

۱۴۴ ۹۸۷۷
۹۲ ۸۴۴

به نام خدا



مأموریت فرهنگی
دیناگران تهران

مدیریت کسب و کار

دکتر

شبکه های اجتماعی

مؤلف

سید سجاد موسوی

هرگونه چاپ و تکثیر از محتویات این کتاب بدون اجازه کتبی ناشر ممنوع است. متخلفان به موجب قانون حمایت حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.

سرشناسه: موسوی، سید سجاد، ۱۳۶۲-

عنوان و نام پدیدآور: مدیریت کسب و کار در شبکه های اجتماعی / مؤلف سید سجاد موسوی.

مشخصات نشر: تهران: دیباگران تهران: ۱۳۹۵

مشخصات ظاهری: ۱۷۳ ص: مصور

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۱۲۴-۵۰۰-۸

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

یادداشت: کتابنامه: ص. ۱۷۳.

موضوع: بازرگانی الکترونیکی

موضوع: electronic commerce

موضوع: بازاریابی اینترنتی

موضوع: internet marketing

موضوع: شبکه های اجتماعی - مدیریت

social networks-management

رده بندی: ۱۳۹۵ م ۴ م ۸ م ۳۲/ ۵۵۴۸ HF

رده بندی دیبا: ۶۵۸

شماره کتابشناسی: ۴۴۶۲

عنوان کتاب: مدیریت کسب و کار

در شبکه های اجتماعی

مؤلف: سید سجاد موسوی

ناشر: مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران

چاپ و صحافی: موسسه

طراح جلد: مبینی هنری

چاپ: ۱۳۹۵

قطع: وزیری

تیراژ: ۳۰۰ جلد

قیمت: ۱۸۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۱۲۴-۵۰۰-۸

نشانی واحد فروش: تهران، میدان انقلاب،

خ کارگر جنوبی،

روبروی پاساژ مهستان، پلاک ۱۲۵۱

تلفن: ۰۲۰۸۵۱۱۱-۶۶۴۱۰۰۴۶

کد پستی: ۱۳۱۴۹۸۳۱۸۵

WWW.MFTSHOP.COM

WWW.MFTBOOK.IR : فروشگاههای اینترنتی

نشانی اینستاگرام: Dibagaran_publishing

نشانی تلگرام: @mftbook

پست الکترونیکی: bookmarket@mftmail.com

۱۳.....	فصل اول:
۱۳.....	آموزش و کار با شبکه های اجتماعی
۱۳.....	مقدمه
۱۴.....	کسب و کار اینترنتی
۱۴.....	چرا بسیار در کسب و کار اینترنتی خود موفق بوده اند ؟
۱۵.....	بازاریابی چیست ؟
۱۵.....	بازاریابی اینترنت چیست ؟
۱۶.....	کسب و کار اینترنتی
۱۶.....	پنج مهارت کسب و کار آینده ساز
۱۷.....	کسب و کار اینترنتی چیست ؟
۱۷.....	مزایای انتخاب کسب و کار اینترنتی
۱۷.....	موانع کسب و کارهای اینترنتی:
۱۸.....	عوامل اساسی موفقیت در کسب و کارهای اینترنتی:
۱۹.....	دلایل شکست کسب و کارهای اینترنتی:
۱۹.....	رائدکارشناس کسب و کار اینترنتی:
۲۰.....	کسب یک تصویر کلی از بازار
۲۰.....	روندهای مهم بازار
۲۱.....	نوشتن دقیق جزئیات و مشخصات در پروفایل ها:
۲۲.....	انتخاب یک تصویر مناسب
۲۲.....	استفاده از لوگو در وب سایت شخصی:
۲۷.....	فصل دوم
۲۷.....	نحوه بازاریابی با شبکه های اجتماعی
۲۷.....	همه چیز در مورد نحوه استفاده از امکانات شبکه هایی اجتماعی برای تجارت :
۲۸.....	چگونه شروع کنیم ؟

- ۲۸..... سایز دقیق عکس ها برای حساب :.....
- ۲۹..... چه ابزارهای تحلیل کننده ای برای اینستگرام وجود دارد؟.....
- ۳۰..... بهترین زمان برای ارسال عکس.....
- ۳۲..... هشتگ ها در شبکه های اجتماعی چگونه کار می کنند؟.....
- ۳۵..... پاسخ شما به این سه سوال، نقطه شروع کار و حرکت به سوی رویاهایتان است.....
- ۳۶..... اما چگونه علایق واقعی و نبوغ ذات یتان را کشف کنیم؟ چگونه آغاز به کار نمایم؟.....
- ۳۷..... چرا P&T؟.....
- ۳۹..... فصل سوم.....
- ۳۹..... درآ..... از شبکه های اجتماعی.....
- ۳۹..... نتایج مورد انتظار را تعیین کنید.....
- ۴۰..... ضرب کنید نه تقسیم.....
- ۴۱..... کار را به صورت..... واگذار کنید.....
- ۴۱..... مدلها درآمدی تلگرام.....
- ۴۲..... درآمد تلگرام.....
- ۴۶..... بهبود استراتژی های تبلیغاتی (B2b) :.....
- ۴۷..... فصل چهارم.....
- ۴۷..... ترفندهای فروش با شبکه های اجتماعی.....
- ۴۷..... ترفندهای فروش با شبکه های اجتماعی.....
- ۴۷..... نکته اول :.....
- ۴۸..... گام خیلی ساده برای راه اندازی کسب و کار خودتان.....
- ۴۸..... اصل اول : کشف کنید که واقعا که خودتان هستید !.....
- ۴۹..... اصل دوم : گنج های اطرافتان را بشناسید.....
- ۵۱..... اصل سوم : ایده مناسب خود را انتخاب کنید.....
- ۵۲..... اصل چهارم : طراحی محصول.....
- ۵۲..... چگونه باید محصول / خدمت خود را طراحی کنم؟.....
- ۵۳..... اصل پنجم : انتخاب بازار هدف.....
- ۵۵..... اصل ششم : تعیین بازار هدف.....
- ۵۶..... اصل هفتم : به ورود اولین سود واقعی به زندگیتان خوش آمد بگویید!.....

۵۶	 Startup Social Media Marketing چیست؟
۵۷	 Comprehensive Marketing همه جانبه
۵۷	 انواع شیوه ها و روشهای کاربردی در بازاریابی همه جانبه عبارتند از:
۵۸	 اصل هشتم: ماشین پول سازی خودکار
۶۱	 فصل پنجم
۶۱	 تجارت الکترونیک و تجارت سیار در شبکه های اجتماعی
۶۲	 بانکداری اینترنتی (اینترنت بانکینگ)
۶۴	 چگونگی استفاده از مزایای Link Building در کسب و کار اینترنتی
۶۶	 آموزه های تجارت الکترونیک در ایتالیا
۶۷	 مشتریان امروزی ۱۰ در نظر بگیرید
۶۸	 وبسایت خود را برای نمایش در گوشی های موبایل طراحی کنید
۶۸	 تجربه خرید بی نظیر را به مشتریان خود هدیه دهید
۶۹	 تجارت سیار
۶۹	 تعریف تجارت سیار:
۶۹	 پیدایش تجارت سیار:
۷۰	 نسل های ارتباطی شبکه های گسترده ی سیم:
۷۱	 ویژگی های تجارت سیار:
۷۱	 تجارت سیار دو مشخصه و ویژگی اصلی دارد:
۷۳	 مزایای تجارت سیار
۷۳	 از مزایای عمده تجارت سیار می توان موارد زیر را نام برد:
۸۰	 راه اندازی فروشگاه اینترنتی و نحوه
۸۰	 خرید و فروش از اینترنت
۸۰	 انواع بانکداری الکترونیک
۸۲	 تلفن بانک
۸۲	 دستگاه های خود پرداز
۸۲	 بانکداری موبایلی
۸۳	 بانکداری اینترنتی

۸۳..... پایانه های فروش (Pos).....

۸۴..... فروشگاه اینترنتی.....

۸۵..... فروشگاه اینترنتی : ویتترین فروشگاه فیزیکی شما.....

۸۵..... مزایای فروشگاه اینترنتی.....

۸۶..... تاثیر وب سایت فروشگاه اینترنتی بر بازاریابی کسب و کار.....

۸۷..... تاثیر وب سایت فروشگاهی در آشنایی مشتریان با کسب و کار شما.....

۸۷..... عامل مهم مورد نیاز فروشگاه های اینترنتی.....

۸۸..... کار د های موفقیت فروشگاه های اینترنتی :.....

۸۹..... ۱- مشتری پسند و کاربرد پسند بودن فروشگاه اینترنتی.....

۸۸..... ۲- قیمت های رقابتی و طیف گسترده ای از محصولات.....

۸۸..... ۳- بازاریابی مستمر برای کالاها و خدمات.....

۸۹..... ۴- بسته بندی مناسب و تحویل سریع.....

۸۹..... ۵- روشهای بیست پرداخت و برقراری امنیت پرداخت.....

۸۹..... انتخاب نام دامنه و مسیر آر در کسب و کار اینترنتی.....

۹۰..... ولی انتخاب درست نام دامنه چیست؟.....

۹۰..... نکته اول :.....

۹۰..... دات کام یا دات آی آر؟.....

۹۱..... نکته دوم :.....

۹۱..... نام دامنه را چی انتخاب کنیم؟.....

۹۲..... نکته سوم :.....

۹۲..... تا می توانید نام دامنه را کوتاه انتخاب کنید!.....

۹۳..... خرید و فروش اینترنتی چه مزیت هایی دارد؟.....

۹۳..... ۱- حق انتخاب.....

۹۴..... ۲- مقایسه آسان فروشگاه ها و کالاها.....

۹۴..... ۳- مشتری مداری منحصر بفرد.....

۹۴..... ۴- عرضه کالا و خدمات با قیمت پایینتر.....

روش ساده برای اتوماتیک شدن کسب و کار اینترنتی و بازاریابی آنلاین وب سایت

۹۵..... شما.....

۹۶	۱- سیستم پاسخگویی خودکار
۹۷	۲- Paypal
۹۷	۳- جاوا اسکریپت
۹۸	یک نمونه از تجهیزات تجارت سیار در استفاده از همراه بانک
۱۰۰	فصل هفتم
۱۰۰	نقش پررنگ شبکه های اجتماعی
۱۰۰	و سوالات راجع به شبکه های اجتماعی
	نقش پررنگ شبکه های اجتماعی در توسعه بازار و برندینگ Small Bussiness ها
۱۰۰	
۱۱۱	چکیده یک تحقیق علمی در مورد خرید اینترنت
	خوشه بندی کا بران اینترنتی ایرانی بر اساس رفتار اینترنتی آنها در فرایند
۱۱۱	خرید تلفن همراه
۱۱۳	خوشه اول: کاربران غیر فعال
۱۱۶	خوشه دوم: خریداران نیمه فعال
۱۱۸	خوشه سوم: خریداران فعال
۱۲۰	فصل هشتم
۱۲۰	کسب و کار: تعریف، اهداف و انواع
۱۲۰	تعریف کسب و کار
۱۲۲	۱- ویژگیهای کسب و کار
۱۲۲	۲- اهداف کسب و کار
۱۲۲	انواع کسب و کار
۱۲۳	اهمیت کسب و کار خانگی:
۱۲۳	سابقه کسب و کارهای خانگی:
۱۲۴	مزایای کسب و کار خانگی:
۱۲۵	دلایل انتخاب کسب و کار خانگی:
۱۲۵	کسب و کار اینترنتی
۱۲۶	انواع کسب و کارهای اینترنتی

- کسب و کار اینترنتی چیست؟..... ۱۲۷
- راه اندازی سایت اینترنتی..... ۱۲۸
- ثبت اسم اینترنتی..... ۱۲۸
- فناوری اطلاعات..... ۱۲۸
- تعریف فناوری اطلاعات..... ۱۲۸
- سیستم اطلاعات و فناوری اطلاعات..... ۱۲۹
- کسب و کارهای فن آوری اطلاعات و ارتباطات..... ۱۳۰
- رشد و بقای کسب و کارهای خانوادگی..... ۱۳۷
- کسب و کار کوچک..... ۱۳۸
- فصل نهم..... ۱۴۵
- مدیریت ارتباط مشتری (Crm)..... ۱۴۵
- موانع موفقیت و فرصت های بی نظیر شبکه های اجتماعی..... ۱۴۵
- مدیریت ارتباط با مشتری (Crm)..... ۱۴۵
- مدیریت ارتباط با مشتری (Crm) در بازار امروز:..... ۱۴۸
- داده کاوی و مدیریت ارتباط با مشتری (Crm):..... ۱۴۹
- افزایش فروش با سیستم مدیریت ارتباط با مشتری..... ۱۵۰
- بانک اطلاعات مشتریان خود را ایجاد کنید..... ۱۵۱
- با نرم افزار (Crm) حافظه کسب و کار خود را تقویت کنید..... ۱۵۱
- دموی نرم افزار (Crm) رایگان..... ۱۵۲
- با نرم افزار (Crm) روابط قوی با مشتریان ایجاد کنید..... ۱۵۲
- از هر جا و با هر گجتی از نرم افزار (Crm) استفاده کنید..... ۱۵۳
- نرم افزار (Crm) مطابق خواسته های خود سفارشی کنید..... ۱۵۳
- امنیت و حقوق دسترسی در نرم افزار (Crm) مایکروسافت..... ۱۵۳
- داده ها عامل موفقیت هستند..... ۱۵۴
- نرم افزار (Crm) مایکروسافت "فرآیند محور" است..... ۱۵۴
- نمایش گرافیکی داده ها در داشبوردهای اطلاعاتی..... ۱۵۴
- import داده ها از اکسل یا منابع دیگر به نرم افزار (Crm)..... ۱۵۵
- اکسپورت اطلاعات نرم افزار (Crm) به اکسل..... ۱۵۵

- ۱۵۵..... فعالیتهای فاکس، پیامک، ایمیل، وظیفه، قرار جلسه، یادداشت
- ۱۵۶..... 6 کاربرد Crm در بازاریابی
- ۱۵۹..... کاربرد وبینار (Webinar) در مدیریت ارتباط با مشتری (Crm)
- ۱۶۱..... کاربرد مرکز تلفن در Crm
- ۱۶۲..... (Crm) اجتماعی، فراتر از لایک کردن و کلیک آنلاین
- ۱۶۴..... تغییر کاربرد ابزارهای (Crm) توسط شبکه‌های اجتماعی
- ۱۶۶..... موانع موفقیت در کار و تحصیل
- ۱۶۸..... فرصت‌های بی نظیر شبکه‌های اجتماعی

خط مشی کیفیت انتشارات مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران در عرصه کتاب ملی است که تواند خواسته های به روز جامعه فرهنگی و علمی کشور را تا حد امکان پوشش دهد

حمد و سپاس ایزد منان را که با الطاف بیکران خود این توفیق را به ما ارزانی داشت تا بتوانیم در راه ارتقای دانش عمومی و فرهنگی این مرز و بوم در زمینه چاپ و نشر کتب علمی دانشگاهی، علوم پایه و به و علوم کامپیوتر و انفورماتیک گام هایی هرچند کوچک برداشته و در انجام رسالتی که بر عهده داریم، دیر واقع شویم.

گسترده گی علم و توسعه روزافزون آن، شرایطی را به وجود آورده که هر روز شاهد تحولات اساسی چشمگیری در سطح جهان هستیم. این گسترش و توسعه نیاز به منابع مختلف از جمله کتاب را به عنوان قدیمی ترین و حتمی ترین راه دستیابی به اطلاعات و اطلاع رسانی، بیش از پیش روشن می نماید.

در این راستا، واحد انتشارات مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران با همکاری جمعی از اساتید، مؤلفان، مترجمان، متخصصان، نویسندگان، محققان و نیز پرسنل ورزیده و ماهر در زمینه امور نشر درصدد هستند تا با تلاش های مستمر خود برای رفع کمبودها و نیازهای موجود، منابعی پربار، معتبر و با کیفیت مناسب در اختیار علاقمندان قرار دهند.

کتابی که در دست دارید با همت "جناب آقای سید سجاد موسوی" و تلاش جمعی از همکاران انتشارات میسر گشته که شایسته است از یکایک این گرامه ان تشکر و قدردانی کنیم.

کارشناسی و نظارت بر محتوا: زهره قزلباش

در خاتمه ضمن سپاسگزاری از شما دانش پژوه گرامی، خواهش می نماید با مراجعه به آدرس dibagaran.mft.info (ارتباط با مشتری) فرم نظرسنجی را برای کتابی که در دست دارید تکمیل و ارسال نموده، انتشارات دیباگران تهران را که جلب رضایت و وفاداری مشتریان را هدف خود می داند، یاری فرماید.

امیدواریم همواره بهتر از گذشته خدمات و محصولات خود را تقدیم حضورتان نماییم.

مدیر انتشارات

مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران

Publishing@mftmail.com