

۵۵- کلید طلایی بازاریابی و
وابط عمومی آنلاین

www.ketab.ir

سرشناسه: هوئینگ، سیندی

Hoeing, Cindy

عنوان و نام پدیدآور: ۵۵۰ کلید طلایی بازاریابی و روابط عمومی آنلاین + The big
PR, Marketing, Social Strategy Tips To Grow Your ۵۵۰ book of tips
Business / نویسنده: سیندی هوئینگ، هیدر لایتل / مترجم: محمدرضا رستمی،
سهیل سیمره.

مشخصات نشر: تهران: یادآفرین، ۱۳۹۵

مشخصات ظاهری: ۱۱۶ ص

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۴۷۱-۱۰۷

وضعیت فهرست نویسی: فیا

عنوان گسترده: پانصد و پنجاه کلید طلایی بازاریابی و روابط عمومی آنلاین

موضوع: بازاریابی اینترنتی

موضوع: internet marketing

موضوع: بازاریابی

موضوع: Marketing

موضوع: اینترنت در روابط عمومی

موضوع: Internet in public relation

شناسه افزوده: لیتل، هیئر

شناسه افزوده: Lytle, heather

شناسه افزوده: رستمی محمدرضا، ۱۳۵۱- مترجم

شناسه افزوده: سیمره سهیل، ۱۳۶۹، مترجم

رده بندی کنگره: ۱۳۹۵ ۲ پ ۵۹/۵۴۱۵/۱۲۵۶ HF

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۸۷۲

شماره کتابشناسی ملی: ۴۵۰۷۹۴۰

چاپ اول

تعداد ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۲۰۰۰۰ تومان / بیست هزار تومان

لیتوگرافی: نقش سبز

چاپ: پروین

گسترش و توسعه فضای مجازی و ابزارهای ارتباطی مبتنی بر اینترنت ساختار ارتباطات را دچار دگرگونی‌های فراوانی کرده است. مخاطبین ما امروزه به سطح بیشتری از اطلاعات دسترسی دارند و در زمان کوتاهی حجم انبوهی از داده‌ها و اخبار مختلف مرتبط به کسب و کار و حرفه ما را دریافت می‌کنند. عرصه فضای مجازی مانند دنیای واقعی به محیطی تبدیل شده است که در آن بازخورد رفتار و عملکرد ما در زمینه کاری و شخصیتی مان بوضوح برای مخاطبین قابل رصد و پیگیری است.

مانند زمان قبل، روزمره که آداب رفتاری مشخصی برای ارتباط موثر و هدفمند با افراد جامعه را شامل می‌طلبد، فضای مجازی نیز اصول و مبانی خاص خود برای اثربخشی هرچه بیشتر بر مخاطبین را دارا می‌باشد. کسب و کارهای سازمانی خرد و کلان، افراد فعال در حوزه‌های کاری مختلف امروزه بخش عمده‌ای از شخصیت و هویت کاری خود را در فضای مجازی ارائه می‌کنند و مخاطبین و رقبای آنها نیز از همین فضای مجازی به‌صورت جدی رصد و پیگیری رفتار کاری و شخصی آن‌ها استفاده می‌کنند.

آداب و اصول رفتار حرفه‌ای در فضای مجازی، ابزاری قدرتمند برای برقراری روابط عمومی فعال در این فضا و هدایت آن‌ها می‌باشد. برای بازاریابی هدفمند در بستر فضای آنلاین است که گستره وسیعی از مخاطبین را پوشش می‌دهد. نحوه برقراری ارتباط ما با گروه‌های مختلف مخاطبین در فضای مجازی، مدیریت حضور و فعالیت ما در این بستر، نوع پوشش اخبار و اطلاعات مرتبط به ما و کسب و کارمان همگی رفتارهای مشخصی هستند که الگوهای رفتاری ما در فضای مجازی را شکل می‌دهند.

کتاب پیش رو با فراهم آوردن مجموعه نکات کلیدی و کاربردی، بخشی از رفتارهای حرفه‌ای در خصوص شکل‌گیری شخصیت و هویت کاری و فردی ما در فضای مجازی را شرح می‌دهد و نحوه برقراری روابط عمومی موثر در بستر فضای آنلاین و ایجاد روند پیوسته بازاریابی مبتنی بر این محیط را تشریح می‌کند و به افرادی که دنبال نکات کاربردی کوتاه و مفید برای ساماندهی فعالیتشان در فضای مجازی هستند ارائه می‌شود.