

بازاریابی تأثیرگذار برای برندها
آنچه *YouTube* و *Instagram* به شما در مورد آینده تبلیغات دیجیتال
می‌آموزند

نویسنده

آرون لوین^۱

مترجم:

امین عباسی



^۱ - Aron Levin

سرشناسه	:	لوین، آرون Levin, Aron
عنوان و نام پدیدآور	:	بازاریابی تأثیرگذار برای برندها : آنچه YouTube و Instagram به شما در مورد آینده تبلیغات دیجیتال می آموزند/نویسنده آرون لوین ؛ مترجم امین عباسی.
مشخصات نشر	:	کرج: موسسه نشر سیمرغ آسمان آذرگان، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	:	۱۶۶ص: جدول، نمودار(بخشی رنگی).
شابک	:	978-622-282-283-5
وضعیت فهرست نویسی	:	فیا
یادداشت	:	عنوان اصلی: teach Influencer marketing for brands : what YouTube and Instagram can you about the future of digital advertising, [2020].
یادداشت	:	کتاب حاضر نخستین بار با عنوان «بازاریابی اینفلوئنسری برای برندها: یوتیوب و اینستاگرام چه درسهایی برای آینده تبلیغات دیجیتال دارند» با ترجمه ی محمدرضا حسن زاده جوانیان... و دیگران توسط انتشارات بازاریابی و نیز با عنوان «بازاریابی موثر برای نامهای تجاری...» و ترجمه مجید آقامحمدی توسط انتشارات صالحیان در سال ۱۳۹۹ ترجمه و منتشر شده است.
عنوان دیگر	:	بازاریابی اینفلوئنسری برای برندها: یوتیوب و اینستاگرام چه درسهایی برای آینده تبلیغات دیجیتال دارند.
عنوان دیگر	:	بازاریابی موثر برای نامهای تجاری...
عنوان دیگر	:	آنچه YouTube و Instagram به شما در مورد آینده تبلیغات دیجیتال می آموزند.
موضوع	:	بازاریابی اینترنتی
موضوع	:	Internet marketing
موضوع	:	برندسازی (بازاریابی)
موضوع	:	Branding (Marketing)
موضوع	:	تأثیر (روانشناسی)
موضوع	:	Influence (Psychology)
شناسه افزوده	:	عباسی، امین، ۱۳۶۵- مترجم
رده بندی کنگره	:	۱۲۶۵/HF۵۴۴۵
رده بندی دیویی	:	۸۲۲/۶۵۸
شماره کتابشناسی ملی	:	۸۲۲۱۸۶۶

بازاریابی تأثیرگذار برای برندها

آنچه YouTube و Instagram به شما در مورد آینده تبلیغات دیجیتال می آموزند

نویسنده: آرون لوین

مترجم: امین عباسی

مؤسسه نشر سیمرغ آسمان آذرگان

نوبت چاپ: اول ۱۴۰۰

چاپ و لیتوگرافی: چاپ بارمیدا

شمارگان: ۵۰۰

قیمت: ۸۵۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۸۲-۲۸۳-۵

آدرس: کرج، جاده ملارد، گلستان ۴۳، ساختمان دیبا، واحد ۲۹ - کد پستی: ۳۱۶۶۹۳۶۸۶۹



فهرست

فصل ۱: منشأها	
۱۵..... پدر تجمعات مقرون به صرفه و منشأ بازاریابی تأثیرگذار	
فصل ۲: افراد، شرکت‌های رسانه‌ای هستند	
وضعیت صنعت تبلیغات، تمرکززدایی توجه و نحوه‌ی سبقت گرفتن افراد از رسانه‌های سنتی	
۲۱.....	
فصل ۳: تأثیر یک نتیجه است و نه یک حرفه	
۳۵..... محیط، پذیرش، اهرم‌های نفوذ و نحوه‌ی یافتن سازندگان درست برای برند شما	
فصل ۴: هنر و علم خلاقیت	
استراتژی‌های اثبات شده خلاقیت برای اینستاگرام و یوتیوب، هفت اصل تبلیغات دهان به دهان و رمز نوشتن یک خلاصه‌ی کامل	
۶۵.....	
فصل ۵: استراتژی‌های خلاقیت‌محور	
ارزش خود را فراتر از حقوق دریافتی گسترش دهید و بازدهی سرمایه‌گذاری خود را با نگاهی خلاقانه به بازاریابی تأثیرگذار افزایش دهید	
۹۹.....	
فصل ۶: روابط یک به یک (۱:۱) در مقیاس	
نظریه‌ی محدودیت‌ها و نحوه‌ی مقیاس‌گذاری بازاریابی تأثیرگذار شما	
۱۱۵.....	
فصل ۷: چارچوب چهار مرحله‌ای بازاریابی تأثیرگذار	
یک چارچوب گام به گام برای کانال‌های رسانه‌ای مقیاس‌پذیر که به طور کامل با طرح بازاریابی کلی شما هماهنگ هستند	
۱۳۹.....	
فصل ۸: اندازه‌گیری آنچه مهم می‌باشد	
اکثریت کنترل نشده، ظهور ربات‌ها، ماندگاری در یوتیوب و نحوه‌ی تقویت تلاش‌های شما با رسانه‌های پولی	
۱۵۹.....	