## ۱۰ تکنیک‌ طلایی جذب مشتری به صورت آنلاین

بازار تجارت آنلاین تقریبا تمام قواعد بازاریابی سنتی را برهم زده است. در گذشته شاید ملاک‌های خرید به نزدیک‌بودن فروشگاه و بازاریابی دهان‌به‌دهان محدود می‌شد، اما امروزه این روش‌ها دیگر به تنهایی کارساز نیستند. اینترنت به مشتریان شما امکان می‌دهد تا تنها با یک کلیک، هر کجا که باشند و از هر فروشگاهی که مدنظرشان است، خرید کنند. حال چالش اصلی اینجاست:

**با وجود گزینه‌های بی‌شماری که مشتریان در اختیار دارند، شما چگونه آن‌ها را به فروشگاه آنلاین خود جذب می‌کنید؟ آیا با ترفندهای جذب مشتری به صورت آنلاین آشنایی دارید؟**

اگر پاسختان منفی است تا پایان این مقالهٔ جذاب با هارمونی همراه باشید!

# روش‌های جذب مشتری به صورت آنلاین

فرقی نمی‌کند که فروشگاه آنلاین شما زمان زیادی است که راه‌اندازی شده یا به تازگی ماجراجویی خود را در حوزۀ تجارت الکترونیک آغاز کرده‌اید؛ در هر صورت برای موفقیت در این مسیر، باید با **روش‌های جذب مشتری آنلاین** آشنا باشید.

## هدایت مشتریان به دنیای آنلاین و خرید الکترونیکی آن‌ها، پروسه‌ای پیچیده، چالش‌برانگیز و در عین حال، حیاتی است. در ادامه با اصول افزایش جذب مشتری در فروشگاه‌های آنلاین آشنا خواهید شد.

### ۱) برای نشان دادن محصولات، از عکس‌های باکیفیت استفاده کنید

خودتان را جای مشتریان بگذارید؛ آیا حاضرید برای کالایی که عکسی از آن ندیده‌‌اید، پولی بپردازید؟ برای یک عکاسی باکیفیت به نکات زیر توجه کنید:

* تا حد ممکن از پس‌‌زمینهٔ سفید یا تک‌رنگ استفاده کنید. پس‌زمینهٔ شلوغ ممکن است حواس مخاطب را از محصولتان پرت کند.
* از نور فلش برای عکاسی استفاده نکنید. نور طبیعی یکی از بهترین گزینه‌ها است اما در صورت در دسترسی‌نبودن، از نور مصنوعی استفاده کنید. شاید این روش کمی هزینه‌بر باشد اما مطمئن باشید ارزشش را دارد.
* برای پیشگیری از مشکلاتی مانند تاری تصویر، بهتر است از سه‌پایه استفاده کنید.
* یک عکس هرگز کافی نیست؛ از بالا، پایین و زوایای مختلف محصول عکس بگیرید تا مخاطب بهتر بتواند تصمیم‌گیری کند. همچنین این کار میزان مرجوعی محصولات را کاهش می‌دهد.
* عکس‌ها را با وضوح بالا بگیرید تا در صورت بزرگ‌نمایی توسط کاربر، کیفیت آن افت نکند.
* در صورت نیاز، برای افزایش سرعت سایت با استفاده از فتوشاپ یا ابزارهای دیگر، حجم عکس‌ها را کاهش دهید. مراقب باشید که این‌کار باعث افت محسوس کیفیت عکس نشود.

**یک پیشنهاد:** به مشتریانتان پیشنهاد دهید از محصولات خریداری‌شده از فروشگاه اینترنتی شما عکس بگیرند و برایتان ارسال کنند. انتشار این عکس‌ها می‌تواند از حرفه‌ای‌ترین عکاسی‌های معروف‌ترین استودیوهای جهان هم موثرتر باشند!

**۲) افزایش مشتریان جدید با ارسال رایگان محصول**

در اغلب موارد، مانع نهایی تکمیل خرید برای مشتریان، هزینه‌های مربوط به ارسال است. همان‌طور که بالاتر هم گفتیم، حدود ۶۹ درصد سبدهای خرید به دلیل اینکه مشتریان نمی‌خواهند هزینه‌های بالایی برای دریافت کالاهای خود بپردازند (و البته برخی دلایل دیگر)، رها می‌شوند.

اگرچه این کار همیشه ممکن نیست، اما ارائۀ خدمات ارسال رایگان یا تخفیف در این زمینه، از بهترین روش‌های جذب مشتری آنلاین محسوب می‌شود. جالب است بدانید که برخی از فروشگاه‌های اینترنتی مانند دیجی‌کالا محصولات خود را برای مشتریانی که بیشتر از یک مبلغ مشخص خرید می‌کنند، به صورت رایگان ارسال می‌کنند؛ این تکنیک می‌تواند کاربران را ترغیب کند تا اقلام بیشتری را به سبد خرید خود اضافه کنند و شاخص مهم میانگین ارزش سفارش یا AOV را در فروشگاه اینترنتی شما افزایش دهند.

### ۳) برای مشتریان جدید خود تمایز قائل شوید

با مشتریان خود معامله کنید! بسیاری از فروشگاه‌های آنلاین برای جذب مشتریان جدید، به آن‌ها مزیت‌هایی ارائه می‌کنند. برای مثال، هزینۀ 3 خرید اول آن‌ها با 20 درصد تخفیف محاسبه می‌شود یا ارسال محصولات به صورت رایگان خواهد بود. پیشنهادهایی از این قبیل می‌توانند افراد جدیدی را به لیست مشتریان وفادار شما اضافه کنند.

### ۴) جذب مشتری‌های جدید با مشتری‌های فعلی

هنگامی که بلوبانک (یک استارتاپ بانکی آنلاین) به تازگی شهرت پیدا کرده بود، کاربران برای ثبت‌نام در آن به یک کد معرف نیاز داشتند. در واقع کسانی که در بلوبانک ثبت‌نام کرده بودند، می‌توانستند کد دعوت خود را به اطرافیانشان بدهند تا آن‌ها هم بتوانند از این بانک آنلاین استفاده کنند.

به ازای هر نفری که با یک کد مشخص وارد بلوبانک می‌شد، شخص معرف 30 هزار تومان دریافت می‌کرد. در واقع این استراتژی برای کاربران قدیمی، کاربران جدید و اهداف بازاریابی پلتفرم، کارساز بود!

شما هم می‌توانید برای جذب مشتریان جدید، از مشتریان کنونی خود استفاده کنید. کمی زمان بگذارید و رویکردی هوشمندانه در پیش بگیرید تا مشتری‌هایتان را به دعوت از دیگران برای خرید از شما ترغیب کند.

### ۵) سئو، راه را برای شما هموار می‌کند

یکی از کلیدی‌ترین تکنیک‌های جذب مشتری آنلاین و هدایت ترافیک به وبسایت، بهینه‌سازی صفحات وبسایت برای موتورهای جستجو یا سئو (SEO) است. اگر بتوانید برای عباراتی که توسط کاربران جستجو می‌شود، در رتبه‌های برتر صفحهٔ نتایج قرار بگیرید، ترافیک قابل توجهی را به فروشگاه آنلاین خود هدایت خواهید کرد.

به عنوان مثال اگر یک فروشگاه آنلاین لوازم آرایشی و بهداشتی دارید، می‌توانید عباراتی مانند «خرید کرم پودر»، «کرم ضد آفتاب»، «بهترین برند رژ لب» و مواردی از این قبیل را به عنوان کلمات کلیدی در نظر داشته باشید و برای آن‌ها صفحاتی در وبسایت‌تان طراحی کنید. این صفحه‌ها را به صورتی بهینه کنید که کاربران با جستجوی این کلمات، به فروشگاه آنلاین شما هدایت شوند. فراموش نکنید بیشتر افرادی که این کلمات را جستجو می‌کنند، قصد خرید قطعی این محصولات را دارند و در واقع مشتریان بالقوهٔ شما محسوب می‌شوند.

از بهترین روش‌ها برای بهبود سئوی وبسایت، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

* تحقیق کلمات کلیدی دقیق و هدفمند؛
* رفع مشکلات تکنیکال مانند سرعت سایت؛
* تولید محتوای کاربردی برای مخاطب هدف؛
* استفاده از رپورتاژ آگهی؛
* و...

### ۶) فقط به وبسایت‌تان اکتفا نکنید

این بسیار خوب است که بیشتر منابع مالی خود را صرف توسعهٔ وبسایت خود می‌کنید؛ اما این موضوع نباید سبب ازدست‌دادن سایر کانال‌های بازاریابی برای کسب‌وکارتان شود. این‌ روزها مارکت پلیس‌ها نقش بسیار پررنگی را در فروش محصولات ایفا می‌کنند؛ شما چرا از این فرصت استفاده نکنید؟

توصیه می‌کنیم همین حالا اقدامات زیر را انجام دهید:

۱) بسته به نوع محصول خود در وبسایت‌هایی مانند ترب، ایسام و باسلام ثبت‌نام کنید. این پلتفرم‌ها رتبه‌های خوبی در صفحهء نتایج گوگل دارند و به همین دلیل ترافیک قابل توجهی را به‌ سمت سایت خود جذب می‌کنند.

۲) اگر نقدینگی و قدرت تامین بالایی دارید می‌توانید در مارکت‌ پلیس‌های محبوب‌تری مانند دیجی‌کالا و تیمچه به‌عنوان فروشنده فعالیت کنید. ایراد این دو مارکت پلیس دریافت سود از فروش و قوانین تسویه حساب کمی سرسختانه است؛ بنابراین باید نقدینگی کافی داشته باشید تا در صورت تاخیر در پرداخت، مشکلی در کسب‌وکارتان ایجاد نشود.

۳) فروش خود را به پلتفرم‌های افیلیت مارکتینگ (همکاری در فروش) بسپارید. این پلتفرم‌ها کار بازاریابی و فروش محصول شما رو انجام می‌دهند و در قبال این کار درصدی از فروش را دریافت می‌کنند. از بهترین پلتفرم‌های افیلیت مارکتینگ می‌توان به شبکهٔ همکاری در فروش چاوش اشاره کرد.

**۷) در شبکه‌های اجتماعی فعالیت داشته باشید**

فعالیت در شبکه‌های اجتماعی یکی از بهترین **تکنیک‌های جذب مشتری آنلاین** است. این رسانه‌ها به شما امکان می‌دهند تا با مخاطبان خود ارتباط برقرار کرده و آن‌ها را به مشتریان همیشگی خود تبدیل کنید. در این زمینه، نکات زیر را به خاطر بسپارید:

**نکتهٔ۱:** مناسب‌ترین شبکه‌‌های اجتماعی را بسته به مخاطب هدف خود انتخاب کنید. حتما لازم نیست در همهٔ آن‌ها فعالیت داشته باشید. برای مثال اگر کسب‌وکار شما B2C است، احتمالا لینکدین جای مناسبی برایتان نیست و بهتر است تمرکزتان را بر روی اینستاگرام و توییتر بگذارید.

**نکتهٔ ۲:** برای جذب ترافیک و بهبود سئو وبسایت از آپارات و نماشا استفاده کنید. شاید مخاطبان مستقیمی که از این منابع به وبسایت شما می‌آیند، کم باشند اما گزینه‌های مناسبی برای سوشال سیگنال هستند.

**نکتهٔ ۳:** الگوریتم‌های شبکه‌های اجتماعی مخصوصا اینستاگرام به انتشار منظم و مستمر محتوا حساس است. پس بهتر است ابتدا یک تقویم محتوایی تدوین کرده و به آن پایبند باشید.

**یک پیشنهاد:** برای ساده‌سازی فعالیت در شبکه‌های اجتماعی می‌توانید از وبسایت نوین‌هاب استفاده کنید. این ابزار به شما این امکان را می‌دهد تا پست‌هایتان را از قبل آماده کرده و طبق زمان‌بندی خودتان آن‌ها را به‌صورت خودکار ارسال کنید.

**یک پیشنهاد دیگر:** پلتفرم‌هایی مانند Coco.gl و not just analytics صفحات اینستاگرام را تجزیه و تحلیل می‌کنند و داده‌های ارزشمندی را در اختیارتان قرار می‌دهند؛ حتما از آن‌ها برای تحلیل صفحهٔ رقبایتان استفاده کنید.

### ۸) ریتنشن مارکتینگ (بازاریابی بازگشتی) را جدی بگیرید

«ریتنشن مارکتینگ» یا «بازاریابی بازگشتی» می‌تواند کسب‌وکار شما را متحول کند. لیستی از مشتریان قدیمی خود داشته باشید و برنامه‌ای برای برقراری ارتباط دوباره با آن‌ها تنظیم کنید. به کاربرانی که مدت‌هاست از شما خرید نکرده‌اند یا در اواسط روند از خرید خود منصرف شده‌اند، ایمیل یا پیامک دهید و با یک پیشنهاد جذاب، آن‌ها را برای خرید دوباره ترغیب کنید.

فلیپ کاتلر معتقد است که هزینهٔ جذب مشتری جدید، حدود ۵برابر بیشتر از حفظ مشتری فعلی است. از این ظرفیت استفاده کنید و دوباره به مشتریان وفادار خود محصولات‌تان را بفروشید. در ادامهٔ این بخش دربارهٔ ۳جزء اصلی ریتنشن‌مارکتینگ یعنی «ایمیل مارکتینگ»، «اس‌ام‌اس مارکتینگ» و «سبدهای خرید رهاشده» بیشتر صحبت می‌کنیم.

### ایمیل و اس‌ام‌اس مارکتینگ

به آمار زیر توجه کنید:

* ۵۴ درصد از مشتریان معتقدند شرکت‌هایی که برایشان ایمیل ارسال می‌کنند، در حوزهٔ کاری خود حرفه‌ای‌تر هستند؛
* ۷۱ درصد از مشتریان آخرین ایمیلی را که برای خرید محصول از یک کسب‌وکار دریافت کرده‌اند، به یاد می‌آورند!

همهٔ این موفقیت‌ها تنها با دریافت شمارهٔ موبایل و ایمیل مخاطبان وبسایت شما به‌دست می‌آید؛ شگفت‌انگیز نیست؟ بیشتر تلاش‌های ما در بازاریابی برای تبدیل‌شدن به یک برند قابل اعتماد است و ایمیل مارکتینگ همانند یک کاتالیزگر به این پروسه سرعت می‌دهد. در ایمیل مارکتینگ شما می‌توانید:

* مشتریان بالقوهٔ خود را به مشتریان بالفعل تبدیل کنید؛
* لید یا سرنخ‌های خود را به خوبی پرورش دهید؛
* مشتریانی را که در اواسط روند خرید، منصرف شده‌اند، با یک پیشنهاد وسوسه‌کننده به خرید ترغیب کنید.

این‌ها تنها چندمورد از کاربردهای استفاده از ایمیل مارکتینگ است. حال اجازه دهید چند ایده برای انجام این کار به شما معرفی کنیم:

۱) طبق یک تقویم محتوایی منظم پست‌های بلاگ وبسایت‌تان را برای مخاطبان بفرستید؛

۲) براساس CRM و مشورت با واحد بازاریابی و فروش کسب‌وکارتان، کد تخفیف یا یک پیشنهاد ویژه و شخصی‌سازی شده برای مشتریانتان ارسال کنید؛

۳) یک کتاب الکترونیکی که به یکی از مهم‌ترین مشکلات مخاطب پرداخته است، برای آن‌ها ایمیل کنید. توصیهٔ ما این است که کتاب توسط تیم محتوای کسب‌وکارتان نوشته شده باشد؛

۴) اتوماسیون بازاریابی داشته باشید؛ برای مثال سیستم را طوری تنظیم کنید که در هنگام «ثبت‌نام در سایت» یا «پرداخت موفق» به‌صورت خودکار برای مشتریانتان ایمیل و پیامک ارسال شود؛

۵) به یکی از سوالات بسیار متداول مشتریانتان را به‌صورت ویدیویی پاسخ دهید؛

۶) محصولات جدیدتان را به همراه یک کد تخفیف ترغیب‌کننده برای لیست ایمیل خود بفرستید.

**یک پیشنهاد:** نجوا یکی از حرفه‌ای‌ترین پلتفرم‌ها برای ریتنشن مارکتینگ است و می‌توانید از آن برای بهبود فرایندهای ایمیل‌مارکتینگ و اس‌ام‌اس مارکتینگ خود استفاده کنید.

ایجاد لیست ایمیل و پیامک یکی از بهترین روش‌ها برای جذب مشتری آنلاین است و ارتباط شما را با مشتریان وفادارتان حفظ می‌کند.

### پایش سبدهای خرید رهاشده

بگذارید با یک آمار جنجالی دیگر شما را غافلگیر کنیم.  
یک مطالعه نشان داده که میانگین نرخ رهاکردن سبد خرید در فروشگاه‌های آنلاین چیزی در حدود ۶۹ درصد است! یعنی حدود دوسوم مشتریان در میانهٔ راه از خریدشان منصرف می‌شوند. این آمار به‌خوبی اهمیت پایش سبدهای خرید و بازاریابی بازگشتی را نشان می‌دهد. حال برای دستیابی به این منبع مالی عظیم چه‌کاری باید انجام دهیم؟

با استفاده از افزونه‌های طراحی‌شده برای «بازاریابی سفارش‌های رهاشده» به سادگی می‌توانید این مشکل را حل کنید. این افزونه‌ها سبدخرید مشتریان را ردیابی کرده و در صورت تکمیل‌نشدن سفارش، به‌صورت خودکار برای مخاطب پیامک و ایمیل ارسال می‌کند. همچنین این امکان هم وجود دارد که در بازه‌های زمانی تعیین‌شده توسط شما این پیامک و ایمیل مجددا به مخاطبان هدفتان ارسال شود.

سازندهٔ افزونهٔ ایرانی XCart [که برای حل این مشکل طراحی شده است.] معقتد است که پایش سبدهای خرید رهاشده حداقل ۳۰درصد فروشتان را افزایش می‌دهد.

**یک پیشنهاد:** مجوزهایی مانند اینماد، عضویت در اتحادیهٔ کسب‌وکارهای اینترنتی و... را علاوه‌بر فوتر سایت در صفحهٔ پرداخت‌تان هم قرار دهید. این کار میزان رهاشدن سبدخرید را به میزان قابل توجهی کاهش می‌دهد. در یک تجربهٔ واقعی، ما با قراردادن «تگ تضمین کالا» در قسمت پرداخت، نرخ تبدیل یک فروشگاه اینترنتی را ۸.۸ درصد افزایش دادیم.

### ۹) داده‌های مشتریان خود را تجزیه و تحلیل کنید

قبل از شروع این بخش لطفا به سوالات زیر پاسخ دهید:

۱) تا به‌حال به این موضوع فکر کرده‌اید که سفر مشتری در وبسایت‌تان چقدر بهینه‌سازی شده و مخاطبان در مواجهه با آن چه رفتاری از خود نشان می‌دهند؟

۲) مخاطبانتان چندبار بر روی دکمه‌ها یا کال‌تو‌اکشن‌های وبسایت‌تان کلیک کرده‌ یا فرم‌ها را پر کرده‌اند؟

۳) کدام قسمت از لندینگ‌پیج تبلیغاتی شما مورد توجه قرار گرفته است و مخاطب بیشتر زمانش را در آن قسمت صرف می‌کند؟

اگر پاسخ سوالات بالا را نمی‌دانید یعنی از گنجینه‌ای به‌نام «داده» استفاده نمی‌کنید. یکی از تفاوت‌های اصلی بازاریابی دیجیتال نسبت به همتای خود یعنی بازاریابی سنتی این است که ما می‌توانیم با استفاده از دنیایی از اطلاعات، رفتار مشتریان را تحلیل کنیم و بهترین نتیجه را از لندینگ‌پیج‌های کمپین‌های تبلیغاتی یا صفحات فروشمان بگیریم.

**یک پیشنهاد:** همین حالا اقدامات زیر را انجام دهید:

۱) وبسایت‌تان را به گوگل آنالیتیکس و گوگل تگ منیجر متصل کنید؛

۲) در گوگل آنالیتیکس ایونت‌های متناسب با ردیابی دادهٔ موردنیازتان را تنظیم کنید؛ به‌عنوان مثال یکی از ایونت‌های خوب این است که چند درصد از مخاطبان بلاگ‌پست‌ها فرم‌های اواسط مطلب را پر می‌کنند؟ چند درصد از آن‌ها بر روی دکمه یا کال‌تو‌اکشن‌ها کلیک می‌کنند؟

**نکتهٔ مهم:** برای ردیابی برخی از داده‌ها لازم است از گوگل تگ منیجر به همراه گوگل آنالیتیکس استفاده کنید.

۳) وبسایت خود را به ابزارهایی مانند هاتجر یا مایکروسافت کلاریتی متصل کنید. این ابزارها رفتار مخاطبان را به‌شکلی دقیق تجزیه و تحلیل می‌کنند و در قالب نقشه‌های حرارتی (Heat Map) در اختیار شما قرار می‌دهند. این اطلاعات ارزشمند در بهبود تجربهٔ کاربری (UX) نقش بسیار حیاتی را ایفا می‌کنند.

علاوه‌بر ابزارهای بالا می‌توانید از گوگل آپتیمایز برای A/B تستینگ لندینگ‌پیج‌های خود استفاده کنید. به‌عنوان مثال شما تصمیم به اجرای یک کمپین تبلیغاتی PPC دارید و برای آن دو لندینگ‌پیج با UI مختلف طراحی کرده‌اید؛ حال سوال این است که کدام‌ یک از این لندینگ‌پیج‌ها نرخ تبدیل بیشتری را برای ما به ارمغان می‌آورند؟ با گوگل آپتیمایز می‌توانید به پاسخ این سوال دست پیدا کنید.

**یک پیشنهاد دیگر:** گاهی تنوع داده‌ها به‌قدری زیاد می‌شود که تحلیل آن‌ها تقریبا غیرممکن است. برای تفکیک این داده‌ها که از ابزارهای مختلفی به دست می‌آیند، می‌توانید از ابزار فوق‌العادهٔ گوگل دیتا استودیو استفاده کنید و همهٔ گزارش‌ها را به‌صورت منظم و در داشبوردهای شخصی‌سازی‌شده ببینید. بررسی و تحلیل داده کار کاملا تخصصی است و باید توسط یک پرفورمنس مارکتر باتجربه انجام شود. زیرا تحلیل اشتباه می‌تواند به‌جای رشد، نرخ تبدیل وبسایت شما را کاهش دهد. یکی از مزیت‌های آژانس هارمونی دارابودن متخصصان باتجربه‌ای است که سال‌ها در زمینهٔ پرفورمنس مارکتینگ فعالیت داشته‌اند و تجربهٔ کاربری از بسیاری کسب‌وکارها و برندهای بزرگ را بهبود بخشیده‌اند.

### ۱۰) تبلیغات کلیکی، روشی پربازده برای جذب مشتری

یکی از روش‌های بازاریابی آنلاین، تبلیغات کلیکی [پرداخت به ازای کلیک (Pey per Click)] است. در این روش شما فقط به ازای هر دفعه‌ای که روی تبلیغتان (بنر، متن و...) کلیک می‌شود، مبلغی پرداخت می‌کنید. PPC یکی از محبوب‌ترین روش‌های بازاریابی اینترنتی است که حتی غول‌های تکنولوژی جهان مانند گوگل، از آن استفاده می‌کنند. برخی از انواع تبلیغات کلیکی عبارتند از:

* تبلیغات کلیکی گوگل ادز؛
* تبلیغات همسان؛
* تبلیغات موضوعی؛
* تبلیغات محصول؛
* تبلیغات ریتارگتینگ؛
* تبلیغات پوش نوتیفیکشن؛
* و...

## جمع‌بندی

روش‌های جذب مشتری به‌صورت آنلاین به اندازهٔ وسعت دنیای اینترنت، گسترده است و برای هر کسب‌وکاری می‌توان راه‌حل منحصربه‌فرد خودش را ارائه کرد. در این مطلب از هارمونی تلاش کردیم تا کاربردی‌ترین تکنیک‌هایی را که بارها مورد آزمون و خطا قرار گرفته‌اند با شما در میان بگذاریم. قطعا تجربهٔ شما هم بسیار شنیدنی و ارزشمند است؛ در قسمت دیدگاه‌ها آن را با ما و بقیهٔ مخاطبان به اشتراک بگذارید.

حال به‌نظرتان جای کدام تکنیک در کسب‌وکار کنونی شما خالی است؟

* ریتنشن مارکتینگ؛
* انواع تبلیغات کلیکی مانند تبلیغات همسان، موضوعی و...؛
* تجزیه و تحلیل داده‌ها برای بهبود نرخ تبدیل؛
* و موارد گفته‌شدهٔ دیگر در مقاله.

اگر پاسخ این سوال را نمی‌دانید محتوا را مجددا بخوانید و اگر همچنان پاسخی پیدا نکردید با کارشناسان ما در آژانس هارمونی تماس بگیرید.

**منابع**

[40+ Ways to Bring Customers to your Online Store (beeketing.com)](https://beeketing.com/blog/bring-customer-to-online-store/)

[Online Businesses: How To Attract Customers (aofund.org)](https://aofund.org/resource/online-businesses-how-attract-customers/)

[Attracting Customers to Your Online Store: 11 Steps to Success (websitebuilderexpert.com)](https://www.websitebuilderexpert.com/grow-online/how-to-attract-customers-to-online-store/)

[5 Essential Ways to Attract Customers to Your Online Store | Unamo Blog](https://unamo.com/blog/inbound-marketing/5-ways-attract-customers-online-store)

[10 Ways to Get More Customers for Your Online Store (referralcandy.com)](https://www.referralcandy.com/blog/10-ways-to-get-more-customers-for-your-online-store)

[10 Strategies On How to Attract Customers To Online Stores (brightpearl.com)](https://www.brightpearl.com/ecommerce-guides/attracting-more-customers-ecommerce-store)

[27 Creative Email Marketing Campaign Ideas – Marketcircle Blog](https://marketcircle.blog/27-creative-email-marketing-campaign-ideas/)

[16 Methods for How to Attract Customers to Your Online Store (monsterinsights.com)](https://www.monsterinsights.com/how-to-drive-traffic-to-your-online-store/#email)