



# دیجیتال مارکتینگ

بازاریابی در فضای مجازی

# شروع با یک سوال

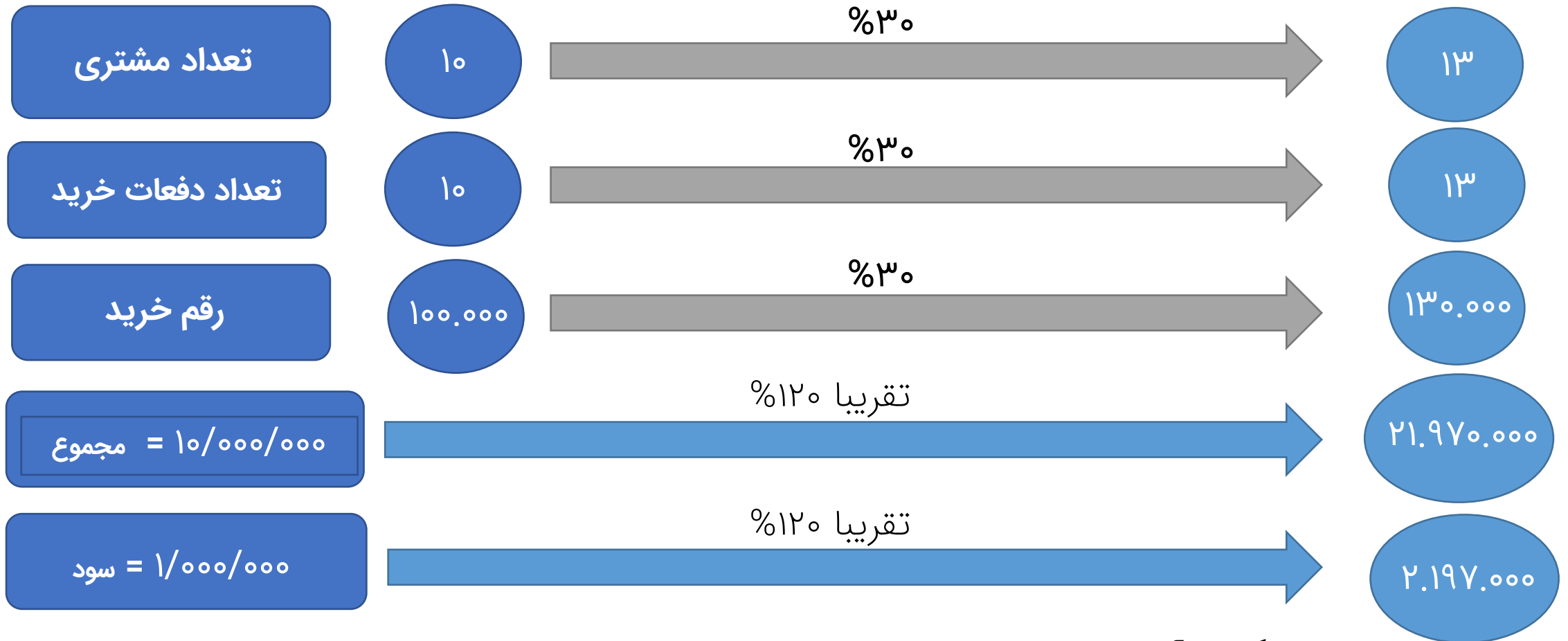
- آیا برای کسب و کار فضای مجازی خود از دیجیتال مارکتینگ استفاده کردید؟
- (A) کسب و کار مجازی دارم و دیجیتال مارکتینگ انجام دادم.
  - (B) کسب و کار مجازی دارم ولی دیجیتال مارکتینگ انجام ندادم.
  - (C) کسب و کار مجازی ندارم.

# اولین دیجیتال مارکتینگ

- «هرگونه از بازاریابی محصولات و خدمات که از طریق دستگاه‌های الکترونیکی انجام می‌شود».
- رادیو سال ۱۹۸۶ اختراع شده است. ۱۰ سال زمان برد تا به محصولی عمومی تبدیل شود و از آنجا بود که مردم به فکر تبلیغات افتادند. اولین تبلیغات مربوط بود به یک اجرای اپرا که بعد از پخش آن فوراً بلیط‌های آن اجرا فروخته شد و این شد روز تولد دیجیتال مارکتینگ.



# قانون طلایی فروش



# ابزارهای دیجیتال مارکتینگ

- آنالیز و تحلیل داده
- بهینه‌سازی موتور جستجو (SEO)
- ایمیل مارکتینگ
- تبلیغات کلیک (PPC)
- تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی
- مدیریت شبکه‌های اجتماعی و تحلیل آن
- ارسال پوش نوتیفیکیشن
- انتشار رپورتاژ آگهی
- کوتاه‌کننده‌ی لینک
- چت آنلاین

# آنالیز و تحلیل داده



• گوگل آنالیتیکس



• سرچ کنسول

Search Console

• GTMETRIX



• ALEXA

• @Alexa

• ALEXA



# استراتژی بازاریابی دیجیتال چیست؟

- یک برنامه در رابطه با چگونگی بهره‌برداری از کانال‌های مختلف بازاریابی دیجیتال در راستای تحقق اهداف کسب و کار
- بررسی کانال‌های موردنظر
- منابع لازم (نیروی انسانی، زمان و پول) برای هر کانال
- بدون استراتژی بازاریابی، به هیچ نتیجه‌ای نمی‌رسید



# مراحل دستیابی به یک استراتژی دیجیتال مارکتینگ

## 1) داشتن یک وبسایت خوب

ایجاد یک وبسایت سریع و سازگار با موبایل Mobile friendly

## 2) توجه به سئو و بهینه‌سازی سایت

## 3) اجرای بازاریابی محتوایی

چه نوعی از محتوا باید تولید شود؟ (متنی، ویدیویی و ...)

زمان انتشار آن محتوا (تقویم انتشار ، تقویم محتوایی)

کانال ترویج محتوا (با استفاده از سایت، شبکه‌های اجتماعی، ایمیل و...)





# ادامه: مراحل دستیابی به یک استراتژی دیجیتال مارکتینگ

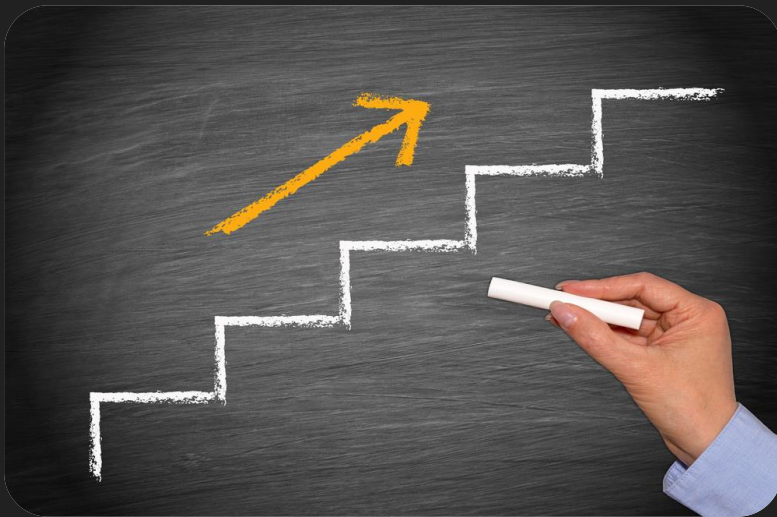
## 4) بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی

شناخت پرسونای مخاطب و اجرای فعالیت در زمینه کاری خود

## 5) اجرای بازاریابی ایمیلی

## 6) استفاده از تبلیغات PPC

## 7) سنجش و آنالیز نتایج



# بهینه‌سازی موتور جستجو

SEO یکی از کلماتی است که بسیار می‌شنوید. رشد با کلمات کلیدی راه‌های پیدا کردن کلمات کلیدی:

- جستجوهای یوتیوب ، توئیتر ، اینستاگرام
- Alexa
- جستجوهای مرتبط گوگل
- گوگل آنالیتیک
- بررسی رقبا
- SEMrush

- Keyword Tool
- Ubersuggest
- Google Trends
- Keyword Planner
- KWFinder

# THE EMAIL MARKETING PROCESS

1



شناسایی

اسم کمپین  
موضوع ایمیل  
ورود جزئیات

2



تست

تست درستی  
سیستم | ایمیل  
مشتریان

3



ارسال

ارسال ایمیل در زمان  
مناسب برای  
مخاطبین

4



اندازه گیری

مشاهده نرخ کلیک،  
بازکردن ایمیلها و  
فعالیت ایمیل

5



گزارش گیری

بازخورد مشتریان از  
ارسال ایمیل و  
انتشار آن

# ایمیل مارکتینگ

■ ایمیل مارکتینگ یکی از انواع بازاریابی دیجیتال است که نرخ بازگشت سرمایه خوبی دارد. برای اجرای کمپین‌های ایمیل مارکتینگ خود از سایت‌های زیر می‌توانید استفاده کنید.

■ Mailchimp

■ Mailerlite

■ Emma

■ Marketo

■ GetResponse



# تبلیغات کلیکی

در تبلیغات کلیکی pay per click شما به ازای کاربری که تبلیغ را دیده و روی آن کلیک کرده است، هزینه پرداخت می‌کنید.





# تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی

■ شبکه‌های اجتماعی دیگر به بخشی از زندگی روزمره‌ی بسیاری از ما تبدیل شده‌اند.

■ شناسایی پرسونای مخاطب‌های خودتون

■ شناسایی پرسونای پیج هدفی که تبلیغ می‌دهید

■ اجرای کمپین‌های تبلیغاتی

■ استوری پیج‌های مرتبط





# اینفلوئنسر مارکتینگ

استفاده از اینفلوئنسر مارکتینگ در شبکه های اجتماعی مخصوصا اینستاگرام از طریق ابزارهای زیر به اینفلوئنسر مرتبط با کار خود دست پیدا کنید



■ وبسایت تگرو

■ وبسایت اسنتوی

■ وبسایت ادسنسور

■ وبسایت ادونچر

# مدیریت شبکه‌های اجتماعی و تحلیل آن

حضور فعال و موثر در این شبکه‌ها برای کسب‌وکار شما می‌تواند بسیار سودمند باشد و باعث افزایش تعامل برندتان با کاربران شود. پلتفرم‌های مدیریت شبکه‌های اجتماعی با دادن گزارش‌ها و آمارهای مختلف به آنالیز بازخورد کاربران شبکه‌های اجتماعی کمک بسیار می‌کند.

برخی از ابزارها:

- نوین‌هاب
- کاوان [ikavan.com](http://ikavan.com)
- سوشیالو [socialo.net](http://socialo.net)



# تغییرات تعداد کاربران فعال در پلتفرم‌های اجتماعی مختلف

فیسبوک



**+۱,۵%**  
+۳۷ میلیون

وی چت



**+۲,۳%**  
+۲۵ میلیون

اینستاگرام



**+۴,۴%**  
+۳۸ میلیون

QQ



**-۱,۱%**  
-۶۰۰ میلیون

سینا وایبو



**+۳,۵%**  
+۱۵ میلیون

توییتر



**-۲,۵%**  
-۹ میلیون

اسنپ چت



**-۱۲%**  
-۴۱ میلیون

لاین



**+۱,۶%**  
+۱ میلیون



# ارسال پوش نوتیفیکیشن



تیترا نوتیفیکیشن

متن نوتیفیکیشن

- پوش نوتیفیکیشن پیامی شبیه به SMS است که می‌تواند شامل عکس، تیترا و متن کوتاهی
- این نوتیفیکیشن را حتما در بالای بعضی سایت‌ها دیده‌اید. برای عضویت در خبرنامه

# انتشار رپورتاژ آگهی

محتوای خود را در سایت‌های پربازدید بسیاری به نمایش بگذارید.

## کوتاه‌کننده‌ی لینک

آدرس لینک موردنظر را کوتاه و زیبا کنید (استفاده از کاراکترهای کمتر)

## چت آنلاین

حس خوب پشتیبانی و همراهی همیشگی را به مخاطب القا کنید.

# اهمیت استفاده از بازاریابی دیجیتال

□ استراتژی بازاریابی کاملاً به بازاریابی دیجیتال بستگی دارد

□ افزایش فروش و در نهایت افزایش درآمد

□ محبوب شدن برندتان

□ ایجاد رابطه بهتر با مشتریان و بهبود چشم‌اندازهای کسب‌وکار

□ بهبود نرخ بازگشت سرمایه

□ فرصت‌های شغلی گسترده و پویا

□ دیده شدن شما در جستجوهای موتور جستجو



# پاسخ به سوال کلی چرا دیجیتال مارکتینگ

## مراحل قیف فروش



- نرخ رو به رشد بازارهای دیجیتال
- فرصت‌های شغلی متنوع
- راهی آسان برای شروع یک کسب‌وکار خلاقانه
- پیشرفت آسان در قیف فروش دیجیتال
- جذب آسان مخاطب در بسترهای اینترنتی
- تحول در بازاریابی دیجیتال
- پشت سر گذاشتن رقیبان

# وظایف مدیر دیجیتال مارکتینگ



افزایش آگاهی برند یا جذب مشتریان از همه کانال‌های بازاریابی دیجیتال

تمرکز روی شاخص‌های کلیدی عملکرد KPI

بازدهی هر یک از کمپین‌های مختلف خود در کانال‌های مختلف را اندازه‌گیری می‌کنند.



❖ شاخص KPI یکی از مهمترین ابزارهای دیجیتال مارکتر است.

# چارچوب کلی دیجیتال مارکتینگ چیست ؟

- چرخه‌ی RACE (Reach-Act-Convert-Engage)
- در بخش reach هدف جذب مشتریان یا آشنایی اولیه آن‌ها با خدمات است.
- در بخش Act هدف آنست که مشتری خرید اولین خود را انجام دهد و به قولی فعال‌سازی شود.
- در بخش Convert هدف آن است که مشتری به یک خریدار پرتکرار تبدیل شود که برای هر شرکتی میزان مختلفی از فروش، معنی فروش پرتکرار است. از ریتارگتینگ، CRO، UGC، شخصی‌سازی، ایمیل مارکتینگ و ... می‌توان در این بخش استفاده کرد
- در بخش Engage هدف آن است که مشتری به یک مشتری وفادار و همیشگی تبدیل شود
- در این بخش نیز شخصی‌سازی‌های اتوماتیک، برنامه‌های وفادارسازی، سیستم‌های CRM و ... از تاکتیک‌های مرسوم است.

# RACE DIGITAL MARKETING PLANNING FRAMEWORK



# بازاریابی محتوایی CONTENT MARKETING

- تولید و ترویج محتوا با هدف ایجاد آگاهی نسبت به برند Brand Awareness، رشد ترافیک و تولید مشتری راغب

## کانال‌های استراتژی بازاریابی محتوایی:

- پست‌ها و وبلاگ
- کتاب‌های الکترونیکی و مقالات
- اینفوگرافیک
- بروشورها و کاتالوگ‌های اینترنتی

# استراتژی بازاریابی محتوا

آنالیز مخاطب

طراحی برنامه اجرا (تقویم محتوایی)

تولید محتوا

انتشار محتوا

آنالیز بازخورد محتوا

شناسایی عملکرد محتواها





# بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی

► Social Media Marketing برند و محتوای خود را در شبکه‌های اجتماعی ترویج و تبلیغ می‌کنید تا آگاهی نسبت به برند، ترافیک وبسایت و مشتریان راغب کسب و کارتان افزایش پیدا کند.

► کانال‌های شبکه‌های اجتماعی:

• فیسبوک

• توئیتر

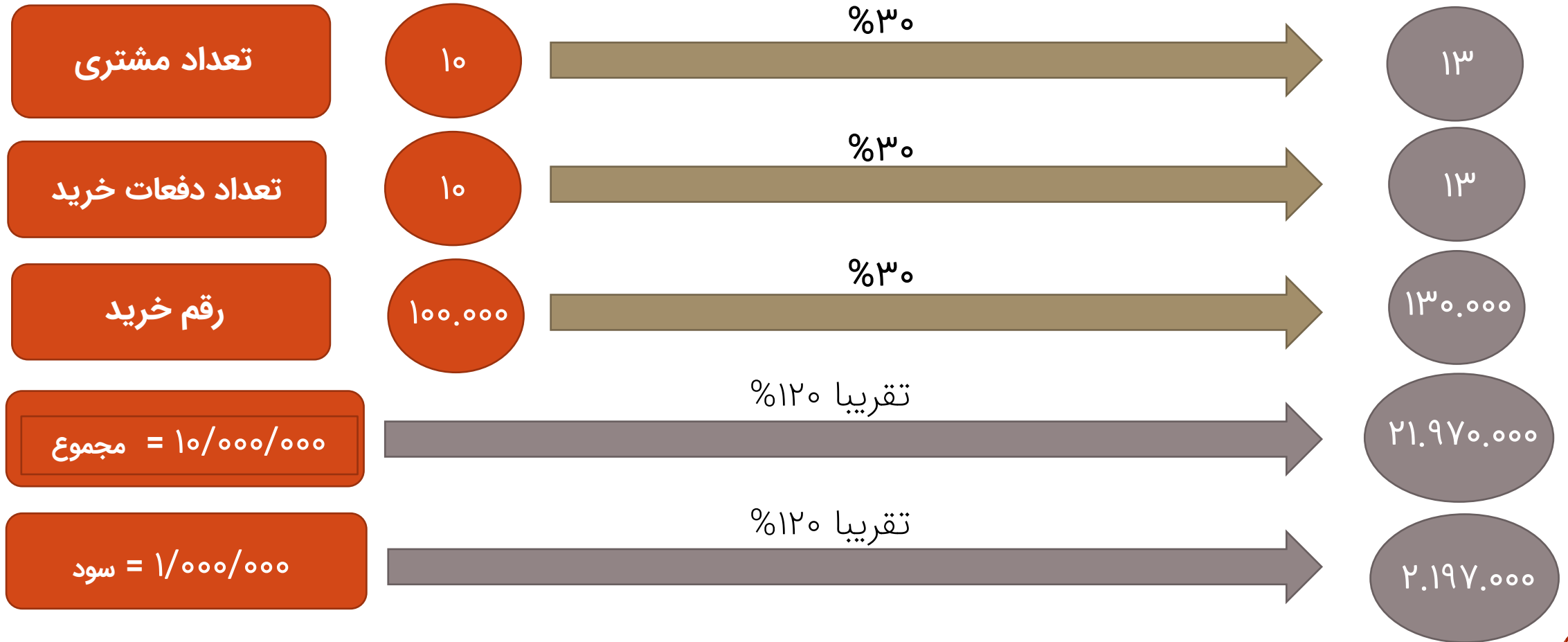
• لینکدین

• اینستاگرام

• پینترست



# قانون طلایی فروش



وبینار بعدی بینا

راهکارهای فروش

با رویکرد پاندمی کرونا و پس از کرونا

---

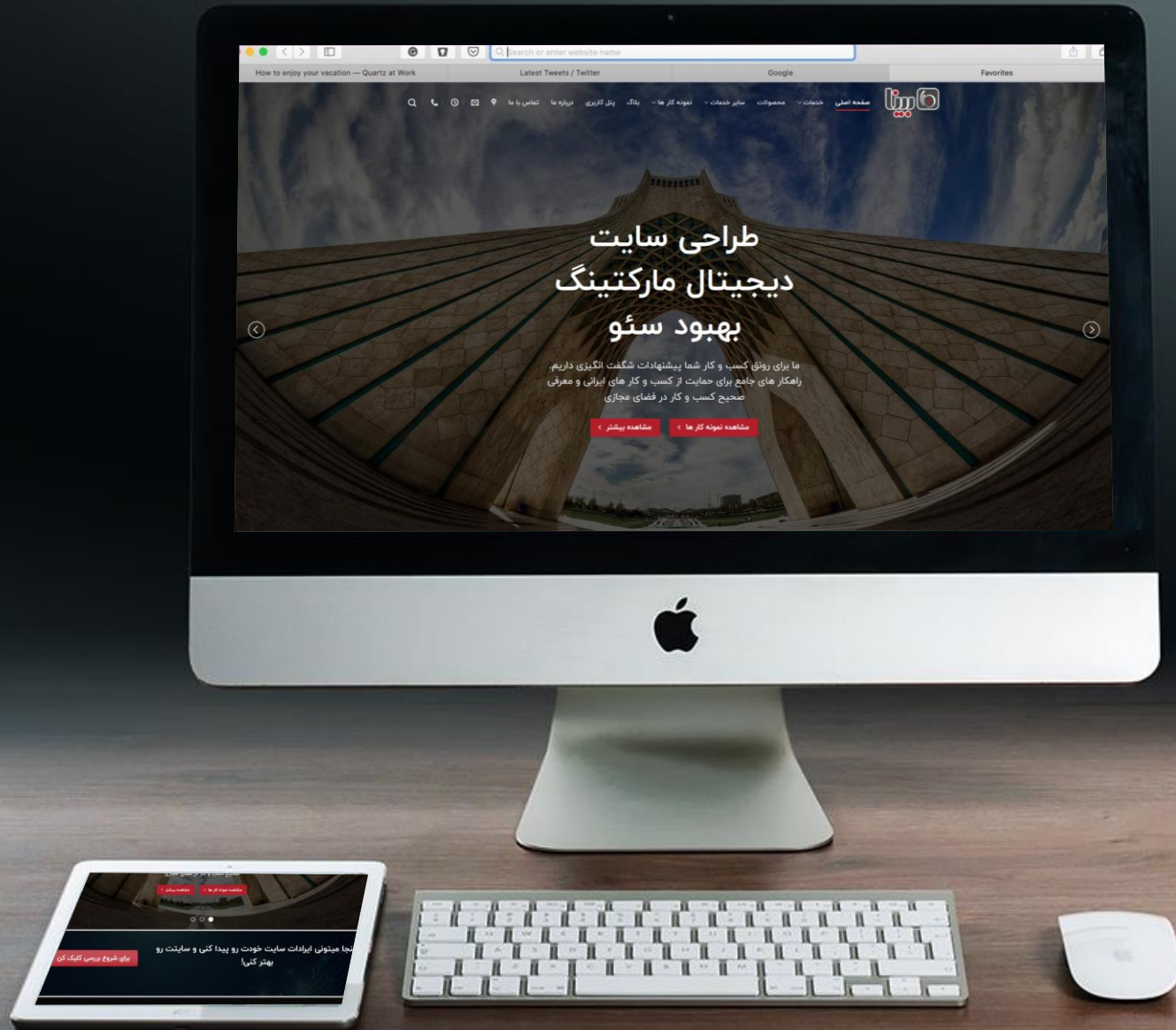


# گواهینامه خود را دریافت کنید



شما می توانید پس از پایان کارگاه،  
به صفحه گواهینامه در وب سایت  
بینا مراجعه کنید و پس از تکمیل  
اطلاعات، نسبت به دریافت  
گواهینامه خود اقدام کنید.





# مشاورین انفورماتیک بینا

متخصص در امور طراحی سایت و دیجیتال مارکتینگ  
راه اندازی کسب و کار در فضای مجازی  
(مشاوره رایگان)

تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از چهارراه طالقانی، مرکز کامپیوتر ایران  
طبقه دوم، واحد ۲۱۹

۰۲۱-۹۱۰۷۷۷۲۴ | ۰۲۱-۸۸۸۰۷۷۲۴

[www.Binacity.com](http://www.Binacity.com)

