

شما را در اینترنت می بینم

نویسنده:

Avery Swartz

مترجم:

سیدرضا محمدی

انتشارات حله

۱۴۰۰

سرشناسه: سوارتس، ایوری Swartz, Avery
عنوان و نام پدیدآور: شما را در اینترنت می بینم: (تجارت کوچک خود را با بازاریابی دیجیتال
ایجاد کنید)
= Building your small business with digital marketing / نویسنده ایوری سورتز؛ مترجم
سیدرضا محدثی.

مشخصات نشر: بوشهر: انتشارات حله، ۱۴۰۰.

مشخصات ظاهری: ۱۹۶ ص

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۷۳۰-۰۳-۶

وضعیت فهرست نویسی: فیپا

عنوان اصلی: See you on the internet : building your small business with digital
marketing, 2020.

عنوان دیگر: تجارت کوچک خود را با بازاریابی دیجیتال ایجاد کنید.

موضوع: بازاریابی اینترنتی

موضوع: بازرگانی الکترونیکی

شناسه افزوده: محدثی، رضا، ۱۳۷۱، مترجم

رده بندی کنگره: HF۵۴۱۵/۱۲۶۵

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۸۷۲

شماره کتاب شناسی ملی: ۷۶۵۹۴۸۸

شما را در اینترنت می بینم

Avery Swartz

سیدرضا محدثی



نوبت چاپ: چاپ اول

ویراستار: نسرين قاسمی

صفحه آرا: احمد موبدی

طراح جلد: احمد موبدی

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۱۳۵,۰۰۰ تومان

آدرس: بوشهر - خیابان سنگی - کوچه بوستان ۱۶ - انتشارات حله

دفتر مرکزی: ۰۷۷۳۳۳۳۷۵۰۰ - ۰۹۱۷۸۷۱۶۱۳۶

فهرست

فصل اول - چارچوب عملی برای بازاریابی دیجیتال	۱۵
یک برنامه ریزی ساده	۱۸
۱- هدف‌ها را مشخص کن	۱۸
۲- شاخص کلیدی عملکرد (KPI) را انتخاب کن	۱۸
۳- اندازه‌گیری کن	۱۹
۴- جهش کن	۲۰
۵- مجدداً اندازه‌گیری کنید	۲۱
۶- یاد بگیرید	۲۱
چارچوب در عمل چگونه است؟	۲۲
نادیده گرفتن این فرآیند چه عواقبی دارد؟	۲۶
فصل دوم - نام دامنه، ایمیل و هاستینگ	۳۱
نام دامنه شامل چه مواردی می‌شود؟	۳۴
آی‌پی‌ها چگونه ساخته می‌شوند؟	۳۵
ثبت نام دامنه	۳۶
میزبانی وب سایت	۴۰
استفاده گسترده از ایمیل	۴۱
وب سایت	۴۳
شبکه اجتماعی هیچگاه نباید جایگزین وب سایت شما باشد	۴۵

- چرا باید بخواهید قلعه خودتان را در زمین دیگران بنا کنید؟ ۴۵
- برنامه ریزی و سنجش میزان موفقیت وب سایت ۴۶
- استخدام فرد دیگر برای طراحی وب سایت شما ۴۷
- ۱۰ سؤال مهم که باید از طراح یا توسعه دهنده وب خود پرسید ۵۰
- به سراغ مشتریان پیشین وی بروید ۵۳
- هزینه طراحی وب سایت چقدر است؟ ۵۳
- فصل سوم - نیاز به یک وب سایت ۵۵
- فروش آنلاین ۶۲
- فروشگاهتان کجاست؟ ۶۲
- دروازه پرداخت ۶۴
- منظور از ادغام چیست؟ ۶۵
- فصل چهارم - مؤلفه های وب سایت مدرن ۶۹
- مؤلفه وب سایت مدرن: سیار، سریع و قابل دسترسی ۷۱
- وب سایت های مدرن: موبایل و واکنش گر ۷۳
- نیاز به سرعت ۷۵
- قابلیت دسترسی: وب سایتی برای همه ۷۶
- دوست دارید وب سایت های دیگر چگونه باشند؟ همان کار را بکنید ۷۸
- فصل پنجم - حفظ حریم شخصی دیجیتال، امنیت داده و قانون ۸۱
- قفلش کن: حریم شخصی دیجیتال، امنیت داده و قانون ۸۳
- مشکل از آدم هاست، نه کامپیوتر ۸۴
- چطور از خودمان محافظت کنیم؟ ۸۶
- هرکاری می گویم انجام بده، هرکاری می کنم نکن ۸۷
- هیچ وقت اطلاعات کارت اعتباری را در ایمیل ذکر نکنید! ۸۸
- مسئولیت مشتری با شماست ۸۹
- مسئولیت اطلاعات مشتری با شماست ۹۰
- قانون دقیقاً چیست؟ ۹۱
- حالا چطور از امنیت مشتریان خود اطمینان حاصل کنید؟ ۹۲
- ایجاد برنامه و سیاست حریم خصوصی و استفاده از آن ۹۳

۹۷	فصل ششم - اهمیت محتوا
۹۹	محتوا پادشاه است.
۱۰۰	نطق آسانسوری را دور بیندازید.
۱۰۱	اما آیا واقعا می خواهید؟
۱۰۲	حواستان به ربات ها باشد.
۱۰۳	کار خودتان را انجام دهید.
۱۰۴	عکس
۱۰۵	کلمات
۱۰۸	وبلاگ تنها صورت محتوا نیست.
۱۰۹	برای موفقیت، هرکاری می توانید انجام دهید.
۱۱۱	فصل هفتم - بهینه سازی موتور جست و جو
۱۱۵	راز میلیارد دلاری: گوگل چگونه کار می کند؟
۱۱۶	بلک هت دردی دوا نمی کند.
۱۱۷	سه مؤلفه سئو
۱۲۱	من چه کار کردم: داستان کمپ تکنولوژی
۱۲۵	فصل هشتم - شبکه های اجتماعی
۱۲۸	کدام پلتفرم برای شما مناسب است؟
۱۳۳	هوشمندانه انتخاب کنید.
۱۳۳	در شبکه های اجتماعی چه چیزی پست کنیم؟
۱۳۴	۱۵ ایده برای تولید محتوا در شبکه های اجتماعی
۱۳۷	فرهنگ و آداب و رسوم شبکه های اجتماعی
۱۳۸	اگر حرف مودبانه ای ندارید...
۱۳۹	ابزار مدیریت شبکه های اجتماعی
۱۴۰	حواستان به دام شبکه های اجتماعی باشد.
۱۴۱	ارزیابی عملکرد در فضای مجازی
۱۴۳	فصل نهم - تبلیغات آنلاین
۱۴۵	بازاریابی از طریق ایمیل
۱۴۷	یک بار دیگر، استراتژی

- ۱۵۲..... آیا باید لیست خود را تقسیم بندی کنید؟
- ۱۵۳..... محتوای ایمیل چه باشد؟
- ۱۵۴..... تصور کنید شما دریافت کننده ی ایمیل هستید.....
- ۱۵۵..... سرویس های ایمیلی که می توانند کمک کنند.....
- ۱۵۷..... امتحان کنید و امتحان کنید و.....
- ۱۵۹..... برای نتیجه ای مشخص فعالیت کنید.....
- ۱۶۱..... تبلیغات.....
- ۱۶۸..... احتیاط! قبل از دعوت کردن مهمان، خانه خود را مرتب کنید!
- ۱۶۹..... حالا که به اندازه فکر کرده و آماده شده ای.....
- ۱۷۱..... فصل دهم - نظارت و سنجش.....
- ۱۷۳..... پیگیری و اندازه گیری.....
- ۱۷۴..... پیگیری مشتریان و مصرف کنندگان.....
- ۱۷۵..... تجارت شما به چه نوع CRM نیاز دارد؟
- ۱۷۶..... شما از کدام CRM (سیستم ارتباط با مشتری) باید استفاده کنید؟
- ۱۷۷..... معیارها.....
- ۱۷۹..... پرش! پرش!.....
- ۱۸۰..... معیارها در شبکه های اجتماعی.....
- ۱۸۲..... احتیاط! معیارهای بیهوده!.....
- ۱۸۷..... فصل یازدهم - جمع بندی.....
- ۱۸۹..... جمع بندی کنید!.....
- ۱۹۰..... همه یکی هستیم.....
- ۱۹۱..... تحول دیجیتال شما.....
- ۱۹۱..... سؤال ۱: اهداف شما چیست؟.....
- ۱۹۲..... سؤال ۲: اهداف شما چگونه استراتژی شما را می سازند؟.....
- ۱۹۲..... سؤال ۳: KPI شما چیست؟.....
- ۱۹۳..... سؤال ۴: الان کجای کار هستید؟.....
- ۱۹۳..... سؤال ۵: قرار است چه کار کنید و چه مقدار هزینه خواهید کرد؟.....
- ۱۹۳..... سؤال ۶: چگونه و چه موقع KPI را بررسی می کنید؟.....
- ۱۹۳..... وقت شروع!.....

مقدمه

چند سال پیش، برای انجام امور حسابداری شرکت خود باید از یک نرم افزار حسابداری جدید به نام «کمپ تک» استفاده می کردم. مانند بسیاری از صاحبان مشاغل کوچک، خودم را با امور دفترداری روزانه مشغول کرده و برای انجام کارهای پیچیده تر مانند تهیه اظهارنامه های مالیاتی شرکت، حسابدار استخدام کرده بودم. متأسفانه نرم افزاری که برای انجام امور دفترداری استفاده می کردم، پاسخگوی نیازهایم نبود و می بایست پیش تر آن را با یک سیستم بهتر جایگزین می کردم.

اوایل سعی کردم با ترفندها و روش های زیرکانه هرچه سریع تر امور را سامان دهم. به دنبال برنامه هایی می گشتم که با چند کلیک کوهی از اسناد و مدارک مربوط به دفترداری را دسته بندی کند و به طرز جادویی آن ها را به یک سیستم حسابداری جدید منتقل نماید. موفق به یافتن چنین برنامه ای نشدم. از معاون خود درخواست کردم مشکل را برایم حل کند؛ اما به خاطر اینکه نمی توانستم اطلاعات و راهنمایی های لازم را در اختیارش قرار دهم، باز هم کاری پیش نرفت؛ سپس متوجه شدم که می باست کتاب های کمپ تک را خودم به سیستم جدید وارد کنم. اگر کارکردن با آن را یاد می گرفتم، می توانستم به دیگران

نیز آموزش دهم؛ اما پیش از آن، باید نحوه کار آن را یاد می گرفتیم. خلاصه بگویم: دردناک بود.

طنز ما چرا اینجا بود که من مالک شرکتی بودم که به افراد غیرفنی در مورد فناوری آموزش می داد. وظیفه شرکت ما، آموزش افراد برای رد شدن از موانع و مشکلات موجود در نرم افزارها بود. در چنین شرایطی دیگر من معلم نبودم؛ بلکه یادگیرنده بودم و باید اعتراف کنم: از این وضع متنفر بودم. ساعت ها نشستن بر صندلی و سروکله زدن با نرم افزار، من را دیوانه می کرد.

از آنجایی که به فناوری علاقه مند، کارکردن با نرم افزار مرا آزار نمی داد. چیزی که مرا آزار می داد، مشکلات اساسی و نهفته بود. من هیچوقت به سراغ یادگیری قواعد حسابداری نرفته بودم و هیچ پیش زمینه فکری در مورد امور حسابداری نداشتم. می دانستم که باید پول های واریزی و برداشتی از حساب شرکت، جایی ثبت شوند؛ ولی بیشتر از آن، چیزی نمی دانستم.

خوشبختانه دفتردار حسابدار من فردی مهربان و با حوصله بود. او پس از آنکه درماندگی من در حل این مسئله را دید، همه تلاش خودش را برای کمک کردن به من به کار گرفت. ساعت ها کنار یکدیگر می نشستیم و جزییات مربوط به حسابداری دوطرفه را برای من شرح می داد؛ علاوه بر آن، هر زمان چیزی از گفته هایش در مورد حسابداری را فراموش می کردم، ساعت ها برای یکدیگر ایمیل می فرستادیم. در نهایت چیزهایی که می خواستم را یاد گرفتم. حالا حتی از دفترداری لذت هم می برم. بالاخره یاد گرفتم؛ اما برای رسیدن به آن یادگیری ها، حسابی عذاب کشیدم. باید گوش می کردم، آموزش می دیدم و همه تصوراتی را که از پیش داشتم، مجدداً زیر سؤال می بردم.

ممکن است شما هم برای یادگیری دنیای دیجیتال، همین حالات و احساسات را تجربه کنید. با شما در این زمینه احساس هم دلی می کنم و می دانم که تا چه اندازه ممکن است چالش برانگیز باشد. ممکن است احساس ضعف، عدم اطمینان یا حتی حماقت به شما دست دهد؛ حتی ممکن است با خودتان بگویید که: «تو نمی توانی انجامش دهی.» اما مسئله اینجاست که شما هم می توانید.

فناوری می‌بایست انجام امور را آسان‌تر کند؛ درست است؟ بارها شنیده‌ام که می‌گویند: به‌خاطر فناوری و تکنولوژی که امروزه در اختیار داریم، الآن بهترین زمان برای به‌راه‌انداختن یک کسب‌وکار کوچک است. این حرف درست است! موانعی که برای ایجاد یک کسب‌وکار بر سر راه شما وجود دارند، به نسبت ۲۰ سال گذشته بسیار کمتر هستند. اینترنت باعث افزایش سرعت و کاهش هزینه در زمینه به‌شروع کسب‌وکار، یافتن مشتریان، فروش کالا و خدمات به افراد شده است. فناوری به کسب‌وکارهای کوچک، «اراده» بخشیده است.

اما فناوری به همان اندازه که باعث «توانمندی» می‌شود، به همان اندازه نیز می‌تواند گیج‌کننده و آزاردهنده باشد. در کارگاه‌های (ورکشاپ) کمپ‌تک، زمان‌هایی هست که فارغ از مبحث مورد آموزش، احساس می‌کنید در یک گروه حمایتی قرار گرفته‌اید. به محض اینکه یک نفر از ناتوانی خود در یادگیری یک مهارت می‌گوید، اتاق مملو از احساسات می‌شود. کارگاه‌های کمپ‌تک نقش کلاس درس دارند و افراد به آنجا آمده‌اند تا برای یادگیری اصول و قواعد مربوط به مفاهیم دیجیتال، به متخصص امر دسترسی داشته باشند. معمولاً افرادی که به کمپ‌تک می‌آیند، افرادی هستند که تلاش کرده‌اند مهارتی را به تنهایی یاد بگیرند؛ اما موفق نشده‌اند. به شخصه شیفته مواقعی هستم که همه خودشان را درگیر این مشکل می‌دانند و متوجه می‌شوند که تنها نیستند و اینکه قرار است با کمک یکدیگر از این مشکل عبور کنیم.

اصلاً به‌خاطر همین بود که کمپ‌تک را تأسیس کردم. اوایل سال ۲۰۱۲ متوجه یک گرایش عمومی و جمعی شدم. در آن زمان، به‌عنوان طراح وب در بوتیک اینترنتی خودم مشغول به کار بودم و بسیاری از مشتریانم از من یک سؤال پرتکرار داشتند. من به آن‌ها برای راه‌اندازی وب‌سایت‌هایشان کمک می‌کردم؛ اما آن‌ها می‌خواستند همه چیز را در مورد کسب‌وکار آنلاین بدانند؛ در مورد شبکه اجتماعی چه کاری باید انجام دهیم؟ سنو چیست؟ ابزار آنالیز گوگل چیست؟ بازاریابی توسط ایمیل چیست؟

بسیاری از مشتریان من، کسب‌وکارهای کوچک و غیردولتی بودند و توانایی مالی آن‌ها را نداشتند که تمامی این امور را به آژانس‌های دیجیتال مارکتینگ بسپارند. آن‌ها

می خواستند یاد بگیرند تا خودشان انجام دهند و از من می خواستند که جایی را به آن‌ها معرفی کنم.

سال ۲۰۱۲ در تورنتو، جایی وجود نداشت که به آن‌ها معرفی کنم. هیچ کمپانی یا شرکتی دوره عملی مهارت‌های دیجیتال برگزار نمی‌کرد. منظور من، دوره‌های فشرده و سریع است، نه دوره‌های طولانی که بخش زیادی از آن صرف نظریه‌ها و تئوری‌های فنی شود؛ تنها دوره‌هایی که شامل موارد مهم برای انجام امور است. نیاز را دیدم، فرصت را شناسایی کردم و به سرعت اقدام کردم؛ پس کمپ‌تک تأسیس شد.

سال‌ها گذشته و کمپ‌تک همچنان در کلاس‌های خود در شهر تورنتو، دوره‌های عملی مهارت‌های دیجیتال برگزار می‌کند. کمپ‌تک همچنین در مناطق دیگر در آمریکای شمالی نیز فعالیت دارد و از طریق متخصصین خود به جوامع دیگر آموزش می‌دهد.

باید بدانیم که اندازه‌گیری به معنای معناداری نیست. یکی از بزرگترین تناقض‌ها در دنیای دیجیتال فعلی، این است که به حجم زیادی از داده‌ها دسترسی داریم؛ اما دانش کافی برای فهم و تعبیر آن‌ها را نداریم. ما در حال غرق شدن در داده‌ها هستیم. آن‌طور که به نظر می‌رسد، هر چیزی از تعداد کلیک‌های دریافتی توسط وب‌سایت گرفته تا تعداد قدم‌های ما در روز قابل اندازه‌گیری است؛ اما مسئله اینجاست که «قابل اندازه‌گیری» بودن به معنای «معناداری» نیست.

داده‌های موجود در زمینه بازاریابی دیجیتال برای مشاغل خرد، به قدری زیاد هستند که باعث سردرگمی می‌شوند. ما به قدری اطلاعات و داده در اختیار داریم که گاهی اوقات تفسیر آن‌ها برایمان دشوار و اغلب موجب گمراهی ما می‌شوند. ممکن است شما به‌طور مکرر به آنالیزها و تحلیل‌های صورت گرفته بر وب‌سایت و شاخص‌های شبکه‌های اجتماعی نگاه بیندازید و ارقام خوبی را مشاهده کنید؛ اما آیا مطمئن هستید؟

مردم همیشه از من می‌پرسند: «آیا این عدد، عدد خوبی است؟» پاسخ من: «نمی‌دانم! من آن قدری اطلاعات ندارم که بتوانم پاسخ چنین سؤالی را بدهم. نمی‌دانم که شرایط شما چگونه است؛ بنابراین نمی‌توانم بگویم که آیا این شاخص، شاخص درستی برای استنباط است یا خیر، چه برسد به این‌که بخواهم در مورد عدد این شاخص نظری بدهم.»