



۲۰۳۷۹۱۵

بازارهای دیجیتال

«اولین راهنمای تخصصی بازاریابی آنلاین»

پایسند

میرزا

مترجم

میلاد ممتاز آزاد

مدرس دانشگاه ساری و محقق بازاریابی

ناشر: کتب هندسی، گنجینه، دانشگاه، معروف

نص

سرشناسه	:	ریورایلی Reive.Riley
عنوان و پدید آورنده	:	بازاریابی دیجیتال اولین راهنمای تخصصی بازاریابی آنلاین/ریلی ریو، میلاد ممتاز آزاد
مشخصات نشر	:	تهران: نشر نص
مشخصات ظاهری	:	۱۹۶ص (دورنگ)
شابک	:	۳۸۹-۶-۴۱۰-۹۶۴-۹۷۸-۴۵۰۰ تومان
وضعیت فهرست نویسی	:	نییا
موضوع	:	بازاریابی اینترنتی
شناسه افزوده	:	ممتاز آزاد، میلاد، ۱۳۶۳- مترجم
رده بندی کنگره	:	۲ ۱۳۹۷ ب ۹۹/۱۲۶۵/۱۲۵۴۱۵ HF
رده ندی دیویی	:	۶۵۸/۸۷۲
شماره کتابخانه ملی	:	۵۶۰۹۰۴۲



موسسه علمی فرهنگی

بازاریابی دیجیتال اولین راهنمای تخصصی بازاریابی آنلاین

نویسنده: ریلی ریو

مترجم: میلاد ممتاز آزاد

چاپ: اول

تیراژ: ۵۰۰

ناشر: نص

طراحی، آماده سازی، چاپ و صحافی: موسسه علمی فرهنگی نص

قیمت ۴۵۰۰۰ تومان

دفتر انتشارات: تهران، میدان انقلاب، خ منیری جاوید، بن بست مبین، شماره ۶

تلفن: ۶۶۴۱۳۳۸۵-۶۶۴۴۵۶۷۴-۶۶۹۵۳۸۸۳

فروشگاه: تهران، ضلع جنوب شرقی میدان انقلاب، شماره ۲۵، تلفن: ۶۶۴۰۵۳۷۲

۹۷۸-۹۶۴-۴۱۰-۳۸۹-۶

۹۷۸-۹۶۴-۴۱۰-۳۸۹-۶

وب سایت www.nass.ir

ایمیل: info@nass.ir

فهرست

۹	پیشگفتار
۱۱	درباره مولف و مترجم:

فصل اول ایده های برای کسب و کار ۱۳

۱۴	۱-۱ پیشگفتار
۱۴	۲-۱ خلق ایده ای جدید برای کسب و کار
۱۶	۳-۱ پیدا کردن ایده ای فوق العاده برای کسب و کارتان
۲۰	۴-۱ چگونه یک ایده کسب و کار آنلاین با بازده بالا خلق کنیم؟
۲۵	۵-۱ ارزیابی ایده های کسب و کاری که پرورانده اید
۲۶	۶-۱ گام هایی برای خلق ایده های موفق، در آینده
۳۵	۷-۱ در پایان

فصل دوم برندسازی ۳۷

۳۸	۱-۲ پیشگفتار
۳۸	۲-۲ برندسازی و برندسازی آنلاین
۴۱	۳-۲ مسائلی درباره تولیداتتان که باید به آنها بیاندیشید

۴-۲	تصمیم‌گیری در مورد اینکه چه چیزی را به فروش برسانید؟ ۴۳
۵-۲	ساخت برند خود..... ۴۸
۶-۲	روابط عمومی و تبلیغات..... ۵۵
۷-۲	جهت‌گیری کسب و کار..... ۶۱
۸-۲	اول شدن در رقابت..... ۶۴
۹-۲	اصول برندسازی..... ۶۶
۱۰-۲	جنگ برای پیروزی..... ۶۹
۱۱-۲	قوانین برندسازی..... ۷۰
۱۱-۲	در پایان..... ۷۲

فصل سوم آنلاین وبلاگ (استفاده از آن در اینستاگرام و شبکه‌های اجتماعی) ۷۳

۱-۳	پیشگفتار..... ۷۴
۲-۳	چرا نیاز به ایجاد یک بلاگ دارید..... ۷۵
۳-۳	چگونگی آغاز کردن یک وبلاگ..... نتایج مطلوب از وبلاگ..... ۷۸
۴-۳	آنچه برای ایجاد یک وبلاگ موفق باید بدانید..... ۸۱
۵-۳	بهترین ابزار برای خلق وبلاگ..... ۸۴
۶-۳	استراتژی نهایی برای ساخت یک وبلاگ موفق..... ۸۸
۷-۳	اشتباهات مرگبار که وبلاگتان را با شکست روبرو می‌سازد..... ۹۷
۸-۳	اسرار تولید محتوای همیشه‌عالی در وبلاگ..... ۱۰۰
۹-۳	وبلاگ نویسی و ترافیک..... ۱۰۳
۱۰-۳	استراتژی قدرتمند برای افزایش کیفیت و بروزرسانی وبلاگ..... ۱۰۵
۱۱-۳	در پایان..... ۱۰۶

فصل چهارم بازاریابی آنلاین ۱۰۷

۱-۴	کلمات کلیدی فصل..... ۱۰۸
۲-۴	پیشگفتار..... ۱۰۹
۳-۴	آخرین استراتژی بازاریابی اینترنتی..... ۱۱۱
۴-۴	برنامه‌نهایی ۵٪ از بازاریابان موفق دنیا..... ۱۱۳

۵-۴	روند گام به گام برای خلق ماشین پولساز اتوماتیک شما	۱۱۵
۶-۴	اسکویز پیچ	۱۱۶
۷-۴	اسرار یک آهنربای مؤثر	۱۱۹
۸-۴	بازاریابی ایمیلی، پول در تهیه لیست است	۱۲۱
۹-۴	صفحه فروش نهایی	۱۲۵
۱۰-۴	ترافیک انفجاری وب سایت	۱۳۰
۱۱-۴	کاری کنید که مردم به شما ایمان داشته باشند	۱۴۱
۱۲-۴	تزیه و تحلیل وب: اندازه گیری و بهبود	۱۴۶
۱۳-۲	در پایان	۱۵۰

فصل پنجم تبلیغات در فیس بوک در ایران چه کاربردهایی دارد؟ ۱۵۱

۱-۵	تبلیغات در فیس بوک	۱۵۲
۲-۵	چگونه در فیس بوک تبلیغ کنیم	۱۶۰
۳-۵	تبلیغات فیس بوک و کسب و کار	۱۶۶
۴-۵	چگونگی کاهش هزینه تبلیغات فیس بوک	۱۶۷
۵-۵	آزمون های دو بخشی و تبلیغات چند مرحله در چند ثانیه	۱۷۱
۶-۵	در پایان	۱۷۳

فصل ششم ۹ اشتباه خطرناک که باید از آن ها اجتناب کنید ۱۷۵

۱-۶	چرا شکست بعضی وقتها اتفاق می افتد	۱۷۶
۲-۶	انتظارات کاذب باعث لغزش شما می شوند	۱۷۷
۳-۶	تلاش برای بیش از حد کامل بودن	۱۷۸
۴-۶	بدون داشتن سرنخ، کسب درآمد کنید	۱۸۰
۵-۶	گسترش راه های کسب درآمد	۱۸۱
۶-۶	خط فروش	۱۸۲
۷-۶	سایتتان را تبلیغ کنید	۱۸۳
۸-۶	دنبال کردن نتایج	۱۸۴
۹-۶	به تنهایی کار نکردن	۱۸۵

- ۱-۷ شما، مسئول موفقیت خودتان هستید. ۱۸۸
- ۲-۷ آنچه در آن مهارت دارید را انجام دهید. ۱۸۸
- ۳-۷ بدون بهبود، عقب خواهید افتاد. ۱۸۹
- ۴-۷ ببخشید تا دریافت کنید. ۱۸۹
- ۵-۷ تلاش کنید خوب باشید، عالی باشید، اما کمال را فراموش نکنید. ۱۸۹
- ۶-۷ برای موفقیت باید به خودتان ایمان داشته باشید. ۱۹۰
- ۷-۷ سریعترین راه افزایش اعتماد به نفس، دست به کار شدن است. ۱۹۰
- ۸-۷ بروی نقاط قوت خود تمرکز کنید. ۱۹۰
- ۹-۷ پیروفت، شکست، مبارزه با سرخوردگی و ادامه دادن با تمام قوا. ۱۹۰
- ۱۰-۷ روز برای اهداف واقعی و ملموس تلاش کنید. ۱۹۱
- ۱۱-۷ در تصمیم‌گیری‌ها سریع عمل نمایید. ۱۹۲
- ۱۲-۷ مسیر موفقیت را از من دنبال کنید. ۱۹۲
- ۱۳-۷ عقاب باشید نه یک مرغ. ۱۹۲
- ۱۴-۷ از تغییرات آگاه باشید. ۱۹۳
- ۱۵-۷ تلاش متمرکز داشته باشید. ۱۹۳
- ۱۶-۷ شما حاکم بر سرنوشت خود هستید. ۱۹۳
- ۱۷-۷ به طور قاطع و مستمر عمل کنید. ۱۹۴
- ۱۸-۷ مهارت‌های ارتباطی خود را ارتقاء دهید. ۱۹۴
- ۱۹-۷ خودتان را جای آنها قرار دهید. ۱۹۴
- ۲۰-۷ کارهای مختلف کسب و کارتان را برون سپاری کنید. ۱۹۴
- ۲۱-۷ تغذیه سالم داشته باشید و ورزش کنید. ۱۹۵
- ۲۲-۷ عاقلانه پولتان را خرج کنید. ۱۹۵
- ۲۳-۷ ایجاد ارتباط با دیگران در زمینه کاریتان. ۱۹۵
- ۲۴-۷ یک دست صدا ندارد! گروهی کار کنید. ۱۹۵
- ۲۵-۷ از یادگیری و تلاش دست نکشید، تا زندگی با نشاطی داشته باشید. ۱۹۶
- ۲۶-۷ از کم آغاز کنید اما، بزرگ فکر کنید. ۱۹۶

پیشگفتار

کتاب بازاریابی دیجیتال مجموعه است که بارها باید خواند و نکاتش را به کار گرفت تا راههای ارائه شده در آن را برای کسب و کارمان اجرا کنیم.

در این کتاب با تالیف ریلی ریس، ترجمه و همچنین اضافه کردن قسمت هایی از بازاریابی دیجیتال ایران توسط بنده، سعی شده است تا ما هم آن با بازاریابی آنلاین ایران تطابق داده شود. یادمان باشد مارکتینگ با سه کلمه، شناسایی (با تحقیقات بازار)، شناساندن (با ترویج و تبلیغ) و خشنودی (با فروش موثر و خدمات متمایز) تعریف می شود. البته همان طور که پیتر دراکر بزرگ می گوید: مارکتینگ در کنار نوآوری، با هم یک کسب و کار موفق را رقم خواهد زد.

در سراسر کتاب به روش های موفق شدن در کسب و کارهای آنلاین و همچنین کسب و کارهای غیر آنلاینی که حتما باید در دنیای امروز یک قسمت آنلاین داشته باشند، پرداخته شده است.

این کتاب به ما می گوید که دیده شدن اتفاقی نیست و اینکه در کسب و کار خود یا جایی که در آن مشغول به کار هستیم با نشستن و دست روی دست گذاشتن کاری از پیش نخواهد رفت و باید روش های بازاریابی آنلاین را بی وقفه برای برند خود (تجاری، شخصی، سازمانی) بشناسیم و امتحان کنیم.

در دنیای تجارت آنلاین به جرات می توان گفت روزانه نکات جدیدی را باید یاد گرفت و کسی در این فضا نمی تواند بگوید که من همه چیز را یاد گرفته ام. اگر بخواهیم به طور خلاصه به

درسهایی که با خواندن این کتاب با آن آشنا خواهیم شد، نکات ذیل را یادآور می‌شوم:

خلق ایده‌ای جدید برای کسب و کار

برندسازی و برندسازی آنلاین

روابط عمومی و تبلیغات

جنگ برای پیروزی

چگونگی آغاز کردن و گرفتن نتایج مطلوب از وب سایت

استراتژی نهایی برای ساخت یک کسب و کار آنلاین موفق

۱۰ راز تولید محتوا

برنامه‌ها: ۵٪ از بازاریابان موفق دنیا

روند نام به گام برای خلق ماشین پولساز اتوماتیک شما

آزمون‌های دوشی تبلیغات چندگانه در چند ثانیه

۹ اشتباه خطرناک که باید در بازاریابی آنلاین از آنها اجتناب کنید

۲۶ قانون طلایی بازاریابی آنلاین

و...

از همکاران عزیزم:

جناب آقای دکتر مهدی امیر جعفری (مدرس دانشگاه تهران)، جناب آقای مهندس محمد حسین زارع (مدیریت انتشارات نص)، و سرکار خانم زینب (مهندس) که در تمامی مراحل نشر کتاب متحمل زحمات زیادی شدند، سپاسگزارم.

تقاضای کنم توصیه و نکات خود را برای در نظر گرفتن جهت چاپها بعدی کتاب از طریق زیر به ما برسانید:

نشانی اینستاگرام: @mtwowin

سایت انتشارات نص: www.nasspub.com

ایمیل شخصی میلاد ممتاز آزاد: momtazmilad@gmail.com

میلاد ممتاز آزاد

پیروز باشید

پیشگفتار

ایده پردازی فرایند خلاق تولید، توسعه، اجرا و راه اندازی ایده های جدید کسب و کار است. هنگامی که قصد راه اندازی یک کسب و کار جدید را داریم دو حالت وجود دارد، یا یک ایده موجود را پرورش و گسترش می دهیم و یا اینکه ایده ی منحصر به فرد خودمان را توسعه می بخشیم. همین امر برای رشد یک کسب و کار که در مرحله اجرا به سر می برد نیز صادق است. من همیشه برای اینکه تعیین کنم کدام یک از این موارد دشوارتر هستند، به مشکل بر می خورم. اینکه پیدا کردن یک ایده سخت تر است و یا عملی کردن آن ایده. گاهی اوقات ایده ها به اندازه کافی آسان هستند که بتوانند توجه زیادی را به خود جلب کنند، اما بخش سوار ماجرا این است که تصمیم بگیریم که آیا این ایده به اندازه کافی، پایه ای مناسب برای ایجاد یک کسب و کار سودآور تلقی می شود یا نه. اگر ایده شما در باورتان ایده ای بزرگ است پس بخش بعدی شما این است که با آزمودن و اطمینان پیدا کردن از آن، ایده خود را به یک برنامه آردار موفق تبدیل کنید. اما گاهی اوقات یافتن یک ایده حیاتی سخت ترین چیز ممکن است. ممکن است به نظر برسد که همه ایده های خوب قبلاً به کار گرفته شده اند و شما با منابع و تمایز با شروع به رشد یک کسب و کار، بدون هیچ ایده عالی، در کناری زانوی غم بغل کرده اید. ایده پردازی می تواند یک روز طول بکشد یا این که سال ها زمان ببرد و به عنوان یک فرآیند خلاق، معمولاً غیر ممکن است که بتوان با عجله کردن در آن به نتیجه رسید. گذشته از سایر موانع معمول - در منابع (پول و سرمایه)، فقدان ایده خوب اغلب مردم را از رسیدن به رویای خود برای تبدیل شدن به رئیس خود باز می دارد.

خلق ایده ای جدید برای کسب و کار

ایجاد یک کسب و کار جدید با یک ایده آغاز می شود. فرایند توسعه ایده و مفهوم کسب و کار ممکن است شامل برخی سطوح آزمایش کردن از طریق نمونه سازی و تکرار باشد. در طی این مراحل اولیه، ایده بدون شک تکامل خواهد یافت و حتی ممکن است به چیزی کاملاً متفاوت تبدیل شود. سه دسته اساسی برای ایده های تجاری وجود دارد و با در نظر گرفتن این دسته ها می توان به تولد یک ایده ی نو و یا اعتبار بخشیدن به ایده ای موجود، دست یافت:

اختراعی جدید یا ایده کسب و کاری بدیع. این سخت ترین بخش برای ایده های کسب و کار است. تعداد اندکی از ایده ها به معنای واقعی کلمه جدید می باشند. منظوم از کلمه جدید، چیزی نیست که به هیچ وجه نه در حال حاضر وجود دارد و نه در