

8 SAI LẦM CHẾT NGƯỜI VÀ CÁC CÁCH PHÒNG TRÁNH TRONG INTERNET MARKETING

Việc tạo dựng và duy trì hiệu quả sự hiện diện trên Web bây giờ đã trở nên phức tạp và nhiều thách thức hơn với các doanh nghiệp khi công cụ marketing Internet ngày càng được sử dụng phổ biến trong các nhà kinh doanh và các doanh nghiệp mới nổi.

Có một điều đáng mừng là các công nghệ như audio, video, TMĐT, các trình ứng dụng quản lý cơ sở dữ liệu e-mail một vài năm trước đây chỉ dành cho những “ông lớn” thì nay tất cả mọi người đều có thể có được. Tuy nhiên, do có quá nhiều sự lựa chọn nên lại gây nên sự bối rối và choáng ngợp. Sau đây là 8 lời khuyên để giúp bạn nhận ra và tránh những sai lầm lớn nhất mà nhiều người đã mắc phải khi thiết kế các dự án trên Web của họ.

I. Bạn bắt đầu mà không có một chiến lược marketing

Web site cũng như brochure, thư tin (newsletter), danh thiếp, bưu thiếp... đều là một phần trong kế hoạch marketing của bạn, nó không là thứ gì đó bạn tạo ra xong rồi để đó. Trước khi bắt đầu, bạn cần tự hỏi những câu hỏi quan trọng về chiến lược trên Web bắt đầu với câu hỏi tạo sao bạn muốn có một Web site trước tiên.

a) Các mục tiêu của bạn là gì? Để rèn luyện? Để thúc đẩy? Để thông tin? Để thu hút đối tác làm ăn mới? Để phục vụ các khách hàng hiện tại?

b) Đối tượng mục tiêu của bạn là ai?

c) Bạn muốn khách viếng thăm khám phá và/hoặc làm gì khi họ truy cập vào web site của bạn?

Giống như mèo Cheshire giải thích với Alice - nếu bạn không biết sẽ đi đâu thì tôi không thể nói cho bạn biết làm cách nào để đến đó. Cho nên, trước khi làm bất cứ điều gì, trước tiên hãy lập kế hoạch marketing cho site của bạn.

II. Bạn không có nhãn hiệu trên Internet hoặc nhãn hiệu không thích hợp

Khi bạn đã biết các mục tiêu của mình là gì và đã nhận diện được đối tượng mục tiêu thì bây giờ là lúc web site phản ánh điều đó. Một web site về âm nhạc hip-hop dành cho tuổi teen cần phải khác so với một web site chăm sóc sức khỏe cho người già hay một site về xe máy cho những người “cưỡi” Harley.

Một nhãn hiệu tốt sẽ có sức hút mạnh mẽ. Khi bạn đã có được vị trí và một nhãn hiệu thích hợp trên Internet thì site của bạn sẽ lọc ra được các khách hàng tiềm năng từ đám đông người dùng Net.

III. Công nghệ của bạn không thích hợp với các mục tiêu

Web site được chia thành 2 loại chính - một do bạn tự tạo ra và một do bạn thuê. Loại thuê là những site do các Nhà cung cấp Dịch vụ Ứng dụng (ASP) đưa ra. Bạn thường phải trả chi phí xây dựng và một khoản phí duy trì hàng tháng từ 59 USD cho đến hàng trăm đô la tùy thuộc vào tính phức tạp của trình ứng dụng Web.

Ở sản phẩm cấp thấp, có thể bạn sẽ thấy một quảng cáo “WEBSITE MIỄN PHÍ”. Công ty đó sẽ xây dựng web site cho bạn và sau này mỗi tháng bạn chỉ trả 59 USD! Với loại này, web site sẽ không bao giờ thuộc về bạn ngoại trừ nội dung của nó. Nếu bạn dời bỏ nhà cung cấp thì bạn sẽ không thể mang web site theo cùng.

Với loại sở hữu, bạn sẽ thuê một nhà thiết kế web hoặc tự xây dựng rồi hàng tháng hoặc hàng năm trả phí hosting - thường ít hơn rất nhiều - và bạn sở hữu cả site lẫn nội dung, do đó bạn có thể chuyển sang nhà cung cấp dịch vụ khác nếu bạn muốn.

IV. Bạn không có kế hoạch marketing trên Internet

Suy nghĩ “Chúng tôi xây dựng website và khách hàng sẽ đến” sẽ không hiệu quả lâu dài. Hãy dành ngân sách để quảng bá cho web site và đáp ứng các mục tiêu của bạn, nếu không hãy đợi cho đến khi nào bạn có thể. Đó không phải là một kế hoạch quá tốn kém. Nhưng hãy làm điều gì đó! Trong không gian mạng có rất nhiều “web site bí mật”. Hãy bắt đầu xây dựng cơ sở dữ liệu e-mail càng sớm càng tốt, nghĩ tới một Tạp chí điện tử (eZine) để thường xuyên duy trì mối quan hệ với khách hàng tiềm năng, có các tin tức miễn phí trên site, chào hàng trên mặt sau của tấm danh thiếp...

Nếu muốn nữa thì bạn hãy làm việc với các Chuyên gia tối ưu công cụ tìm kiếm (SEO), họ sẽ làm cho web site của bạn hấp dẫn với Google và Yahoo và các công cụ tìm kiếm hàng đầu khác. Bạn cũng có thể nghĩ đến quảng cáo PPC (pay per click) để đưa web site lên hàng đầu trong các danh sách của công cụ tìm kiếm.

V. Bạn không có cách gì để đánh giá hiệu quả của web site

Người xưa có câu nói: “nếu nó không hỏng thì đừng có sửa”. Có lẽ bạn cần có một cách để theo dõi xem site của bạn có hiệu quả hay không. Hãy yêu cầu nhà cung cấp dịch vụ của bạn đưa ra số liệu thống kê về lượng khách truy cập và cho bạn biết ai vào thăm, mức độ thường xuyên như thế nào và lượng khách có tăng lên hay giảm đi.

Hãy dùng một mẫu đăng ký e-mail để xây dựng cơ sở dữ liệu cho mình và theo dõi sự tiến triển. Để ý xem cái gì có hiệu quả, cái gì không và thay đổi khi bạn nhận được phản hồi hay góp ý.

VI. Công nghệ không phù hợp với khách hàng mục tiêu

Công nghệ duyệt web của khách viếng thăm đôi khi không đáp ứng được yêu cầu kỹ thuật cho nên họ không thể xem được web site của bạn. Có thể người thiết kế web sẽ có một thông báo cho bạn rằng vị khách đó nằm trong “những người cùng khổ”, không có một trình duyệt thích hợp nên họ phải download công nghệ về để có thể xem web site. Đừng hy vọng các khách hàng tiềm năng sẽ quanh quẩn ở gần đó.

Nghiên cứu khách hàng mục tiêu để bảo đảm site của bạn quan tâm đến mức độ kỹ thuật của họ. Không sử dụng những hình ảnh quá lớn, thời gian tải hợp lý để phòng người sử dụng không có kết nối Internet băng rộng.

VII. Để khách hàng bị lạc trên không gian mạng

Hệ thống điều hướng của bạn cần phải rõ ràng và có tính trực giác. Đường link ở các trang phải được đặt ở vị trí giống nhau. Luôn luôn phải có nút bấm “Home” để về trang chủ. Một hệ thống điều hướng phức tạp sẽ đẩy khách hàng tiềm năng và người sử dụng của bạn ra đi.

VIII. Khó liên lạc

Đừng gây khó khăn cho các khách hàng khi họ muốn liên lạc với bạn. Hãy đảm bảo các thông tin liên lạc của bạn có ở mọi trang và dễ tiếp cận. Hãy cho khách viếng thăm biết bạn muốn họ làm gì như “Hãy gọi cho chúng tôi” hoặc “Hãy đăng ký để nhận tạp chí điện tử của chúng tôi”.