

Có ba từ đại diện cho những nhân tố then chốt trong thành công của bất cứ website nào. Năm vững được tầm quan trọng của 3 từ này tức là bạn đã đạt được một nửa con đường tới thành công trên Internet.



Và ngược lại, nếu không để ý đến chúng thì nhà kinh doanh sẽ khó lòng đạt được bất cứ một thành công tài chính nào từ chiến dịch marketing trên mạng.

1. Miễn phí

Nhân tố then chốt trong toàn bộ thế giới Internet chỉ là một từ đơn giản "Miễn phí". Đây là từ bạn phải biết nếu muốn kinh doanh thành công trên Internet. Cách dễ nhất để thu hút mọi người đến thăm website là cung cấp một vài dịch vụ miễn phí nào đó. Có thể là tin tức, số liệu, thông báo miễn phí hoặc một chương trình tìm kiếm miễn phí.

Mặc dù các chuyên gia công nghệ thông tin đưa ra rất nhiều lời khuyên khác nhau về cách thu hút người truy cập web, nhưng thực sự bí mật thu hút truy cập chỉ nằm trong một từ... miễn phí. Bạn nên đưa ra một số tiện ích hấp dẫn có liên quan đến thị trường mục tiêu của mình và cung cấp miễn phí trên website. Đây chính là "lưỡi câu" bí mật đầy hiệu quả mà bạn đặt trên website liên tục 24h mỗi ngày và 7 ngày trong tuần.

Sau đây là một số "lưỡi câu" đã được sử dụng rất thành công để thu hút lượng truy cập và lôi kéo khách hàng quay trở lại trên website: Thông báo, Sách điện tử, Trang tập hợp mọi đường link theo chủ đề, Rao vặt, Real Audio hay Real Video, Newsletter, Nhóm thảo luận, Bưu thiếp và Các chương trình tìm kiếm, tất nhiên tất cả đều miễn phí. Tiện ích miễn phí tốt nhất mà bạn nên cung cấp cho hầu hết các thị trường là một bản thông tin miễn phí hướng về sản phẩm của bạn. Chẳng hạn, đưa ra bài viết miễn phí về 11 bí quyết thu hút truy cập, nếu bạn bán một báo cáo nghiên cứu về Thu hút truy cập trên Internet. Hay đưa ra hướng dẫn cách ngăn chó không gặm đồ đạc trong nhà nếu bạn chào bán các khóa huấn luyện thú nuôi.

Nếu bạn tạo một bản tin miễn phí có liên hệ đến sản phẩm chính của mình, bạn có thể sử dụng các hệ thống tiếp nối tự động và tạo một hệ thống tiếp nối tự động gửi các bức thư chào hàng đến những người đã đăng ký nhận tin miễn phí. Bạn nên đặt bản tin miễn phí trong một hệ thống phản hồi nhiều chiều, sau khi nhận được thông tin đầu tiên của hệ thống phản hồi tự động. Sau đó, bạn cần lập trình để hệ thống tự gửi đi các bức thư chào hàng vào sau ngày một khách hàng đăng ký nhận bản tin miễn phí. Các bức thư này sẽ được lập trình để thực hiện đầy đủ một quá trình bán hàng.

Bản tin miễn phí với thư trả lời tự động là một khởi đầu tốt cho quá trình tìm kiếm khách hàng tiềm năng. Các bức thư bán hàng tiếp nối sẽ là nhân tố quan trọng để thực hiện bán hàng tự động trên website.

2. Sản phẩm mũi nhọn

Chìa khóa cho thành công của bất kỳ trang web thương mại nào là phải có một sản phẩm chính được coi là sản phẩm chủ đạo. Bạn không cần nhấn mạnh về tất cả các sản phẩm đối với mỗi khách hàng mới. Có quá nhiều sự lựa chọn sẽ làm khách hàng lúng túng. Hãy giới thiệu với họ một lựa chọn chính mà bạn luôn nhấn mạnh trên toàn bộ website. Một chuyên gia thương mại điện tử đã thử nghiệm cả hai phương pháp là tập trung vào một sản phẩm chính và giới thiệu một loạt sản phẩm như một catalog. Kết quả là cách tiếp cận 1 sản phẩm bán chạy gấp đôi cách tiếp cận kiểu catalog. Quá nhiều sản phẩm sẽ gây nhiễu cho các khách hàng, và còn dẫn đến tình trạng họ không thể quyết định chọn sản phẩm nào nên cuối cùng không mua gì cả. Mặc dù một số ít công ty lớn có thể thành công bằng cách tiếp cận kiểu catalog, nhưng đối với các công ty vừa và nhỏ nói chung thì cách làm này khá khó khăn. Bạn nên sử dụng các sản phẩm khác như là phần phụ trợ để đa dạng hóa nguồn doanh thu.

3. Phụ trợ

Tuy nhiên, phần doanh thu từ sản phẩm phụ trợ không phải là nhỏ. Hiện nay, nguyên tắc của doanh số phụ trợ thường bị đa số công ty bỏ qua bởi nhiều người còn chưa nhận ra sức mạnh thực sự của lĩnh vực này.

Nếu bạn phát triển một sản phẩm phụ trợ tốt khiến nhiều khách hàng phải quay lại tìm mua trên website thì có thể coi là bạn đã có một cỗ máy kiếm tiền đều đặn.

Ví dụ: Hãy coi như bạn đang bán một đài radio loại rẻ và bộ đầu đĩa đắt tiền hơn. Đài radio có giá 50 USD (và phải trả 25 USD cho người cung cấp) và bộ đầu đĩa là 300 USD (trả cho người cung cấp 150 USD). Nếu sản phẩm thứ nhất bán cho khách hàng là 50 USD, bạn có 25 USD lợi nhuận, chưa tính đến khoản chi phí quảng cáo và bán hàng. Nếu coi chi phí quảng cáo và chăm sóc cho mỗi khách hàng bình quân là 20 USD, bạn sẽ chỉ kiếm được 5 USD lợi nhuận từ mỗi khách hàng mới.

Điều gì xảy ra nếu bạn gửi kèm một lá thư chào hàng về sản phẩm 300 USD trong mỗi gói sản phẩm 50 USD được mua? Giả sử cứ 5 khách hàng mua đài radio có 1 người mua đầu video giá 300 USD, bạn đã có một khoản thu thêm là 150 USD trên 5 khách hàng. Lợi nhuận sản phẩm đầu vào là khoảng 25 USD cho 5 khách hàng trong khi lợi nhuận phụ trợ là 150USD, mà chỉ bạn chỉ tốn một vài cent cho các bức thư chào hàng gửi kèm trong sản phẩm.

(Theo Vecvn)