



آژانس دیجیتال مارکتینگ میهن رشد

دیجیتال مارکتینگ

ارائه دهنده: مهرداد رشیدی

<https://www.mihanroshd.com>

مفهوم دیجیتال مارکتینگ (بازاریابی دیجیتال)

- **تعریف اول:** بازاریابی دیجیتال مجموعه ای است از همه ابزارها و فعالیتهایی که برای بازاریابی محصولات و خدمات در بستر دیجیتال (وب، اینترنت، موبایل یا سایر ابزارهای دیجیتال) مورد استفاده قرار می گیرند.
- **تعریف دوم:** دیجیتال مارکتینگ معرفی و پیشبرد فروش محصولات و برند از طریق یک یا چند رسانه الکترونیکی است.

اهداف دیجیتال مارکتینگ

• آگاهی دادن

• ارتباط

• اتصال

• فروش

ابزارهای دیجیتال مارکتینگ

- سئو (SEO)
- بازاریابی موتورهای جست و جو (SEM)
- بازاریابی محتوایی (Content Marketing)
- بازاریابی شبکه‌های اجتماعی (Social Media Marketing)
- بازاریابی ایمیلی (Email Marketing)
- تبلیغات نمایشی یا بنری (Display Advertising)
- بازاریابی موبایلی (Mobile Marketing)

طراحی سایت

- تعیین استراتژی
- اجرای استراتژی
- زیر نظر گرفتن استراتژی

نکات مهم انتخاب نام دامنه

- نام دامنه باید مرتبط به کسب و کارتتان باشد.
- نام دامنه کوتاه باشد.
- به فکر تایپ آسان دامنه تان باشید.
- از پسوندهای فانتزی برای نام دامنه خود استفاده نکنید!
- از خط تیره در نام دامنه خود استفاده نکنید.
- حتما دامنه خود را در شرکت های خدمات ثبت کننده های معتبر و به نام خودتان و یا شرکت ثبت کنید.
- بهتر است نسبت به ثبت دامنه های مشابه نیز اقدام نمایید.

نکات مهم پسوند .com.

- حداقل طول دامین ۳ حرف و حداکثر ۶۳ حرف می باشد.
- تنها استفاده از حروف و ارقام و خط تیره (-) مجاز می باشد.
- نام دامنه نمی تواند با یک خط تیره شروع و یا خاتمه یابد.
- نام دامنه ها به حروف بزرگ و کوچک حساسیت ندارند و عموماً با حروف کوچک نوشته می شوند.
- همچنین لزومی ندارد نام دامنه به حروف لاتین باشد.

نکات مهم پسوند .ir.

- حداقل طول دامین ۳ حرف و حداکثر ۶۳ حرف می باشد.
- تنها استفاده از حروف و ارقام و نشانه (-) مجاز می باشد.
- در صورت تمایل به ثبت نام دامین ها با مفهوم مذهبی مجوز کتبی وزارت ارشاد مورد نیاز است.
- ثبت دامین هایی که تداعی کننده فعالیت های غیرقانونی و اعمال مغایر با قوانین به کلی ممنوع می باشد.
- ثبت دامین با نام پسوند های عمومی مانند aero, arpa, biz, com, coop, edu, gov, info, int, mil, museum, name, net, org, pro ممنوع می باشد.
- ثبت دامین با نامهای ایران، اسامی استانها، شهرستان ها و شهرها و کد آنها ممنوع می باشد.
- ثبت دامین با اسامی ملی مانند نام مشاهیر، اماکن عمومی و وقایع ملی تنها با مجوز وزارت ارشاد مجاز می باشد.
- ارائه آدرس دقیق پستی و کد پستی ۱۰ رقمی جهت ثبت دامین الزامی می باشد.

ویژگی های یک سایت خوب

- هدایت مناسب کاربر
- گرافیک مناسب
- لود سریع سایت
- امنیت بالای سایت
- واکنش گرا بودن سایت
- ابزار اشتراک گذاری مطالب سایت در شبکه های اجتماعی
- لینک شبکه های اجتماعی مرتبط با سایت

سئو (SEO)

- مردم جهان روزانه بین ۶ تا ۷ میلیارد بار از موتورهای جستجو استفاده می‌کنند.
- هفتاد تا هشتاد درصد جستجوگران، به لینک‌هایی که به صورت تبلیغ (با پرداخت پول) توسط موتورهای جستجو از جمله گوگل، نمایش داده می‌شوند، نگاه نمی‌کنند.
- کسی که از طریق کلیک کردن روی لینک در موتور جستجو وارد فضای آنلاین شما می‌شود، در مقایسه با کسی که شما برای بازاریابی به سراغ او رفته‌اید، برای تبدیل شدن به یک مشتری هزینه‌ی کمتری خواهد داشت.
- شما دیده نمی‌شوید؛ اگر در صفحه‌ی اول نتایج موتورهای جستجو نباشید.

سئو (SEO)

- تولید دائمی محتوای اصیل و بدون کپی کاری.
- به روز کردن محتوای قدیمی بر اساس اطلاعات و نیازهای جدید.
- ایجاد حس رضایت در خوانندگان و کاربران.
- قانع کردن بازدیدکنندگان به اینکه مدت بیشتری را در سایت شما بگذرانند.

بازاریابی موتورهای جست و جو (SEM)

تبلینج گوگل

ابزار تنظیمات بیشتر تصاویر ویدئوها همه

Keyword difficulty: 39.50% (for google.com database) — View full report for this keyword

تقریباً ۱۱۹۰۰۰۰۰ نتیجه (۰٫۵۸ ثانیه)

خدمات تبلینج گوگل | لینک اول با تبلینج گوگل برتینا | bertina.ws

تبلینج گوگل/برتینا/www.bertina.ws 021 6106 4000

مشاوره و پشتیبانی تلفنی و آنلاین(جت، ایمیل، تلغن) تبلینج در سرچ گوگل، تبلینجات ویدئویی در یوتیوب، تبلینج اپلیکیشن در گوگل پلی و اپ استور. مشاوره تلفنی و آنلاین. پانزده سال تجربه. پشتیبانی 7 روز هفته. هزینه کلیک بهینه.

هدیه ما : 250 دلار شارژ رایگان | تبلینج گوگل | mooniran.com

www.mooniran.com/

با خرید هر پلن تبلینجات در گوگل تا 250 دلار آمریکا شارژ رایگان از گوگل تضمینی هدیه بگیرید. مجری تبلینجات در گوگل بزرگترین برندهای کشور - برترین نماینده رسمی گوگل در ایران. تا 250 دلار شارژ رایگان. پشتیبانی 24 ساعته واقعی. کمترین کارمزد در کل کشور.

سفارش آنلاین تبلینجات گوگل · تماس مستقیم 0912 400 6000 · شارژ هدیه تا 250 دلار

تبلینج گوگل 021-88521054 | تبلینج گوگل شما در بالای صفحه اول

www.rayanhost.net/

رایان هاست همکاری با نماینده رسمی تبلینج در گوگل با 12 سال سابقه. گزارش لحظه ای. بهترین تعرفه ها. بیش از 32000 کاربر. پذیرش نماینده فعال. کنترل پنل آنلاین فارسی.

بازاریابی موتورهای جست و جو (SEM)

- اگر شما بودجه‌ای را به موتورهای جستجو اختصاص می‌دهید تا از طریق تبلیغ در صفحات آنها (یا هر شیوهی دیگری که موتورهای جستجو به شما پیشنهاد می‌دهند) ترافیک کاربران را به رسانه‌ی خود هدایت کنید، عملاً وارد حوزه‌ی بازاریابی موتورهای جستجو یا Search Engine Marketing یا SEM شده‌اید.
- اگر شما فقط یک صفحه‌ی ساده در فضای وب داشته باشید و با تبلیغ در موتورهای جستجو، مخاطبان را به آنجا هدایت کنید، عملاً SEM برای شما یک ابزار ساده است (البته این استفاده ایرادی هم ندارد و می‌تواند سودآور و کاملاً منطقی و مفید هم باشد).
- اما اگر شما بخواهید ترافیک خریداری شده را به مخاطب ماندگار تبدیل کنید، قاعدتاً باید SEM را به عنوان بخشی از استراتژی خود ببینید و سایر بخش‌های کسب و کار خود را با این هدف، همسو و هم‌راستا کنید.

بازاریابی محتوایی (Content Marketing)

- بازاریابی محتوا، مشتریان بالقوه را بدون فشار برای خرید، جذب و درگیر می‌کند.
- مصاحبه‌ای که توضیحاتی درباره‌ی یک کتاب ارائه می‌کند و به نقد آن کتاب می‌پردازد (در این جا کتاب، محصول است و مصاحبه یا مقاله، محتوایی برای بازاریابی کتاب)
- فیلم ویدئویی یکی از جلسات یک دوره‌ی آموزشی چند جلسه‌ای که به صورت رایگان یا با قیمت مشخص، به دیگران عرضه می‌شود (در بازاریابی محتوا، تعهد نداریم که محتوای مورد استفاده برای بازاریابی را رایگان عرضه کنیم. قیمت، یک انتخاب است)
- پادکست‌هایی که یک مشاور خانواده تولید می‌کند تا مخاطبان بیشتری، نام او را بشنوند و با او به عنوان یک متخصص آشنا شوند.

بازاریابی شبکه‌های اجتماعی (Social Media Marketing)

- اصل اول بازاریابی در این نکته است که هر جا که مردم باشند، کسب و کار نیز همانجاست و این روزها کجا می‌توان با میلیون‌ها نفر در ارتباط بود جز در شبکه‌های اجتماعی؟
- اگر شما در هیچ یک از شبکه‌های اجتماعی فعالیت نداشته باشید یا فعالیت شما کم باشد، مطمئن باشید که مردم از شما دست خواهند کشید و به برندهای رقیب روی خواهند آورد.
- فعالیت شما در هر یک از شبکه‌های اجتماعی باعث می‌شود که خیل عظیمی از این دنبال‌کنندگان (فالوئر‌ها)، وب‌سایت شما را هم بازدید کنند. این موضوع نه تنها آنها را با برند و حوزه فعالیت کسب و کار شما آشنا می‌سازد بلکه ترافیک سایت شما را هم بالا می‌برد که این مسئله باعث بهبود سئوی سایت و رتبه‌بندی آن در موتورهای جستجو نیز می‌شود.
- اما هر یک از این شبکه‌های اجتماعی، کاربران و ویژگی‌های مخصوص به خود را دارد. یعنی برای مثال شما نمی‌توانید همان‌گونه که در اینستاگرام به بازاریابی برند خود می‌پردازید، در توئیتر هم موفق باشید. لازمه موفق در بازاریابی شبکه‌های اجتماعی، شناخت هر یک از این شبکه‌های اجتماعی و راه و روش استفاده از هر کدام از آنهاست.

بازاریابی ایمیلی (Email Marketing)

- ارسال ایمیل جهت گسترش رابطه با مشتری بالقوه یا مشتری فعلی، ایمیل مارکتینگ گفته می‌شود، این ایمیل‌ها معمولاً محتوای تبلیغاتی، ترویجی، پیشنهادی و ... دارند و به منظور کمک به ایجاد وفاداری، اعتماد یا آگاهی از برند ارسال می‌شوند.
- E-spam یعنی ارسال ایمیل‌های ناخواسته به لیست فاقد صلاحیتی از گیرنده‌ها. در مقابل، Email Marketing تمرکز بر لیست هدفمندی از افراد است که به کالا، خدمت یا اطلاعاتی که شما برای آنها می‌فرستید علاقمندند.
- تأکید بیشتر بر مرتبط بودن و درگیر کردن کاربر به منظور دستیابی به اعتبار ایمیلی خوب باعث شده که کیفیت، به عنوان یک رویکرد استراتژیک برای بازاریابی ایمیلی جایگزین کمیت شود.
- هزینه‌ی پایین و سهولت اجرا، بازاریابی ایمیلی را به ابزاری تبدیل کرده که تقریباً در دسترس تمام کسب و کارها قرار دارد. ثابت شده است اگر بازاریابی ایمیلی به درستی انجام شود، بازگشت سرمایه بسیار بالا خواهد بود.
- یک سالن زیبایی کوچک هم می‌تواند لیست ایمیلی تهیه کرده و برای خدمات ناخن یا کوتاهی مو کوپن تخفیف ارسال کند.

بازاریابی ایمیلی (Email Marketing)

- **عنوان:** خیلی مختصر، مفید، مرتبط و بدون استفاده از کلماتی مانند سلام، روز به خیر و...!! ، یک عنوان برای ایمیل تان بنویسید.
- **لوگو:** لوگوی برندتان را در بالای ایمیل قرار دهید.
- **شماره تماس:** در گوشه راست بالای ایمیل، شماره تماس خود را قرار دهید.
- **زیر عنوان مناسب:** برای این که مشتری از موضوع ایمیل اطلاع بیشتری پیدا کند (در انتخاب زیر عنوان خیلی دقت به خرج دهید)
- **شروع صحبت:** همان ابتدا به مخاطب بگویید که چرا این ایمیل را برایش ارسال کرده اید.
- **متن و تصویر:** استفاده از چه متن و چه تصویر نباید بیش از حد باشد؛ تعادل میان عکس و متن را رعایت کنید.
- **اطلاعات تکمیلی مورد نیاز:** هر آن چه که مشتری باید بداند را بگویید (مثلا جزییات قرعه کشی تان یا جزییات صورت حساب مشتری)
- **مناسب تلفن همراه:** دقت کنید که ممکن است که مخاطبتان با تلفن همراهش ایمیل شما را بخواند.
- **دکمه لغو عضویت:** یک دکمه لغو عضویت در انتهای ایمیل برای مخاطبتان تدارک ببینید تا اگر تمایلی به دریافت ایمیل ندارند به راحتی بتوانند عضویت خود را لغو کنند.

تبلیغات نمایشی یا بنری (Display Advertising)

- تبلیغات بنری، اولین فرم از تبلیغات آنلاین غیر رایگان است که در قالب گرافیکی و فرمت‌های مختلف مانند متن، تصاویر، ویدئو و ... در مقابل کاربران ظاهر می‌شود و در صورت کلیک بر روی آنها، مرورگر اینترنت شما را به وبسایت تبلیغ‌کننده منتقل خواهد کرد.
- مخاطب هدف شما کیست و درخواست شما از او چیست؟
- پیشنهاد ارزشمند شما چیست؟
- سعی کنید بنر را ساده طراحی کنید.
- از المان‌های برند در طراحی بنر استفاده کنید.

بازاریابی موبایلی (Mobile Marketing)

- بازاریابی موبایلی یکی از ابزارهای دیجیتال مارکتینگ است که هدف آن دستیابی به مخاطبان هدف در تلفن‌های هوشمند، تبلت‌ها و سایر دستگاه‌های همراه آن‌ها از طریق وبسایت‌ها، SMS و MMS، رسانه‌های اجتماعی و اپلیکیشن‌ها است.

تعیین اهداف بازاریابی موبایلی:

- در حال حاضر برای دستگاه‌های همراه چه کارهایی انجام می‌دهیم؟ (با این سوال شروع کنید تا وضعیت فعلی کسب و کارتان برای پرسونای موبایلی را بررسی کنید.)
- اگر هم‌اکنون از بازاریابی موبایلی استفاده می‌کنید، عملکردتان چگونه است؟ (این پرسش به شما کمک می‌کند که بدانید در حال حاضر کدام شیوه‌ها جواب می‌دهند، کدام یک موثر نیستند و کدام یک اندازه‌گیری و سنجیده نشده‌اند.)
- اهداف اصلی‌تان از گنجاندن بازاریابی موبایلی در استراتژی کلی‌تان چیست؟ (با این سوال باید هدف‌تان از شروع استراتژی بازاریابی موبایلی‌تان را تعیین کنید که دنبال چه چیزی هستید از جذب و حفظ بیشتر کاربران موبایلی.)

بازاریابی موبایلی (Mobile Marketing)

چرا وب سایت ما باید با موبایل سازگار باشد:

- ۶۴٪ از کاربران وبی که از دستگاه‌های همراه استفاده می‌کنند، در صورت لود نشدن صفحات ظرف ۱۰ ثانیه این صفحات را ترک می‌کنند.
- ۳۵٪ از مدیران نمی‌توانند خرید موردنظر خود را انجام دهند، زیرا وبسایتی که از آن بازدید کرده‌اند با موبایل سازگار نیست.
- ۹۰٪ از مدیران ارشد شرکت‌ها برای تحقیق در مورد خریدهای شرکت‌شان از دستگاه‌های همراه استفاده می‌کنند.

تست سازگاری با موبایل:

• <https://search.google.com/test/mobile-friendly>

بازاریابی موبایلی (Mobile Marketing)

SMS و MMS (که البته در ایران آنچنان رشد نکرد) کانال‌های بسیار قدرتمندی برای بازاریابی موبایلی هستند. بیش از ۳٫۶ میلیارد نفر در دنیا می‌توانند پیام‌های SMS را دریافت کنند. توجه داشته باشید که:

- ۹۰٪ این پیام‌ها ظرف ۳ دقیقه پس از دریافت باز می‌شوند (درحالی‌که این زمان برای ایمیل‌ها به‌طور میانگین ۹۰ دقیقه است).
- نرخ میانگین باز کردن پیامک ۹۸٪ است، در حالی‌که این نرخ برای ایمیل‌ها ۲۲٪ است.
- پیام‌های متنی و پیامک‌ها در جذب مشتریان ۸ برابر موثرتر هستند.

بازاریابی موبایلی (Mobile Marketing)

نکات قابل توجه در ارسال پیامک:

- متنی که تهیه می‌کنید باید کمتر از ۱۶۰ کاراکتر داشته باشد.
- از اصطلاحات عامیانه یا حروف اختصاری استفاده نکنید.
- چیز ارزشمندی را به دریافت‌کننده پیام ارائه دهید.
- به‌طور مشخص این مسئله را روشن کنید که چه کسی پیام را ارسال کرده است.
- دعوت به اقدام واضح و مشخصی ایجاد کنید.
- باید شماره موبایل افراد با اجازه خودشان گرفته شده باشد.
- نباید کمیت ارسال تبلیغ زیاد باشد.
- باید تلاش شود تا متن و ارزش پیشنهادی در پیامک شخصی‌سازی شده و منحصر به فرد مشتری باشد.
- باید امکان اعلام عدم علاقمندی وجود داشته باشد تا دیگر پیامی دریافت نکنند.



آژانس دیجیتال مارکتینگ میهن رشد

MIHAN ROSHD
DIGITAL MARKETING



ارائه دهنده: مهرداد رشیدی

<https://www.mihanroshd.com>