

۲۲۹۹۲۳۴

بسمه تعالی

# دورنمای بازاریابی دیجیتال

نویسنده: جسیکا راجرز<sup>۱</sup>

مترجم: رضا برهانی حقیقی

---

<sup>۱</sup> Jessica Rogers

|                          |                                                                                                                                                                                             |
|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| سرشناسه                  | راجرز، جسیکا Rogers, Jessica                                                                                                                                                                |
| عنوان و نام پدیدآور      | دورنمای بازاریابی دیجیتال/ نویسنده جسیکا راجرز؛ مترجم رضا برهانی حقیقی.                                                                                                                     |
| مشخصات نشر               | تهران: مؤسسه آموزشی تألیفی ارشدان، ۱۴۰۱.                                                                                                                                                    |
| مشخصات ظاهری             | ۱۰۴ ص:؛ وزیری                                                                                                                                                                               |
| شابک                     | ۹۷۸-۶۲۲-۰۸-۳۲۶۹-۰۰                                                                                                                                                                          |
| وضعیت فهرست نویسی        | فیپا                                                                                                                                                                                        |
| یادداشت                  | عنوان اصلی: The digital marketing landscape: creating a synergistic consumer experience, c2021                                                                                              |
| یادداشت                  | کتاب حاضر نخستین بار با عنوان «چشم‌انداز بازاریابی دیجیتال بر اساس تجربیات مضاعف مصرف‌کننده» با ترجمه الناز علاف‌جعفری، فاطمه رشیدی‌مفرد توسط انتشارات نمای علم در سال ۱۴۰۰ فیپا گرفته است. |
| عنوان دیگر               | چشم‌انداز بازاریابی دیجیتال بر اساس تجربیات مضاعف مصرف‌کننده.                                                                                                                               |
| موضوع                    | بازاریابی اینترنتی<br>Internet marketing                                                                                                                                                    |
| شناسه افزوده             | برهانی حقیقی، رضا، ۱۳۴۱-، مترجم                                                                                                                                                             |
| رده بندی کنگره           | HF۵۴۴/۱۲۶۵                                                                                                                                                                                  |
| رده بندی دیویی           | ۶۵۸/۸۷۲                                                                                                                                                                                     |
| شماره کتابشناسی ملی      | ۸۸۴۷۲۶۸                                                                                                                                                                                     |
| اطلاعات رکورد کتابشناسی: | فیپا                                                                                                                                                                                        |

## ارشدان

مؤسسه آموزشی تألیفی ارشدان

- |                        |                                      |
|------------------------|--------------------------------------|
| نام کتاب:              | دورنمای بازاریابی دیجیتال            |
| مترجم:                 | رضا برهانی حقیقی                     |
| ناشر:                  | آموزشی تألیفی ارشدان                 |
| ویرایش:                | اول                                  |
| نوبت چاپ:              | اول ۱۴۰۱                             |
| حروفچینی و صفحه آرایی: | www.irantypist.com                   |
| طراح و گرافیکست:       | www.irantypist.com                   |
| شابک:                  | ۹۷۸-۶۲۲-۰۸-۳۲۶۹-۰۰                   |
| شمارگان:               | ۱۰۰۰                                 |
| مرکز خرید آنلاین:      | www.arshadan.com<br>www.arshadan.net |
| مرکز پخش و توزیع:      | ۰۲۱۴۷۶۳۵۵۰۰                          |
| قیمت:                  | ۵۸۰۰۰ تومان                          |

|    |                                                                             |
|----|-----------------------------------------------------------------------------|
| ۵  | شرح کتاب                                                                    |
| ۷  | نقد کتاب                                                                    |
| ۱۱ | مقدمه                                                                       |
| ۱۳ | فصل ۱: تجربه برند دیجیتال                                                   |
| ۱۳ | اهداف یادگیری                                                               |
| ۲۰ | مشتریان، مخاطبان موردنظر و شخصیت خریدار                                     |
| ۲۴ | بازاریابی درونگرا                                                           |
| ۲۷ | نکته‌های کلیدی                                                              |
| ۲۹ | فصل ۲: چهارچوبی برای جستجو                                                  |
| ۲۹ | اهداف یادگیری                                                               |
| ۳۴ | وب سایت بهینه سازی شده                                                      |
| ۳۷ | تجربه کاربر (UX) و طراحی یکپارچه                                            |
| ۴۱ | نکته‌های کلیدی                                                              |
| ۴۳ | فصل ۳: رسانه‌های اجتماعی در مسیر خلق کردن و پرورش دادن روابط                |
| ۴۳ | اهداف یادگیری                                                               |
| ۴۹ | وبلاگ نویسی به عنوان جزئی از ترکیب رسانه‌های اجتماعی                        |
| ۵۶ | استفاده راهبردی از رسانه‌های اجتماعی به عنوان جزئی از راهبرد دیجیتالی منسجم |
| ۵۹ | نکات کلیدی                                                                  |
| ۶۱ | فصل ۴: موبایل و ایمیل به عنوان بخشی از تجربه مشتری                          |
| ۶۱ | اهداف یادگیری                                                               |
| ۶۶ | استفاده از ایمیل برای برانگیختن فروش و علاقمند نگه داشتن مشتریان            |
| ۷۲ | نقاط تماس کانال ارتباطی                                                     |
| ۷۵ | نکات کلیدی                                                                  |

## شرح کتاب

حوزه بازاریابی در نحوه ارتباط برندها با مصرف کنندگان، نحوه ارتباط مصرف کنندگان با برندها و نحوه ارتباط مصرف کنندگان با یکدیگر شاهد تحول بوده است. فناوری‌های دیجیتالی مانند تلفن‌های همراه، اینترنت، رسانه‌های اجتماعی و ایمیل به آنچه به عنوان چشم‌انداز بازاریابی دیجیتال شناخته می‌شود، کمک می‌کنند. بازاریابی دیجیتال راه‌های منحصر به فردی را برای ملاقات با مشتریان در جایی که هستند، تعامل با مصرف کنندگان بالقوه و موجود و شنیدن صدای مصرف کننده ارائه می‌دهد و به مصرف کنندگان اجازه می‌دهد تا بخشی از داستان یک برند باشند.

این کتاب هم برای دانشجویان و هم برای افراد متخصص نوشته شده که به دنبال کشف ارتباط متقابل فناوری‌های دیجیتال برای اهداف بازاریابی و برندسازی هستند. این کتاب یک نمای کلی از چشم انداز بازاریابی دیجیتال ارائه می‌دهد و اینکه چگونه عناصر مختلف دیجیتال می‌توانند به طور مضاعف کار کنند. زمانی که قدرت یک استراتژی دیجیتال یکپارچه بهینه شود، هم مصرف کنندگان و هم برندها سود می‌برند.

چشم انداز بازاریابی دیجیتال به عنوان یک راهنمای عملی برای دانشجویان و متخصصان در محیط‌های مختلف عمل می‌کند. خوانندگان این کتاب با اصطلاحات مربوطه آشنا می‌شوند، درک می‌کنند که چگونه حوزه‌های مختلف بازاریابی دیجیتال به هم مرتبط می‌شوند و با هم کار می‌کنند، و دانش لازم برای ایجاد دیدگاه‌های مدیریتی ارزشمند و عملی برای تصمیم گیری آگاهانه تر را به دست خواهند آورد.

**کلید واژه ها:** بازاریابی دیجیتال؛ بازاریابی رسانه‌های اجتماعی؛ بهینه سازی موتور جستجو<sup>1</sup> (SEO)؛ بازاریابی موتورهای جستجوگر<sup>2</sup> (SEM)؛ تبلیغات کلیک<sup>3</sup> (PPC)؛ بازاریابی ایمیلی؛ بازاریابی محتوا؛ برندسازی؛ وبلاگ نویسی؛ تجربه آنلاین.

<sup>1</sup> Search Engine Optimization

<sup>2</sup> Search Engine Marketing

<sup>3</sup> pay-per-click