

فهرست مطالب

- سخنان بازاریابان اطلاعات درباره کتاب ۹
- مقدمه ۱۵
- پیش‌گفتار ۱۹
- اشتباه شماره ۱
- این که در سامانه سفارش اینترنتی خود از استراتژی پیشنهاد اجناس دیگر (بر اساس کالایی که مشتری انتخاب کرده است) استفاده نکنید ۲۳
- اشتباه شماره ۲
- این که همراه محصولی که با پست برای مشتری می‌فرستید، هیچ بروشور تبلیغاتی نفرستید ۲۵
- اشتباه شماره ۳
- این که سعی کنید همه کارها را خودتان به تنهایی انجام دهید ۲۷
- اشتباه شماره ۴
- این که روزانه وقتی را صرف بازاریابی نکنید ۲۹
- اشتباه شماره ۵
- این که کالای خود را خیلی ارزان بفروشید ۳۱
- اشتباه شماره ۶
- این که سعی کنید بی‌نقص باشید ۳۳
- اشتباه شماره ۷
- این که محصولی را بفروشید که هنوز کامل ساخته نشده است ۳۵
- اشتباه شماره ۸
- این که هیچ دفترچه‌ای برای راهنمایی کاربران نداشته باشید ۳۷
- اشتباه شماره ۹
- این که سامانه سفارش‌گیری آنلاین خود را پیش از موعد عرضه کالا نیازماید ۳۹

- اشتباه شماره ۱۰
- این که هیچ جایزه اضافه بر سازمانی در بسته نگذارید ۴۱
- اشتباه شماره ۱۱
- این که هیچ پاسخگوی خودکاری برای پشتیبانی در مصرف کالا نداشته باشید ۴۳
- اشتباه شماره ۱۲
- این که سعی کنید به فروش تنها یک محصول متکی باشید ۴۵
- اشتباه شماره ۱۳
- این که در سمینارها جهت آشنایی با هم حرفه‌ای‌های خود شرکت نکنید ۴۷
- اشتباه شماره ۱۴
- این که سعی کنید تمام کارها را دیجیتالی انجام دهید ۴۹
- اشتباه شماره ۱۵
- این که ظاهر و باطن محصولاتتان با هم همخوانی نداشته باشند ۵۱
- اشتباه شماره ۱۶
- این که کمی پول خرج ظاهر کار کنید، کمی طرح‌های گرافیکی داشته باشید تا حرفه‌ای‌تر به نظر برسید ۵۳
- اشتباه شماره ۱۷
- این که محصولی را در تیراژ بالاتر تولید کنید تا از هزینه تولید هر واحدتان چند تومان کاسته شود ۵۵
- اشتباه شماره ۱۸
- این که بسته‌بندی شما با قیمت محصولاتان همخوانی نداشته باشد ۵۷
- اشتباه شماره ۱۹
- این که ابزار فروش کافی برای همکاران خود فراهم نکنید ۵۹
- اشتباه شماره ۲۰
- این که هیچ ابزار ثبت نام توکاری درون محصولاتان وجود نداشته باشد ۶۱
- اشتباه شماره ۲۱
- این که در مورد سودآور بودن بازار مطلوبتان تحقیق نکنید ۶۳

اشتباه شماره ۲۲

این که اگر دیسک‌ها صوتی نیستند، راهنمای کاربری کافی برایشان نگذارید ۶۵

اشتباه شماره ۲۳

این که از فرمت صوتی « نامناسبی » استفاده کنید ۶۷

اشتباه شماره ۲۴

این که ترافیک اینترنتی به قدر کافی برای آزمودن سرخطها، پیشنهادات و سایر

متغیرها « نخرید » ۶۹

اشتباه شماره ۲۵

این که سعی کنید همه چیز را آنلاین کنید - مکانیزم‌های بازاریابی غیرآنلاین را

نیازماید ۷۱

اشتباه شماره ۲۶

این که برای زمانبندی روز عرضه محصول برنامه‌ریزی ضعیفی داشته باشید ۷۳

اشتباه شماره ۲۷

این که هم‌زمان روی چند محصول کار کنید- تعویق سودآوری از هر یک از آنها ۷۹

اشتباه شماره ۲۸

این که مطالب را در قالب‌های متفاوت بازآفرینی و عرضه نکنید ۸۱

اشتباه شماره ۲۹

این که سعی کنید در یک صفحه وب کارهای زیادی انجام دهید ۸۵

اشتباه شماره ۳۰

این که وبگاهتان با روش‌های مختلف پرداخت سازگار نباشد ۸۷

اشتباه شماره ۳۱

این که درآمد مستمر یا تکرارشونده‌ای نداشته باشید ۸۹

اشتباه شماره ۳۲

این که راهنما یا مشاوره نداشته باشید یا در یک گروه فکر بکر شرکت نکنید ۹۱

اشتباه شماره ۳۳

این که به قدر کافی حوزه کاری خود را تخصصی نکنید ۹۳

- اشتباه شماره ۳۴
این که نتوانید هیچ استراتژی حفظ مشتری را در کارتان اعمال کنید ۹۵
- اشتباه شماره ۳۵
این که تأثیری که زنان در جریان خرید دارند را نادیده بگیرید ۹۹
- اشتباه شماره ۳۶
این که قدرت حق نشر مؤثر را درک نکنید ۱۰۱
- اشتباه شماره ۳۷
این که مطمئن باشید تمام کسانی که با شما کار می‌کنند سبک شما را می‌شناسند و سهواً کاری نمی‌کنند که فهرست مخاطبانتان احساس غریبی کنند ۱۰۳
- اشتباه شماره ۳۸
این که قدرت مقالات برای رشد فهرست مخاطبان خود را درک نکنید ۱۰۵
- اشتباه شماره ۳۹
این که از تمامی جوانب محصول برای فروختن به مشتریانتان بهره نگیرید ۱۰۷
- اشتباه شماره ۴۰
این که تمامی سبک‌های یادگیری را در نظر نگیرید ۱۰۹
- اشتباه شماره ۴۱
این که به بازاریابی اطلاعات به چشم یک سرگرمی بنگرید تا یک کسب و کار ۱۱۱
- اشتباه شماره ۴۲
این که درک نکنید یک مشتری می‌تواند به اندازه یک عمر برایتان ارزش داشته باشد و درک نکنید که چقدر باید خرج پیدا کردن یک مشتری جدید کنید ۱۱۳
- اشتباه شماره ۴۳
این که ضمانت ضعیفی داشته باشید یا اصلاً نداشته باشید ۱۱۵
- اشتباه شماره ۴۴
این که نتوانید تمام ملزومات قانونی بازاریابی اطلاعات را پوشش دهید ۱۱۷

اشتباه شماره ۴۵

این که بیش از افتتاح یک محصول جدید، ارائه‌دهنده حساب بازرگانی خود را در جریان نگذارید ۱۱۹

اشتباه شماره ۴۶

این که تمجیدها مدرک کافی برای اثبات خوبی محصولاتان نباشند ۱۲۱

اشتباه شماره ۴۷

این که فهرست مشتریان خود را درست اداره نکنید ۱۲۳

اشتباه شماره ۴۸

این که ندانید استخدام نیروی کار و اعمال سایر تقویت‌کننده‌های کاری که به رشد سریع‌تر کمک می‌کنند چه قدر مؤثر است ۱۲۵

اشتباه شماره ۴۹

این که یک محصول مصاحبه‌محور دیگر تولید کنید به همان روش‌های قدیم فروش این طور محصولات فروخته شود ۱۲۷

اشتباه شماره ۵۰

این که ایده زیاد داشته باشید، اما به ندرت آنها را اجرایی کنید ۱۲۹

اشتباه شماره ۵۱

جایزه ۱- این که از قدرت eBay به عنوان یک ابزار تولید مشتری استفاده نکنید ۱۳۱

اشتباه شماره ۵۲

جایزه ۲- این که توان بالای تله‌سینارها و وبینارها را به عنوان ابزارهای تولید مطالب و فروش نادیده بگیرید ۱۳۳

فهرست منابع مفید برای بازاریابان اطلاعات ۱۳۵