

پیوست شماره ۱۰) قوانین چیگل برای فروشندگان - فصل اصول و خطمشی بازاریابی و تبلیغات

بازاریابی و تبلیغات چیگل دو بعد اصلی دارد که در ادامه هر یک به اجمال تشریح شده است:

۱- بازاریابی و تبلیغات سامانه چیگل و معرفی آن در عرصه‌های داخلی و بین‌المللی توسط مالک چیگل.

مکان بازارها با توجه به گستردگی زیرساخت نرم‌افزاری و اطلاعاتی که دارند، با سرعت قابل توجهی قدرت جهانی‌سازی و معرفی به طیف وسیعی از کاربران دارند. مالکان این زیرساخت‌ها به جای تبلیغات و بازاریابی‌های سنتی از جمله خرج‌های هنگفت برای انجام تبلیغات تلویزیونی، شرکت در نمایشگاه‌ها و... از روش‌های اقتصادی، موثر و مستقیم استفاده می‌نمایند. در همین راستا، روش‌های بازاریابی و تبلیغات چیگل به‌طور عمومی و کلی، مشتمل بر روش‌های زیر است؛ که البته تأکید روی روش‌های مدرن است.

○ برند سازی و ایجاد موقعیت و خوش‌نامی

اجرای پویای تبلیغاتی گران‌قیمت وقتی برند تازه شکل گرفته است، صرفاً حبابی است و قطعاً تصویر غیرواقعی از خدمت یا محصول در ذهن مخاطب ایجاد می‌نماید و پاک کردن اثر یک تبلیغ غیرواقع، بسیار هزینه‌بر و گاه غیرممکن است. اصلی‌ترین استراتژی چیگل، رشد تدریجی، منطقی و متناسب است. تمرکز بر ایجاد کیفیت در ارائه خدمت تجارت الکترونیک داخلی و بین‌المللی بر بستر چیگل و برند سازی تدریجی و متناسب با اعتماد و اعتبار تدریجی حاصله برای چیگل در جهان، مهم‌ترین خطمشی تبلیغاتی چیگل است.

○ ایجاد کانال‌های تجاری

کانال تجاری فیزیکی: ثبت دامنه‌های اینترنتی چیگل برای کشورهای مختلف (برای مثال www.cheegel.cn برای دامنه فعالیت چیگل در چین) و توسعه شعبه فعالیت مکان بازار چیگل در آن کشورها، اصلی‌ترین استراتژی بازاریابی و توسعه چیگل است. در سال ۹۶، حضور چیگل در حداقل ۳ کشور، از بین چین، آلمان، ترکیه، روسیه و ایتالیا قطعی شده است. در این مدل، تامین کنندگان کالا در کشورهای دیگر، کالاهایشان را روی شعبه مربوطه در چیگل بارگذاری و در سراسر جهان به فروش می‌رسانند. گسترده شدن بازدیدکنندگان سایت چیگل از سراسر جهان و توسعه عملیات تجاری بر این بستر در گستره جهانی، اثر بسیار بزرگ و مثبتی بر توسعه تجارت الکترونیک چیگل برای فروشندگان ایرانی خواهد گذاشت.

کانال تجاری الکترونیکی: همکاری با تجارت الکترونیک‌های بزرگ و معتبر در کشورهای مختلف باهدف تعامل اطلاعاتی آنلاین برای نمایش و فروش کالاهای ایرانی فروشندگان ایرانی در سایت‌های پربازدید ایشان (گاهاً بالغ بر ۱۵ میلیون کاربر دارند) و برعکس نمایش کالاهای ایشان در سایت دیگر تجارت الکترونیک متعلق به شرکت همیشه پویا که به همین منظور توسعه یافته است، یکی دیگر از استراتژی‌های بازاریابی اصلی چیگل است.

○ بازاریابی مستقیم الکترونیکی

با استفاده از سرویس پست مستقیم یا پست که با همکاری شرکت ملی پست جمهوری اسلامی راه‌اندازی گردیده است، امکان تبلیغات و معرفی گسترده محصولات فروشندگان ایرانی به صورت مستقیم و به جامعه هدفی با برخورداری از ۴۸ میلیون رکورد اطلاعاتی مشتمل بر خانوار و فعالیت‌ها (مشاغل، اصناف و ...) وجود دارد. www.yaapost.com

○ تبلیغات هوشمند - دیجیتال^۱

تبلیغات کلیکی برای جذب مخاطب از طریق استفاده از سرویس‌های تبلیغاتی شرکت گوگل. بزرگ‌ترین بنگاه تبلیغات دیجیتال جهان و نیز جذب مخاطب از طریق استفاده از فضای سرویس‌های اینترنتی دیگر در کشور. با توجه به زیرساخت بسیار قوی پیگل در بعد SEO^۲، افزایش بازدید و مخاطب سایت پیگل از طریق تبلیغات کلیکی منجر به گسترش سریع پیگل و ارتقای رتبه آن در جهان می‌گردد.

○ مدیریت انتشار مالتی مدیاهای دیجیتال

تهیه و تولید مالتی مدیاهای تبلیغاتی اعم از انیمیشن، اینفوگرافی، فیلم و انتشار آن‌ها در فضاهای اینترنتی مرتبط، خوش‌نام و معتبر و درشان پیگل و تامین کنندگان

○ شبکه‌های اجتماعی

اطلاع‌رسانی در کانال‌های اطلاع‌رسانی مرتبط، خوش‌نام و معتبر.

○ بازاریابی رابطه‌ای - شراکت راهبردی با اشخاص حقوقی کلیدی (دولتی - غیردولتی)

۱. استراتژی پیگل در خصوص ارتقای رتبه سایت پیگل - بخش اول: رعایت استانداردهای بین المللی

پیگل، بر مبنای ایجاد زنجیره تامین طراحی شده است و زیرساخت طراحی و توسعه بسیار پیچیده ای دارد که آن را در دسته مکان بازارهای اینترنتی که در مجموع بازیگران آن در دنیا ۷ مکان بازار جدی هستند، قرار داده است. پیگل راه اندازی یک سایت ساده تجارت الکترونیک کالا نیست. بدیهی است رشد این شبکه بزرگ تامین، ارایه و فروش اینترنتی داخلی و بین المللی کالای ایرانی با همه مشکلات خاص و ویژه ای که در این خصوص در کشور وجود دارد به نحوی که سال جاری سال تولید و اشتغال نامگذاری شده است، تدریجی و منطقی باید انجام پذیرد. ما عجله ای برای ارتقای رتبه سایت پیگل به شکل غیر حقیقی و به روش های غیر متعارف نداریم. زیرا با توجه اینکه فعالیت های پیگل در عرصه داخلی و بین المللی است، رعایت استانداردهای جهانی و قواعد مکان بازارها برای ما بسیار مهم است. هر گونه فعالیت غیر ارگانیک یک سایت، مورد ملاحظه و بررسی توسط موتورهای جستجوگر مانند گوگل قرار خواهد گرفت و چنانچه فعالیت های غیر صحیح انجام پذیرد بر اعتبار پیگل در عرصه بین المللی تاثیر گذار خواهد بود.

۲. استراتژی پیگل در خصوص ارتقای رتبه سایت پیگل - بخش دوم: رعایت مسؤلیت های اجتماعی

بر اساس این اصل، تیم مدیریت و راهبری پیگل، پرهیز جدی از کلیک آوردن روی سایت پیگل با کلمات - عبارات غیر مرتبط اما پربیننده دارد. برای مثال، متاسفانه برخی از سایت های تجارت الکترونیک بسیار معتبر در کشور، در واقعه آتش سوزی پاساژ پلاسکو در تهران که نوعاً یک واقعه ملی غم انگیز بود و دل همه ایرانیان و حتی مردم دنیا را به درد آورد، از فرصت استفاده نموده و برای مدتی، هشتک #پلاسکو را به سایت خود مرتبط ساختند تا با جستجوی این کلمه و اخبار آن لینک سایت ایشان نیز ارایه گردد!

این روش و سوء استفاده از فضای اینترنت و اخبار و کلیک آوردن برای یک سایت به هر قیمتی، قطعاً در شان و میش پیگل و اعضای محترم این مکان بازار ملی و فراملی نمی باشد.

۳. استراتژی پیگل در خصوص ارتقای رتبه سایت پیگل - بخش سوم: رعایت اصل رشد ارگانیک بازدید کنندگان

بر اساس این اصل، تیم مدیریت و راهبری پیگل، پرهیز جدی از کلیک آوردن روی سایت پیگل از طریق ایجاد ربات های اینترنتی به عنوان بازدید کننده دارد. متاسفانه این روش نیز در کشور رایج است و سایت های تجارت الکترونیک مطرخی از این روش برای ارتقای تعداد بازدید کنندگان استفاده می نمایند که اگر مطالعه ای در خصوص مطالبی که افراد حقیقی و حقوقی معتبر جهان در خصوص برخی از این سایت های فعال در کشور منتشر کرده اند داشته باشید، قطعاً مانند ما متاسف خواهید گردید. زیرا همه ما در مقابل معرفی تصویر صحیح و نشان های تجاری معتبر از کشورمان به جهان مسئول هستیم. این اطلاعات توسط موتورهای جستجو گر به خوبی تحلیل و آنالیز می گردد و فعالیت های چنین سایت هایی در عرصه بین المللی بسیار مشکل و مستلزم رفع این ضعف ها است.

روش پیگل، جذب کاربران داخلی و خارجی سایت پیگل به عنوان خریدار یا فروشنده، به تدریج و متناسب با تعداد تامین کنندگان کالاهای ایرانی جذب شده، استراتژی های فروش کالاهای ایشان در ایران و در سراسر جهان است. برای مثال، تولید کننده عزیزی در بستر پیگل کالایی را ارایه داده است که بنا بر مطالعات ایشان و تیم کسب و کار پیگل، این کالا در بازارهای کشورهای عربی مشتری قابل توجهی دارد. بر اساس این اطلاعات، پیگل از طریق اجرای پویش های تبلیغاتی اینترنتی بر بستر گوگل، بازدید کنندگانی که دقیقاً مشتری بالقوه این کالا هستند را جذب سایت می نماید و سایت را در معرض کلیک و دید ایشان قرار می دهد. لذا همانطور که عرض شد، متناسب با رشد شبکه تامین پیگل، پویش های جذب بازدید کننده خارجی یا داخلی به عنوان خریدار، برای هر کالا - تامین کننده اجرا می گردد

۴. استراتژی پیگل در خصوص ارتقای رتبه سایت پیگل - بخش چهارم: رعایت اصول SEO

یکی از اصولی ترین روش های بهینه ساختن جستجوی یک سایت در موتورهای جستجو به تبع آن جذب بازدید کننده، مهندسی صحیح ساختار صفحات یک سایت است که عملیات SEO نامیده می شود. این حوزه در پیگل به دلیل پلتفرم پیشرفته و پیچیده توسعه پیگل که بر اساس جدیدترین فناوری های روز جهان است، کمی با تاخیر آغاز گردید. دلیل آن این بود که پیگل سریعتر از انتشار فناوری های مذکور و معرفی آنها به موتورهای جستجو مانند گوگل، این فناوری ها را شناسایی نمود و آنها را برای خود ویژه سازی و استفاده نمود. لذا اصطلاحاً شناساندن و خواندن استاندارد و ساختار صفحات سایت پیگل به این موتور های جستجو نیازمند زمان قابل توجهی بود که با تلاش بی وقفه تیم فنی پیگل، انجام شد. عملیات SEO پیگل طی چند مرحله و با استخدام تیم های ملی و فراملی حرفه ای آغاز گردیده و ادامه دارد.

^۲ بهینه سازی حداکثر یک سامانه در موتورهای جستجو به نحوی که در صورت جستجوی طیف وسیعی از کلمات کلیدی مرتبط، سایت پیگل در صفحه اول این موتورهای جستجو نمایش داده شود.

عقد قراردادهای همکاری با رویکرد عملیاتی و اجرایی با اشخاص حقوقی بزرگ. در حال حاضر چیگل شرکای راهبردی بسیار قدرتمندی دارد که توانسته با شایستگی و ارائه چشم‌انداز دقیق، حمایت معنوی ایشان را جلب نماید:

- i. همکاری گسترده و راهبردی با شرکت ملی پست جمهوری اسلامی ایران در زمینه توسعه تجارت الکترونیک داخلی و بین‌المللی با بهره‌گیری از زیرساخت‌های توزیع، لجستیک انبارش و حمل گسترده آن شرکت.
- ii. همکاری گسترده و راهبردی با باشگاه مشتریان بانک توسعه صادرات ایران جهت حمایت ویژه از اعضای باشگاه مشتریان بانک توسعه صادرات خصوصاً کسب‌وکارهای متوسط و کوچک و مشتریان شرکتی بر بستر چیگل.
- iii. همکاری گسترده و راهبردی با شرکت گسترش تجارت برنا وابسته به بانک توسعه صادرات، بانک توسعه تعاون و بانک کشاورزی در زمینه خدمات تشریفات صادرات در معاملات کلان خارجی بر بستر چیگل خصوصاً خدمات مالی - ارزی و خدمات حقوقی و عقد قرارداد.
- iv. همکاری گسترده با کریدور صادرات معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری جهت حمایت ویژه از شرکت‌های دانش‌بنیان دارای قابلیت بالفعل صادرات هستند و به تأیید این مرکز رسیده‌اند، بر بستر چیگل.

۲- بازاریابی و تبلیغات محصولات و تولیدات فروشندگان در سایت چیگل

فروشنده به‌عنوان شریک تجاری چیگل، نقش بسیار کلیدی در بازاریابی و فروش محصولات خودش بر بستر چیگل دارد. چیگل به‌صورت هوشمندانه و دقیق بر اساس فعالیت‌های فروشنده که در قالب چند اصل زیر ارائه شده است، بازاریابی و تبلیغات فروشندگان را در سایت چیگل انجام می‌دهد:

- ترتیب نمایش کالاهای فروشنده در صفحات اصلی بر اساس رتبه ایشان است. لذا انجام دقیق سفارش‌ها و ارتقای رتبه فروشنده که در اثر ارزیابی‌ها و پایش مستمر مشخص می‌گردد، به مرور بیشترین تأثیر مثبت را در نمایه شدن کالا و مشخصات فروشنده در چیگل و حتی موتورهای جستجو خواهد گذاشت.
- ثبت دقیق و کامل اطلاعات کالا و کلمات کلیدی، کاتالوگ کالای فروشنده را نمایه‌سازی و نمایه خواهد کرد و این امر منجر به جستجو پذیر ساختن و ارایه اطلاعات دقیق در مورد کالای فروشنده خواهد گردید.
- جذب مخاطب برای بازدید از فروشگاه فروشنده. فروشندگان رأساً می‌توانند نقش مؤثری در جذب مخاطب روی سایت چیگل داشته باشند. این فرآیند می‌تواند به روش‌های مختلف مانند معرفی مستقیم، اطلاع‌رسانی از طریق ایمیل، تماس تلفنی و... با خریداران قبلی فروشنده که تمایل به خرید اینترنتی دارند، انجام شود.
- به اشتراک‌گذاری لینک فروشگاه و کالاهای فروشنده توسط خود ایشان در شبکه‌های اجتماعی که عضو است و تبلیغ خرید اینترنتی آن‌ها بر بستر چیگل، تأثیر قابل توجهی در افزایش بازدید از کالاهای فروشنده بر بستر چیگل خواهد داشت. همکاری در این زمینه منفعت قابل توجهی برای فروشندگان در پی خواهد داشت.