

## کسب درآمد از وبسایت شخصی

مطالب متعددی درباره شیوه‌های راه‌اندازی وبسایت و نیز روش‌های بهبود رتبه جستجوی آنها در موتورهای جستجو وجود دارد. در این میان شاید این پرسش به ذهن برسد که چگونه می‌توان از طریق اینترنت یا ایجاد یک وبسایت کسب درآمد کرد؟

امکان دارد تنها راهی که به ذهنتان خطور کند، فروش محصولات مختلف در وبسایت باشد. اما راه‌های کسب درآمد از طریق راه‌اندازی وبسایت فقط به این نکته محدود نمی‌شود. در حقیقت راه‌های متعددی برای کسب درآمد از طریق اینترنت وجود دارد که راه‌اندازی فروشگاه الکترونیک یکی از آنهاست.

می‌توانیم بگوییم شیوه‌هایی نظیر درج تبلیغ و ارائه سرویس‌های ویژه به کاربران عضو شده در وبسایت از مهم‌ترین شیوه‌های کسب درآمد برای وبسایت‌های کوچک و معمولی محسوب می‌شود.

### تبلیغات

یکی از رایج‌ترین شیوه‌ها برای کسب درآمد از طریق وبسایت، جذب و درج آگهی است. بسیاری از وبسایت‌های کوچک و بزرگ دنیا، بیشترین درآمد خود را از طریق جذب آگهی و نمایش آن در صفحات مختلف به دست می‌آورند. آگهی‌های اینترنتی به چند دسته اصلی تقسیم می‌شود که مهم‌ترین آنها عبارت است از: تبلیغات بنری، تبلیغات متنی، رپرتاژ آگهی، تبلیغات ویدئویی و تبلیغات ایمیلی.

### تبلیغات بنری

احتمالاً در وبسایت‌های مختلف دیده‌اید که بخش‌هایی در بالا، پایین یا کنار وبسایت به نمایش مستطیل‌هایی اختصاص دارد که به معرفی و تبلیغ یک محصول یا وبسایت‌هایی خاص می‌پردازد. این مستطیل‌ها را در اصطلاح «بنر» می‌نامند. بنرها به صورت یک تصویر ثابت یا متحرک است. برای دریافت سفارش تبلیغ بنری می‌توانید به صورت مستقیم اقدام به جذب آگهی کرده یا از خدمات شرکت‌هایی که واسطه تبلیغ‌دهنده و تبلیغ‌گیرنده هستند، استفاده کنید.

خوشبختانه چند شرکت ایرانی چنین خدماتی را به صاحبان وبلاگ‌ها و وبسایت‌های مختلف ارائه می‌کنند.

تبلیغات بنری معمولاً به دو شکل «پرداخت به ازای هر بار نمایش» یا «پرداخت به ازای هر بار کلیک» عرضه می‌شود.

در شیوه «پرداخت به ازای هر بار نمایش»، ملاک پرداخت پول به شما، به تعداد دفعات نمایش آگهی در وبسایتان است. در مقابل در شیوه «پرداخت به ازای هر بار کلیک»، دیگر مهم نیست چند بار کاربران آگهی را می‌بینند، بلکه تعداد کلیک روی آگهی ملاک خواهد بود. در شیوه دوم، کسب درآمد به تعداد کلیک کاربران روی آگهی به نمایش در آمده بستگی دارد.

اگر به صورت مستقیم اقدام به جذب آگهی کنید، می‌توانید در ازای بازه زمانی مشخص (مثلا یکماهه) مبلغی را از آگهی‌دهنده دریافت کنید.

### تبلیغات متنی

همان‌طور که از نامشان پیداست، آگهی‌های متنی فقط محدود به متن است و هیچ‌گونه تصویری در آن جای ندارد. یک آگهی متنی معمولاً شامل عنوان اصلی آگهی، توضیحاتی کوتاه درباره آن و لینک به صفحه تبلیغ‌دهنده است. هزینه تبلیغات متنی (و در نتیجه درآمد آن) کمتر از تبلیغات بنری است. برای جلب تبلیغات متنی نیز می‌توانید همانند تبلیغات بنری به صورت مستقیم اقدام کنید یا از خدمات شرکت‌های واسطه میان تبلیغ‌بینندگان و تبلیغ‌دهندگان استفاده کنید. جالب اینجاست که بسیاری از شرکت‌های مطرح در دنیا نظیر گوگل به عنوان واسطه درج آگهی متنی عمل می‌کنند. خوشبختانه برای این شیوه از تبلیغ نیز چند شرکت ایرانی خدمات واسطه‌ای بین تبلیغ‌گیرندگان و تبلیغ‌دهندگان ارائه می‌کنند. تبلیغات متنی نیز همانند تبلیغات بنری معمولاً به صورت «پرداخت به ازای هر بار نمایش» یا «پرداخت به ازای هر بار کلیک» است.

### رپرتاژ آگهی

در این شیوه به عنوان مدیر وبسایت مطالب ویژه را که کاربرپسند است تهیه می‌کنید و می‌کوشید برای آن محصول یا شرکت خاص تبلیغات انجام دهید. این تبلیغ می‌تواند در قالب قراردادن لینک تبلیغ‌دهنده یا ارائه توضیحاتی درباره خدمات یا محصولات آنها باشد. در نگارش این‌گونه آگهی‌ها باید دقت شود که برای کاربر جذاب بوده، حس خواندن یک آگهی را به او القا نکند. فرض کنید یک وبسایت برای آموزش «آشپزی» راه انداخته‌اید. در این صورت اگر از مطالب شما استقبال خوبی شده باشد، می‌توانید با یک موسسه آموزش آشپزی یا حتی یک رستوران مطرح صحبت کرده، در قالب یک متن جالب و خواندنی، خدمات آنها را به کاربران خود معرفی کنید.

### تبلیغات ویدئویی

با گسترش شبکه‌های اجتماعی و شبکه‌های اشتراک‌گذاری ویدئویی، شیوه جدیدی برای تبلیغات در وبسایت‌های اینترنتی شکل گرفت. در این شیوه می‌توانید فایل‌های مختلف ویدئویی کاربرپسند را که در ارتباط با فعالیت وبسایتان تهیه

کرده‌اید، در سایت خود یا سایت‌های دیگر به اشتراک بگذارید. در این میان می‌توانید در بخش‌های مختلفی از ویدئوی خود، نام و یا نشانی اینترنتی تبلیغ‌دهنده را درج کنید. برخی از معروف‌ترین وبسایت‌های به اشتراک‌گذاری فایل‌های ویدئویی نظیر یوتیوب این امکان را به شما می‌دهند تا لینک‌های مختلفی را برای فایل ویدئویی در حال اجرا روی سیستم کاربر قرار دهید.

## تبلیغات ایمیلی

این شیوه از تبلیغات سابقه‌ای بسیار طولانی دارد. بسیاری از وبسایت‌های پرطرفدار - که محتویات کاربرپسند زیادی دارد - از این شیوه برای کسب درآمد استفاده می‌کنند. فرض کنید وبسایت شما در روز مطلبی درباره «شیوه‌های کاهش وزن و تناسب اندام» منتشر می‌کند. در این صورت ممکن است کاربران زیادی به عضویت وبسایت شما درآیند و از این طریق به ایمیل هزاران کاربر فعال دسترسی داشته باشید. به این ترتیب هرچند هفته یکبار می‌توانید یک ایمیل حاوی آگهی مرتبط با موضوع وبسایتتان به این کاربران ارسال کنید. مثلاً می‌توانید از یک شرکت فروشنده تجهیزات تناسب‌اندام یا یک پزشک متخصص تغذیه آگهی گرفته و آن را به ایمیل خوانندگان خود ارسال کنید. از آنجا که طیف هدف در این شیوه از تبلیغات معمولاً مشخص است، این شیوه بسیار مؤثر ارزیابی می‌شود.

## همکاری در سیستم فروش

گسترش سایت‌ها و وبلاگ‌های مختلف سبب شده است بسیاری از فروشگاه‌های بزرگ اینترنتی برای تبلیغ کالاهای خود و فروش بیشتر به شیوه‌ای جدید دست یابند. در این شیوه که در اصطلاح «همکاری در سیستم فروش» نامیده می‌شود، وبسایت اصلی فروشگاه اینترنتی، کدهایی را در اختیار وبسایت‌ها و وبلاگ‌های کوچک قرار می‌دهد تا آنها این کدها را در بخش‌های مختلفی از وبسایت یا وبلاگ خود بگذارند. به این ترتیب هر بار که کاربر به این وبسایت‌ها و وبلاگ‌ها مراجعه کند، تبلیغات محصولات یا خدمات سایت فروشنده را می‌بیند. هر بار که کاربر روی یکی از این آگهی‌ها کلیک کند و به وبسایت اصلی فروشگاه اینترنتی برود و خریدی انجام بدهد، درصدی از میزان خرید به حساب وبسایت نمایش‌دهنده آگهی واریز می‌شود.

برای همکاری در فروش هم چند شرکت ایرانی در فضای مجازی مشغول فعالیت هستند و به صاحبان وبسایت‌ها و وبلاگ‌ها خدمات می‌دهند. کافی است در یکی از این وبسایت‌ها ثبت‌نام کرده، با درج تبلیغ در وبسایت یا وبلاگ خود کسب درآمد کنید.

عضویت ویژه: اگر قلم خوبی دارید یا می‌توانید اطلاعات مورد علاقه کاربران خود را هم تهیه کنید، استفاده از شیوه عضویت ویژه می‌تواند منبع خوبی برای درآمدزایی وبسایت شما محسوب شود. (البته فراموش نکنید کپی‌برداری از مطالب سایت‌های دیگر شیوه درستی نیست و سبب کاهش رتبه شما در موتورهای جستجو می‌شود). در این شیوه شما بیشتر

مطالب خود را در اختیار همه کاربران قرار می‌دهید، اما برخی مطالب را فقط در اختیار کاربران ویژه خود می‌گذارید. به این ترتیب افراد برای این که بتوانند به این مطالب و محتویات ویژه دسترسی داشته باشند، باید به صورت ماهانه یا سالانه، مبلغی را به عنوان حق عضویت پرداخت کنند.

برای نمونه فرض کنید یک گیمر حرفه‌ای هستید و اطلاعات بسیار خوبی درباره انواع بازی‌های به روز دارید. در این صورت می‌توانید اطلاعات این بازی‌ها را در وبسایتی که ایجاد کرده‌اید قرار دهید، اما اطلاعات ویژه‌ای همانند کدهای تقلب یا مطلب بسیار جذاب و کاربرپسند دیگر نظیر این را فقط در دسترس کاربران ویژه خود قرار دهید. بسیاری از سیستم‌های مدیریت محتوا مانند وردپرس یا جوملا این قابلیت را در اختیار مدیران سایت قرار می‌دهند تا سطح دسترسی مشخصی را برای تک‌تک مطالب وبسایت خود تعریف کنند. برای کسب اطلاعات بیشتر درباره این دو سیستم مدیریت محتوا می‌توانید به شماره‌های ۴۴۹ و ۴۵۰ ویژه‌نامه کلیک مراجعه کنید. / ضمیمه کلیک

مهدی شهبازی