

الغبای سوشال مدیا

نویسنده: امیرحسین رحیمی

www.ketab.ir

سرشناسه	:	رجبی، امیرحسین، ۱۳۷۲-
عنوان و نام پدیدآور	:	الفبای سوشال مدیا/ امیرحسین رجبی.
مشخصات نشر	:	تهران: فارابی، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	:	۲۱۳ص: مصور، جدول.
شابک	:	۹۷۸-۹۶۶-۹۹۵۷۱۷۲۰۲
وضعیت فهرست نویسی	:	فبا
موضوع	:	شبکه‌های کسب و کار Business networks شبکه‌های اجتماعی Social networks شبکه‌های اجتماعی پیوسته -- جنبه‌های اقتصادی Online social networks -- Economic aspects بازاریابی اینترنتی Internet marketing HD۶۹
رده‌بندی کنگره	:	۶۵۸/۴
رده‌بندی دیویی	:	۸۸۰۵۳۱۶
شماره کتابشناسی ملی	:	

الفبای سوشال مدیا

نویسنده: امیرحسین رجبی

ویراستار: کتابون بناخیری

صفحه آرا و طراح جلد: الهه نیک اختر

نوبت چاپ: اول، ۱۴۰۱

شمارگان: ۲۰۰ نسخه

قیمت: ۷۵۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۹۹۵۷-۷۲-۲

همه ی حقوق چاپ و نشر محفوظ است.



نشر فارابی

کتاب فروشی نشر فارابی: تهران، خیابان انقلاب، روبه روی سینما بهمن، بازارچه ی کتاب، پلاک ۱۵.

تلفن: ۶۶۴۶۵۷۸۱ - ۶۶۴۱۳۵۳۹

آدرس سایت: www.farabipublishing.ir

آدرس اینستاگرام: @farabipublishing

فهرست

۹	مقدمه
۱۱	فصل اول - شبکه های اجتماعی
۱۱	۱-۱ شبکه های اجتماعی
۱۳	۲-۱ آمار استفاده از شبکه های اجتماعی
۱۵	۳-۱ معرفی انواع شبکه های اجتماعی
۲۷	۴-۱ بررسی مزایا و معایب سوشال مدیا
۳۰	۵-۱ رسانه و مدیریت رسانه های اجتماعی
۳۲	۶-۱ شناخت پرسونای مخاطبان در شبکه های اجتماعی
۳۴	۷-۱ ابعاد در سوشال مدیا
۳۹	فصل دوم - اصول محتوانویسی در سوشال مدیا
۳۹	۱-۲ آشنایی با تولید محتوا
۴۱	۲-۲ اهمیت تولید محتوا
۴۳	۳-۲ آشنایی با انواع محتوا
۴۴	۴-۲ برنامه ریزی محتوا و طراحی استراتژی
۵۱	۵-۲ بهترین برنامه های تولید محتوا
۵۳	۶-۲ روش های انتشار محتوای تولیدی
۵۷	۷-۲ تجزیه و تحلیل محتوا
۶۱	۸-۲ سنو کلمات کلیدی
۶۵	۹-۲ کپی رایت و کپی رایتینگ
۷۱	فصل سوم - تصویربرداری در سوشال مدیا
۷۱	۱-۳ مقدمه ای تصویربرداری در سوشال مدیا
۷۲	۲-۳ دوربین حرفه ای یا دوربین موبایل

۷۴	۳-۳ ابعاد ویدئوها در پلتفرم‌های مختلف
۷۷	۴-۳ مراحل حل مشکل ابعاد در تصویربرداری در سوشال مدیا
۷۸	۵-۳ فرمت تصویری چیست؟
۸۲	۶-۳ اندازه‌ی نماهای اصلی
۸۳	۷-۳ شناخت کادر و کادربندی برای تصویربرداری
۹۰	۸-۳ نورپردازی تصویربرداری در سوشال مدیا
۹۲	۹-۳ نرم‌افزارهای اصلاح رنگ
۹۴	۱۰-۳ تجهیزات ساده‌ی تصویربرداری در سوشال مدیا
۹۷	فصل چهارم - تدوین ساده
۹۷	۱-۴ دنیای تدوین یا همان کارگردانی دوم
۹۹	۲-۴ نکات اصلی که باید بدانید
۱۰۲	۳-۴ انتخاب نرم‌افزار تدوین و شروع تدوین ساده
۱۰۴	۴-۴ نکات ساده ویدئوها برای سوشال مدیا
۱۰۶	۵-۴ انواع تدوین ویدئو کدام است؟
۱۰۹	فصل پنجم - آموزش عفو تا صد ساخت پادکست
۱۰۹	۱-۵ مقدمه‌ی ساخت پادکست
۱۱۱	۲-۵ تعریف پادکست
۱۱۲	۳-۵ چرا پادکست بسازیم؟
۱۱۳	۴-۵ انواع پادکست کدام‌اند؟
۱۱۶	۵-۵ تجهیزات مورد نیاز برای ساخت پادکست
۱۱۸	۶-۵ نرم‌افزارها و اپلیکیشن‌های ساخت پادکست
۱۱۹	۷-۵ چه محتوایی را پادکست کنیم؟
۱۲۱	فصل ششم - اجرا مقابل دوربین
۱۲۱	۱-۶ اجرای مقابل دوربین
۱۲۴	۲-۶ مهم‌ترین تکنیک‌های اجرا مقابل دوربین
۱۳۱	۳-۶ زبان بدن مناسب اجرا مقابل دوربین
۱۳۷	۴-۶ کنترل استرس
۱۴۱	۵-۶ میمیک مناسب
۱۴۵	فصل هفتم - ضبط ساده صدا
۱۴۵	۱-۷ ضبط ساده صدا
۱۴۷	۲-۷ تجهیزات ضروری برای ضبط ساده صدا در خانه
۱۵۲	۳-۷ آموزش ضبط ساده صدا با برنامه‌ی Voice Recorder ویندوز
۱۵۳	۴-۷ بهترین نرم‌افزارهای ضبط صدا برای افراد مبتدی

۱۵۷	فصل هشتم - گرافیک در شبکه‌های اجتماعی
۱۵۸	۱-۸ طراحی گرافیک چیست؟
۱۵۹	۲-۸ هویت بصری corporate identity چیست؟
۱۶۰	۳-۸ لوگو یا نشانه
۱۶۱	۴-۸ تأثیر طراحی گرافیک در رشد سوشال مدیا
۱۶۳	۵-۸ نقشه‌ی راه طراحی گرافیکی
۱۶۵	۶-۸ طراحی گرافیکی وبسایت و تأثیر آن بر جذب مشتری
۱۶۹	فصل نهم - وبسایت
۱۷۰	۱-۹ لزوم طراحی سایت
۱۷۴	۲-۹ طراحی سایت با ابزارهای وبسایت‌ساز
۱۷۵	۳-۹ طراحی وبسایت با سیستم‌های مدیریت محتوا
۱۷۷	۴-۹ سنو چیست؟ چه ابزارهایی برای سنوی سایت وجود دارد؟
۱۷۹	۵-۹ آشنایی با ابزارهای تحلیل سایت
۱۸۱	فصل دهم - تبلیغات و کمپین‌های تبلیغاتی
۱۸۲	۱-۱۰ شمشیر دولبه‌ای به نام تبلیغات
۱۸۴	۲-۱۰ چرا تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی را به شما توصیه می‌کنیم؟
۱۸۵	۳-۱۰ انواع تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی
۱۸۸	۴-۱۰ انواع شیوه‌های تبلیغاتی در شبکه‌های اجتماعی
۱۹۰	۵-۱۰ کمپین‌های تبلیغاتی در شبکه‌های مجازی
۱۹۵	فصل یازدهم - بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی
۱۹۷	۱-۱۱ قدم به قدم بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی
۲۰۳	۲-۱۱ منظور از دیجیتال مارکتینگ چیست و چه مزایایی دارد؟
۲۰۴	۳-۱۱ آشنایی با CRM (سیستم مدیریت ارتباط با مشتری)
۲۰۶	۴-۱۱ منظور از بازاریابی درون‌گرا (اینباند مارکتینگ) چیست؟
۲۰۸	۵-۱۱ منظور از لید یا سرخ در بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی چیست؟
۲۱۱	سخن پایانی

مقدمه

اگر صادقانه بگویم، نوشتن مقدمه سخت‌ترین قسمت شروع این کتاب است. اما باید سپاس‌گزار باشم از خداوندی که توفیق این را به من داد تا آنچه را تجربه کرده‌ام در این کتاب به دیگران منتقل کنم. امید است شما عزیزان با مطالعه‌ی این کتاب، به تمام تفکرات و دیدگاه‌های من نسبت به نوشتن این کتاب آگاه شوید. از آنجایی که در کشور ما، ایران، سرانه‌ی مطالعه‌ی کتاب پایین است، علاقه‌مندم تا خلاصه و کاربردی تمام مطالب را ارائه کنم تا همه‌ی خوانندگان در کوتاه‌ترین زمان به نتیجه‌ی دلخواه برسند و دستاورد شگفت‌آوری در سوشال مدیا، یا فضای مجازی به دست آورند. امیدوارم مطالب کتاب از حوصله‌ی خوانندگان محترم خارج نشود.

من سال ۱۴۰۰ بعد از خاموش کردن شمع‌های تولد ۲۸ سالگی، دست به کار شدم تا ایده‌ی چندساله‌ی خود را کلید بزنم و یک کار ارزشمند برای جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کنم، انجام دهم. از خداوند خیر و کمک درخواست می‌کنم تا بتوانم از این تصمیم سربلند بیرون بیایم. امروز که ۲۹ ساله هستم، ۱۲ سال تجربه‌ی برنامه‌سازی و اجرا را در حوزه‌ی تلویزیون و جامعه‌ی هنری ایران به دست آورده‌ام و مدت ۵ سال است که مجموعه‌ی تولید محتوا و برندسازی در حوزه‌ی سوشال مدیا را راه‌اندازی کرده‌ام. دلیل این تصمیم این بود که یک کتاب به نام الفبای سوشال مدیا را منتشر کنم، زیرا می‌خواهم حاصل ۵ سال تجربیات،

ابداعات و تحقیقاتم را برای جامعه‌ای که برای من بسیار مهم است ارائه دهم. زیرا در این عصر و با پیشرفت بسیار سریع تکنولوژی راهی جز دیجیتال شدن نیست. شما خواننده‌ی گرامی که در حال حاضر، مشغول مطالعه‌ی مقدمه‌ی این کتاب هستید، حتماً شغل و تخصصی دارید و اطلاع هم دارید که تنها راه در آمد و امرار معاش شما در این حرفه و تخصص همین حرفه‌ی فعلی شماست. اما من به شما می‌گویم که باید برای در آمد بیشتر و حتی پیشرفت بیشتر توانایی تولید محتوا را هم داشته باشید که بعد از آن بتوانید در بهترین شبکه‌ی اجتماعی مطالب‌تان را ارائه کنید تا در رقابت از همکاران و صنفی‌های‌تان عقب نمانید.

یکی از تجربیات من در این مورد این است: در این سال‌ها با افراد متعددی در تخصص‌های مختلف همکاری کرده‌ام و آن‌ها را در کارشان صاحب اعتبار کرده‌ام. این نکته را گفتم تا به جرئت بگویم تمام این افراد انسان‌های باهوش و ویژه‌ای بوده‌اند و بافت برند شدن را داشتند، اما تخصص کافی در زمینه‌ی رسانه، محتوانویسی، ویدئو یا شبکه‌های اجتماعی نداشتند. از همان زمان بود که تصمیم گرفتم، این کتاب را برای عموم مردم؛ یعنی همه، یا هر کس که سواد خواندن و نوشتن دارد و صاحب کسب‌وکار، هر چند کوچک است، بنویسم تا از فردا صبح، نه، از همین حالا کارش را آغاز کند.

به زبان ساده عرض کنم که؛ تمام سعی و تلاشم را کرده‌ام تا مطالب این کتاب ساده‌خوان باشد و از اصطلاحات تخصصی کمتر استفاده کرده‌ام تا متنی کاربردی در دسترس علاقه‌مندان به این حوزه قرار بگیرد.

از صمیم قلب آرزو می‌کنم که خوانندگان محترمی که این کتاب را مطالعه می‌کنند، بتوانند مسیر موفقیت در این عرصه را کشف کنند، زیرا دنیای سوشال مدیا بسیار گسترده است و هر کس که می‌خواهد از این عرصه کسب در آمد کند؛ می‌تواند به راحتی در این مسیر رشد کند و جایی برای نگرانی از بابت زیاد شدن رقبا نیز وجود ندارد.