

23 راه برای افزایش ترافیک وب سایت در سال 2019

شما یک محصول عالی را انتخاب کرده اید و فروشگاه خود را طراحی کرده اید. در حال حاضر ، تمام آنچه شما باید انجام دهید این است که چگونه می توانید به وب سایت خود ترافیک وارد کنید تا فروش در آن ثبت شود.

از رسانه های اجتماعی گرفته تا هک های بازاریابی غیرمجاز، این مقاله به شما کمک می کند تا یاد بگیرید که چگونه می توانید ترافیک وب سایت در فروشگاه خود را افزایش دهید. شما همچنین می شنوید که متخصصان برای افزایش ترافیک در وب سایت های خود چه کاری انجام می دهند. و ما برخی از ابزارهای سئو ترافیک وب سایت را برای شما نام می بریم تا دریابید که چه میزان ترافیک را از کجا به دست آورید.

ترافیک وب سایت چیست؟

ترافیک وب سایت به شما می گوید که چند کاربر از وب سایت شما بازدید می کنند. ابزارهای تجزیه و تحلیل اغلب تعداد بازدیدهای صفحه و تعداد بازدیدهای هر صفحه منحصر به فرد را برای شما بازگو می کنند. تعداد بازدیدها از صفحه تعداد کل دفعاتی است که شخصی از سایت شما بازدید کرده است، در حالی که نمای صفحه منحصر به فرد به شما می گوید که چند نفر از سایت شما بازدید کردند - بعضی اوقات چندین بار و برخی فقط یک بار.

ایده این است که هرچه میزان ترافیک وب سایت بیشتر شود، فرصت بیشتری برای تبدیل کاربران خواهید داشت.

اما غالباً خواهید دید که با ترافیک بیشتر نرخ تبدیل پایین می آید. این امر می تواند به این دلیل باشد که ترافیک هدفمند نیست - اگرچه افراد بیشتری به سایت شما می آیند ، اما ممکن است همه آنها ماهر نباشند که احتمالاً محصول شما را خریداری کنند.

23 راه برای افزایش ترافیک به وب سایت شما

در اینجا 23 راه برتر برای افزایش ترافیک وب سایت در سال 2019 آورده شده است:

1- وب سایت خود را برای جستجو بهینه کنید

وقتی کار خود را شروع می کنید ، برای یافتن کلمات کلیدی که نشان دهنده هدف شما برای محتوای وبلاگ و ذخیره صفحات است ، توجه کنید. به طور معمول ، می خواهید بر روی یک یا دو کلمه کلیدی اصلی در هر صفحه تمرکز کنید. می توانید از ابزارهای سئو برای یافتن کلمات کلیدی مرتبط استفاده کنید.

در ابتدا ، روی کلمات کلیدی تمرکز کنید که حجم جستجو آنها زیر 10,000 جستجو در ماه است. پس از گذشت چند ماه از ایجاد محتوای وبلاگ و بهینه سازی صفحات محصول ، می توانید بر روی کلمات کلیدی با حجم بالاتر تمرکز کنید.

ترفند برای بدست آوردن ترافیک وب سایت، در ابتدا ایجاد یک پایه و اساس قوی از کلمات کلیدی مربوطه است. حتماً از وبلاگ موجود در فروشگاه آنلاین خود استفاده کنید زیرا این امر می تواند بیشترین تأثیر را در ترافیک ارگانیک به وب سایت شما داشته باشد.

2- محتوا جدید تولید کنید

محتوا جدید یک هک سئو است که افراد برای هدایت ترافیک به وب سایت شما به شکلی بزرگ انجام می دهند. در اصل ، شما باید محتوای قدیمی منسوخ شده را از صفحه وب خود حذف کرده و بخش های جدیدی را اضافه کنید تا محتوای شما مرتبط باشد. این در اصل یک دسترسی سریع در محتوای صفحه وب قدیمی است.

یک روش ساده برای تازه کردن محتوا برای صفحات محصول ، داشتن یک برنامه بررسی محصول است. این به مشتریان شما اجازه می دهد تا بررسی را در صفحه محصولات شما انجام دهند. این کار به Google نشان می دهد فعالیت منظم در صفحه و محتوای جدید وجود دارد. همچنین می توانید صفحات محصول خود را با گرفتن بازخورد مشتری و تبدیل به یک جمله در توضیحات خود ، "تازه" نگه دارید.

3- یک لینک سازی انجام دهید

یک لینک ها یکی دیگر از مؤلفه های مهم سئو هستند. هنگامی که یک سایت خارجی به سایت شما پیوند می خورد ، به Google علامت می دهد که سایت شما قابل اعتماد و مرتبط با کلمات موجود در متن است.

علاوه بر سئو ، یک لینک ها این امکان را دارند که ترافیک را به سمت فروشگاه شما هدایت کنند. ممکن است کاربران در آن سایتها روی شما کلیک کرده و مورد کاوش شما قرار بگیرند

4- کسب اطلاعات از رقبا

هر وقت یک فروشگاه اینترنتی جدید را راه اندازی می کنید، همیشه کنجکاو باشید که منابع اصلی ترافیک رقبا را بدانید. این کمک می کند تا درک کنید کدام کانال های بازاریابی را باید در اولویت قرار دهید.

از ابزار رایگان Alexa استفاده کنید. تمام کاری که شما باید انجام دهید این است که به وب سایت رقیب خود وارد شوید ، به "سایت های بالادست" بروید و به لیست وب سایت هایی که بلافاصله قبل از فرود در وب سایت رقیب خود مراجعه کرده اید ، نگاه کنید.

اگر می بینید که Google تمایل به انتخاب برتر دارد ، باید روی Google Ads و SEO تمرکز کنید. اگر فیس بوک وب سایت برتر است ، می دانید که باید تبلیغات فیس بوک ایجاد کنید. یا اگر یک وبلاگ بالاترین منبع ترافیک را دارد، می توانید برای همکاری با آن وبلاگ، روی ساختن یک استراتژی متمرکز شوید.

5- کلمات کلیدی طولانی و بهینه سازی شده

در حالی که بسیاری از کلمات کلیدی کوتاه تر ممکن است در تحقیقات کلمات کلیدی شما ظاهر شوند ، مهم است که به کلمات طولانی نیز توجه ویژه ای داشته باشید. اغلب ، این کلمات کلیدی خاص تر هستند. به همین ترتیب ، آنها معمولاً از حجم جستجوی کمتری و در نتیجه رقابت کمتر برخوردار هستند. این بدان معناست که نه تنها رتبه بندی برای کلمات کلیدی طولانی آسان تر نیست ، بلکه می توان حدس زد هدف جستجوگر نیز ساده تر باشد.

وقتی تجربه وب سایت متناسب با هدف جستجوگر را ایجاد می کنید ، به احتمال زیاد محتواهایی را که می خواهید تحویل می گیرید. این کمک خواهد کرد که ترافیک جستجوی ارگانیک تر به سایت شما از یک گروه هدفمند کاربران هدایت شود.

6- روزانه محصولات یا محتوای جدید را به وب سایت خود اضافه کنید

از آنجا که یکی از عوامل رتبه بندی گوگل محتوای تازه است، همچنین ایده خوبی است که به طور مرتب محتوای وب سایت خود را به روز کنید.

اما این فقط یک حرکت خوب برای SEO نیست. همچنین این دلیل را برای کاربران فراهم می کند که دوباره به سایت شما بازگردند. اگر آنها می دانند چیز جدیدی برای کشف وجود دارد، احتمالاً به سایت شما مراجعه می کنند تا بدانند مطلب جدید ایجاد شده، چیست.

7- میزبان محتوای اختصاصی وب

وبلاگ خود را راه اندازی کنید ، یک دوره رایگان ایجاد کنید ، ارائه اسلایدها ، هاست وبینارها را ایجاد کنید و سایر مطالب مرتبط را در سایت خود منتشر کنید. یک برنامه انتشار منظم را حفظ کنید و به کاربران اجازه دهید مشترک شوند ، بنابراین دلیلی برای ادامه بازگشت به سایت شما دارند.

8- پادکست را شروع کنید

پادکست ها مخاطبان عظیمی دارند و شروع پشتیبانی از نام تجاری آنلاین شما نیز می تواند باعث ترافیک سایت شما شود.

پادکست از چند طریق به شما سود می دهد:

آگاهی از برند تجاری: کاربران ممکن است ابتدا شما را از طریق پادکست کشف کنند و سپس برای کسب اطلاعات بیشتر به سایت شما مراجعه کنند.

ارتقا روابط مشتریان: از طریق محتوای پادکست به مشتریان خود ارزش اضافی بدهید. همچنین می توانید یک مؤلفه تعاملی را در سایت خود گنجانده باشید تا تجربه ای با نام تجاری صمیمی تر به آنها بدهید.

SEO: اگر پادکست های خود را رونویسی می کنید ، می توانید فایل صوتی را قرار دهید و متن را در وبلاگ سایت خود ارسال کنید ، به شما فرصت بیشتری می دهد تا برای جستجو بهینه شوید.

9- مسابقات و تخفیفات

اگر بخش عادی از استراتژی تجارت الکترونیک خود را به مسابقات اختصاص می دهید، به کاربران دلیل می دهید تا از سایت شما بازدید کنند و سایت را دنبال کنند.

وقتی کاربران وارد مسابقات می شوند ، شما نیز در آینده فرصتی برای بازاریابی به آنها خواهید داشت. تقریباً یک سوم از شرکت کنندگان در مسابقه حاضر به دریافت اطلاعات از برند هستند.

بعلاوه ، تا آنجا که علایق آنها پیش می رود ، بینش خاصی در مورد آنها خواهید داشت ، بنابراین می توانید استراتژی های مورد علاقه خود را برای خرید انتخاب کنید.

10- در سایت Medium مطلب بنویسید

Medium یک بستر انتشار آنلاین است که در آن افراد و برندها می توانند پست های وبلاگ را با ویرایش و طراحی اولیه HTML و CSS بنویسند. این پلتفرم، جامعه ناشران ایجاد کرده است که می توانند پست های دیگران را دنبال کنند و هم چنین تبلیغ کنند. می توانید به این انجمن نگاه کنید و برند خود را معرفی کنید. بعد از اینکه منابع خود را برای ایجاد یک تجربه عالی در زمینه محتوا سرمایه گذاری کرده اید ، خوانندگان خود را جذب می کنید. با درج لینک هایی که به سایت شما ارسال می شود ، می توانید خوانندگان را به فروشگاه اینترنتی خود سوق دهید.

11- افزایش ترافیک وب سایت از طریق فیس بوک

شما می توانید ترافیک وب سایت را از گروه های فیس بوک ، آگهی های فیس بوک ، مسنجر ، پست های رسانه های اجتماعی و البته صفحه کسب و کار خود دریافت کنید.

برای دارندگان فروشگاه های آنلاین ، می توانید محصولات را در گروه های خرید و فروش فیس بوک تبلیغ کنید تا از ترافیک وب سایت از افرادی که به خرید محصولات شما علاقه مند هستند اطمینان حاصل کنید.

همچنین ، با ترکیب تبلیغات فیس بوک با ارسال مداوم در صفحه فیسبوک ، شانس دریافت ترافیک وب سایت از مناطق مختلف در Facebook را افزایش می دهید. با مراجعه به برنامه های گفتگوی فیس بوک ، راحت می شوید زیرا می توانید پیوندها به صفحات محصول یا محتوای وبلاگ را برای مشتریان بالقوه و واقعی به اشتراک بگذارید.

12- بازاریابی اینستاگرام را امتحان کنید

با گذشت زمان ، اینستاگرام به دلیل ویژگی های تجاری مناسب و تعداد زیاد مخاطبان، به یک کانال بازاریابی بهتر برای خرده فروشان آنلاین تبدیل می شود.

در حالی که می توانید با داشتن لینک در بیوگرافی خود ترافیک را افزایش دهید ، می توانید با داشتن شرکت های وابسته ، افرادی که محصولات شما را برای کمیسیون به بازار عرضه می کنند ، این کار را انجام دهند ، لینک ارجاع خود را به حساب های اینستاگرام خود اضافه کنند.

با ایجاد تبلیغات ترافیکی می توانید ترافیک وب سایت را افزایش دهید. و حتی می توانید پیوندهایی به استوری ، پست و عکس های اینستاگرام اضافه کنید. برای ایجاد گالری اینستاگرام می توانید از ابزارهای رایگان مانند Showcase استفاده کنید.

بنابراین ، اگر لینک سایت خود را در بیوگرافی خود اضافه کنید ، به دنبال آن فالوورهای اینستاگرام را به سمت گالری های قابل فروش در وب سایت شما هدایت می کند. این امر همچنین به تقویت تبدیل کمک می کند زیرا این امکان را به شما می دهد تا محصولات را در پست های خاص اینستاگرامی که ایجاد می کنید ، خریداری کنند.

13- افزایش ترافیک وب سایت از طریق LinkedIn

برای اکثر خرده فروشان آنلاین ، LinkedIn اغلب به عنوان آخرین مکانی است که از ترافیک آن استفاده می کنید. گرچه ممکن است بزرگترین اولویت نباشد ، هنوز می توانید یک جریان ثابت از ترافیک را از این منبع دریافت کنید.

بسیاری از فروشندگان آنلاین از LinkedIn برای به اشتراک گذاشتن اخبار PR خود استفاده می کنند. به عنوان مثال ، اگر اخیراً به یک موسسه خیریه اهدا کرده اید ، می خواهید یک کارمند را از تیم خود برجسته کنید یا به یک نقطه عطف بزرگ برای کسب و کار خود دست پیدا کنید ، ممکن است مقاله ای از وب سایت خود در LinkedIn به اشتراک بگذارید.

به اشتراک گذاشتن پیوندهای محصول غیر معمولی است ، مگر اینکه محصول برای اولین بار در نوع خود باشد. فیلم ها از نظر دیدگاه و درگیری بسیار خوب در LinkedIn کار می کنند. با افزودن پیوندی به وب سایت خود در یک پست با یک ویدیو ، می توانید میزان ترافیک وب سایت را افزایش دهید.

14- دکمه اشتراک گذاری در شبکه های اجتماعی را اضافه کنید

دکمه های اشتراک اجتماعی را به صفحات اشتراکی مانند پست های وبلاگ ، صفحات محصول و تصاویر و سایر محتوای وب سایت اضافه کنید. این دکمه های اشتراک اجتماعی امکان ارسال محتوای شما (با لینک ها) را برای کاربران آسان می کند ، و به شما ترافیک می دهد. وقتی شبکه آنها این پست ها را می بیند ، می توانند به سایت شما کلیک کنند.

15- ایمیل مارکتینگ

با ایمیل مارکتینگ، می توانید تا زمانی که مشتریان دارای اشتراک هستند، ترافیک وب سایت را به فروشگاه خود هدایت کنید. با توجه به اینکه سایتهای رسانه های اجتماعی به طور مداوم دسترسی شما را محدود می کنند ، بازاریابی از طریق ایمیل تنها کانال بازاریابی است که می توانید بر آن کنترل کامل داشته باشید.

ایجاد لیست برای بازاریابی ایمیل می تواند مدت زمان زیادی طول بکشد ، بنابراین مهم است که از روز اول شروع کنید.

همچنین می توانید از Spin-a-Sale برای جمع آوری ایمیل در هنگام خروج استفاده کنید ، یا Product Notify را امتحان کنید که در صورت تغییر قیمت محصول ، به چه افرادی ایمیل ارسال می کنید.

16- افزایش ترافیک وب سایت از طریق توییتر

در حالی که توییتر در حال خراب شدن در مورد اتوماسیون اسپم است ، شما هنوز هم می توانید از این منبع ترافیکی استفاده کنید. اگر هنوز فقط یاد می گیرید که چگونه ترافیک وب سایت را افزایش دهید ، توییتر یک بستر عالی برای آزمایش است. نیازی به نگرانی در مورد محدودیت دسترسی ندارید. با کمک هشتگ های مربوطه ، می توانید مخاطبی بزرگتر از تعداد دنبال کننده های خود داشته باشید.

17- در انجمن ها شرکت کنید

انجمن ها جوامع دیجیتالی هستند که افراد از آنها سؤال می کنند و در مورد هر موضوعی بحث می کنند. Quora, Reddit و هم چنین انجمن های ایرانی چند مورد از محبوب ترین و شناخته شده ترین انجمن ها هستند. تقریباً در مورد هر موضوعی گروه و موضوعات وجود دارد.

18- با برندهای دیگر همکاری کنید

مشارکت برند، اعتبار شرکت شما را تأیید می کند و شما را در مقابل مخاطب هدفمند قرار می دهد. هر همکاری با نام تجاری باید نوعی جزء دیجیتالی داشته باشد، به خصوص اگر می خواهید ترافیک سایت خود را هدایت کنید.

این امر می تواند شامل تبلیغ متقابل در رسانه های اجتماعی یا ایمیل و همچنین پیوندهایی به سایت شما از طریق آنها باشد.

19- بهترین منبع ترافیکی خود را بهینه کنید

به تجزیه و تحلیل خود نگاهی بیندازید و بدانید بهترین منبع ترافیکی شما چیست. برای تعیین بهترین منابع، در نظر بگیرید:

کدام منابع بیشترین حجم ترافیک را ارسال می کنند

کدام منابع بالاترین میزان ترافیک را تبدیل می کنند

کدام منابع بیشترین ترافیک را ارسال می کنند

20- وبسایت خود را برای استفاده با موبایل بهینه کنید

در این آپدیت گوگل ابتدا ورژن موبایل شما را در نظر میگیرد و بعضی اوقات نسخه دسکتاپ سایت را در نظر نمی گیرد، به همین دلیل برای افزایش ترافیک سایت به وسیله سرچ ارگانیک می توانید موبایل خود را بهینه کنید.

گوگل ابزار رایگان Mobile-Friendly Test را در این زمینه ارائه کرده است. برای استفاده از این ابزار با دریافت آدرس وبسایت میزان بهینه بودن سایت را برای موبایل به شما اطلاع می دهد و پیشنهاداتی برای بهبودی سایت به شما می دهد.

21- به مطالب خود تصویر و ویدئو اضافه کنید

در این مورد سعی کنید در بین مطالب خود ویدئو، اینفوگرافیک و یا تصویرهای مرتبط با متن بگذارید. با بررسی به وسیله ی (industry studies) در مطالبی که از تصاویر بیشتری استفاده کرده اند سعی کنید از محتوایی که بدون تصویر است در شبکه های اجتماعی به اشتراک بگذارید.

22- سرعت سایت خود را بالا ببرید:

بسیاری از کاربران برای لود شدن سایت صبر نمی کنند به همین دلیل بهتر است سایت خود را از نظر فنی به نحوی بهینه سازی شود که سایت با سرعت بالا بیاید به همین دلیل در این روش سایز عکس هایی که در سایت قرار داده شده است ساختار و عملکرد third party plugin از ویژگی های مهم در سرعت لود سایت می باشد.

23- از گوگل آنالیتیکس غافل نشوید:

Google Analytics یک برنامه تحلیل ترافیک وب سایت است که آمار و تحلیل زمان واقعی و تجزیه و تحلیل تعامل کاربر با وب سایت را ارائه می دهد. Google Analytics با هدف تفسیر و بهینه سازی عملکرد وب سایت، صاحبان وب سایت ها را قادر می سازد تا بازدید کنندگان خود را تجزیه و تحلیل کنند. Google Analytics می تواند تمام انواع رسانه های دیجیتال را ردیابی کرده و به مقصد بالادست وب، تبلیغات بنر و متنی، ارسال نامه الکترونیکی و ادغام با سایر محصولات Google ردیابی کند.

3 ابزار تحلیل ترافیک وب سایت در سال 2019

در اینجا 3 ابزار برتر ترافیک وب سایت در سال 2019 وجود دارد که می توانید از آنها استفاده کنید:

Shopify – 1

گزارش های بررسی ترافیک وب سایت Shopify به شما کمک می کند تا درک کنید چه میزان ترافیکی از فروشگاه شما دریافت می کند. تحت گزارشات، در فهرست سمت چپ فروشگاه Shopify خود ، می توانید تحلیل ها را مرور کرده و تاریخ های مشخص را انتخاب کنید تا ببینید ترافیک وب سایت شما چقدر است.

با ارجاع متقابل این کار با سایر گزارش ها ، از جمله "نرخ تبدیل فروشگاه آنلاین" ، بهتر خواهید فهمید که آیا از مخاطب هدف ترافیک را دریافت می کنید یا خیر.

Alexa – 2

الکسا جستجوگر وب سایت با تحقیقات رقابتی کمک می کند. به عبارت دیگر ، اگر می خواهید منابع ترافیکی رقبا را بدانید ، این ابزاری است که می توانید از آن استفاده کنید. به علاوه ، این برنامه رایگان است.

از این وب سایت برای ترافیک وب سایت هنگام ساخت فروشگاه های جدید استفاده کنید تا ببینید منابع اصلی ترافیک رقبا چه هستند. همچنین می توانید از آن برای نظارت بر محبوبیت رقابت استفاده کنید – آیا روند ترافیکی رو به بالا ، پایدار یا نزولی است.

SameWeb – 3

جستجوگر ترافیک وب سایت SameWeb تعداد کل بازدیدهای صفحه ، مدت زمان بازدید ، منابع برتر ترافیک و موارد دیگر را برای وب سایت های رقیب به شما می گوید.

این جستجوگر ترافیک وب سایت حتی سایت های ارجاعی برتر را در اختیار شما قرار می دهد تا بتوانید برای دستیابی به آن وب سایت ها یک برنامه ایجاد کنید تا به وب سایت خود پیوند دهید. در این خصوص درصد ترافیک ارگانیک را می شناسید تا به شما در درک بهتر نحوه استراتژی بهتر تولید ترافیک خود کمک کند.