

۷ کارنیل، بزرگترین شبکه موفقیت ایرانیان می باشد، که افرادی زیادی توانسته اند با آن به موفقیت برسند، فاطمه رتبه ۱۱ کنکور کارشناسی، محمد حسین رتبه ۶۸ کنکور کارشناسی، سپیده رتبه ۳ کنکور ارشد، مریم و همسرش راه اندازی تولیدی مانتو، امیر راه اندازی فروشگاه اینترنتی، کیوان پیوستن به تیم تراکتور سازی تبریز، میلاد پیوستن به تیم صبا، مهسا تحصیل در ایتالیا، و.... این موارد گوشه از افرادی بودند که با کارنیل به موفقیت رسیده اند، شما هم می توانید موفقیت خود را با کارنیل شروع کنید.

برای پیوستن به تیم کارنیلی های موفق روی لینک زیر کلیک کنید.

www.karnil.com

همچنین برای ورود به کانال تلگرام کارنیل روی لینک زیر کلیک کنید.

<https://telegram.me/karnil>

کسب سریع اعتماد مشتری در

کسب و کار اینترنتی

دانلود رایگان

فایل اول PDF



مدرس:

مهیار پارس آرا

تا افق



آموزش آسان کسب و کار آنلاین

Taofogh.com تا افق دات کام

آموزش آسان کسب و کار اینترنتی

یک فروشنده قبل از اینکه بخولهد وارد عرصه ی فروش شود باید محصولی که تولید کرده است دارای ارزش و کارایی بالایی باشد.

هدف ما فقط فروش نیست، و نمیخواهیم فروشی انجام دهیم و پولی بابت آن دریافت کنیم، ما اول می آییم خدمتی را انجام میدهیم و براساس این خدمت هزینه دریافت میکنیم، حالا هر چقدر این خدمت بزرگتر باشد به طبع هزینه ی بالایی را خواهیم گرفت.



مشتریان ارزش و تجربیات به همراه احساسات خوبی که از محصولات و خدمات ما دریافت میکنند را خرید میکنند.

اگر محصولی تولید میکنید و خودتان استفاده نمیکنید با از محصول بهتری استفاده میکنید حتماً آن محصول را اصلاً منتشر نکنید.

محصولات و خدماتی که خودتان آنها را به اندازه ای قبول دارید که همیشه از آنها استفاده میکنید و برایتان در اولویت است میتوانید برای فروش روی آنها حساب کنید.

چی بفروشیم؟

۱_ فروشنده

باور

باور شما از کسب و کارتان است که نتیجه را برایتان به ارمغان می آورد، طبق تحقیقاتی که انجام شده است، شما بر اساس باورهایتان اقدام و تلاش میکنید و بر اساس باورهایتان هم نتیجه میگیرید، مشتریان باورهای شما را در ارتباطات شما به خوبی درک میکنند. هر چقدر باورهایتان مثبت تر باشد روند مثبت تری تجربه میکنید.

تعهد

به همه گفته هایتان، قول ها، قوانین و مقررات، ارائه ی خدمت خوب و... متعهد باشید، مشتریان به فروشندگان متعهد اعتماد بیشتری دارند، به هر چیزی که در کسب و کارتان باید رعایت شود متعهد باشید ممکن است کسب و کار شما سامانه پیامکی باشد یا فروش دوچرخه، حتماً لیستی از تعهدات کسب و کارتان تهیه کنید و برای آنها برنامه ریزی کنید.

صداقت

کسب و کار اینترنتی به اندازه ی کافی خودش تردید دارد، و این شما هستید که باید همه چیز را برپایه ی صداقت و با وضوح جلوی دید مشتریان و کاربران قرار دهید.

۱_ فروشنده

هدف

هر فعالیتی که انجام می‌دهید، به وضوح هدف‌تان را مشخص کنید و حتی آن را در دسترس کاربران‌تان قرار دهید. دانستن هدف شما از سوی کاربران هم اعتمادساز و هم بسیار جذاب است. از تولید محصول بگیر تا یک فایل صوتی رایگان، سعی هدف‌تان را برای مخاطبانی که دارید به وضوح روشن کنید.

خیرخواهی

طبق تحقیقات انجام شده درک خیرخواهی شما توسط کاربران بر میزان اعتماد آنها تاثیرگذار است، شما چه کارها و فعالیت‌هایی را انجام می‌دهید؟ آیا هدف و نیت خیری دارید؟ خوب همین هدف و نیت خیر را برای کاربران و مشتریان‌تان به اشتراک بزارید و به آنها دقیقاً در مورد خیرخواهی و قصد و هدف و نیت خیرتان بگویید.

توانایی

در کار خودت چقدر تخصص دارید؟ فکر می‌کنید توانایی شما در چه حدی است؟ خیلی روی باورها و طرز دیدگاه کاربران سطح توانایی و تخصص شما تاثیرگذار است، سعی کنید در بالاترین سطح تخصص باشید و اگر هنوز در این سطح قرار ندارید خوب تلاش کنید و آموزش ببینید تا به سطح بالایی برسید.

۱_ فروشنده



قبل از اینکه محصول یا خدمتی را تولید کنید و حتی قبل از تولید یک **صلاحیت** مقاله در سایتتان بیایید و شفاف با مشتریان صحبت کنید که من به این دلیل میخواهم این محصول را تولید کنم چون:

حالا در این قسمت بگید که من فکر میکنم صلاحیتش را دارم تا در این مورد صحبت کنم یا مثلاً فکر میکنم به درجه ی استادی در این زمینه رسیدم و...

شما فقط توضیح بدید چرا میخواهید در این زمینه فعالیت کنید و در جواب میگوید چون به این دلایل صلاحیتش را دارم



هر چقدر معتبرتر باشید اعتماد بیشتری از سوی مشتریان خواهید داشت، در تمام فعالیت هایتان چنان برنامه ریزی کنید که در طول زمان صاحب اعتبار شوید، کسب اعتبار آسان است میتوانید با صداقت، تلاش، باور و کمک به رشد و توسعه ی همراهانتان صاحب اعتبار شوید.

اعتبار

خیلی روی دیدگاه کاربرات تاثیرگذار است که به چه روشی می فروشید، پیشنهاد من اینه که از این دور روش بسیار قوی استفاده کنید:

تبلیغات شفاهی: ویدئو، صوت- چون کسب و کار اینترنتی دارای سکون است با استفاده از ویدئو صوت میتوانید تا حد بسیار زیادی روی اعتماد مشتری تاثیر بگذارید.

بازاریابی دهان به دهان: یا به اندازه ای کار کنید تا همه شما را به یکدیگر و حتی دوستان و آشناهایشان معرفی کنند و از کاربرانتان هم بخواهید که شما را معرفی کنند.

فنون فروش

شهرت: برند- نام نیک هر چقدر برند بزرگتری باشید طبعاً بیشتر اعتماد مشتری را خواهید

داشت، اما اگر برند نیستید میتوانید در طول چند سال با ارائه ی خدمات خوب و کسب رضایت مشتری و کمک به رشد و نوآوری در زمینه ی فعالیت هایی که دارید به یک برند موفق تبدیل شوید.

۱_ فروشنده

داشتن مکان فیزیکی و خط ثابت برای مراجعه ی حضوری و یا حتی برای پشتیبانی و ارتباطات کاربران بر میزان اعتماد مشتریان تاثیرگذار است.
اطلاعات مکان فیزیکی در تمام صفحات سایت (فوتر) و صفحه ی تماس با ما قرار دهید.

مکان فیزیکی

اگر به کیفیت و کارایی محصولات و خدماتتان مطمئن هستید گارانتی کنید، گارانتی دارای انواع مختلفی است که تاثیرگذارترین آن تضمین بازگشت وجه است و برای تاثیرگذاری بیشتر از ویدئو و صوت و دستخط می توانید استفاده کنید.

گارانتی

دوره آنلاین تبلیغ نویسی در وب

همین حالا دانلود کنید



پیشنهاد ویژه



www.taofogh.com

۲_ محصولات، خدمات و محتوا

هر چیزی که ارائه میکنید روی اعتماد مشتری تاثیر گذار است،
فرقی نمیکند یک عکس باشد یا ویدئو یا ...
تمرکز من بیشتر روی اصل کسب و کار اینترنتی یعنی
محصولات و خدمات است و اگر شما در محصولات و خدمات
اعتماد مشتری را داشته باشید خودبخود میتوانید اعتماد
مشتری را در باقی جنبه های کسب و کارتان کسب کنید.



هر چیزی که ما ارائه میکنیم روی **اعتماد مشتری** تاثیر گذار است

۲_ محصولات، خدمات و محتوا

تولیدات شما حتماً باید مزایایی برای مشتریان داشته باشد فرقی نمیکند سرگرمی باشد یا مشکلی را از آنها برطرف کند.

مزایا

برای استخراج مزایا این سوال از خودتان پرسید؟

خروجی نهایی استفاده از این تولید من برای چی میشه؟

اگر به شکلی دیگر سوالم را بپرسم_ تولیدات من چه استفاده ای برای مشتریان دارد؟

اگر مخاطبان شما مزایایی را از همراهی با کسب و کار شما دریافت کنند، برای همراهی شما تمایل پیدا میکنند.

تمرکزتان از تولیداتی که ارائه میکنید بیشتر روی مزایایی باشد که همراهانتان از همراهی با شما دریافت میکنند.

۲_ محصولات، خدمات و محتوا

حل مشکل

بر این اساس محصول تولید کنید:

در شرایط فعلی همراهان من چه مشکلی دارند؟

به چه صورت میتوانم مشکل آن ها را برطرف کنم؟

راه حل مشکل آنها را در قالب محصول و خدمات ارائه کنید.

حالا هر چقدر مشکلی که بر طرف میکنید بزرگتر باشد بیشتر مورد

استقبال و اعتماد مشتریان خواهد بود.

۲_ محصولات، خدمات و محتوا

جنس ارزان معمولاً در دسرساز است.

جنس با کیفیت هم معمولاً گران است.

برای قیمت گذاری محصولات و خدمات، دقیقاً به مشتریان بگویید: این

محصول دارای این کیفیت است و به این دلایل قیمت آن را ... تومان

تعیین کرده ایم.

این شفاف سازی بسیار بر میزان اعتماد مشتریان تاثیرگذار است.

قیمت با

کیفیت معین

۲_ محصولات، خدمات و محتوا

مشتریانی که با کسب و کار شما همراه هستند، به شما اطمینان کرده اند و این شما هستید که باید دائماً دنبال مطالب جدید باشید، و نوآوری داشته باشید و اگر شما این کار را انجام ندهید ممکن است مشتریانتان به سمت رقبا هدایت شوند.

نوآوری

کیفیت جزء مواردی است که مشتریان میخواهند آن را دریافت کنند، طبق تحقیقات انجام شده عامل اصلی خریدن از سوی مشتریان کیفیت محصولات و خدمات است و مابقی دلایل در رتبه های بعدی قرار دارند، بالاترین کیفیت را ارئه کنید و مدام به دنبال بهبود کیفیت باشید.

کیفیت

بر اساس بهبود عملکرد تولید کنید و برنامه ریزی ها را بر اساس اینکه چگونه از این بهتر؟ چگونه عملکرد بهتری داشته باشیم؟ برنامه ریزی کنید.

بهبود عملکرد

هر چیزی که تولید میکنید باید بر اساس بهبود عملکرد باشد تا هواره در صدر بهترین ها باشید.

۲_ محصولات، خدمات و محتوا

برای ماندن در یک کسب و کار و رسیدن به موفقیت چاره ای جز این نیست که باید رقابت کنید، رقابت در دنیای کسب و کار اینترنتی بسیار هیجان انگیز و جذاب است، و شما دارای رنک و رتبه بندی هستید، با توجه به دسترسی سریع کاربران به حجم انبوه اطلاعات، براساس تولیدات رقبا شما در تلاش باشید بهتر از آنها را ارائه کنید.

بهتر از
رقبا
مهر
تایید

گفته ها و تولیداتی که ارائه کرده اید را تایید کنید، مهر تایید محکم بر آنها بنهید.

نظرات ویدئو، صوتی، دستخط، نوشته ها، نتایج تحقیقات، دستاوردها، تجربه های شخصی و هر چیزی که ثابت میکند شما صداقت دارید و راست میگویید.

۲_ محصولات، خدمات و محتوا

محصولات و خدماتی که فروش بسیار بالایی دارند معمولاً دارای امتیازهای خوبی هستند.

دسترسی تا

بسیاری از محصولات را میتوان تا همیشه در سترس قرار داد.

همیشه = آپدیت

مثل نرم افزارهایی که شما میخرید و بعداً فقط هزینه آپدیت را می پردازید.

رایگان

بهتر است در سایت قسمتی به سفارشات من، پرداخت های من و دسترسی های من وجود داشته باشید تا کاربران و مشتریان با آرامش و اعتماد بیشتری فرایند خرید را انجام دهند.

۲_ محصولات، خدمات و محتوا

دمو محصولات و

خدمات

استفاده قسمتی از محصولات و خدمات بر میزان اعتماد مشتریان تاثیر گذار است.

مثلاً اگر یک کتاب ۱۰۰ صفحه ای تولید کرده اید، ۱۰ صفحه ی آن را رایگان منتشر و در دسترس کاربران قرار دهید باعث دید وسیعتر و سطح اطمینان نسبت به محصولات و خدماتتان می شود.

پشتیبانی

بسته به نوع محصولات و خدمات شما نوع پشتیبانی متفاوت است، پشتیبانی از خدمات نرم افزاری با پشتیبانی از فروش وسایل آشپزخانه دارای تفاوت هایی است. با توجه به حوزه ی کاری با برنامه ریزی و انتشار برنامه ریزی برای کاربران و مشتریان سطح اعتماد در مشتریان را افزایش دهید.

۳_ فروشگاه (وب سایت)

وب سایت جایی است که به صورت آنلاین محصولات و خدمات را ارائه میکنید، ممکن است شما در یک وب سایت شخصی، وب سایت فروشگاهی و حتی یک وبلاگ و یا در شبکه ها اجتماعی اقدام به فروش کنید.

جایی که شما در حال ارائه ی محصولات و خدمات خود هستید باید دارای یکسری ویژگی ها باشد تا بیشتر مورد اعتماد و اطمینان مشتریان قرار بگیرد.



محفوظ ماندن اطلاعات

هنگام خرید و فروش یا مبادله چیزی که معمولاً باعث شک و تردید میان کاربران می شود، حفظ اطلاعات شخصی است، هم جایی که اطلاعات را از کاربران دریافت میکنید به آنها بگویید که اطلاعات شما نزد ما محفوظ می ماند. حتی در پرداخت ها هم یادداشت کنید که پرداخت امن است.

ابهام گریزی

در ویدئو ابهام گریزی بخوبی توضیح داده ام

نظرات کاربران در

مورد محصولات

با استفاده از از نظرات افرادی که محصولات و خدمات شما را خریداری کرده اند و به نتیجه ای مطلوب دست پیدا کرده اند می توانید یک قدم بسیار مهم را در راستای کسب اعتماد مشتری بردارید.

نظرات را تغییر ندهید و با همان ترتیبی که به دست شما رسیده است در معرض دید کاربران قرار دهید حتی اگر صدای بوق کامیون هم می آید باز هم تغییر ندهید.
به ترتیب تاثیرگذاری ویدئو، صوت، دستخط و نوشته های کاربران در سایت است.

همه ی صفحات سایت با اعتماد مشتری در ارتباط است، البته نه فقط سایت بلکه تمام جزئیات مکان فیزیکی و ارتباطات هم بر میزان اعتماد مشتریان تاثیرگذار است.
چند صفحه در سایت وجود دارد که مشتریان معمولاً قبل از خرید به آن سر میزنند و چیدمان و اطلاعات موجود در آن بر میزان اعتماد مشتریان به صورت چشمگیری میگذارد.

صفحه هات

۳_ فروشگاه (وب سایت)

کسب سریع اعتماد مشتری در کسب و کار اینترنتی

اطلاعات و تماس و ذکر تماس بخش های شرکت با نام افراد و پل های ارتباطی خط ثابت باشد (ارقام کمتر بهتر) بسیار تاثیر بیشتری خواهد داشت.
تماس اپراتور داشته باشد اعتماد ساز تر است.
ساعت و روزهای کاری به همراه پشتیبانی و شماره تلفن های ضروری ایمیل ها و شبکه های اجتماعی دریافت نظرات و پیشنهادات

تماس با ما

شرکت، نوع کسب و کار، افراد، سابقه و هر چیزی که مربوط به خودتان است و باعث اعتماد سازی و اعتبار می شود در این صفحه درج کنید.

درباره ما

هدف و رسالت خودتان را برای همراهانتان بیان کنید، و به آنها بگویید هدفتان چیست.

مثال: من مهیار پارس آرا هدفم از تاسیس وب سایت تا افق دات کام: کمک به توسعه ی کسب و کارها است

هدف ما

کیفیت

کیفیت دارای ابعاد بسیار زیادی است، کیفیت محتوا، کیفیت ارتباطات، کیفیت اتصال به پرداخت و... کیفیت را در تمام ابعاد رعایت کنید.

پرداخت نوع پرداخت طبق تحقیقات انجام شده بر میزان اعتماد مشتریان تاثیرگذار است، پرداخت و دانلود برای فایل های اینترنتی و تحویل درب منزل و پرداخت برای محصولات فیزیکی معمولاً بهترین اعتمادسازها هستند، اما باید دقت کرد که محصولات دارای استراتژی های فروش متفاوتی هستند.



ارتباط

همه ی ارتباط های شما با اعتماد مشتریان در ارتباط تنگننگ است.

از طریق ارسال ایمیل، پاسخگویی تماس ها، پشتیبانی و حتی مطالبی که منتشر میکنید و کاربران از آن بهره مند می شوند، این ارتباطات را چنان مدیریت کنید که بر میزان اعتماد مشتریان تاثیر مثبت داشته باشد.

آگاهی از فعالیت ها

مشتریان و همراهانتان را در جریان فعالیت هایی که انجام میدهید، قرار دهید.

برای مشتریان بسیار جذاب و هیجان انگیز است که بدانند شما بخاطر آنها در تلاش هستید.

مثال: همراهان محترم تا افق دات کام من مهیار پارس آرا در حال حاضر در حال آماده سازی محصولی هستم که فروش شما را در شش ماه دو برابر میکند.

۴_ مشتریان و کاربران

نوع

نگرش

طبق تحقیقات انجام گرفته، بسیاری از رفتارهای مشتری بر اساس نوع نگرش او صورت میگیرد. هر چقدر دید مثبت تری داشته باشد اقداماتی مثل خرید، ثبت نام، عضویت و ارتباطات را انجام می دهد. و هر چقدر دید منفی تری داشته باشد، خرید نمیکند، نظر انتقاد و شکایت درج میکند، صفحه را ترک میکند و بازاریابی دهان دهان منفی را انجام می دهد.

هر چیزی که ابهامی را در مشتریان ایجاد میکند حذف کنید، و اگر نمیتوانید این ابهام را برطرف کنید، حداقل توضیح شفافی را در مورد آن ارائه کنید و مشتریان و کاربرانان را در مورد آن ابهام قانع کنید.

حذف ابهامات

و ریسک ها

توقعات

انتظارات مشتری را میتوانید با توجه به خدمات و محصولات که قبلاً ارائه کردید، تشخیص دهید. خیلی واضح و شفاف است که اگر قبلاً هر محصول و خدمتی را ارائه کرده اید، الان انتظارات مشتریان و کاربران شما بالاتر رفته است و شما هم برای رضایت آنها و مشتری مداری تلاش کنید بهتر از آن را ارائه کنید.

درصد بسیار زیادی از انتظارات مشتریان را میتوانید برآورده کنید و اگر نتوانستید انتظارات آنها را برآورده کنید نگران نباشید چون همه ی کسب و کارها تا حدی میتوانند انتظارات مشتریان را برآورده کنند.

مدت شناخت

هر چقدر مدت شناخت بیشتر باشد تشخیص اعتماد راحتتر است، شما مثلاً ده سال است که یک کسب و کار را می شناسید تقریباً میتوانید با قاطعیت بگید به محصولات و خدماتش اعتماد دارید یا نه؟

چنان توضیح دهید که باور کنند

طبق تحقیقات انجام شده، ممکن است شما همه ی موارد اعتمادساز را رعایت کرده باشید، اما مشتری باز هم به شما اعتماد نکند، این شما هستید که باید چنان توضیح دهید که مشتریان بخوبی حرفهای شما را درک کنند.

درک
توضیحات شما

مشتریان همیشه تمایل دارند و میخواهند که اعتماد کنند.

۴_ مشتریان و کاربران

کسب سریع اعتماد مشتری در کسب و کار اینترنتی



روی مواردی تمرکز کنید که احساس خوبی به مشتریان میدهد.

در دوره آنلاین و رایگان تبلیغ نویسی در وب بخوبی توضیح داده ام.

هر موردی که احساس خوبی به مشتریان، مثال: با خرید این محصول سه کیلو

لاغر می شوید و...

احساس
خوب

۵_ عوامل داخلی

یکسری از فعالیت ها در داخل شرکت قرار دارند و اگر شما آنها را رعایت کنید بر میزان اعتماد مشتریان می افزاید، طبق تحقیقات انجام شده، بیشترین عوامل اعتماد ساز در داخل شرکت قرار دارند و مواردی هم هستند که خارج از شرکت قرار دارند که با انجام یکسری فعالیت ها میتوانید آنها را هم تحت کنترل داشته باشید.



نوع برخورد

در کمال ادب و رسمی، محترمانه، صمیمی، مثبت و در جهت پیشرفت و ارائه ی خدمت به مشتریان باشد.

پشتیبانی

براسا نوع فعالیت پشتیبانی انجام گیرد، و موارد ضروری که در کسب و کارتان دارید به صورت ویژه برای آن پشتیبانی در نظر بگیرید.

هماهنگی

همه ی کارکنان شرکت، با هم هماهنگ باشند و تمام اطلاعات محصولات، خدمات و... را بدانند. تا در ارتباطات بتوانند اعتمادسازی کنند.

مشتریان هر زمان که بخواهند بتوانند با شما ارتباط برقرار کنند.

ارتباطات را بر پایه ی اعتمادسازی برنامه ریزی کنید.

مثال: پشتیبانی خوب، مشتری مداری، برآورده کردن قول ها و...

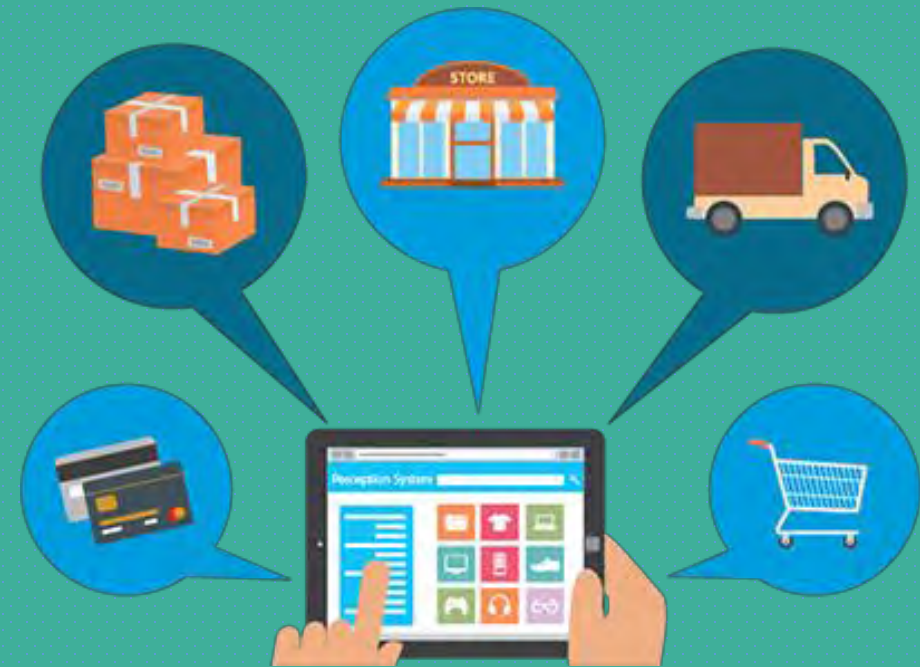
ارتباطات

برای سوالات مشتریان پاسخ های بسیار قوی و متقاعد کننده داشته باشید.
از قبل سوالات و پاسخ ها را مرور کنید و بهترین پاسخ را انتخاب کنید.

پاسخگوی مشتریان

۶_ عوامل خارجی

یکسری از عوامل و جود دارد که خارج از محیط داخلی شرکت شماست اما اگر از آنها بخوبی استفاده نکنید و یا در صورت بروز مشکل بر میزان اعتماد مشتریان تاثیرات منفی دارد و اگر بخوبی از آنها استفاده کنید میتوانید به میزان اعتماد مشتریانان بیفزایید.



۶. عوامل خارجی

احترام = فرهنگ،

زبان و...)

فارغ از اینکه شما چه نوع فرهنگ و آداب و رسومی دارید، در محیط اینترنت به دلیل دسترسی جهانی، احترام به همه ی انسان ها امری ضروری است.
طبق تحقیقات انجام شده فرهنگ می تواند روی اعتماد مشتریان تاثیرگذار باشد.

قوانین و

مقررات

رعایت قوانین و مقررات از ضروریات فعالیت در اینترنت است، قوانین و مقررات هر نوع کسب و کاری با کسب و کار دیگر بسیار متفاوت است، ممکن است شما یک انجمن یا فروشگاه و آموزشگاه داشته باشید، قوانین و مقررات را مخصوص فعالیت خودتان طراحی میکنید.

مسائل فنی

مسائل فنی معمولاً کم پیش می آید اما زمانی هم که پیش می آید کلی دردسر به همراه دارد، برای مسائل فنی برنامه ریزی کنید.
مثال: خطا در سایت، خطا در هاست، بروز رسانی های طولانی و...

تایید توسط موسسات ثالث معتبر

این موسسات در کشورهای مختلف دارای تفاوت هایی با هم هستند اما در مجموع یک مهر تایید بر کسب و کارتان میگذارد و در آنها اعتماد و اطمینان ایجاد میکند.
مثال: نماد اعتماد، ستاد ساماندهی، تایید به پرداخت ملت و...

۷- رقبا

رقابت در کسب و کار اینترنتی بسیار فشرده است، رقبا برای پیشی گرفتن از هم سعی میکنند بالاترین کیفیت از خدمات و محصولات را ارائه کنند و از سیستم های مدیریت ارتباط با مشتریان، هوش مصنوعی و لجستیک قوی و... استفاده میکنند تا بتوانند از رقبایشان پیشی بگیرند. شناخت رقبا در کسب و کار اینترنتی برنامه ریزی شما را هدفمندتر میکند.



همه چیز بهتر یا حداقل هم سطح

قبل از تولید هر محصول یا خدمتی رقبا را چک کنید و اگر همین محصول یا خدمت شما را تولید کرده باشند شما تلاش کنید بهتر از آن را تولید یا حداقل هم سطح آن را تولید کنید.

چون کاربران به حجم بالایی از اطلاعات دسترسی دارند و میتوانند خیلی سریع اطلاعات هم رقبا را با شما مقایسه کنند.

روی آنالیز رقبا قبل از تولید حتماً کار کنید، اگر محصول یا خدمت شما از رقبا بهتر نباشد مطمئناً ضرر متحمل می شوید.



۱- پیشنهاد برای اعتماد سازی



تمام فعالیت های شما با
اعتماد در ارتباط است

دوره آنلاین تبلیغ نویسی در وب

همین حالا دانلود کنید



پیشنهاد ویژه



www.taofogh.com



در کانال تلگرام کارنیل هر روز انگیزه خود را شارژ کنید 😊

<https://telegram.me/karnil>

