 miesięcy temu. Jak w przypadku wszystkich wydatków, zaplanuj na co Cię stać i pozwól na regularne ulepszanie swojej witryny.

#63. Uważaj na spam

Jeśli dostanę jeszcze jeden e-mail oznaczony jako „Niezwyczajnie ważny”, tylko po to, by go otworzyć i stwierdzić, że pochodzi od kogoś, kogo nigdy nie słyszałem, by próbował mi sprzedać coś, czego nie chcę, będę krzyżeć. Spam to elektroniczna wersja wiadomości-śmieci. Jeśli masz konto e-mail, otrzymasz spam. Mam dwa poważne problemy ze spamem. Po pierwsze, firmy wysyłają mi duże pliki spamowe, których pobranie zajmuje dużo czasu, a drugie to firmy, które co drugi dzień wysyłają mi śmieci. Kolejnym problemem związanym ze spamem jest rozprzestrzenianie się wirusów. Jestem bardzo ostrożny w tej sprawie i teraz usuwam każdą pocztę, co do której jestem choć trochę podejrzana. Przewiduję, że wraz z upływem czasu i wzrostem ilości spamu ludzie naprawdę zaczną mieć dość spamu. Mamy teraz do czynienia z otrzymywaniem takich samych niechcianych reklam na naszych telefonach komórkowych. Głównym powodem rosnącej ilości spamu jest to, że jest to zdecydowanie najtańszy i najłatwiejszy sposób dotarcia do wielu osób, za pomocą niewiele więcej niż naciśnięcia kilku przycisków. E-mail to świetny sposób na promocję Twojej firmy, ale używaj go w rozsądny i rozważny sposób. Utrzymuj wszelką korespondencję związaną i rzeczową oraz zachowuj tylko istotne części wszystkich wiadomości e-mail, na które odpowiadasz. Jeśli Twoja firma jest winna rozsyłania dużej ilości spamu, możesz wyrządzić więcej szkody swojej reputacji niż pożytku. Jest wiele firm, z którymi nigdy nie będę miał do czynienia tylko dlatego, że bombardują mnie śmieciami. Moja wskazówka to mądre korzystanie z poczty e-mail. Nie denerwuj potencjalnych klientów, bombardując ich co drugi dzień setkami niechcianych wiadomości e-mail. Użyj go jako narzędzia, które może sprzedać Twój biznes, ale używaj go w sposób odpowiedzialny.