

بازاریابی دیجیتال ترندها و چشم اندازها

مؤلف:

شاکدی کاندو

مترجمین:

حسن رجبی دهکی و زهرا حسن نایبی



سرشناسه	:	کوندو، شاکتی Kundu, Shakti
عنوان و نام پدیدآور	:	بازاریابی دیجیتال؛ ترندها و چشم‌اندازها/ مولف شاکدی کاندو؛ مترجمین حسن رجبی دهکی، زهرا حسن‌ناییبی.
مشخصات نشر	:	تهران: نمای علم، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	:	۱۹۷ ص.
شابک	:	۹۷۸-۶۲۲-۹۸۳۳-۵-۶
وضعیت فهرست‌نویسی	:	فیبا
یادداشت	:	عنوان اصلی: Digital Marketing ;trends and prospects...
موضوع	:	بازاریابی اینترنتی
موضوع	:	Internet marketing
شناسه افزوده	:	حسن‌ناییبی، زهرا، ۱۳۵۰ - مترجم
شناسه افزوده	:	رجبی دهکی، حسن، ۱۳۵۷ - مترجم
رده‌بندی کنگره	:	HF۵۴۱۵/۱۲۶۵
رده‌بندی دیویی	:	۶۵۸/۸۷۲
شماره کتاب‌شناسی ملی	:	۷۶۴۰۸۹۹
وضعیت رکورد	:	فیبا

عنوان کتاب:	بازاریابی دیجیتال / ترندها و چشم‌اندازها
نویسنده:	شاکدی کاندو
ناشر:	انتشارات نمای علم
مترجمین:	رجبی دهکی و زهرا حسن‌ناییبی
صفحه‌آرایی:	خانم آفتابی
طراحی جلد:	کیان برومند
شابک:	۹۷۸-۶۲۲-۹۸۳۳-۵-۶
نوبت چاپ:	اول ۱۴۰۰
شمارگان:	۵۰ نسخه
قیمت:	۶۰۰۰۰۰ ریال
تلفن مرکز پخش:	۰۲۱-۸۸۲۲۵۱۳۴

حق چاپ جهت ناشر محفوظ است.



فهرست مطالب

فصل اول: مقدمه‌ای بر بازاریابی دیجیتال.....	۱
۱.۱ مقدمه‌ای در بازاریابی.....	۲
۱.۲ انواع بازاریابی.....	۳
۱.۳ تکامل مفاهیم بازاریابی.....	۴
۱.۴ اهمیت و دامنه بازاریابی.....	۵
۱.۵ عناصر بازاریابی.....	۸
۱.۵.۱ نیاز.....	۹
۱.۵.۲ خواستن.....	۱۰
۱.۵.۳ پیشنهادات بازاریابی.....	۱۰
۱.۵.۴ ارزش و رضایت مصرف‌کننده.....	۱۲
۱.۵.۵ بازارها.....	۱۳
۱.۵.۶ بازاریاب و چشم‌اندازها.....	۱۳
۱.۶ بازاریابی در مقابل فروش.....	۱۴
۱.۷ مقدمه‌ای در بازاریابی دیجیتال.....	۱۶
۱.۸ مزایا و فرصت‌های بازاریابی دیجیتال مزایای بازاریابی.....	۱۸
۱.۹ بازاریابی ورودی و خروجی.....	۱۹
۱.۱۰ بازاریابی محتوا.....	۲۰
۱.۱۱ درک ترافیک.....	۲۱
۱.۱۲ درک سرنخ‌ها.....	۲۲
۱.۱۳ استفاده از بازاریابی دیجیتال در بازاریابی از طریق تجارت با مشاغل تجاری.....	۲۴
نتیجه.....	۳۰
نکاتی برای یادآوری.....	۳۰
فصل دوم: بهینه‌سازی موتور جستجو - هسته بازاریابی دیجیتال.....	۳۵

۲,۱	مقدمه‌ای بر موتور جستجو	۳۶
۲,۲	بهینه‌سازی موتور جستجو	۳۶
۲,۴	نتایج جستجو و موقعیت‌یابی	۴۰
۲,۵	مزایای موقعیت‌یابی جستجو	۴۲
۲,۶	نقش کلمات کلیدی در سئو	۴۵
۲,۷	برچسب‌های متا و توضیحات متا	۴۶
۲,۸	بهینه‌سازی در صفحه و خارج از صفحه	۴۷
۲,۸,۱	سئو در صفحه (که به سئو "در محل" نیز معروف است)	۴۸
۲,۸,۲	سئو خارج از صفحه	۵۱
۲,۹	پیوند عقب	۵۴
۲,۱۰	پیوندهای داخلی و خارجی	۵۵
۲,۱۱	رتبه‌بندی	۶۰
۲,۱۲	نقشه سایت سئو	۶۰
۱۳,۲	گام برای ۲B B سئو و C۲B	۶۲
	اهداف کمپین بازاریابی	۶۲
	نتیجه‌گیری	۷۱
	فصل سوم: بازاریابی ایمیل و تبلیغات نمایش دیجیتال	۷۵
۳,۱	مقدمه‌ای بر بازاریابی با پست الکترونیکی	۷۷
۳,۲	عناصر ایمیل	۷۷
۳,۳	تولید لیست ایمیل	۸۰
۳,۴	ساختار پست الکترونیکی	۸۴
۳,۵	تحويل نامه الکترونیکی	۸۷
۳,۶	ثبت داده‌های آنلاین و آفلاین	۸۸
۳,۶,۱	جمع‌آوری پایگاه‌داده آفلاین برای بازاریابی ایمیل	۸۸