

ابزارها و واحدهای بازاریابی دیجیتال

دستور العملی قطعی برای مبتدیان
جهت یادگیری بازاریابی دیجیتال

نویسنده: ویشاو دیپک

مترجمین: مسعود بیات و محسن توکلی خالدي

سرشناسه	:	دپک، ویشاو Deepak, Vishaw
عنوان و نام پدیدآور	:	ابزارها و واحدهای بازاریابی دیجیتالی : دستورالعملی قطعی برای مبتدیان جهت یادگیری بازاریابی دیجیتالی / نویسنده ویشاک دپاک ؛ مترجمین مسعود بیات و محسن توکلی خالدي.
مشخصات نشر	:	تهران: نمای علم، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	:	۲۵۳ ص.
شابک	:	۹۷۸-۶۲۲-۷۷۴۷-۰۹-۶
وضعیت فهرست نویسی	:	فیا
یادداشت	:	عنوان اصلی: The Tools and Modules of Digital Marketing: A definitive guide to learning the art of digital marketing for ۲۰۲۰ beginners,
موضوع	:	بازرگانی الکترونیکی
موضوع	:	Electronic commerce
موضوع	:	بازاریابی اینترنتی
موضوع	:	Internet marketing
شناسه افزوده	:	بیات، مسعود، مترجم
شناسه افزوده	:	توکلی خالدي، محسن، مترجم
رده‌بندی کنگره	:	HF۵۵۴/۳۲
رده‌بندی دیویی	:	۶۵۸/۸۷۲
شماره کتابشناسی ملی	:	۸۰۴۸۲۲۵
عنوان کتاب:	ابزارها و واحدهای بازاریابی دیجیتالی	
نویسنده:	ویشاو دپیک	
ناشر:	انتشارات نمای علم	
مترجم:	مسعود بیات و محسن توکلی خالدي	
طراحی جلد:	کیان برومند	
شابک:	۹۷۸-۶۲۲-۷۷۴۷-۰۹-۶	
نوبت چاپ:	اول ۱۴۰۰	
شمارگان:	۵۰ نسخه	
قیمت:	۶۰۰۰۰ ریال	
تلفن مرکز پخش:	۰۲۱-۸۸۲۲۵۱۳۴	

حق چاپ جهت ناشر محفوظ است.



فهرست مطالب

۱. مقدمه‌ای بر بازاریابی دیجیتال..... ۱
۱. بازاریابی دیجیتال..... ۱
۲. بهینه‌سازی و طراحی..... ۲
۳. هدف قرار دادن و هدف قراردادن مجدد..... ۳
۴. بزرگ فکر کنید!..... ۴
۵. بخش ۱: بهینه‌سازی موتور جست‌وجو..... ۵
۵. بهینه‌سازی موتور جست‌وجو چیست؟..... ۵
۶. مزایای SEO..... ۶
۹. چگونه موتور جست‌وجو کار می‌کند؟..... ۹
۱۱. چگونه می‌توان بهینه‌سازی موتور جست‌وجو را ارتقا بخشید؟..... ۱۱
۱۲. مهم‌ترین نکته در بهینه‌سازی درون صفحه..... ۱۲
۱۳. مهم‌ترین نکته برای بهینه‌سازی بیرون از صفحه..... ۱۳
۱۴. بهترین ابزارهای SEO..... ۱۴
۱۷. بخش ۲: بازاریابی موتور جست‌وجو..... ۱۷
۱۷. بازاریابی موتور جست‌وجو چیست؟..... ۱۷
۱۸. سیستم تبلیغات گوگل چیست؟..... ۱۸

- ۱۸.....بازاریابی PPC
- ۲۰.....چگونه PPC را تنظیم کنیم؟
- ۲۱.....نسخه هدفمند
- ۲۲.....صفحات فرود
- ۲۲.....تحلیل وبسایت
- ۲۳.....نمایش تبلیغات
- ۲۳.....مدیریت پیشنهاد
- ۲۴.....بهترین ابزارهای SEM
- ۲۷.....بخش ۳: بازاریابی و بهینه‌سازی رسانه‌های اجتماعی
- ۲۷.....بازاریابی رسانه‌های اجتماعی چیست؟
- ۲۷.....مزیت‌های رسانه‌های اجتماعی
- ۳۰.....استراتژی بازاریابی رسانه‌های اجتماعی
- ۳۹.....بخش ۴: بهینه‌سازی درون صفحه و بیرون صفحه
- ۳۹.....SEO درون صفحه چیست؟
- ۴۰.....معرفی SEO درون صفحه
- ۴۰.....چرا ما از SEO درون صفحه استفاده می‌کنیم؟
- ۴۱.....تفاوت بین SEO درون صفحه و بیرون صفحه
- ۴۳.....استراتژی‌های SEO درون صفحه برای قرار گرفتن در SEO

بخش ۵: بازاریابی از طریق مطلب.....	۵۳
بازاریابی از طریق مطلب چیست؟.....	۵۳
مطلب چیست؟.....	۵۳
انواع مطالب.....	۵۴
اهمیت بازاریابی از طریق مطلب.....	۵۵
استراتژی بازاریابی از طریق مطلب چیست؟.....	۵۵
مزایای استراتژی بازاریابی از طریق مطلب.....	۵۶
بخش ۶: بازاریابی ایمیلی.....	۵۹
بازاریابی ایمیلی چیست؟.....	۵۹
مزایای بازاریابی ایمیلی.....	۶۰
نکاتی که باید به خاطر داشته باشید.....	۶۲
بخش ۷: بازاریابی از طریق تلفن همراه.....	۶۵
بازاریابی از طریق تلفن همراه چیست؟.....	۶۵
مزیت‌های بازاریابی از طریق تلفن همراه.....	۶۶
معایب بازاریابی از طریق تلفن همراه.....	۶۸
استراتژی‌های بازاریابی از طریق تلفن همراه.....	۷۰
بخش ۸: بازاریابی وابسته.....	۷۳
بازاریابی وابسته چیست؟.....	۷۳
چگونه کار بازاریابی وابسته را آغاز کنیم.....	۷۶

- بخش ۹: بازاریابی از طریق وبینار ۸۵
- وبینار چیست؟ ۸۵
- مزایای وبینار برای استراتژی‌های بازاریابی کسب‌های کارهای آنلاین ۸۵
- چگونه برای وبینار برنامه ریزی کنید؟ ۸۷
- بخش ۱۰: بازاریابی ویروسی ۹۷
- بازاریابی ویروسی چیست؟ ۹۷
- اهداف بازاریابی ویروسی ۹۸
- روش تبلیغات ویروسی ۹۸
- دستور العمل‌هایی برای بازاریابی موفق ویروسی ۱۰۰
- مزایای بازاریابی ویروسی ۱۰۱
- چرخه عمر طولانی و زمان نامحدود ۱۰۲
- معایب بازاریابی ویروسی ۱۰۳
- نمونه‌هایی از بازاریابی ویروسی ۱۰۴
- بخش ۱۱: بازاریابی مؤثر ۱۰۵
- بازاریابی مؤثر چیست؟ ۱۰۶
- کسب درآمد در بازاریابی مؤثر ۱۰۶
- بلوکه‌های مهم ساختمان بازاریابی مؤثر ۱۰۷
- نمونه‌هایی از بازاریابی مؤثر ۱۰۷

مقدمه‌ای بر بازاریابی دیجیتالی

در سال‌های اخیر روش تعامل افراد با یکدیگر تغییر یافته است زیرا رسانه‌های آنلاین تبدیل به بخش جدا نشدنی زندگی روزمره ما شده‌اند. این ویژگی‌ها، تغییراتی را در استراتژی‌های تجاری و روابط با مشتری به وجود آورده‌اند. راه‌حل‌هایی را باید برای مشکلات بازاریابی دیجیتالی فراگیرید.

بازاریابی دیجیتالی

ظهور و توسعه اینترنت متمرکز بر رشد دیجیتالی شدن و سازگاری کسب و کارها با شرایط جدید بود. این پدیده بر بازاریابی و تبلیغات تأثیر گذاشت زیرا کانال‌های استاندارد تبلیغاتی، استراتژی‌ها، و تکنیک‌ها دیگر نام تجاری خاصی را تبلیغ نمی‌کردند.

این مجموعه خاصی از تکنیک‌هایی به شمار می‌رود که از کانال‌های دیجیتالی یا اینترنت برای تبلیغات استفاده می‌کند. با استفاده از روش‌ها و کانال‌های تبلیغاتی، وسیع‌ترین مخاطبان آنلاین قابل حصول می‌شوند.

در ابتدای هزاره، ۲۰ WEB ظهور کرد و همراه با آن مفاهیمی همچون موتور جست‌وجو، بات‌ها، هوش مصنوعی، اتوماتیک‌سازی فرآیند، حقیقت مجازی و بسیاری دیگر معرفی شدند. اینترنت همچنان در مسیری شفاف (همکاری با مشتریان)

حرکت می‌کند. بلوک‌های بازاریابی دیجیتالی، دگرگونی‌هایی را موجب شدند که تا به امروز ادامه دارند.



رسانه‌های اجتماعی در حال ظهور هستند و گروهی از مشتریان بالقوه نیز وجود دارند. کسب و کار به سرعت خود را با این شرایط وفق می‌دهد و با روش‌های نوین تبلیغات (پرداختی و اورگانیک) سازگاری می‌یابد. هنگامی که بازاریاب دیجیتالی، عبارت «اقدامات تبلیغاتی» را می‌شنود به فوریت به یاد چیزهای مختلفی (تولید، مخاطب هدف، بودجه/هزینه، نتیجه، و بهینه‌سازی) می‌افتد.

بهینه‌سازی و طراحی

جذب عبور و مرور مورد نظر در وب‌سایت، فارغ از اینکه فروشگاه آنلاین باشد، سایت اطلاعاتی باشد یا وبلاگ شخصی، باید با کمک مطلب بهینه و طراحی‌های جذاب انجام شود. این نیز دلالت بر صفحات فرود و کلیه کالاهای و صفحات اطلاعاتی دارد. فردی ممکن است با موقعیت ذیل مواجه شود: