

۵ اشتباه در خرید وبسایت گردشگری

در این مطلب اشتباهات رایج در راهاندازی یک پایگاه دیجیتال مناسب یعنی وبسایت را شرح خواهیم داد.

۱- سایت‌های ارزان بخرید!

اگر فکر کردید می‌توانید برای آژانس گردشگری خود یا اقامتگاه‌تان یک وبسایت مثلاً ۵ میلیون تومانی راهاندازی کنید و به واسطه آن، فروشتان ۲۰ درصد افزایش یابد، سخت در اشتباهید. اگر این‌طور بود تمام شرکت‌ها با راهاندازی یک وبسایت ارزان می‌توانستند پولدار شوند. به جای تمرکز روی قیمت سایت روی قابلیت‌ها، توانایی‌ها و امتیازهای رقابتی کار کنید و درخواست سایتی را داشته باشید تا مبلغی که برای آن پرداخت می‌کنید یک سرمایه‌گذاری باشد تا هزینه‌کرد.

۲- به CRM متصل نشوید!

شکی نیست که CRM (مدیریت ارتباط با مشتری) به‌عنوان یکی از مهم‌ترین زیرساخت‌های یک سازمان محسوب می‌شود که باید در موضوعات اختصاصی گردشگری به آن توجه کنیم. از آنجا که تاسیسات گردشگری با آحاد جامعه، محصولات متنوع و تامین‌کنندگان گوناگونی روبه‌رو هستند بدون شک نمی‌توان یک سازمان گردشگری رو به توسعه را بدون آن اداره کرد. از ابتدای راهاندازی وبسایت باید جوانب مختلف برای هماهنگی و برقراری ارتباط دو طرفه بین سایت و CRM وجود داشته‌باشد. آنقدر این موضوع می‌تواند حیاتی باشد که توصیه اکید می‌شود ابتدا نسبت به راهاندازی CRM اقدام کنید و سپس فکری برای داشتن یک وبسایت مناسب کنید. آژانس‌های بسیاری وجود دارند که به ازای هر خرید آنلاینی که در سایت انجام می‌شود، کارمندان موظف هستند آن را بلافاصله در CRM وارد کنند تا ظرفیت مانده واقعی یک تور را تشخیص دهند و این باعث می‌شود در ساعت‌های تعطیلی آژانس در بسیاری مواقع تورها بیش از ظرفیت شود. نمایش نظرسنجی‌ها به صورت اتوماتیک به روی سایت، آمار فروش هر محصول و سوابق اجرای هر برنامه گردشگری از جمله مثال‌های ساده‌ای است که از اتصال سایت به CRM حاصل می‌شود. به‌طور خلاصه باید گفت، اتصال CRM به سایت باعث می‌شود خلاقیت‌ها و امتیازهای رقابتی شکوفا و قابل استفاده شود. پیشنهاد اکید این است که سایت و CRM خود را از یک شرکت نرم‌افزاری تهیه کنید تا بیشترین استفاده و کمترین درگیری و مشکلات را داشته باشید.

۳- کپی‌برداری کنید!

توصیه نمی‌شود که سایت‌هایی عیناً از سایت‌های دیگر طراحی کنید. پایگاه دیجیتال شما باید دارای یک هویت مستقل و معنادار باشد تا بتواند به‌طور پایدار برند شما را به بازدیدکنندگان یادآوری کند. ضمناً فراموش نشود منابع هر سازمان دیگر متفاوت است. مثلاً ممکن است یک آژانس گردشگری سایتی مبتنی بر عکس‌های زیاد راهاندازی کرده باشد؛ چراکه در مجموعه خود به آرشیو عکس‌های بسیار یا عکاسان متنوعی دسترسی آسان دارد. در مثالی دیگر، ممکن است یکی از سایت‌های معتبر چت آنلاین بین کانتر فروش و بازدیدکننده داشته باشد و این در حالی است که شرکت شما شاید توانایی مدیریت این موضوع را به آسانی نداشته و معمولاً سوال مشتریان در چت آنلاین بدون پاسخ باقی بماند. یکی دیگر از اشتباهات رایج در این موضوع کپی‌برداری از سایت‌های خارجی است. در صورتی که راست‌چین کردن سایت و استفاده از فونت‌های فارسی، خروجی سایت را از زمین تا آسمان تغییر می‌دهد. به جای تمرکز در کپی کردن از سایت‌های دیگر به رفتار و پرسونای

مشتریان خود توجه کنید. از خود سوال کنید آنها دوست دارند چه چیزی را به چه شکل، با چه اندازه و رنگی مشاهده کنند. سپس با ایده گرفتن از سایت‌های معروف به ساختاری انحصاری، منظم و مختص خود دست یابید.

۴- سائتی برای همه فصول!

خیلی از مدیران کسب‌وکار تصور می‌کنند، یک هزینه‌ای برای طراحی سایت می‌پردازند و برای مدت‌ها نیاز به هزینه یا سرمایه‌گذاری دیگر در این حوزه ندارند. این نگاه باعث شکست در بسیاری از پروژه‌ها می‌شود. به جز موضوع تولید محتوا که باید دائماً در وب‌سایت به روز شود و خود شامل هزینه‌هایی می‌شود، به اقتضای کسب‌وکار، تغییرات کسب‌وکار، اعتراضات رقبا، تغییرات محصول و از همه مهم‌تر بهینه‌سازی مستمر سایت از نظر سئو، UX، مستلزم صرف هزینه‌های مالی و زمانی زیاد است. بنابراین در بودجه سالانه خود باید این مهم را در نظر بگیرید. برای مثال ممکن است لازم باشد برای تبلیغ و معرفی جشنواره فروش نوری تورهای خود تغییرات زیادی در وب‌سایت اعمال کنید که بتوانید به بهترین شکل در فصل اوج سفر فروش داشته باشید.

۵- زبان برنامه‌نویسی مهم است!

شرکت‌های طراحی سایت در برخی موارد با ترفندهایی سعی می‌کنند مناسب بودن یک وب‌سایت را به شاخص‌هایی چون زبان برنامه‌نویسی، نوع دیتابیس و... مرتبط کنند. این در حالی است که این موارد تاثیری در داشتن یک وب‌سایت خوب با سئو و رنکینگ بالا ندارد. در پایان امیدواریم با انتخاب یک سایت مناسب که در آن اصول حرفه‌ای رعایت شده است، قدم در جهان پرتکاپوی دیجیتال مارکتینگ گردشگری بگذارید و از آن سود ببرید. به‌خاطر داشته باشید دنیای صنعت گردشگری با وب‌سایت‌ها بسیار تغییر کرده است و با انتخاب‌های درست و هوشمندانه، وب‌سایت شما هم می‌تواند روزی یکی از برندهای معروف باشد.

منبع: بهنام اسلمی - مشاور توسعه کسب‌وکار - خبرگزاری دنیای اقتصاد