



Համատեղ ստեղծման հանգույց IV: Թվային վաճառք և էլեկտրոնային առևտրի աճ



Translation into Armenian is supported by Հայերեն թարգմանության հնարավորությունը տրամադրել է՝

Եկեք խոսենք բրենդինգի և մարքեթինգի մասին

1. Ի՞նչ է էլեկտրոնային առևտուրը ձեր ձեռնարկության համար:
2. Ինչու՞ է պետք ներդրումներ կատարել թվային վաճառքի և էլեկտրոնային առևտրի ոլորտում: Որքա՞ն է թվային հարթակից վաճառքի ձեր ակնկալվող աճը: (քանակականացրեք. օր. XXXX միավորով աճ օրական/ շաբաթական/ ամսական)
3. Ունե՞ք կայուն ինտերնետային կապ ձեր թվային վաճառքի ռազմավարությունները իրականացնելու համար: Որո՞նք են ձեր կապի ընտրանքները: Արդյո՞ք թողունակությունը բավարար է ձեզ համար քոնթենթ վերբեռնելու և առցանց վաճառքի գործարքներ իրականացնելու համար:
4. Թվային վաճառքի և էլեկտրոնային առևտրի մոդելավորման տեխնիկայի կիրառում՝ բիզնես պլանը բարելավելու համար և Հետևում մ եք B2B- ին: B2 C: C2 C, և այլն
5. Ունե՞ք կայքէջի անհրաժեշտություն: Թե՞ ֆեյսբուքյան էջը բավական կլինի: Ունե՞ք բարդ կամ պարզ առցանց գործարքներ: Ա. Թվարկեք ձեր ձեռնարկության գործարքների այն տեսակները, որոնք մտադիր եք իրականացնել առցանց (օրինակ՝ ապրանքների կատեգորիա Ա * (*Հավանաբար այն ապրանքները, որոնք հեշտ փաթեթավորվում են և մեծ հարմարեցման կարիք չունեն: Օրինակ՝ պատրաստի հագուստ)
6. Ունե՞ք բյուջե կայք ստեղծելու և վարելու համար (այսինքն՝ մշակման ծախսեր, հոստինգի վճարներ, կայքէջի համայնքի կառավարում): Եթե ոչ, և եթե ձեր գործարքները պարզ են, սկսեք ձեր էլեկտրոնային առևտրի ռազմավարությունը օգտագործելով ֆեյսբուքյան էջերը:

Կառուցեք ձեր բիզնեսի թվային վաճառքը և էլեկտրոնային առևտրի նախագիծը

ՔԱՅԼ 1. Ֆեյսբուքյան էջի ստեղծում

1. Ո՞րն է ձեր ապրանքանիշի անհատականությունը: Ինչպե՞ս և այն հետևողականորեն կներկայացնեք ձեր ֆեյսբուքյան էջում:
 - ա. Ձեր պրոֆիլի լուսանկարը (Դուք արդեն ունե՞ք լոգո: Եթե ունեք, արդյո՞ք այն լավ է ներկայացնում ձեր ձեռնարկությունը):
 - բ. Ձեր շապիկի լուսանկարը (արդյո՞ք դա օգտատիրոջը պատկերացում է տալիս, թե ինչ եք անում որպես բիզնես):
 - գ. Ձեռնարկության մասին տեղեկություն: (Ի՞նչ եք ուզում, որ սկզբում իմանան ձեր ձեռնարկության մասին):
 - դ. Կոնտակտային տվյալներ: Վայրը
 - ե. Ո՞րն է ձեր պատմությունը: (Ունե՞ք այդպիսին: Ի՞նչը ոգեշնչեց ձեզ սկսել ձեր բիզնեսը):
2. Որո՞նք են ձեր նպատակները ձեր ՖԲ էջի համար: (օրինակ՝ միայն հիմնական իրազեկման համար, ամրագրումներ, նմուշառում): Ունե՞ք «Գործողության կոչ» կոճակը:
3. Ո՞րն է «BRAND» - ի վերաբերյալ իրազեկման ակնկալվող ազդեցությունը: Ինչպե՞ս և եք մտադիր բարձրացնել թվային հարթակում ձեր «ապրանքանիշի» մասին իրազեկությունը: Ինչպե՞ս և եք վերահսկելու ձեր առաջընթացը: (այսինքն՝ էջի նոր հավանումների, հետևորդների միջոցով)
4. Անցիր գիտե՞ք ձեր լսարանը: Քանի՞ տեսակի հանդիսատես / հաճախորդ ունեք: Դուք գաղափար ունե՞ք, թե ինչպես են նրանք վարվում: Ինչպե՞ս և եք կապվելու / հաղորդակցվելու նրանց հետ (այսինքն՝ տոնայնություն, լեզու, տեսողական պատկերներ և այլն)

ՔԱՅԼ 2. Բովանդակության կանոնները

1. Արդեն ունե՞ք բովանդակության պլան (տես ստորև ներկայացված օրինակները)

Ամսաթիվ	Թեմա	Ձևաչափ	Տեսողական կյուբ	Տեսողական կյուբի տեսակ	Ենթագիր
Xx/xx/xx	Գովազդային (պրոմո) կյուբ կամ նոր կյուբ	Պատմությ յուն	Պատմությունը պետք է սկսվի մեր 3 հիմնական աղանդերի մոտ նստած 2 հաճախորդից: Գնեք մեկը ստացեք երկրորդը	Տեսանյութ	Բեր ընկերոջը և նշիր ամսվա առաջին օրը Գնեք մեկը, ստացեք ստացեք մեկ անվճար # դեսերտ - հուսով ենք քաղցր ամիս կունենաք: #հասուկ առաջարկ #խանութի անուն

2. Արդյո՞ք ձեր տեսողական նյութերը / ենթագրերը համահունչ են ձեր էջի անհատականությանը:

3. Ձեր գրառումները գործունա՞կ են (դրանք ձևավորված են լսարանից ձեր ուզած արձագանքը առաջացնելու համար):

4. Կրկնակի ստուգեք. Արդյո՞ք ձեր բովանդակությունը համապատասխանում է ձեր բիզնես նպատակներին և թիրախային լսարանին: Անհամապատասխանությունը կարող է հանգեցնել վատ ներգրավվածության

5. Արդյո՞ք ձեր ծրագրված գրառումները կենտրոնանում են վերջին, անձնական և (կամ) իմաստալից բովանդակության վրա:

5. Ձեր պլանավորված գրառումները օպտիմիզացվա՞ծ են բջջային հավելվածների համար:

6. ԲՅՈՒՋԵ. Կարող եք պատրաստել ձեր սեփական արտադրանքի նկարահանումների համար.

ա. Էժան էռոտանի հեռախոսի տեղադրման հնարավորությամբ (համոզվեք, որ այն համապատասխանում է ձեր հեռախոսին)

բ. Ամրացվող լույսեր կամ սպիտակ լույսով ցանկացած այլ աղբյուր (գրասեղանի լամպերը ևս կիրառելի են): Այլապես, կարող եք օգտագործել ուժեղ բնական լույս:

գ. Գունավոր թուղթ կամ ֆոն՝ տեսարանի ձևավորման համար

դ. Պենոպլաստե տախտակ՝ լույսի համար

ե. Համապատասխան թուղթ տախտակների վրա տեղադրման համար՝ հետաքրքիր տեսարաններ ստեղծելու համար

զ. ներբեռնեք Boomerang, Layout կամ Hyperlapse ծրագիրը

է. Ապրանք նկարահանման համար:

7. Ունե՞ք առաջիկա իրադարձություններ, որոնք կարող են հետաքրքրել ձեր լսարանին / հաճախորդներին:

8. Ունե՞ք սպրանքներ, որոնք կարող եք ցուցադրել և վաճառել FB Shop- ում: Ձեր խանութի համար «ակտիվները / լուսանկարները» պատրաստ են: Ձեր զինը լավ մտածվա՞ծ է: Առցանց հարցումների պատասխանատուն պատրաստ են:

ՔԱՅԼ 3. Բովանդակության ստեղծում և արդյունավետ ներգրավման ռազմավարություններ

1. Արդյո՞ք հետևո՞ւմ եք «3 վայրկյանի կանոնին»:

2. Դուք տեղադրո՞ւմ եք բարձրորակ լուսանկարներ: Տեսաներիզնե՞ք

3. Արդյո՞ք ծավալում եք համապատասխան ստեղծագործական գործունեություն: ՃԻՇՏ ՃԻՇՏ հաղորդակցություն: Ա՛: ՃԻՇՏ մարդի՞կ: ՃԻՇՏ ժամանակ:

4. Արդյո՞ք ճիշտ եք կազմակերպում / կիրառում ձեր «ԱԿՏԻՎՆԵՐԸ»: (օրինակ՝ նախկին լուսանկարների ակտիվներ, կարող է լինել դրանք հեշտությամբ գտնել ապագա հետագա ռեմիքսավորման/վերաօգտագործման համար):




Իմացեք ավելին՝ լրացուցիչ ռեսուրսներ

Մեծացրեք բիզնեսը 30|60|90|

(Մուտք գործեք ձեր FB հաշիվ՝ բովանդակությունը տեսնելու համար)



Պատրաստ եք զարգացնել ձեր բիզնեսը: Իմացեք այն հմտությունները, որոնք անհրաժեշտ են ձեր բիզնեսը Facebook- ի և Instagram- ի միջոցով խթանելու համար: Դուք կգտնեք դասընթացներ, որոնք բաժանված են ըստ ձեր բիզնեսի կարիքներին համապատասխանող մակարդակների: Անցեք այս դասընթացները առաջին 30 օրվա ընթացքում, 60 օրվա և 90 օրվա ընթացքում: Խնդրում ենք նկատի ունենալ, որ որոշ դասընթացներ ներկայումս հասանելի են միայն անգլերեն լեզվով:

 <p><իմնային Մկսեք Ֆեյսբուքյան հավելվածների և</p>	<p>30 օր Դուք ստեղծել եք ձեր բիզնեսի էջը: Այժմ ժամանակն է կառուցել ձեր ապրանքանիշը: Ներգրավեք ավելի շատ մարդկանց՝ ստեղծելով հիանալի բովանդակություն, որի շնորհիվ ձեզ կնկատեն և որը կպատմի ձեր բիզնեսի պատմությունը:</p>
 <p>Միջանկյալ մակարդակ Մահմանեք չափելի բիզնես նպատակ</p>	<p>60 օր Դուք գործի եք դրել գործիքները և պարզել, թե ինչն է աշխատում: Այժմ շարունակեք առաջ շարժվել՝ ճիշտ մարդկանց հետ կապ հաստատելու և ձեր նպատակներին հասնելու համար:</p>
 <p>Առաջավոր մակարդակ Նպատակային լսարանի թիրախավորում</p>	<p>90 օր Այժմ փորձառու ֆեյսբուքյան կամ ինստագրամյան մարքեթինգի մասնագետ եք: Տարեք ձեր հմտությունները հաջորդ մակարդակ:</p>