

Каждая компания, размещая свое представительство в Интернет (сайт компании), рассчитывает на получение определенных результатов, в том числе и на увеличение продаж.

К сожалению, в первые полгода, а может и год рассчитывать на хорошие результаты не стоит. Тем не менее, отказаться от сайта ни как нельзя, так как наличие представительства в Интернет неотъемлемый атрибут современных методов продвижения и продажи товаров.

Как сказал основатель корпорации Microsoft Билл Гейтс: "Если Вас нет в Интернет, Вас нет в бизнесе".

Существуют несколько эффективных способов, которые способны увеличить продажи и привлечь новых клиентов. Все они хороши как для раскрученных проектов, так и для совсем молодых, так как лишних клиентов не бывает.

Остановимся мы на одном самом экономном способе и с высокой эффективностью.

Для начала необходимо понять, какие минимальные требования к получению результата.

1. Заинтересованная (целевая) аудитория.
2. Возможность постоянно быть на виду у потенциальных клиентов (так часто, как это необходимо).
3. Удобство в использовании для клиентов (в первую очередь) и для самой компании.
4. Возможность оперативного внесения изменений.
5. Предпочтительно получать информацию о потребностях клиентов в товарах и услугах Вашей категории.

Попробуйте исключить хотя бы один из пунктов и смысл инструмента продаж пропадает.

И не зря, мы сделали акцент в третьем пункте на удобство использования, именно для клиентов. Встаньте на место покупателя, вы бы стали что-то искать, если найти не возможно или сложно.

Да, к сожалению качественных ресурсов способных удовлетворять всем пяти требованиям очень мало, но главное они есть. Данную категорию ресурсов можно назвать так - бизнес справочник предприятий и товаров.

У Вас, наверное, в мыслях промелькнуло вроде: "А, видели мы такие справочники предприятий где ни чего не найдешь и время потратишь...".

Не спешите с выводами: справочник предприятий, справочнику рознь.

Понятное дело, если справочник предприятий представлен в виде не упорядоченных рубрик и, кроме телефонных номеров нет необходимой информации.

Другое дело информационный портал в виде справочника-каталога предприятий и товаров, да еще с массой возможностей. Например, я встречал не более трех ресурсов, на которых мне было комфортно знакомиться с предложениями компаний.

Как правило, в основные задачи таких ресурсов входит:

1. Максимально выделить возможности компании из общего числа предложений и компаний.
2. Дать возможность занять и контролировать первые позиции в каталоге товаров и справочнике предприятий (так часто как это необходимо).
3. Предоставить возможность потенциальным клиентам предметно изучить предложения компаний, скачать прайс-лист и т.д.
4. Отслеживать и оперативно реагировать на изменение предложений со стороны конкурентов.
5. Привлечь внимание покупателя путем размещения и анонсирования новостей, акций, новинок, достижений и наград.

Например, один из таких ресурсов (www.biznes-navigator.ru) поддерживает даже индивидуальную поисковую оптимизацию всех страниц с товарами и информацией, для поисковых машин.

Использование таких ресурсов компаниями сложно не оценить, так как есть заинтересованные покупатели, а у компаний - возможности, интересующий товар или услуга.

И резюмируя, хочется сказать, что качество возможностей для компаний в Интернет постоянно совершенствуется и этим стоит пользоваться на фоне растущей конкуренции среди компаний и предложений.