

چکیده:

دسترسی به مخاطبین و مشتریان با حضور اینترنت و مشتقات آن شامل وب، ایمیل^۱ و انتقال فایل^۲ وارد عرصه جدیدی گردید که سرعت و دقت از مزایای آن بود. برای ارتباط با مشتری و بالعکس ملزومات کامپیوتر، خطوط انتقال داده و نرم افزارهای ارتباطی ضروری بود. در این مرحله اولین پایه های رسانه های اجتماعی^۳ با حضور فیس بوک نهاده شد و با رسانه های انتشار تصویر مانند اینستاگرام وارد عرصه جدیدی شد. با ورود گوشی های هوشمند به عرصه زندگی بشر، بستر ارتباطاتی نزدیکتر، سریعتر و باکیفیت تر نیز مهیا گردید. علاوه بر وب و ایمیل اپلیکیشن های پیام رسان مبتنی بر موبایل شامل وایبر، واتساپ، ایمو و تلگرام نیز به سرویسهای خدماتی اضافه گردید. اکنون افراد برای ارتباط با مخاطبین و مشتریان و حتی ارتباطات شخصی با گزینه های بسیاری مواجه هستند. در ادامه به این پرسش پاسخ خواهیم داد که آیا داشتن صفحاتی در رسانه های اجتماعی یا گروه هایی در پیام رسان ها برای ما کفایت خواهد کرد یا باید در اینترنت هم وب سایتی داشته باشیم.

امروزه گزینه های زیادی برای حضور شخصی یا تجاری در فضای آنلاین (فضای مجازی) وجود دارد. همواره این سوال پرسیده می شود که وب سایت^۴ یا رسانه های اجتماعی، کدام یک مناسب است و باید استفاده شود؟

آیا داشتن یک وب سایت اینترنتی لازم و کافی است؟ یا داشتن یک صفحه در رسانه های اجتماعی ضروری است؟ آیا داشتن یک صفحه ی اینستاگرام، صفحه ی گوگل+، نمایه لینکدین، یا صفحه ی فیس بوک برای ما یا کسب و کارمان کفایت میکند؟

اینکه از کدام گزینه استفاده کنید به اهداف کسب و کار شما بستگی دارد. در این مطلب به مزایا و معایب وب سایت و رسانه های اجتماعی، و مقایسه آنها بر اساس نظر متخصصان فن آوری در Verisign پرداخته شده است.

رسانه های اجتماعی

شما می توانید در یکی از رسانه های اجتماعی مانند فیس بوک، اینستاگرام، گوگل+ یا لینکدین به راحتی و سریع صاحب یک صفحه شوید. صفحات یا پروفایل های (حساب کاربری) رسانه های اجتماعی به سرعت راه اندازی

^۱Email^۲File Transfer Protocole ftp^۳Social Media^۴Web Site^۵Account, Profile or page

می شوند. در کمتر از یک ساعت، صفحه شما آماده و قابل استفاده در اختیار شما خواهد بود. علاوه بر صفحات رسانه های اجتماعی، برخی افراد و برندها دارای یک نام دامنه ثبت شده در اینترنت هستند که برای حضور در فضای وب پیش بینی کرده اند.

به طور مثال اینجانب علاوه بر دامنه هایی که برای فعالیت های عام المنفعه و اجتماعی دارم یک دامنه با نام mboshagh.ir برای سایت شخصی ثبت کرده ام.

اگر شما نام دامنه (آدرس وب سایت) خود را به صفحه رسانه های اجتماعی هدایت کنید (به ارسال خودکار مراجعین از محلی به محل دیگر در اینترنت، هدایت دامنه یا فوروارد دامنه گفته می شود)، مشتریان به راحتی پس از جستجوی شما در اینترنت به شما دسترسی پیدا خواهند کرد. در این حالت شما یک آدرس وب تجاری با مارک تجاری خود خواهید داشت که کاربران آن را مشاهده خواهند کرد. برخی از افراد دامنه ای در اینترنت ندارند و به جمله مرا در اینستاگرام یا فیس بوک دنبال کنید بسنده می کنند. داشتن یک دامنه بسیار بهتر از این است که بگوییم: "در فیس بوک من را دنبال کنید" (اگر چه می توانیم این را هم بگوییم).

بیش از یک میلیارد نفر از اینستاگرام، فیس بوک، توئیتر، لینکدین، گوگل + و سایر رسانه های اجتماعی استفاده می کنند، کسب و کار شما می تواند از مشتریان بالقوه ای که در این رسانه ها حضور دارند برای خودش مشتری جذب کند. مردم هر روز در حال رفتن به این رسانه ها هستند. شما می توانید در این اجتماع برای محبوبیت خود سرمایه گذاری کنید.

مزایای رسانه اجتماعی:

سریع و رایگان - راه اندازی صفحات در رسانه های اجتماعی ساده است و اغلب آنها رایگان هستند.

عدم دلبستگی - اگر صفحه اجتماعی شما برایتان مفید نباشد، می توانید صفحه خود را به راحتی حذف کنید یا به پلتفرم دیگری بروید. یا توجه زیادی به آن نکرده و وقت زیادی برایش صرف نکنید.

در سطح جهانی - تعداد شرکتهایی که ترافیک خود را به صفحات رسانه های اجتماعی (اینستاگرام، صفحه ی گوگل +، نمایه لینکدین، فیس بوک و توئیتر) هدایت می کنند ۲۵٪ سالانه افزایش می یابد.

تعهد - رسانه های اجتماعی تعاملات را به صورت دو طرفه ترغیب می کنند و تمایل دارند گاه به گاه و انسانی باشند. این به شما اجازه می دهد به راحتی ارتباط برقرار کنید و روابط ایجاد کنید.

برندسازی^۷ - مشتریان از طریق به روز رسانی های شما در خصوص محصولات و ارزش های کسب و کار، مأموریت و هدف شما اطلاعات بیشتری کسب خواهند کرد. همچنین نحوه پاسخگویی شما به مشتریان، سبب وفاداری آنها به نام تجاری شما می شود.

معایب رسانه های اجتماعی:

محدودیت در طراحی - شما نیاز دارید که دیدگاه های خود را دنبال کنید، اما با استفاده از رسانه های اجتماعی شما محدودیت طراحی خواهید داشت و صرفاً می توانید سربرگ و نمایه خود را سفارشی کنید. چارچوب کلی صفحه شما قادر به تغییر نیست و باید تابع قوانین کلی رسانه مورد نظر باشد.

گفتگوی باز - دنبال کنندگان^۸ می توانند سوالات را مطرح و نظرات و شکایات خود را مطرح و در صفحه شما منتشر کنند. این بدان معنی است که شما باید همواره به صفحه خود نظارت کنید. به عبارت دیگر، عموم مردم می توانند نظرات خود را در صفحه اجتماعی یا پروفایل خودشان به صفحه شما اضافه کنند. شما کنترل کاملی بر روی کامنت ها^۹ و توضیحات دنبال کنندگان ندارید.

ابزار محدود گزارش سازی - صاحبان وب سایت و صفحات اجتماعی برای پیشبرد اهداف نیاز دارند که در مورد مراجعین اطلاعاتی داشته باشند. می خواهند بدانند چند نفر و چه صفحاتی را تایید یا رد کرده اند، از کدام مناطق و کشورها هستند یا آدرس و تلفن آنها را داشته باشند، چه پست ها و صفحاتی را بیشتر یا کمتر دیده اند. برای این منظور به ابزارهای گزارش سازی جامعی نیاز دارند. سطح گزارش دهی و محتوای آنها در رسانه های اجتماعی کمتر از یک وب سایت است. شما فقط اطلاعاتی را که رسانه اجتماعی فراهم کرده است مشاهده خواهید کرد.

نداشتن مالکیت شخصی - رسانه های اجتماعی شرایط و ضوابط ارائه خدمات را تعیین و بر اساس آن محتوا و تبلیغاتی را که ارائه می شود کنترل می کنند. به عنوان مثال، اگر می خواهید یک مسابقه را در یک رسانه اجتماعی

^۷Branding

^۸Followers or Memmbers

^۹Comment

اجرا کنید، باید قوانین آن رسانه را دنبال کنید. همچنین اگر ارائه دهنده خدمات رسانه اجتماعی به هر دلیلی فعالیتش را متوقف کند اعضا دچار خسارت خواهند شد. این خسارت برای آنانی که تنها یک محیط برای معرفی خود دارند بیشتر خواهد بود.

ایده آل آن است که هر شخص فعال در حوزه های اجتماعی، اقتصادی، علمی و فرهنگی و کسب و کارها علاوه بر حضور در رسانه های اجتماعی، یک وب سایت برای خود داشته باشند. اما بعضی از شرکت های کوچک تصمیم می گیرند که فعالیت تبلیغی و معرفی خود را با یک صفحه در رسانه اجتماعی آغاز نمایند. این شرکت ها پس از مدت زمانی تصمیم می گیرند که وب سایتی هم برای فعالیت خود تدارک کنند، زمانی که آنها آماده ساختن یک وب سایت هستند، می توانند از صفحات رسانه های اجتماعی خود محتوا را برای انتشار در وب سایت انتخاب کنند.

وب سایت اینترنتی

اگر می خواهید به طور کامل بر روی نام تجاری خود کنترل داشته باشید، ایجاد وب سایت برای کسب و کارتان یک گزینه عالی خواهد بود. وب سایت متعلق به شماست و شما تصمیم می گیرید که برندان چگونه به نظر برسند و چه چیزی بر روی آن تاثیر بگذارد. و البته، در مورد کسب اعتبار در فضای مجازی هیچ گزینه ای نمی تواند جایگزین وب سایت باشد.

در نظر داشته باشید که وب سایت می تواند بیشتر از یک صفحه تبلیغی برای کسب و کار شما موثر باشد، وب سایت می تواند نقش یک مرکز بازاریابی و فروش به صورت چند رسانه ای پیشرفته را برای شما ایفا نماید.

مزایای وب سایت:

مقرون به صرفه – برای داشتن یک وب سایت گزینه های متفاوتی پیش روی شماست. گزینه های موجود از وب سایت رایگان تا وب سایت گران قیمت را در بر می گیرند. وب سایت های رایگان، بسته به نوع بودجه و نیازهای کسب و کار شما، ممکن است موقعیت خوبی داشته باشند. بعداً می توانید سایت رایگان خود را به یک وب سایت تجاری خریداری شده بهبود دهید.

کسب اعتبار - مراجعین و مشتریان انتظار دارند که شرکت‌ها امروز وب‌سایت‌های اختصاصی خود را داشته باشند. اگر یک وب‌سایت داشته باشید آنها بیشتر به کسب و کار شما اعتماد دارند.

کنترل کامل - زمانی که شما یا کسب و کارتان یک وب‌سایت اختصاصی دارید، گزینه‌ها و اختیارات بیشتری در مورد چگونگی ظاهر و عملکرد آن خواهید داشت. حتی از ابزار کم‌هزینه یا رایگان برای ساخت وب‌سایت می‌توانید استفاده کرده و از قالب‌های رایگان شروع کنید. به طور معمول می‌توانید قالب‌های رایگان را شخصی‌سازی کنید تا ظاهر وب‌سایت شما منحصر به فرد به نظر برسد.

بازاریابی بهتر - با استفاده از وب‌سایت، شما می‌توانید با مشتریان خود ارتباط برقرار کنید؛ کالا و خدمات خود را به فروش برسانید. یک وب‌سایت نه تنها امکانات بیشتری برای بازاریابی کسب و کار شما دارد؛ بلکه شما می‌توانید از روشهای بازاریابی بیشتری بهره‌مند شده و از طریق انتشار محتوای متفاوت شامل فیلم‌ها، نظرات مشتریان، وبلاگ‌ها و پیشنهادات ویژه تبلیغاتی بازار خود را گسترش داده و مشتریان را به خرید محصول یا شنیدن صدای خود تشویق کنید.

کاهش سربارهای تکراری - اکثر مصرف‌کنندگان ترجیح می‌دهند اطلاعات مورد نیاز خود در مورد محصول یا خدمات را آنلاین جستجو و دریافت کنند. اگر شما وب‌سایت خود را به منبعی مفید از اطلاعات در مورد محصول یا خدمات تبدیل کنید، می‌تواند هزینه‌های عملیاتی شما در بخش بازاریابی و تبلیغات را کاهش دهد.

در دسترس بودن ۲۴ ساعته - شما به طور اختصاصی می‌توانید ۲۴ ساعت شبانه‌روز و ۷ روز هفته در هر جای جهان به انجام تجارت مشغول باشید، حتی در زمانی که کسب و کار شما بسته باشد.

معایب وب‌سایت‌ها:

نگهداری - بسته به اندازه سایت، بروزرسانی محتوا به زمان و تلاش نیاز دارد.

افزایش پیچیدگی - بسته به پیچیدگی طراحی و عملکرد مورد انتظار، هزینه و زمان بیشتری برای طراحی و راه‌اندازی سایت لازم است.

تلاش بیشتر برای بازاریابی - شما باید برای کسب ترافیک (جذب مخاطب و تبدیل کردن او به مشتری) در وب سایت خود کار کنید. این بدان معناست که شما باید استراتژی بازاریابی داشته و به آن عمل کنید.

سخن پایانی:

جذب مخاطب و رساندن پیام و صدای خود به گوش آنها روشهای مختلفی دارد. کم هزینه ترین آنها ابزارهایی هستند که بر بستر اینترنت عمل می کنند.

وب سایت های اختصاصی که در مالکیت کامل افراد و کسب و کارها هستند، یکی از این ابزارها می باشند. رسانه های اجتماعی و پیام رسان ها هم نوعی دیگر از ابزار جلب توجه مخاطبین است.

بسته به میزان اهمیت محتوا، محصولی با خدماتتان می توانید هر یک از این گزینه ها را به تنهایی مورد استفاده قرار دهید.

برخی افراد و شرکتها از ترکیب وب سایت و رسانه های اجتماعی برای پیشبرد بهتر امور استفاده می کنند، چرا که ترکیب این ابزارها می تواند نتایج بهتری را سبب شود.

گسترش ویروس کرونا لزوم استفاده از فناوری های اطلاعاتی و ارتباطاتی را به وضوح نمایان کرد. یکی از درس های بزرگ این ویروس لزوم راه اندازی کسب و کارهای مجازی و کاهش زمان و هزینه تردهای غیر ضروری بوده است.