

# بازاریابی دیجیتال

## MBA

یک راهنمای اصولی برای ایجاد تحولی شگرف در  
برنامه تحقیقات تجاری و استراتژی مدیریت  
بازاریابی

مؤلف: دیوید جی. بردلی

مترجمین: غلامرضا مهرگان فر و علیرضا ترحمی

|                     |   |                                                                                                                                                                                    |
|---------------------|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| سرشناسه             | : | برادلی، دیوید ج.، ۱۹۴۹-م.<br>Bradley, David J., ۱۹۴۹-                                                                                                                              |
| عنوان و نام پدیدآور | : | بازاریابی دیجیتال MBA: یک راهنمای اصولی برای ایجاد تحولی شگرف در برنامه تحقیقات تجاری و استراتژی مدیریت بازاریابی / مولف دیوید جی. بردلی؛ مترجمین غلامرضا مهرگان فر، علیرضا ترجمی. |
| مشخصات نشر          | : | تهران: نمای علم، ۱۴۰۰.                                                                                                                                                             |
| مشخصات ظاهری        | : | ۱۴۲ ص.                                                                                                                                                                             |
| شابک                | : | ۹۷۸۶۲۲۷۷۴۷۱۴۰                                                                                                                                                                      |
| وضعیت فهرست نویسی   | : | فیپا                                                                                                                                                                               |
| یادداشت             | : | عنوان اصلی: ... Digital marketing MBA: guiding principles for researching                                                                                                          |
| موضوع               | : | بازرگانی الکترونیکی -- مدیریت                                                                                                                                                      |
| موضوع               | : | Electronic commerce -- Management                                                                                                                                                  |
| موضوع               | : | بازاریابی اینترنتی                                                                                                                                                                 |
| موضوع               | : | Internet marketing                                                                                                                                                                 |
| شناسه افزوده        | : | مهرگان فر غلامرضا، ۱۳۶۱ - مترجم                                                                                                                                                    |
| شناسه افزوده        | : | ترجمی، علیرضا، ۱۳۲۷ - مترجم                                                                                                                                                        |
| رده‌بندی کنگره      | : | ۴۴۵۵۴۸/۳۲                                                                                                                                                                          |
| رده‌بندی دیوئی      | : | ۶۵۸/۸۷۲                                                                                                                                                                            |
| شماره کتابشناسی ملی | : | ۷۶۵۱۹۸۹                                                                                                                                                                            |
| وضعیت رکورد         | : | فیپا                                                                                                                                                                               |

|                |                                  |
|----------------|----------------------------------|
| عنوان کتاب:    | بازاریابی دیجیتال MBA            |
| نویسندگان:     | دیوید جی. بردلی                  |
| ناشر:          | انتشارات نمای علم                |
| مترجمین:       | غلامرضا مهرگان فر و علیرضا ترجمی |
| طراحی جلد:     | کیان برومند                      |
| شابک:          | ۹۷۸-۶۲۲-۷۷۴۷-۱۴-۰                |
| نوبت چاپ:      | اول ۱۴۰۰                         |
| شمارگان:       | ۵۰ نسخه                          |
| قیمت:          | ۴۵۰۰۰۰ ریال                      |
| تلفن مرکز پخش: | ۰۲۱-۸۸۲۲۵۱۳۴                     |

## فهرست مطالب

|                                                        |    |
|--------------------------------------------------------|----|
| پیشگفتار .....                                         | ۱  |
| چگونه این کتاب طراحی شد؟ .....                         | ۳  |
| A-E-E: پیوستگی، اثربخشی و کارآمدی .....                | ۳  |
| اصل D <sup>+</sup> : تجزیه و تحلیل، تشخیص، توزیع ..... | ۴  |
| منابع اینترنتی .....                                   | ۵  |
| مقدمه .....                                            | ۷  |
| بازدارنده اول: چه چیزی را می‌دانیم؟ .....              | ۸  |
| بازدارنده دوم: ما چه انجام می‌دهیم؟ .....              | ۸  |
| بازدارنده سوم: ما چگونه اقدام می‌کنیم؟ .....           | ۹  |
| آغاز کار با نمودار RACI .....                          | ۱۰ |
| فاز ۱: هوش بازار .....                                 | ۱۵ |
| رقبای دیدگاه .....                                     | ۳۹ |
| بررسی اعتبار .....                                     | ۳۹ |
| از بین رفتن دورنمای شبکه‌های اجتماعی .....             | ۴۰ |
| ارزیابی کانال‌های بازاریابی .....                      | ۴۲ |
| بررسی پیام بازاریابی .....                             | ۴۴ |
| تجزیه و تحلیل موتور جستجو .....                        | ۴۵ |
| پیشنهادات و نوآوری‌ها .....                            | ۴۷ |
| نتیجه‌گیری فاز ۱ .....                                 | ۵۶ |
| فاز ۲: توسعه استراتژی .....                            | ۵۹ |
| اولین اصل صفحه بارگذاری شده: سازگاری .....             | ۶۵ |
| دومین اصل صفحه بارگذاری: سادگی .....                   | ۶۷ |

## پیشگفتار

کل مبحث این کتاب در مورد توسعه استراتژی دیجیتالی است. کلیت محتوای این کتاب به ما کمک می‌کند که قبل از اقدام برای هرگونه برنامه‌ریزی، از فرآیندهای استراتژیکی آگاه شویم؛ بنابراین شما به راحتی از مطلب بعدی، و چگونگی متناسب شدن بخش‌های متفاوت با یکدیگر و کمک گرفتن از آنها در آینده، آگاهی پیدا خواهید کرد.

پیشنهاد من این است که همزمان با خواندن محتویات این کتاب، قسمت‌های مهم راهای لایت کرده یا یادداشت بروای کنید، سپس در حالی که وارد مرحله اجرایی می‌شوید، به بخش «اصول راهنما» مراجعه کنید. در مرحله اول، شما بایستی مراحل و اصول را فرا بگیرید، و سپس آنها را اجرایی کنید.

البته شما مجبور به دنبال کردن این پیشنهاد نیستید، اما به عقیده شخصی من این روش می‌تواند مؤثرتر باشد، و طی مسیر از کُندی و وقفه شما جلوگیری نماید. در حقیقت، به نظر من این روش شما را توانمندتر می‌سازد، و شما با درک تمامی مراحل و آگاه شدن از روند کار، سرعت حرکتتان حالتی یکنواخت و ممتد به خود می‌گیرد.

به علاوه، شما یک «اصول راهنما» را نیز در هر بخش به طور جداگانه خواهید داشت. همچنین شما می‌توانید به بخش‌های کوتاه ۲ تا ۳ جمله‌ای از نقطه نظرات اجمالی هر بخش مراجعه کنید. تمامی اینها به درک بهتر شما از چگونگی فرآیند مواد، و توسعه چارچوب‌های ذهنی ساختاری شخصی‌تان کمک می‌کنند. آنها ذهن شما را به سمت و سویی سوق می‌دهند که در صورت نیاز، هدف پشت هر بخش را نیز فراموش کنید.