

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

---

دیجیتال مارکتینگ

در

کشاورزی

---

مدرس: مهندس ساسان جعفرنیا - کارشناس ارشد کشاورزی

با بیش از پانزده سال سابقه فعالیت در کسب و کار اینترنتی

موسس اولین آموزشگاه و سایت اینترنتی آموزش کشاورزی در ایران با نام

سبزایران در سال ۱۳۸۱

مؤلف و مترجم ۲۷ عنوان کتاب آموزشی و کاربردی و تدوین بیش از ۱۰۰

عنوان استاندارد آموزشی سازمان فنی و حرفه ای کشور

مدرس دوره‌های آموزشی مدیر کسب و کار اینترنتی، بازاریاب فروشگاه

مجازی، مدیر فروشگاه اینترنتی، طراحی سایت با وردپرس، مهندس

بهینه‌سازی سایت، مدیر سئو، کارشناس فروش اینترنتی و ... از سال

۱۳۹۳ تا کنون

# کسب و کار

---

تعریف: کسب و کار عبارت است از خرید و فروش کالاها، تولید کالا یا عرضه‌ی خدمات به منظور بدست آوردن سود است.

در واژه نامه‌ی آکسفورد، کسب و کار به معنی خرید و فروش و تجارت آمده است.

در واژه نامه‌ی لانگ من، کسب و کار به فعالیت پول در آوردن و تجارتي که از آن پول حاصل شود، گفته می‌شود.

---

# تجارت الڪٽرونيڪ و بازار يابى الڪٽرونيڪى

---

---

***E - Commerrce***

***E-Marketing***

---



# تعریف تجارت الکترونیکی (EC)

• به روند خرید، فروش، انتقال یا تبادل محصولات، خدمات و یا اطلاعات از طریق شبکه های کامپیوتری از جمله اینترنت گفته می شود یا بطور کلی به هر گونه مبادله تجاری کالاها و خدمات و کلیه فعالیتها و سازوکار مرتبط با آن از طریق اینترنت یا سایر وسایل ارتباطی که بصورت آنلاین صورت میگیرد

• تجارت : مبادله پول با کالا و خدمات می باشد و هرگونه داد و ستد و خرید و فروش را در بر می گیرد که اگر این مبادله در بستر اینترنت بصورت الکترونیکی صورت گیرد، تجارت الکترونیکی شکل گرفته است.

# تعریف کمیسیون اروپا (1997)

---

- پردازش و انتقال الکترونیک داده‌ها شامل: متن، صدا و تصویر است و فعالیتهای گوناگونی از قبیل مبادله الکترونیک کالاها و خدمات و تحویل فوری مطالب دیجیتال و انتقال الکترونیک را شامل می‌شود.
-

---

پس به طور کل می توان گفت  
**تجارت الکترونیک** اشاره به معاملاتی دارد که عمده  
فرآیند آنها بدون نیاز به حضور فیزیکی طرفین آن و  
صرفاً از طریق شبکه های ارتباطی (تلفن ، اینترنت و...)  
که معمولاً ( نه همیشه ) بخاطر پول انجام می پذیرد .

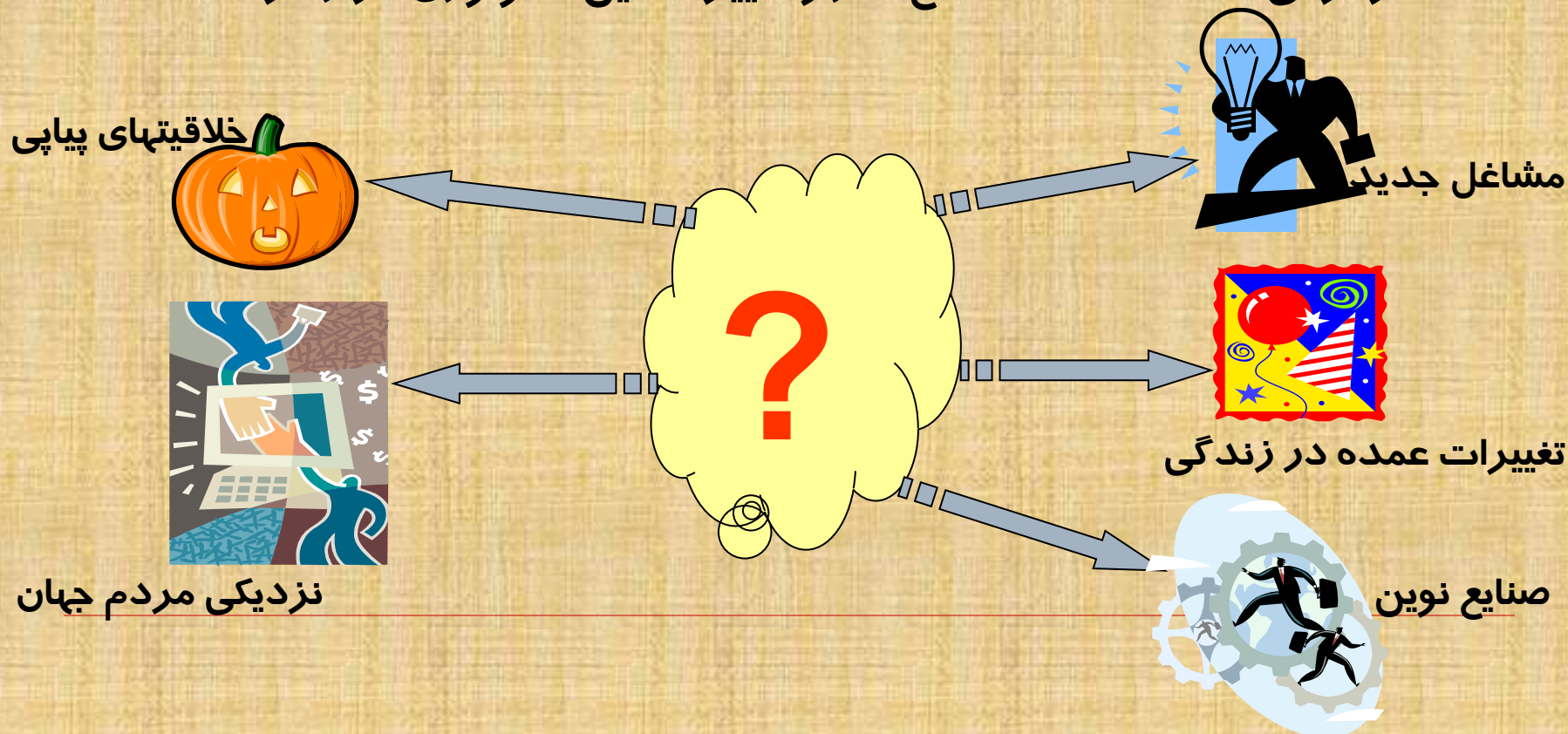
---



# تجارت الکترونیک و فن آوری اطلاعات (E - Commerce & IT)

فن آوری اطلاعات ، روش کارکرد افراد ، سازمانها ، دولتها و حتی طرز تفکر مردم را تغییر داده است .

آموزش ، بهداشت ، صنعت ، تجارت ، بانکداری ، خدمات و حتی اوقات فراغت و سرگرمیها همه تحت الشعاع آثار و تغییرات این تکنولوژی قرار گرفته اند .



تجارت الکترونیکی در برابر تجارت سنتی

**(e - commerce & Traditional commerce)**

---

تکنولوژی اطلاعات به عنوان لبه پیشرو تکنولوژیهای جدید در

سه پارامتر سرعت ، دقت و هزینه

فعاليتها می تواند تاثیر گذار باشد

تجارت الکترونیک از دیدگاه بازار یعنی

، ،

همه جا همه کس همه وقت

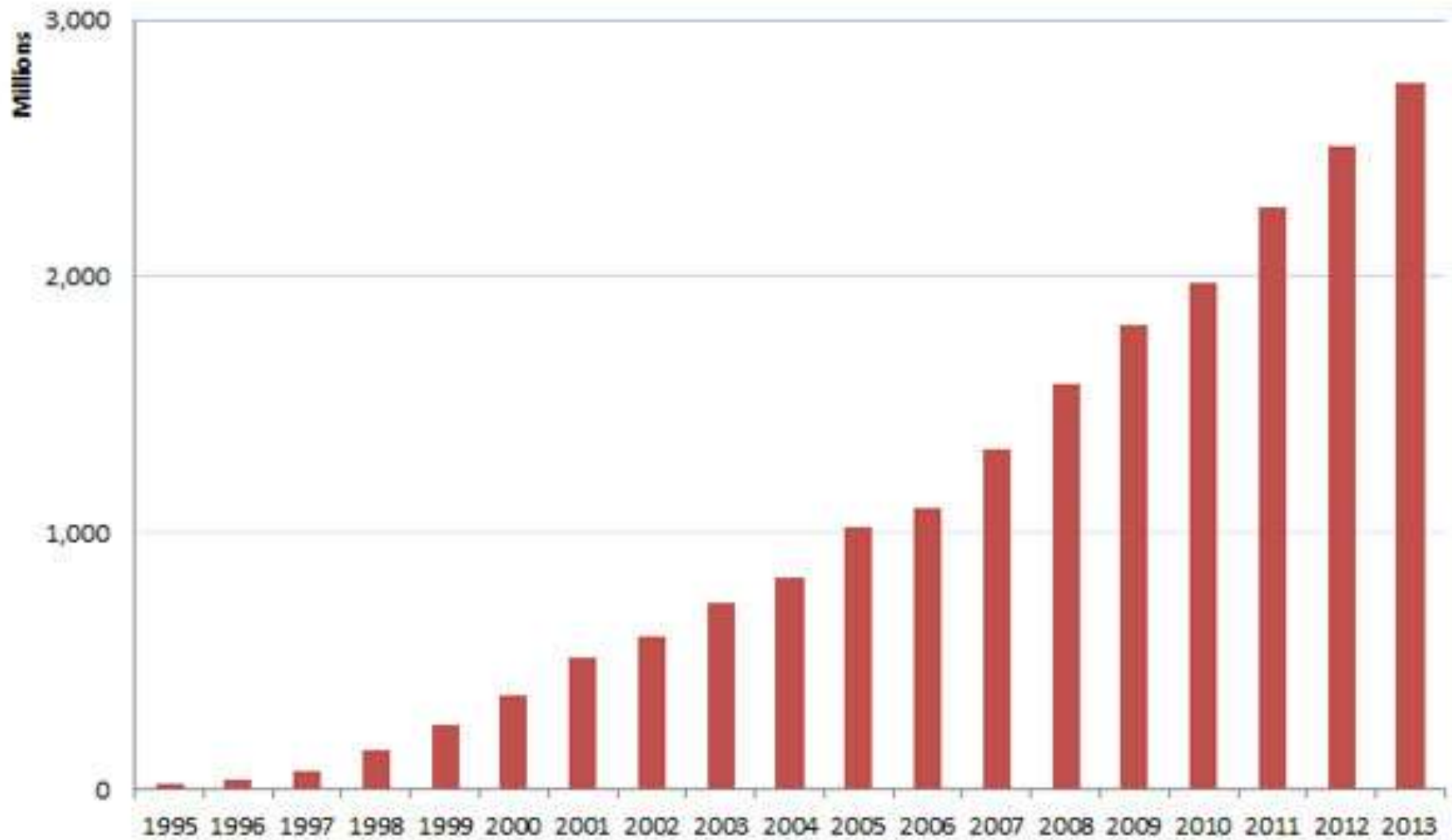
---

# رشد تعداد کاربران فضای مجازی

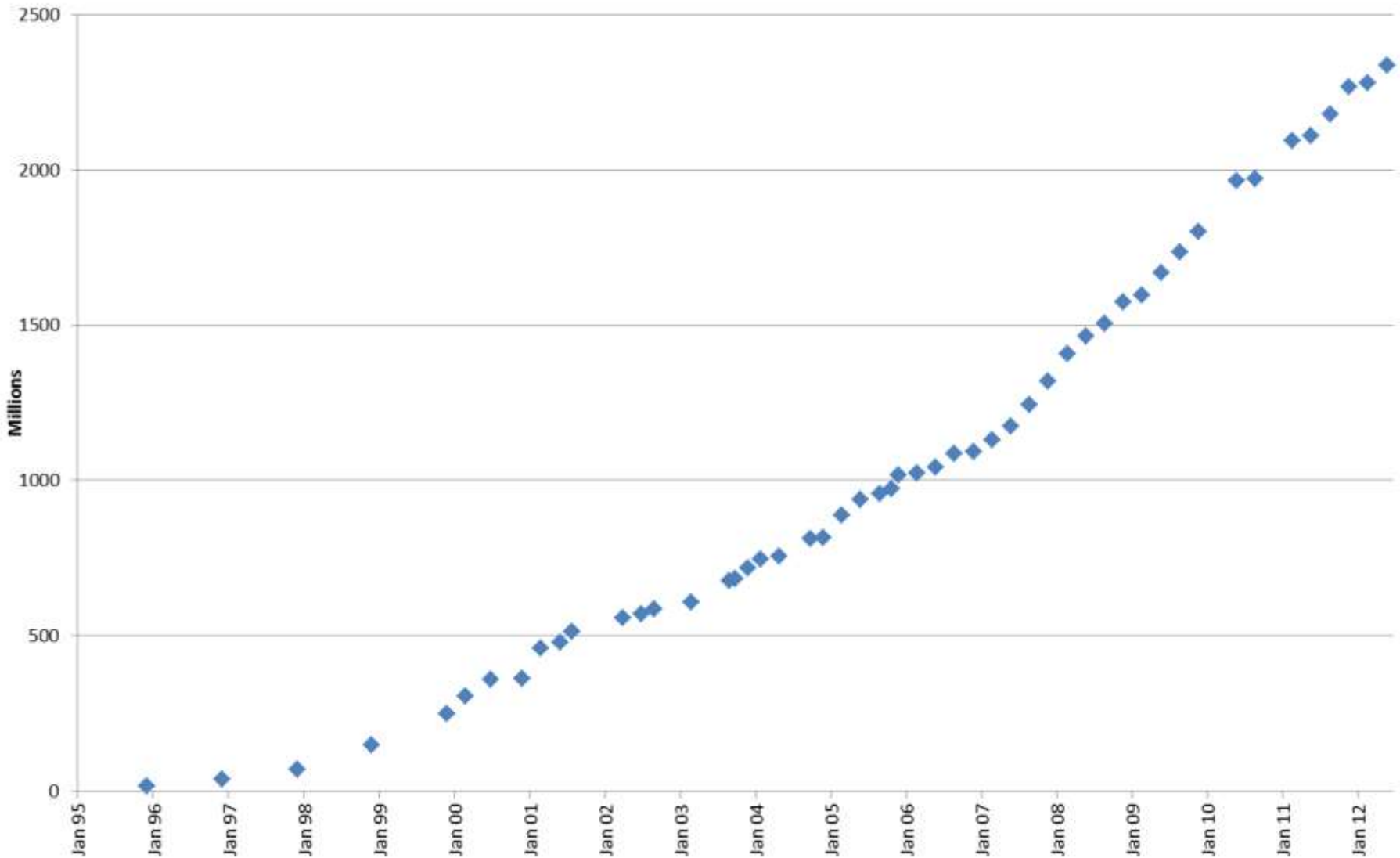




## Internet users worldwide

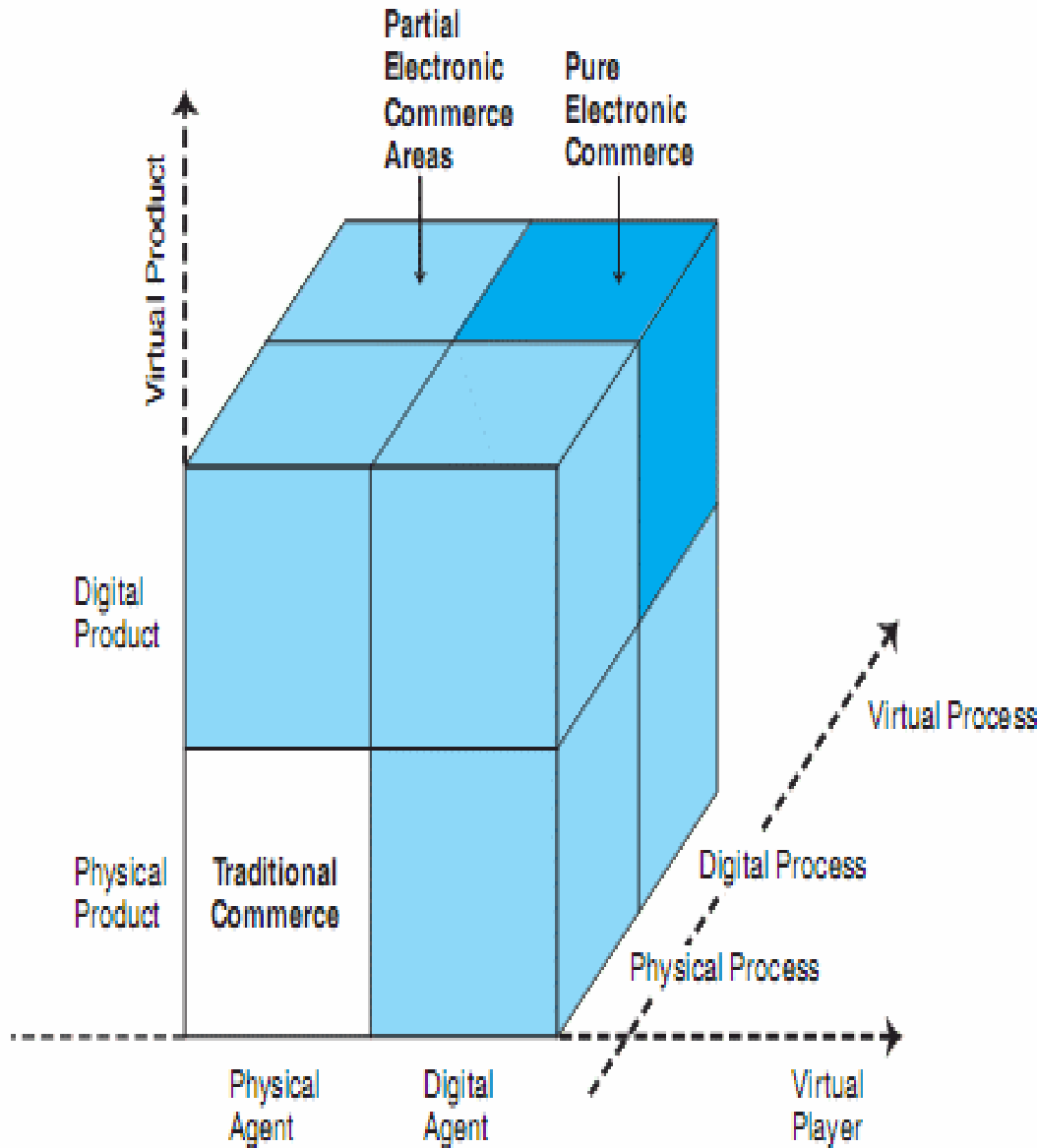


# Worldwide Internet Users





# ابعاد تجارت الکترونیک



• محصول (خدمت  
فروخته شده)

Product

• فرایند فروش

Process

• عامل تحویل  
(واسطه)

Agent

# تجارت الکترونیکی ناخالص

---

- اگر حداقل یک وجه دیجیتال وجود داشته باشد
- مثال : خرید کامپیوتر از وبسایت شرکت DELL و یا خرید کتاب از وبسایت amazon.com  
(محصول بصورت فیزیکی ارسال می شود)

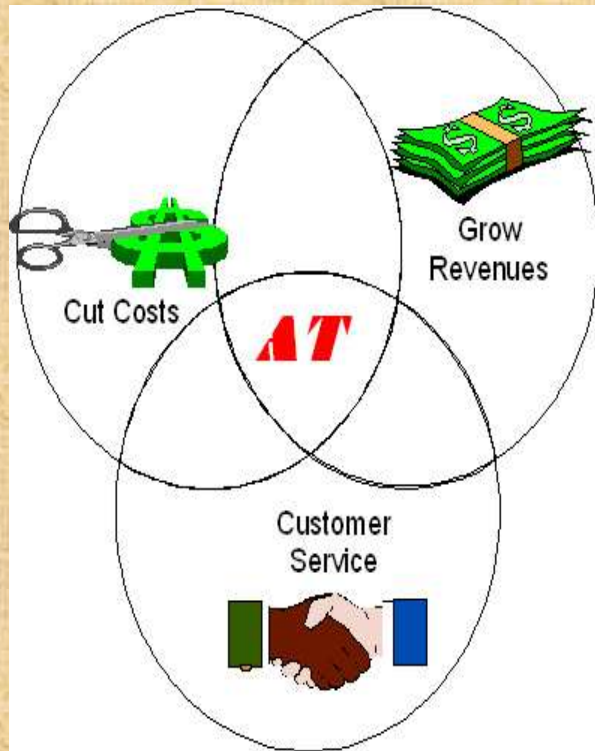


# تجارت الکترونیکی خالص

- محصول، ارسال، پرداخت و انتقال به خریدار تماما بصورت دیجیتال صورت می گیرد
- مثال: خرید کتاب الکترونیکی از amazon.com و یا خرید نرم افزار از buy.com



# مزایای تجارت الکترونیک



- مزایای سازمان
- مزایای مصرف کنندگان
- مزایای جامعه

# مزایای سازمان

- **دسترسی جهانی**
- **کاهش هزینه ها**
- **بهبود زنجیره تامین** (انبارداری و تاخیر در ارسال حداقل می شود مثلا در خودرو سازی با customize می توان در هزینه های انبارداری صرفه جویی کرد)
- **افزایش ساعت کار : ۲۴/۷**
- **تنوع محصولات:** با استفاده از customization مانند وبسایت شرکت dell
- **مدلهای کسب و کار جدید :** مثلا ترکیب خرید گروهی با مناقصه نمونه ای از مدل های جدید است
- **ارائه محصولات بسیار ویژه :** فروشگاهی که فقط اسباب بازی سگ فروخته و برخی محصولات که سطحی از گمنامی را ایجاد می کند



# مزایای سازمان

- **سرعت عرضه به بازار :** زمان بین پیدایش یک ایده و عرضه آن را به بازار کاهش می دهد
- **هزینه های پایین تر برقراری ارتباط**
- **خرید کارآمد :** خرید الکترونیکی باعث کاهش هزینه های مدیریتی تا ۸۰٪، قیمت بین ۵ تا ۱۵٪، و چرخه زمانی بیشتر از ۵۰٪ می شود
- **بهبود روابط مشتریان :** شخصی سازی ارتباطات، محصولات و خدمات و افزایش رضایت و وفاداری می شود
- **ارائه اطلاعات بهنگام از طریق شرکت :** شفاف سازی و بروز کردن قیمتها در هر لحظه
- **عدم نیاز به مجوزهای کسب و کار و پرداخت هزینه های مربوطه**
- **مزایای دیگر :** اصلاح تصویر شرکت، کاهش بوروکراسی، کاهش هزینه های حمل و نقل و انعطاف پذیری در معاملات و .....

# مزایای مربوط به مصرف کننده

---

- حضور در همه جا
- محصولات و خدمات بیشتر
- محصولات و خدمات سفارشی
- محصولات و خدمات ارزاتر
- ارسال فوری
- دسترسی به اطلاعات
- شرکت در مزایده ها : مشتریان می توانند اقلام کلکسیونی را یافته و حتی آنها را با اقلام خود معاوضه نمایند
- انجمن های الکترونیکی : مشتریان می توانند در این انجمنها عقاید خود را مبادله کنند و از تجربیات هم با خبر شوند
- معافیت از مالیات بر فروش
- حذف واسطه ها و کاهش قیمت

# مزایای مربوط به جامعه

- رفاه اجتماعی: ترافیک کمتر و آلودگی هوای کمتر
- استانداردهای بالاتر زندگی: قیمتها پایینتر ارائه می شوند و افراد بیشتری با استطاعت کم قدرت خرید می یابند
- امنیت ملی: باعث ارتباطات و همکاری بهتر و تفسیر اطلاعات بهینه تر می شود
- افزایش امید به زندگی برای فقرا: مردم کشورهای جهان سوم و مناطق فقیرنشین می توانند از محصولات و خدماتی بهره مند شوند که در گذشته وجود نداشتند (اخذ مدرک تحصیلی یا تخصص)
- دسترسی به خدمات عمومی: مراقبتهای پزشکی، آموزش و پرورش و توزیع خدمات اجتماعی با هزینه پایینتر و بهتر





# رابطه بين مفاهيم بازاریابی الكترونیکی ، تجارت و كسب و كار الكترونیکی



---

كسب و كار الكترونیکی

تجارت الكترونیکی

بازاریابی الكترونیکی

بازاریابی اینترنتی

---



---

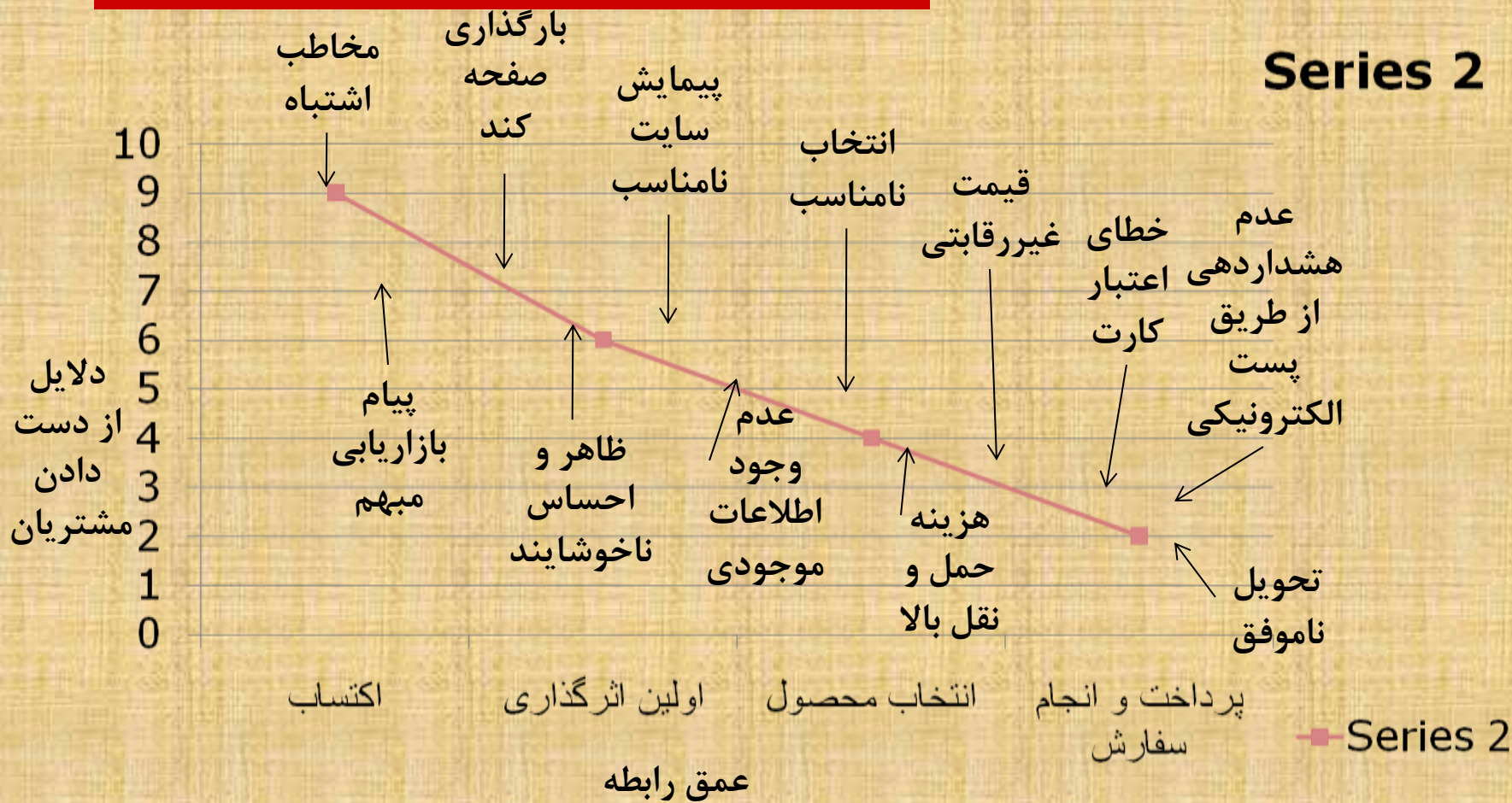
اکثر مشتریان بیشترین بخش از زندگی خود را در دنیای مجازی صرف میکنند. آنها از ابزارهای خودکار برای یافتن محصولاتی استفاده میکنند که نیازهای شما را بهتر برآورده می سازند. بازاریابان باید تقاضای مصرف کنندگان برای خدمات آنلاین را تحلیل کرده و به نیازهای مشتریان در این دنیای ارتباطات جدید پاسخ دهند.

---

# گسترش کسب و کار از طریق بازاریابی اینترنتی



# ناشیانه بودن بازاریابی الکترونیکی موجب افزایش نرخ از دست دادن مشتریان می شود.



---

## عوامل اساسی موفقیت در کسب و کارهای اینترنتی:

- انتخاب کاری که آن را بلدید (کننده آن کار هستید)\*\*\*
- انتخاب کسب و کار مورد علاقه
- آگاهی، دانش و مهارت لازم
- تلاش و پشتکار

## دلایل شکست کسب و کارهای اینترنتی:

- شتاب زدگی
  - نداشتن مهارت کافی
-



# مسیر حرکت موفقیت در کسب و کارهای اینترنتی:

- شناسایی فرصتها و انتخاب بازار هدف
- انتخاب محصول/خدمات مورد علاقه
- ارزیابی طرح ها و انتخاب بهترین طرح (طرح توجیهی)
- تهیه طرح کسب و کار اینترنتی (eBP) برای طرح منتخب
- انتخاب نام دامین و هاستینگ مناسب
- طراحی یک سایت کسب و کار
- ایجاد یک موقعیت بی همتا در اینترنت (در صفحه اول موتورهای جستجو)
- بازاریابی اینترنتی ارائه محصولات رایگان، کتابهای الکترونیکی، بازاریابی با استفاده از ایمیل و...
- تبلیغات اینترنتی
- ارتباط مناسب با مشتریان

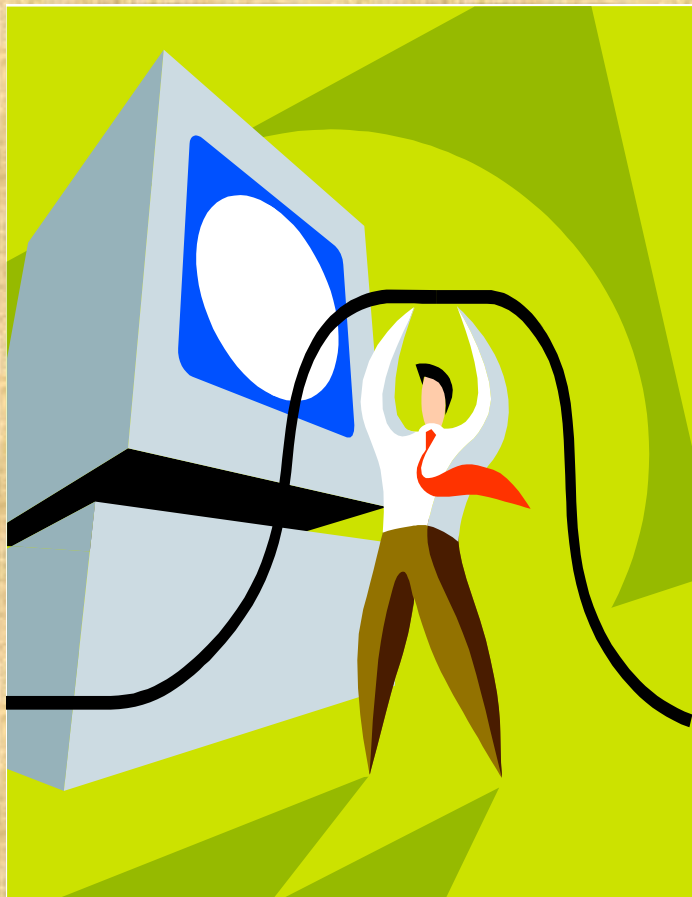


# توسعه یک محصول یا خدمت خاص جهت بازار انتخاب شده

---

انتخاب یک محصول برای بازار آنلاین چهار حالت دارد:

- خودتان تولید کننده یک محصول انحصاری هستید.
- شما امتیاز فروش یک محصول خاص را دارید.
- در برنامه های فروش مشترک **Affiliate Programs**
- خدمات خاصی را از طریق اینترنت ارائه می دهید.



## خصوصیات محصولات انتخاب شده:

- کیفیت
- رقابت
- معرفی و ارتقای ساده
- کم هزینه و پر سود
- موجودی دائمی
- مزیت
- استفاده راحت
- بی خطر و قانونی
- حمل و نقل
- انبار و نگهداری

# بازاریابی اینترنتی



# History of Marketing Channels

**1839**  
posters on private property banned in London

**1867**  
earliest recorded billboard rentals

**1880s**  
early examples of trademarks as branding

**1864**  
earliest recorded use of the telegraph for mass unsolicited spam

**1905**  
The University of Pennsylvania offers a course in "The Marketing of Products"

**1922**  
radio advertising commences

**1908**  
Harvard Business School opens

**1940s**  
electronic computers developed

**1941**  
first recorded use of television advertising

**1950s**  
systematization of telemarketing

**1970s**  
e-commerce invented

**1984**  
Introduction of guerrilla marketing

**1990s**  
CRM and IMC gain dominance in promotions and marketing planning

**1995**  
Alta Vista search launches  
Yahoo search launches

**1998**  
Google launched  
MSN Search launched

**2001**  
social bookmarking site stumbleupon is established

**2003**  
MySpace founded

**2005**  
Vimeo and YouTube launched

**2006**  
Twitter Founded

**2004**  
Facebook launched  
Digg launched

**2002**  
photo sharing site SmugMug sets the stage for sites like Flickr and Photobucket

**1999**  
opinion site epinions is established

**1996**  
identification of viral marketing  
ask.com founded

**1991**  
Integrated marketing communications gains academic status

**1985**  
desktop publishing democratizes the production of print-advertising

**1980s**  
development of database marketing  
emergence of relationship marketing  
emergence of computer-oriented spam

**The Future**  
Marketing opportunities in new areas such as Second Life and video games



# History of Marketing Channels



**1839**  
posters on private property  
banned in London



**1867**  
earliest recorded  
billboard rentals



**1864**  
earliest recorded use of  
the telegraph for mass  
unsolicited spam

**TM 1880s**  
early examples of  
trademarks as branding



**1905**  
The University of Pennsylvania offers  
a course in "The Marketing of Products"



**1922**  
radio advertising  
commences



**1941**  
first recorded use  
of television advertising



**1908**  
Harvard Business School  
opens



**1950s**  
systematization of  
telemarketing





**1940s**  
electronic computers  
developed



 **1970s**  
e-commerce invented

 **1984**  
introduction of guerrilla marketing

 **1990s**  
CRM and IMC gain dominance  
in promotions and marketing planning

 **1995**  
Alta Vista search launches  
Yahoo search launches


 **1998**  
Google launched  
MSN Search launched

 **2001**  
social bookmarking site  
stumbleupon is established

 **2003**  
MySpace founded

 **2005**  
Vimeo and YouTube launched



 **1980s**  
development of database marketing  
emergence of relationship marketing  
emergence of computer-oriented spam

 **1985**  
desktop publishing democratizes  
the production of print-advertising

 **1991**  
Integrated marketing communications  
gains academic status

 **1996**  
identification of viral marketing  
ask.com founded

 **1999**  
opinion site epinions is established

 **2002**  
photo sharing site SmugMug  
sets the stage for sites like Flickr  
and Photobucket

 **2004**  
Facebook launched  
Digg launched

 **2006**  
Twitter Founded



## تبلیغات در بازاریابی اینترنتی

---

- اینترنت روش کم هزینه ای را برای فروشنده جهت داشتن ارتباط مستقیم و مداوم با مشتری ایجاد می کند.
  - تبلیغات مطابق سلیقه و دلخواه مشتری
  - یکی از دلایل عدم موفقیت شرکتهای دات کام، سرمایه گذاری کلان آنها در بازاریابی انبوه جهت تبلیغات (Promtion) مارکهای الکترونیکی بوده است. برای مدیریت کارا و موثر مارکهای الکترونیکی، شرکتهای باید از استراتژیهای تبلیغات (Promtion) نوین استفاده کنند.
  - شهرت Brand در بازاریابی الکترونیکی نیز همانند بازاریابی سنتی همچنان وجود دارد و حتی اهمیت بیشتری یافته است.
-

## اصطلاحات مرتبط با تبلیغات اینترنتی

---

- **AD VIEWS**: تعداد دفعاتی که یک کاربر در زمانی خاص به صفحه ای که در آن بمر تبلیغاتی قرارا دارد مراجعه کرده باشد که به آن **PAGE VIEW** نیز می گویند
  - **BUTTON**: یک بنر تبلیغاتی کوچک است که با کلیک آن کاربر به سایت آن شرکت متصل می شود
  - **CLICK THROUGH**: یا **CLICK AD** تعداد دفعات کلیک که توسط کاربر برای رویت یک بنر تبلیغاتی صورت گرفته تا به وبسایت آگهی دهنده مرتبط شود، ثبت شده و شمارش می شود
-

## اصطلاحات مرتبط با تبلیغات اینترنتی

---

- **CPM: COST PER THOUSAND IMPRESSIONS**  
هزینه ای است که آگهی دهنده در ازای هر بار دیده شدن بنر تبلیغاتی خود توسط مصرف کنندگان پرداخت می کند
  - **CONVERSION RATE: تعداد کاربرانی که از سایتها خرید میکنند را در قالب درصد بیان می کند**
  - **HIT: هر گونه درخواست برای دیدن اطلاعات از یک فایل یا صفحات وب است که معمولا برای نشان دادن شهرت و محبوبیت یک سایت و مشخص کردن سایتی که در یک زمان مشخص بیشترین بازدید کننده را دارد بکار می رود**
-



## اصطلاحات مرتبط با تبلیغات اینترنتی

---

- **VISIT**: مراحل گوناگون یک درخواست را که توسط کاربر برای مشاهده یک سایت و یا صفحات وب صورت می گیرد
  - **TIMEOUT**: مدت زمانی را که یک بازدید کننده برای ارائه درخواست خود در یک وبسایت می گذراند می گویند که معمولا بین ۱۵ تا ۳۰ دقیقه است.
  - **UNIQUE VISIT**: شمارش تعداد بازدید کنندگان یک سایت بدون در نظر گرفتن تعداد صفحاتی است که وی در هر بازدید خود مشاهده کرده است
  - **STICKINESS**: هر چه زمان صرف شده در یک سایت توسط کاربر بیشتر باشد چسبندگی و جذابیت بیشتری دارد
-



# روشهای تبلیغات آنلاین (بنرها، POP UP / POP UNDER و ایمیل مارکتینگ)

- بنرها: دارای ظاهری گرافیکی بوده که برای تبلیغات در وب سایت استفاده میشود. معمولا ۵ تا ۶.۲۵ اینچ طول و ۰.۵ تا یک اینچ پهنا دارند و بر حسب پیکسل ارزیابی می شوند

بنر تبلیغاتی به صفحه وب فرد آگهی دهنده مرتبط است. زمانی که کاربر روی این بنرها کلیک می کند به سایت اصلی شرکت آگهی دهنده متصل می شود

- انواع بنرها:

- **KEYWORD BANNER:** با تایپ کلمه ای خاص در موتور جستجو فعال می شوند و به نمایش در می آیند (مناسب برای معرفی کالا و خدمات جدید)

- **RANDOM BANNER:** بطور کاملا تصادفی روی صفحه نمایش مرورگر ظاهر می شوند

# آگهی های POP UP و POP UNDER

- POP UP: آگهی های تبلیغاتی که در صفحاتی جداگانه در حین خواندن ایمیل، قبل یا بعد از مشاهده یک صفحه روی صفحه نمایشگر کاربر ظاهر می شود
- POP UNDER: آگهی تبلیغاتی که در زیر (پشت) پنجره جاری مرورگر ظاهر شده و زمانی که کاربر صحنه را می بندد آن را مشاهده می کند
- روش مبادله پایاپای بنرها: ارزانتترین حالت (مذاکره مشکل است و کمتر استفاده می شود)
- روش مبادله بنرها: بازاری است که در آن شرکتهای گوناگون به تجارت و معاوضه مکان قرار گرفتن بنرهای تبلیغاتی خود می پردازند. هرگاه یکی از شرکت کنندگان در بازار به نمایش بنر دیگری پردازد، اعتباری را دریافت خواهد کرد. زمانیکه اعتبار به حد کافی برسد می تواند بنر تبلیغاتی خود را در یکی از سایتهای عضو به نمایش بگذارد.

# ویژگیهای سایتهای آگهی اینترنتی مناسب

**دسته بندی مناسب آگهی ها:** از این نظر جای هیچ صحبتی باقی نمی ماند.

**ساختار URL ها:** ساختار URL ها هرچه خواناتر باشند، و دسته بندی ها را بهتر نمایش دهند، سایت قطعاً موفق تر خواهد بود.

**سطح navigation در سایت:** منظور سطح دشواری حرکت در سایت است. باید سایت طوری باشد که کاربر آن بتواند به آسانی به دسته بندیهای مختلف آگهی ها، دسترسی داشته باشد.

**پشتیبانی:** مسلماً هیچ سایتی بدون پشتیبانی دوام نخواهد داشت. سایتهای تبلیغات اینترنتی از بخشهایی هستند که نیاز به تیم پشتیبانی قوی برنامه نویسی و راهنمایی کاربران دارند. بسیاری از سایتهای هرگز به ایمیلهای کاربران پاسخ نمیدهند و برای تأیید آگهی بعضاً باید ۳ روز یا حتی بیشتر، زمان صرف کنیم.

# ویژگیهای سایتهای آگهی اینترنتی مناسب

---

استفاده از تگ توصیف: تگ توصیف اهمیت زیادی در بهبود رتبه صفحه در نتایج جستجو دارد. استفاده از این تگ در ساختار آگهی بر ارزش آن می افزاید.

امکان درج لینک: این مورد را به تنهایی یک مزیت بزرگ میدانم. چرا که می تواند کاربر بازدید کننده آگهی را مستقیماً به سایت شما رهنمون سازد.



# چند سایت برتر آگهی اینترنتی

- 
- |   |                  |
|---|------------------|
| <a href="http://iran-tejarat.com">http://iran-tejarat.com</a>         | ۱- ایران تجارت : |
| <a href="http://eforosh.com">http://eforosh.com</a>                   | ۲- ایفروش :      |
| <a href="http://Istgah.com">http://Istgah.com</a>                     | ۳- ایستگاه:      |
| <a href="http://2Istgah.ir">http://2Istgah.ir</a>                     | ۴- دو ایستگاه:   |
| <a href="http://vista.ir/ads">http://vista.ir/ads</a>                 | ۵- ویستا:        |
| <a href="http://niazpardaz.com">http://niazpardaz.com</a>             | ۶- نیازپرداز:    |
| <a href="http://www.tablix.ir/">http://www.tablix.ir/</a>             | ۷- تبلیکس:       |
| <a href="http://tookan.ir/">http://tookan.ir/</a>                     | ۸- توکان:        |
| <a href="http://www.tejarat-iran.ir/">http://www.tejarat-iran.ir/</a> | ۹- تجارت ایران:  |

# چند سایت برتر آگهی اینترنتی

- <http://www.yareno.com/> ۱۰- یارنو
- <http://www.agahisaz.com/> ۱۱- آگهی ساز:
- <http://niazmandiha.info/> ۱۲- نیازمندیها.اینو
- <http://agahi24.com/> ۱۳- آگهی ۲۴
- <http://vtab.ir/> ۱۴- تبلیغ رسانه:
- <http://locopoc.com> ۱۵- لوکوپوک:
- <http://www.agahiweb.com/> ۱۶- آگهی وب:
- <http://www.hamshahree.com/> ۱۷- همشهری:
- <http://www.novintabligh.com/> ۱۸- نوین تبلیغ:

# چند سایت برتر آگهی اینترنتی

<a href="http://7rang.ir/">http://7rang.ir/</a>	۱۹-۷ رنگ:
<a href="http://mihanagahi.com/">http://mihanagahi.com/</a>	۲۰- میهن آگهی:
<a href="http://www.7010.ir/">http://www.7010.ir/</a>	۲۱- ۷۰۱۰
<a href="http://bazaryar.ir/">http://bazaryar.ir/</a>	۲۲- بازار یار
<a href="http://tejaratbazar.com/">http://tejaratbazar.com/</a>	۲۳- تجارت بازار:
<a href="http://tablighat24.com/">http://tablighat24.com/</a>	۲۴- تبلیغات ۲۴:
<a href="http://agahiyab.com/">http://agahiyab.com/</a>	۲۵- آگهی یاب:
<a href="http://adco.ir/submit/">http://adco.ir/submit/</a>	۲۵- معرفی به موتورهای جستجو:
<a href="http://www.cboxi.com">www.cboxi.com</a>	۲۶- سی باکسی
<a href="http://www.toosniaz.ir">www.toosniaz.ir</a>	۲۷- ٲوس نیاز <sup>45</sup>

# چند سایت برتر آگهی اینترنتی

---

۲۸- بورس کالا <http://www.boorsekala.com/>



# Affiliate Marketing

و یا بازاریابی پورسانتی و یا سیستم همکاری در فروش



# بازاریابی از طریق سیستم همکاری در فروش Affiliate Marketing

در این روش کسب درآمد آنلاین، شما به عنوان **Affiliate** به سایت فروشنده و یا تولیدکننده محصول که اصطلاحاً **Merchant** نامیده میشود، ویزیتور میفرستید و اگر ویزیتور فرستاده شده توسط شما از سایت **Merchant** یا همان فروشگاه فرضی، خریدی انجام دهد و یا در برنامه‌های آنها عضو شود (بسته به نوع **Affiliate Program**) در اینصورت، شرکت تولیدکننده و یا همان **Merchant** به شما درصدی از فروش را پرداخت می‌کند.

شما در واقع در وبسایت خودتان، محصولات دیگران را تبلیغ می‌کنید و اگر ویزیتوری که در سایت شما است، ترغیب به خرید محصول شود، پس از کلیک بر روی لینک محصول به وبسایت فروشنده منتقل می‌شود و در آنجا خریدش را انجام میدهد و شما پورسانت خود را از فروشنده دریافت می‌کنید.

[www.timetochange.ir](http://www.timetochange.ir)



خریدار

1

مراجعه به سایت بازاریاب

2

click بر روی بنر و انتقال به سایت فروشنده



پرداخت پورسانت به بازار یاب

3

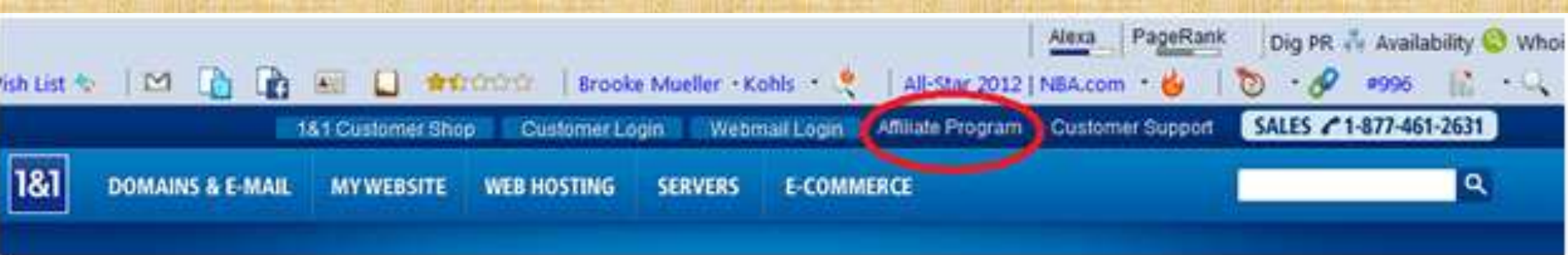


در این روش **Marketing** هم فروشنده (**Merchant**) و هم کسی که محصولات فروشنده را تبلیغ می کند (**Affiliate**)، سود می کنند. از یکطرف، فروشنده، تنها زمانی هزینه میکند که جنسش فروش برود و در این میان از تبلیغات و برندینگ مجانی که **affiliate**ها برای او ایجاد می کنند، استفاده می کند.

از طرف دیگر، **affiliate**ها، با معرفی محصولات فروشنده های مختلف، درآمدهای خوبی کسب می کنند. یعنی در این سیستم هر دو طرف از این مشارکت سودآور بهره می برند.







سایت بزرگ Amazon اولین وبسایتی بود که سیستم Affiliate Marketing را در وبسایت خود در سال ۱۹۹۶ ارائه داد و با این کار توانست اسم خود را بر سر زبانها آورده (Branding) و هزاران هزار تبلیغ کننده برای محصولات خودش پیدا کند و در ازای پرداخت پورسانتهای ناچیز، فروش خود را چندین برابر کند.

# انواع برنامه های مشارکت در فروش

## Types of Affiliate Programs

---

پرداخت به ازای هر فروش:

در این نوع، درصدی از کل فروش به **Affiliate** داده می شود. میزان پورسانت، بستگی به نوع محصولات و برنامه مشارکتی دارد. مثلاً پورسانت فروش محصولات نرم افزاری بیشتر از محصولات سخت افزاری است.

به این نوع برنامه ها، **Pay Per Sale** نیز گفته میشود.  
مثال سایت غیر فارسی : [www.clickbank.com](http://www.clickbank.com)

---

پرداخت به ازای هر ثبت نامی که کاربر انجام می‌دهد:

در این مدل، بسته به نوع برنامه، افیلیت‌ها زمانی درآمد کسب می‌کنند که ویزیتوری را به سایت **Merchant** بفرستند و آن ویزیتور در وبسایت فروشنده ثبت نام کند (فرمی را پر کند) به این نوع از برنامه افیلیت، **Pay Per Lead** نیز گفته می‌شود. منظور از **Lead** یعنی یک کاربری که از سایت شما (افیلیت) به سایت تولیدکننده (**Merchant**) مراجعه کرده و در آنجا عملی را که مد نظر **Merchant** بوده را انجام داده است (مثلاً پر کردن فرم ثبت نام و یا شرکت در نظر سنجی و ...).

---

پرداخت به ازای هر ویزیتور:

در این مدل، **affiliate** ها به ازای هر ویزیتوری که به سایت **Merchant** میفرستند، پول می‌گیرند. چه این ویزیتور، خرید بکند چه نکند!



---

پرداخت به ازای نمایش آگهی:

در این مدل، **Affiliate** ها به ازای تعداد دفعات نمایش آگهی‌های **Merchant** در وبسایت خود، پول دریافت می‌کنند، چه کاربر رو تبلیغات کلیک بکند چه نکنه!

وبسایتهایی که ترافیک خوبی دارند از این روش می‌توانند درآمد خوبی کسب کنند.

---

هنگامی که شما عضو برنامه **Affiliate** می شوید، **Merchant**،  
پنلی را در اختیار شما می گذارد که در داخل این پنل بتوانید لینکهای  
مخصوصی را که با شماره اکانت شما کد شده است، ایجاد کنید.

حتی برخی از **Merchant**ها بنرهایی را از قبل طراحی می کنند و در  
این پنل در اختیار **Affiliate**ها قرار می دهند تا آنها بدون هیچ  
دردسری، بتوانند این بنرها را در سایت خود قرار دهند.

---

پس از اینکه این بنرها، متنهای لینکدار و ... را در سایت خود آپلود کردید، کاربران وبسایت شما، با کلیک کردن بر روی آنها وارد سایت **Merchant** می‌شوند و از آنجائیکه لینکهای ایجاد شده شماره اکانت شما رو در داخلشان دارند، سایت **Merchant** خواهد فهمید که کاربری که وارد سایتش شده، از طریق کدام **Affiliate** معرفی شده است و بسته به نوع برنامه افیلیت، در صورتی که کاربر ارسال شده توسط شما، از سایت فروشنده خرید بکند و یا ثبت نام کند، به اکانت شما پورسانت اختصاص داده می‌شود.

---

این درصدهای حاصله در پنل شما جمع شده و در صورتیکه از یک مقدار کمینه (**Min Payout**) بیشتر باشد، در بازه های زمانی مشخص شده توسط **Merchant** ها به حساب بانکی شما واریز می شود و یا اینکه برای شما چک بانکی ارسال میشود (بسته به نوع برنامه)



## تبلیغات از طریق پست الکترونیکی



- با افزایش روزافزون استفاده از پست الکترونیک (email) این ابزار به شیوه اثربخشی برای تبلیغات اینترنتی تبدیل شده است.

- تبلیغات از طریق پست الکترونیک ابزار مقرون به صرفه ای است که از نرخ پاسخگویی بالایی نیز برخوردار است.

- این ابزار موجب وفاداری مشتریان و نیز موجب تقویت نام تجاری می شود . ضمن اینکه در جذب و نگهداری مشتریان نیز ابزار بسیار کارآمدی است.



## انواع تبلیغات مبتنی بر پست الکترونیک

- **خبرنامه های اینترنتی**
- این خبر نامه ها توسط شرکت یا نماینده فروش شرکت تهیه شده و برای گروه خاصی که علایق مشترکی در مورد کالا و خدمات دارند ارسال می شود .
- **گروههای گفتگو**
- این گروهها در میان جمعی با علایق مشترک ایجاد می شوند. در این نوع تبلیغات پیام الکترونیکی که برای اعضاء فرستاده می شود، گفتگویی را در مورد موضوعی خاص میان آنها ایجاد می کند.
- **ارسال پیامهای تبلیغاتی بر اساس علایق افراد عضو کانالهای بازاریابی**

## تبلیغات از طریق پست الکترونیکی

---

• مهمترین اصل در بازاریابی از طریق پست الکترونیک یا Email Marketing آن است که ارسال کننده پیام های بازرگانی بایستی قبلاً از مخاطب «اجازه بگیرد» و این همان چیزی است که کمتر شرکت یا سایت تبلیغی اینترنتی زحمت رعایت آن را به خود داده است.

• شرکت های معتبر، هیچگاه نامه یا خبرنامه ای را بدون «درخواست» و «اجازه» صریح و قاطع (در برخی موارد پس از حداقل دو بار تایید مخاطب) برای کسی (در اینجا کاربر اینترنتی که دارای آدرس پست الکترونیکی است) ارسال نمی کنند.

---

# بازاریابی مبتنی بر پست الکترونیک

## e-mail Marketing

---

### • تعریف:

- نوعی بازاریابی مستقیم که از ایمیل به عنوان وسیله ای برای برقراری ارتباطات تجاری و یا پیامهای مرتبط با مسائل مالی مخاطبان استفاده می شود. این واژه اشاره دارد به:
  - ارسال پیامهای ایمیل با هدف افزایش ارتباط تجاری با مشتریان فعلی، بالا بردن وفاداری مشتری و تکرار تجارت
  - ارسال پیامهای ایمیل با هدف بدست آوردن مشتریان جدید و یا متقاعد کردن مشتریان فعلی برای خرید در زمان کوتاه
  - اضافه کردن تبلیغات به پیامهای ایمیل از طرف شرکتها و فرستادن آن به مشتریان
-



# اجزای ایمیل مارکتینگ



# اهمیت e-mail Marketing

---

- بیشتر از آنچه سرمایه گذاری کرده اید بدست می آورید
  - بسیار هدفمند است (سفارشی سازی پیام)
  - قابلیت اندازه گیری (محاسبه تعداد ایمیل فرستاده شده، تعداد ایمیل های باز شده، چه کسی آنها را باز کرده اند، تعداد افراد غیر عضو و ...)
  - آسان بودن
  - ارتباط قوی با مشتریان
  - اتوماتیک بودن (استفاده از ابزاری بنام autoresponder برای ارسال پیامهای رقابتی)
  - سریع و کارآمد
-

# اهداف ایمیل مارکتینگ

---

- افزایش درآمد حاصل از فروش
  - افزایش فروش آنلاین: ۵۹ درصد کاربران اینترنت از آن جهت تحقیق راجع به یک محصول استفاده کرده که نهایتاً منجر به خرید شده است (ایمیل جهت ثبت آدرس فیزیکی برای خرید مشتریان در تجارت آفلاین)
  - افزایش ترافیک وبسایت : با ارسال ایمیل شامل ویژگی ها، مزایا و آدرس وب سایت ترافیک سایت افزایش می یابد
  - وفادار مشتری
  - آگاهی و اعتبار نام تجاری
-



# LEARN MORE, EARN MORE!

Pillsbury® Biscuit Training Opportunities



Click on the links below for special Pillsbury® Biscuit training materials.

- ➔ [PowerPoint Training](#)
- ➔ [Video Training](#)

**Camp Spiff – \$1 per case (after rebate)**  
click to download

Pillsbury® Biscuits are great for every day part, every menu, every table!

Save up to \$6 per case of Pillsbury® Biscuits. *(after rebate)*

Camp Operators can save up to \$1250. *(after rebate)*

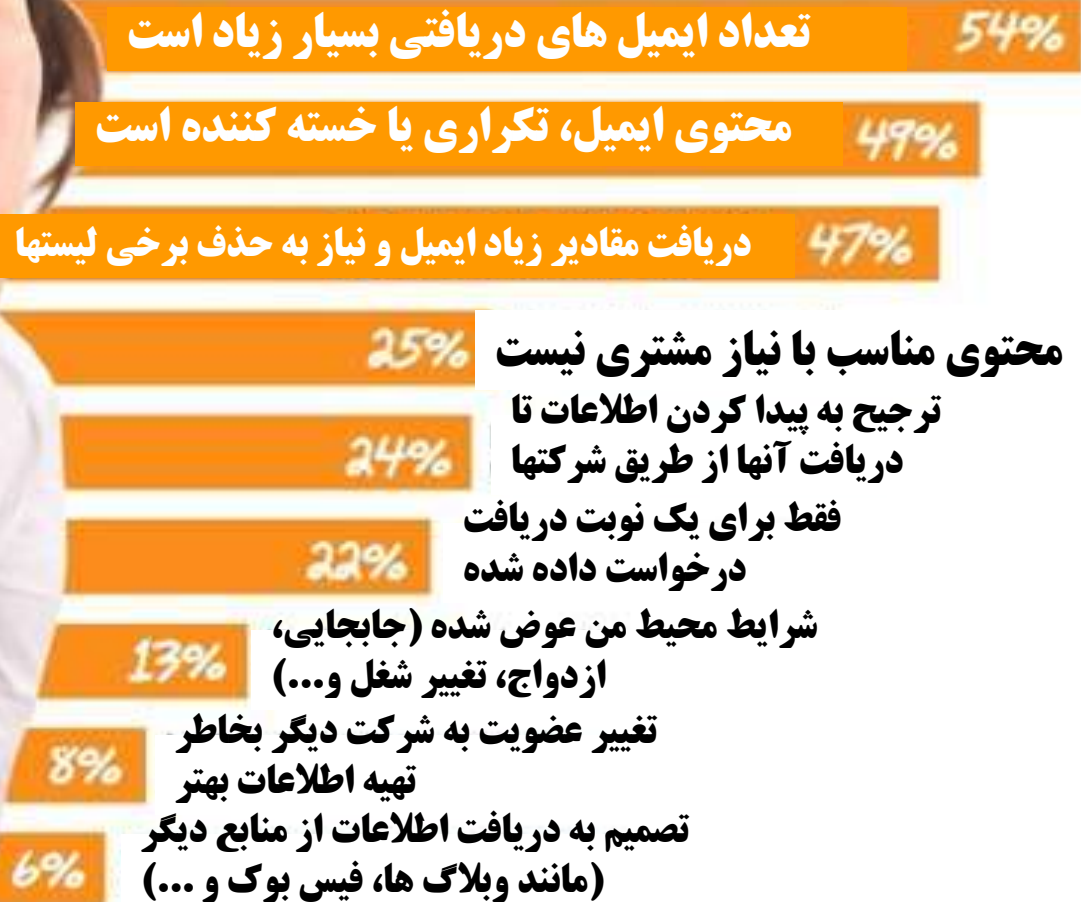
**Be sure to share these savings with your operators.**



# دلایلی که مشتریان از لیست ایمیل انصراف میدهند:



## REASONS PEOPLE UNSUBSCRIBE FROM PERMISSION EMAILS



---

## بازاریابی رسانه‌های اجتماعی



# بازاریابی شبکه‌های اجتماعی

**Social Media Marketing** با شبکه اجتماعی یکی از روش‌های بازاریابی اینترنتی می‌باشد. در این روش از بازاریابی، شرکتها و فروشندگها باید در شبکه‌های اجتماعی عضو شوند و با انتشار محتوای، تصاویر، ویدیو و کمک گرفتن از سایر امکاناتی که در این شبکه‌ها وجود دارد نظر دیگر اعضای حاضر در این شبکه‌ها رو به خود جلب کنند و آنها را برای بازدید از وب سایت و خرید کالا و خدمات ترغیب کنند.







شبکه‌های اجتماعی بدون توجه به اندازه شرکتها، می‌توانند ارزش ببرند هر شرکتی را تنها با لایک زدن بالا ببرند.

معمولاً شش ماه طول می‌کشد تا به نتایج حاصل از **SEO** دست یابید و میزان بازدید از سایت شما افزوده شود.

راهکار سریعتر، استفاده از تکنیکهای بازاریابی شبکه‌های اجتماعی است. مردم در شبکه‌های اجتماعی معاشرت می‌کنند، فعالیت‌های اجتماعی دارند و شبکه‌های خود را به صورت آنلاین افزایش می‌دهند. شبکه‌های اجتماعی ترافیک بسیار بالایی ایجاد می‌کنند.





قراردادن محصول یا برند در مقابل دیدگان میلیونها نفر کاربر فعال در شبکه‌های اجتماعی، استراتژی بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی است. شبکه‌های اجتماعی پلت فرمهایی برای شما فراهم می‌کنند تا در آنها بیافرینید و در مورد کسب و کار خود زمزمه‌هایی را به وجود می‌آورید و در نهایت به نتایج سریعتری در برنامه بازاریابی خود دست یابید. این راهکار همچنین بر کیفیت لینکهای ورودی وب سایت شما می‌افزاید، ترافیک وب سایت را بالا می‌برد و به شما امکان کنترل بیشتری بر فرایند ایجاد تصویر از برندتان می‌بخشد.

# مزایای بازاریابی با شبکه‌های اجتماعی

---

تقریباً می‌توان همه اقشار جامعه را در این شبکه‌ها پیدا کرد. محبوبیت شما در این شبکه‌ها بر رنکینگ وب سایت شما در موتورهای جستجو تاثیر گذار است.

می‌توانید به پرسشهای کاربران پاسخ دهید و با آنها ارتباط نزدیک برقرار کنید.

با انتشار یک تصویر، ویدیو یا مطلب جذاب می‌تواند هزاران هوادار برای خود دست و پا کنید.

فعالیت در این شبکه‌ها باعث میشود افراد زیادی لینک محصولات شما را در پروفایل خود ببینند.

# معایب بازاریابی با شبکه های اجتماعی

---

تعداد زیادی شبکه اجتماعی وجود دارد که هر کدام ویژگیهای مخصوص به خود را دارد.

برای بازاریابی موثر در این شبکهها باید حداقل یک ساعت در روز را به این کار اختصاص دهید.

کاربران در این شبکهها عقاید متفاوتی دارند و هر مطلبی را به اشتراک نمی گذارند.

اکثر مطالبی که در این شبکه به اشتراک می گذارید مطالعه نمی شود. برای فعالیتهای تخصصی، مخاطبان شما بندرت به پروفایل خود در این شبکه ها سر بزنند.









Email address

Password [Forgot your password?](#)

Sign In

# Connect, share ideas, and discover opportunities.



## Get started – it's free.

Registration takes less than 2 minutes.

First name

Last name

Email address

.....

By clicking Join Now, you agree to LinkedIn's [User Agreement](#), [Privacy Policy](#) and [Cookie Policy](#).

Join now

Find a colleague:

First name

Last name

Search

LinkedIn member directory: [a](#) [b](#) [c](#) [d](#) [e](#) [f](#) [g](#) [h](#) [i](#) [j](#) [k](#) [l](#) [m](#) [n](#) [o](#) [p](#) [q](#) [r](#) [s](#) [t](#) [u](#) [v](#) [w](#) [x](#) [y](#) [z](#) [more](#) [Browse members by country](#)



Search



Home



My Network



Jobs



Messaging



Notifications



Me



Work

Try Premium Free for 1 Month



sasan jafarnia

مجری مشاور و مدرس کسب و کار اینترنتی، دیجیتال مارکتینگ و سنو مولف و e-commerce, Web design and SEO مترجم 20 عنوان کتاب

Iran

Add profile section

More...

- bookstoresite
- Guilan University
- See contact info
- See connections (500+)

Experienced Business Coach with a demonstrated history of working in the e-learning industry. Skilled in Search Engine Optimization (SEO), E-commerce Optimization, Coaching, E-commerce, and WordPress. Strong media and communication professional with a Master's Degree focused in Horticultural Science f...

Show more

Edit public profile & URL

Add profile in another language



People Also Viewed

Fahimeh Nazari • 2nd  
SEO, Link Building at Newseo.ir

Shanbe Mag • 1st  
هفتنامه شنبه رسانه اختصاصی اکوسیستم استارت‌آپی  
ایران . اشتراک: 02186031306

Pouya Pirata • 1st  
پویا پیرعطا Pragmatic Entrepreneur and Speaker

Messaging





# Instagram

↑ Log in

## Capture and Share the World's Moments

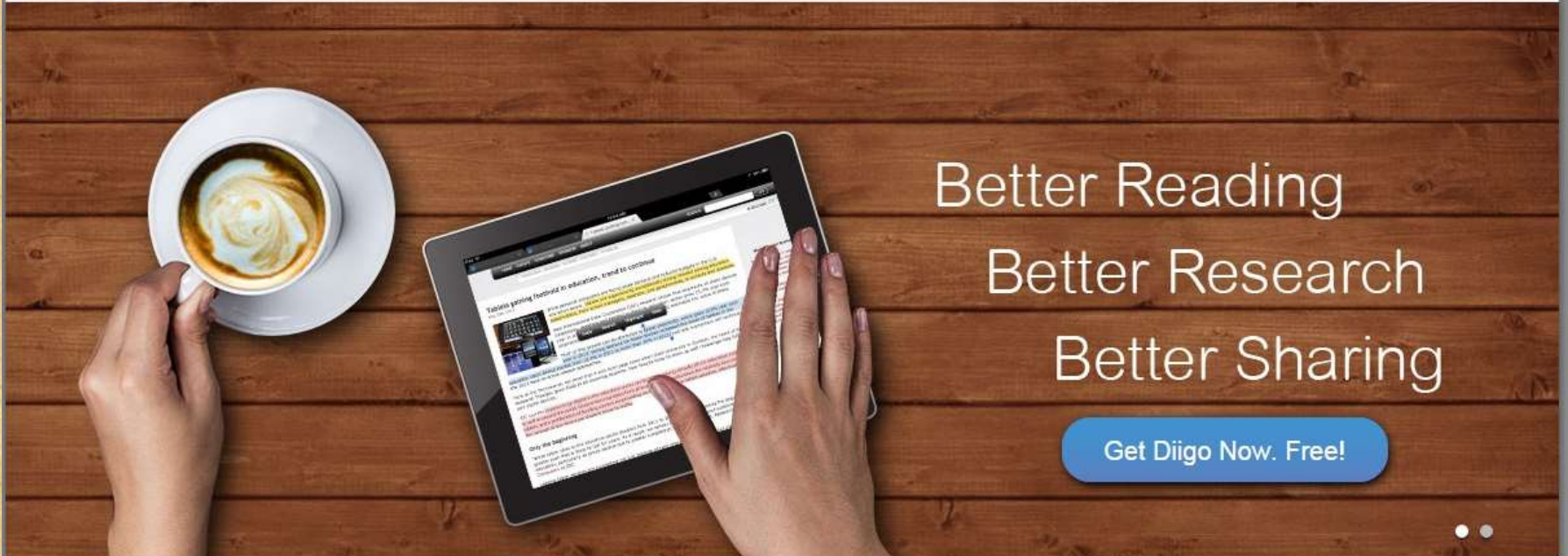
Instagram is a **fast**, **beautiful** and **fun** way to share your life with friends and family.

Take a picture or video, choose a filter to transform its look and feel, then post to Instagram — it's that easy. You can even share to Facebook, Twitter, Tumblr and more. It's a new way to see the world.

Oh yeah, did we mention it's free?







Better Reading  
Better Research  
Better Sharing

Get Diigo Now. Free!

Diigo is a *multi-tool* for knowledge management







# Too Much To Read? Information Overload?

Get Diigo Now. Free!

Diigo is a *multi-tool* for  
knowledge management



**DISQUS**

[For Websites](#)

[Using Disqus](#)

[Add Disqus to Your Site](#)

[Sign Up](#)

[Log In](#)

**“Cats have soft fluffy hair you can pet and not be creepy.”**



from Elisa

15 comments

★ 12





sasan, create a fun look back of your professional journey

in | Get Started

Today's Top SlideShares

The 7 Awesome Ways GoPro WINS in the Sharing Economy



Graham Brown (mobileYouth)

7 Ways GoPro Wins in the Sharin...

991 views



We asked 396 Americans about their holiday gift-buying behavior by using SurveyMonkey Audience



SurveyMonkey

What Holiday Shoppers Want Today

1 083 views



CREAX



10 Things that only existed in Sci-fi Movies

CREAX

10 Things That Only Existed in Sci...

1 283 views



# شبکه های اجتماعی معروف

---

فیسبوک: پر طرفدار ترین شبکه اجتماعی جهان می باشد که حدود یک میلیارد نفر از کاربران اینترنت را به خود اختصاص داده است و برای اشتراک گذاری محتوا و ایجاد ارتباط با دوستان و اقوام دور و نزدیک بکار می رود.



توییت: پس از فیسبوک اکثر کاربران از این شبکه اجتماعی برای انتشار مطالب مورد نظر خود از توییت استفاده می کنند. محتوایی که در این شبکه منتشر می شود باید مختصر و مفید باشد.





---

یوتیوب: کاربران برای انتشار ویدیوهای خود در اینترنت از این شبکه اجتماعی استفاده می کنند. در این شبکه اجتماعی انواع ویدیوهای آموزشی و سرگرم کننده یافت می شود.

گوگل پلاس: یک شبکه اجتماعی مانند فیسبوک می باشد. این شبکه بیشتر بین وب مسترها محبوبیت دارد.



لینکداین: این شبکه برای ایجاد ارتباط بین متخصصین، تجار، کارآفرینان و مدیران شرکتها ایجاد شده است و محل مناسبی برای معرفی و شناساندن برند شرکتها و ایجاد ارتباط بین همکاران می باشد.



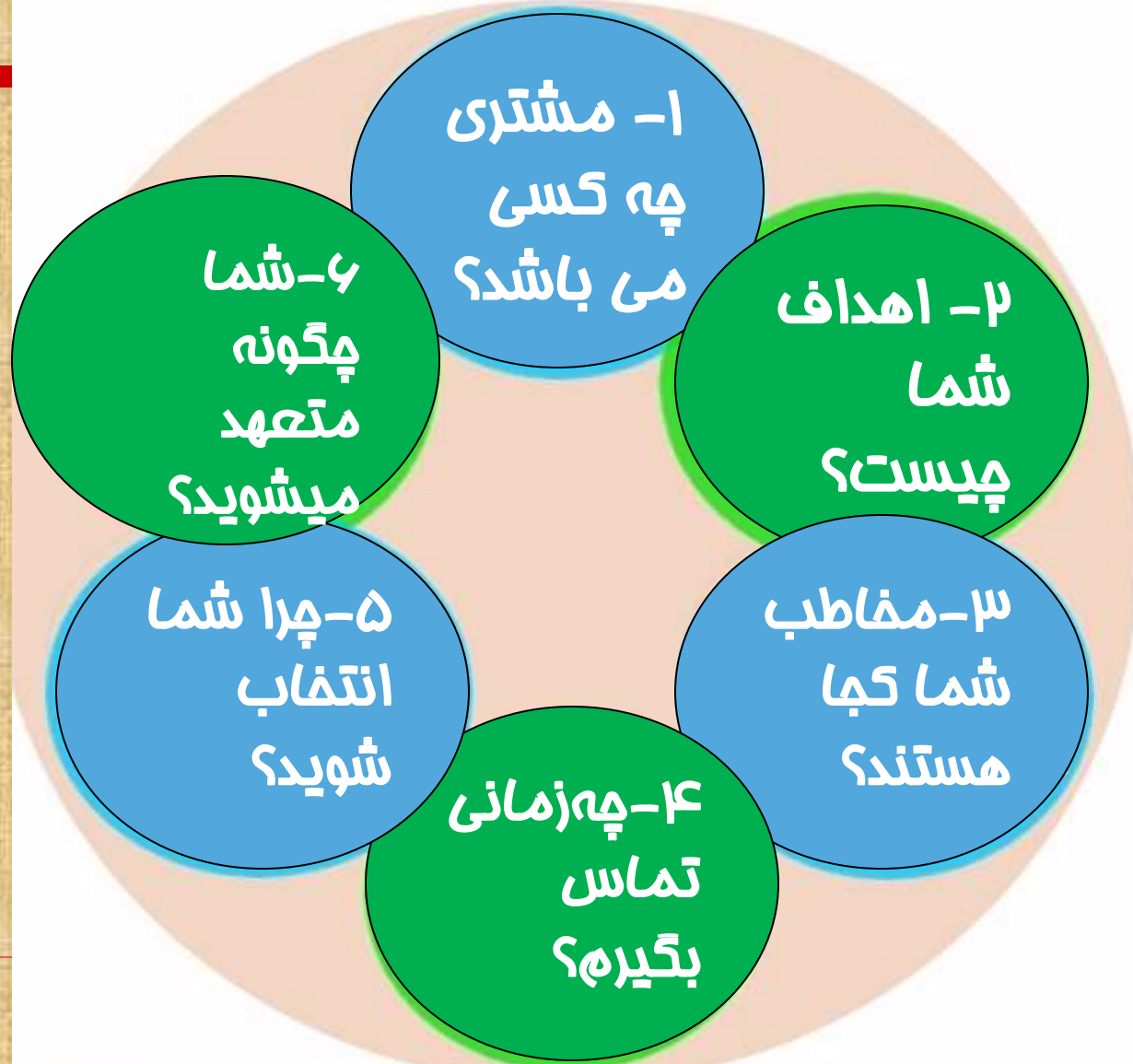
پینترست: یک شبکه اجتماعی بر پایه انتشار تصاویر می باشد. در صورتیکه تصاویر جذابی داشته باشید می توانید با انتشار آنها در این شبکه اجتماعی بازدیدکنندگان فراوانی را برای خود به ارمغان بیاورید.



[www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)



# 6 Elements of Social Media Strategy



5

MINUTE



LinkedIn

MARKETING PLAN





# BEGINNER



## 1 Minute

### Accept connection requests

Do you have pending LinkedIn connections?

A common misconception of LinkedIn is that you should only connect with people you know, or people you want to do business with right now.

LinkedIn can be used in many ways [promote events, recruit new staff, support your sales process and much more] so **why limit your connections?**



## 3 Minutes

### Send a thank you message to new connections

Whether you know your new connection or not, **it is always good to thank them for connecting with you.** If you haven't met before this could be a good time to share a piece of content that you think they would find useful, or to tell them a little bit more about you.



- 1 Click **Accept**.
- 2 Click on the **Send a message** link.
- 3 Write your message (change the subject if you wish).
- 4 Click **Send Message**.

## 1 Minute

### Request with 1 person

LinkedIn will continually prompt you to connect with people you may know. **Aim to connect with at least one person per day, and your network will be thriving in no time.**



People You May Know can be found on your LinkedIn page





# INTERMEDIATE



## 3 Minutes

### Check who has viewed your profile.

This includes all potential leads or current connections who have recently viewed your LinkedIn profile. **These people may not be sales leads, employees or your employer, but they may be in the future!**



- 1 Send a customised message to acknowledge that you've noticed they have viewed your profile.
- 2 Explain what value you could add to the connection.

## 2 Minutes

### Share Content

If you have written a recent blog post, add it to your profile. By doing this it won't decay in your newsfeed.

- 1 Edit your profile.
- 2 Go to **Background**.
- 3 Click .
- 4 Add a link or upload a file.
- 5 **Share** with relevant LinkedIn Groups that you are connected with.





# ★★★ ADVANCED ★★★

## 3 Minutes

**Share a piece of content and submit it to LinkedIn Today editors**

If you think getting your content featured on LinkedIn Today is like seeing a unicorn, then think again!

Reach out to the Business Development team at LinkedIn and share your content with them. Email them on [publisher@linkedin.com](mailto:publisher@linkedin.com)

**IMPORTANT: There are a couple of things that LinkedIn will look for** when choosing to publish a piece of content:

- Have you included a LinkedIn Share button on your site?
- Have you been sharing your content with your LinkedIn connections?

## 1 Minute

**Comment on the status or content shared by a person in your network**

Imagine you are at a party and someone from your network of friends is telling you about their recent job change or a blog post they have just written. The normal reaction is to comment on what they are telling you about... the same applies on LinkedIn!

Choose someone in your network and comment on their status or some content they have shared... **at least one a day!**

## 1 Minute

**Organise a catch up with one of your contacts**

This is the perfect time to **connect with someone that you haven't seen in a while... invite them for a coffee!**

LinkedIn is a great tool but you can't always land that deal without meeting in person.

Heading away on a business trip? It could be the perfect opportunity to catch up with someone from your network who lives in another state.

# طراحی و راه اندازی یک سایت اینترنتی مناسب جهت کسب و کار

---

## نکات مهم در طراحی سایت :

- ساخت یا طراحی (ایجاد صفحه اصلی مناسب **landing page** و صفحات تکمیلی)
- قانون رنگها و توجه به نقش و تاثیر رنگ در ظاهر سایت
- زمان بار گذاری **Loading Time**: توصیه می شود همواره حجم فایل هر صفحه را حداکثر بین ۴۰ تا ۶۰ کیلوبایت در نظر بگیرید.
- اجرای مناسب سایت در همه مرورگرها
- حرکت آسان (قانون سه کلیک)
- امکان مشاهده سایت در تمام ابزارها (پی سی، تبلت، موبایل)



# طراحی و راه اندازی یک سایت اینترنتی مناسب جهت کسب و کار

---

- چیدمان حرفه ای
- فرمت یکسان
- اندازه فونت
- نوع فونت مناسب
- محل لینکها
- منوهای مزاحم
- چراغ های چشمک زن نداشته باشید
- سروصدا به راه نیندازید


# خنکی رنگ آبی در طراحی سایت

قدرتمند  
در برند سازی  
رنگ آبی یکی از اصلی ترین  
رنگهای برندسازی است.  
شما چه برندهای آبی  
را میشناسید؟





## سایه ها آبی

آیا میدانید **۵۵** سایه مختلف آبی  
در طراحی سایت وجود دارد؟  
به  در بالای صفحه نگاه کنید و  
**کد رنگ** سایه ها را ببینید





چه سایت هایی از آبی استفاده می کنند؟  
وضوح، سادگی، کارایی  
همه نشان دهنده رنگ آبی در سایت است

### تکنولوژی کامپیوتر

فعالیت:

پیشرفت و فناوری  
مثل [bmc.com](http://bmc.com)

### وبسایتهای اجتماعی

فعالیت:

ارتباطات و اشتراکات  
مثل [facebook](https://www.facebook.com), [twitter](https://twitter.com)

### مالی

فعالیت:

استحکام فعالیت های مالی  
مثل [bankrate.com](http://bankrate.com)

### خطوط هوایی

فعالیت:

قابل اعتماد بودن  
مثل [aa.com](http://aa.com)

### سلامت و درمان

فعالیت:

حفاظت  
مثل [gehealthcare.com](http://gehealthcare.com)

### احزاب سیاسی

فعالیت:

وحدت  
مثل [democrats.org](http://democrats.org)



احزاب سیاسی زمانی که این رنگ در پرچم کشورشان وجود داشته باشد از آن استفاده میکنند!



# COLOR EMOTION GUIDE

**OPTIMISM** CLARITY  
WARMTH

**FRIENDLY** CHEERFUL  
CONFIDENCE

**EXCITEMENT** YOUTHFUL  
BOLD

**CREATIVE** IMAGINATIVE  
WISE

**TRUST** DEPENDABLE  
STRENGTH

**PEACEFUL** GROWTH  
HEALTH

**BALANCE** NEUTRAL  
CALM



# چه رنگ هایی برای سایت های متفاوت مناسبند؟

رنگ سایت باید بنا به موضوع سایت تعریف شده باشد. رنگ ها میتوانند باعث افزایش بازدید، دلسرد کردن بازدیدکنندگان و یا حتی فراری دادن آنها شوند. رنگ ها تاثیر بسیار زیادی بر روی عملکرد بازدیدکنندگان دارد

## زرد

- \* خوشبینانه و جوانپسند
- \* برای جلب توجه بازدیدکنندگان استفاده میشود

## قرمز

- \* انرژی
- \* ضربان قلب را افزایش می دهد و ایجاد نوعی ضرورت می کند
- \* براج حراج ها، رستوران و سایت محصولات غذایی مناسب است

## آبی

- \* ایجاد احساس اعتماد و امنیت میکند
- \* اغلب توسط بانک ها، سرویسهای امنیتی و تجاری استفاده میشود

## سبز

- \* مرتبط با سلامتی است
- \* رنگ سبز راحتترین رنگ پردازش چشمی است. برای سایت های اقتصادی و تفریحی مناسب است

## نارنجی

- \* پرخاشگری و خشونت
- \* برای جلب توجه به کار می رود و برای دکمه های فراخوان بسیار مناسب است

## صورتی

- \* رومانیتیک و زنانه
- \* برای سایت های ارائه سرویس برای خانم ها و دختران مناسب است

## بنفش

- \* نرمی و آرامش
- \* برای محصولات زیبایی و خدمات و محصولات زنانه مناسب است

## سیاه

- \* قدرتمند و گیرا
- \* یک رنگ لوکس و پیچیده به شمار می رود



# اجزاء مهم یک سایت کسب و کار

---

- بخش های اساسی یک سایت کسب و کار:
  - ✓ صفحه اصلی
  - ✓ محصولات / خدمات
  - ✓ اطلاعات تماس (تماس با ما)
  - ✓ درباره ما
  - ✓ قیمت ها
  - ✓ گواهینامه ها، تاییدیه ها و تصاویر "قبل از-بعد از"

# نکات مهم در طراحی صفحه اول سایت landing page

---

- ✓ عنوان وادار کننده و منفعت گرا به همراه زیر عنوان مناسب
- ✓ قرار دادن توصیف مناسب برای سایت در صفحه اول
- ✓ تبدیل لینکها به سر فصلها
- ✓ دریافت ایمیل بازدید کننده در صفحه اول (تحت عنوان عضویت در سایت یا دریافت خبرنامه)



- 
- ✓ پرسشهای متداول
  - ✓ فرم جوابگویی
  - ✓ خبر نامه آنلاین
  - ✓ منابع یا مقالات
  - ✓ درباره ما
  - ✓ صفحه اطلاعات گارانتی
  - ✓ ممیزی و نظرات بازدیدکنندگان
  - ✓ تقویم رویدادها
  - ✓ جست و جو
  - ✓ فروشگاه آنلاین کل هفته و ۲۴ ساعته

- 
- ✓ قوانین بازگرداندن کالا و پس دادن آن
  - ✓ سیاستهای شخصی و حریم خصوصی افراد
  - ✓ نقشه سایت
  - ✓ اطلاعات کپی رایت
  - ✓ صفحه لینک های مفید
  - ✓ اطلاعات رسانه ای: مقالات, تصاویر و ...
  - ✓ اخبار سایت و تازه ها

# موتورهای جستجو چگونه کار میکنند؟

---

موتورهای جستجو دو وظیفه اصلی دارند:

**Search engines have two major functions:**

**1-crawling and building an index.**

**2-providing search users with a ranked list of the websites they've determined are the most relevant.**



# SEO

---



# what does your website offer ? !!

---



Define a clear goal for your website

---

# Target market

---





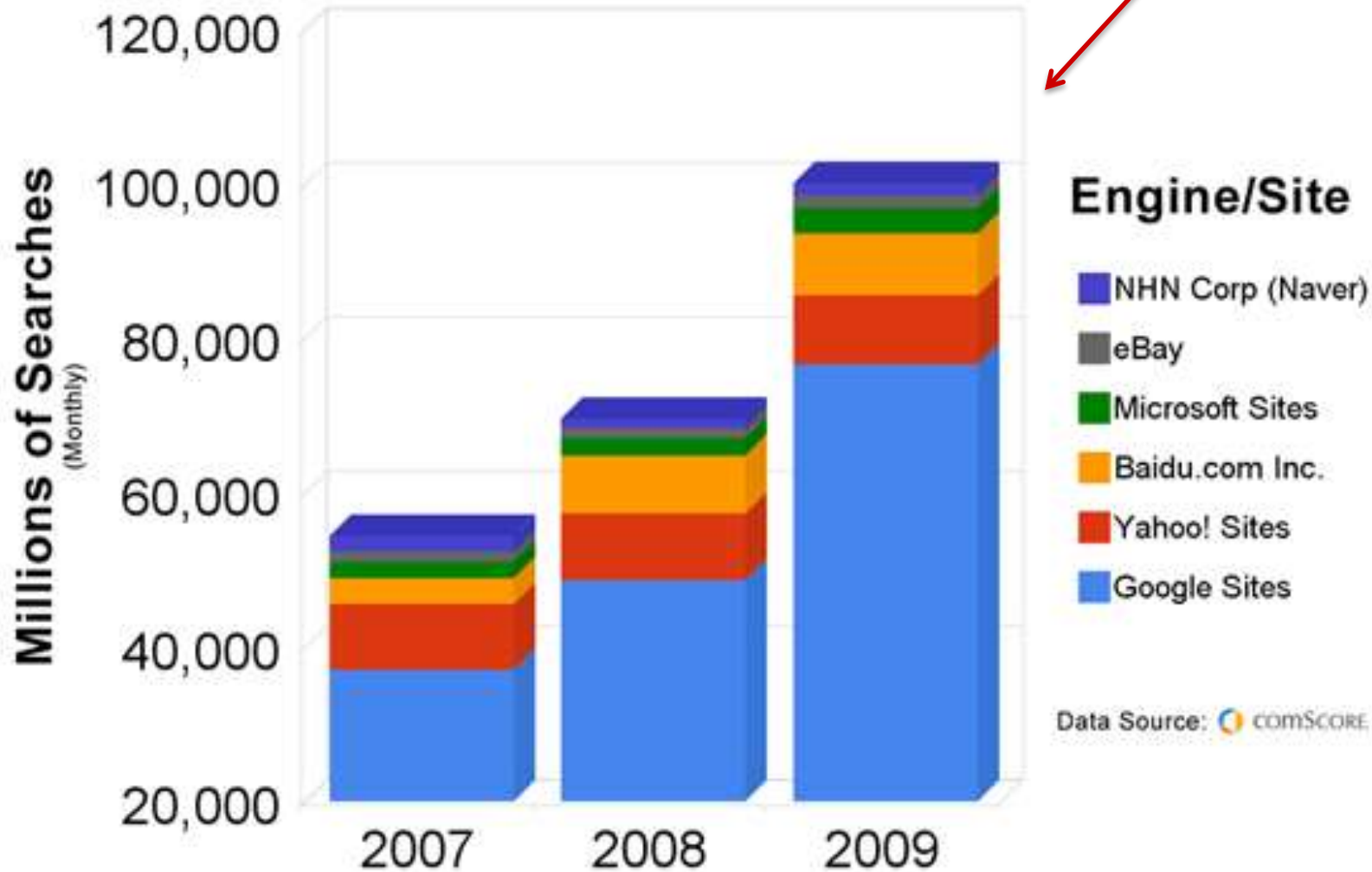
# Can we find anything without search engine?

---



**100 Billion Searches  
Each Month!**

## Global Search Volume Growth



# Google is the clear search market leader



---

داشتن یک وب سایت بی نظیر که هیچکس نتواند آن را پیدا کند جالب نیست.  
نکات کلیدی باعث یافتن یک سایت توسط موتورهای جستجو میشود.





# عناصر حضور موفقیت آمیز در اینترنت -

وب سایت و سیستم  
مدیریت محتوا

طرح سایت

برنامه نویسی سایت

رعایت کپی رایت

سیستم مدیریتی یکپارچه  
محتوا

میزبان سایت (هاست)

نام دامنه سایت

بهینه سازی برای  
موتور جستجو

کلمات کلیدی و  
بهینه سازی محتوا  
برای موتور جستجو

کمپین ماهانه  
ایجاد لینک

توسعه ماهانه  
محتوای جدید

تشخیص ماهانه رتبه  
در موتورهای جستجو

بازاریابی آنلاین

ایمیل مارکتینگ

مرور نظرات  
مشتریان

اشتراک عکس  
وفیلم

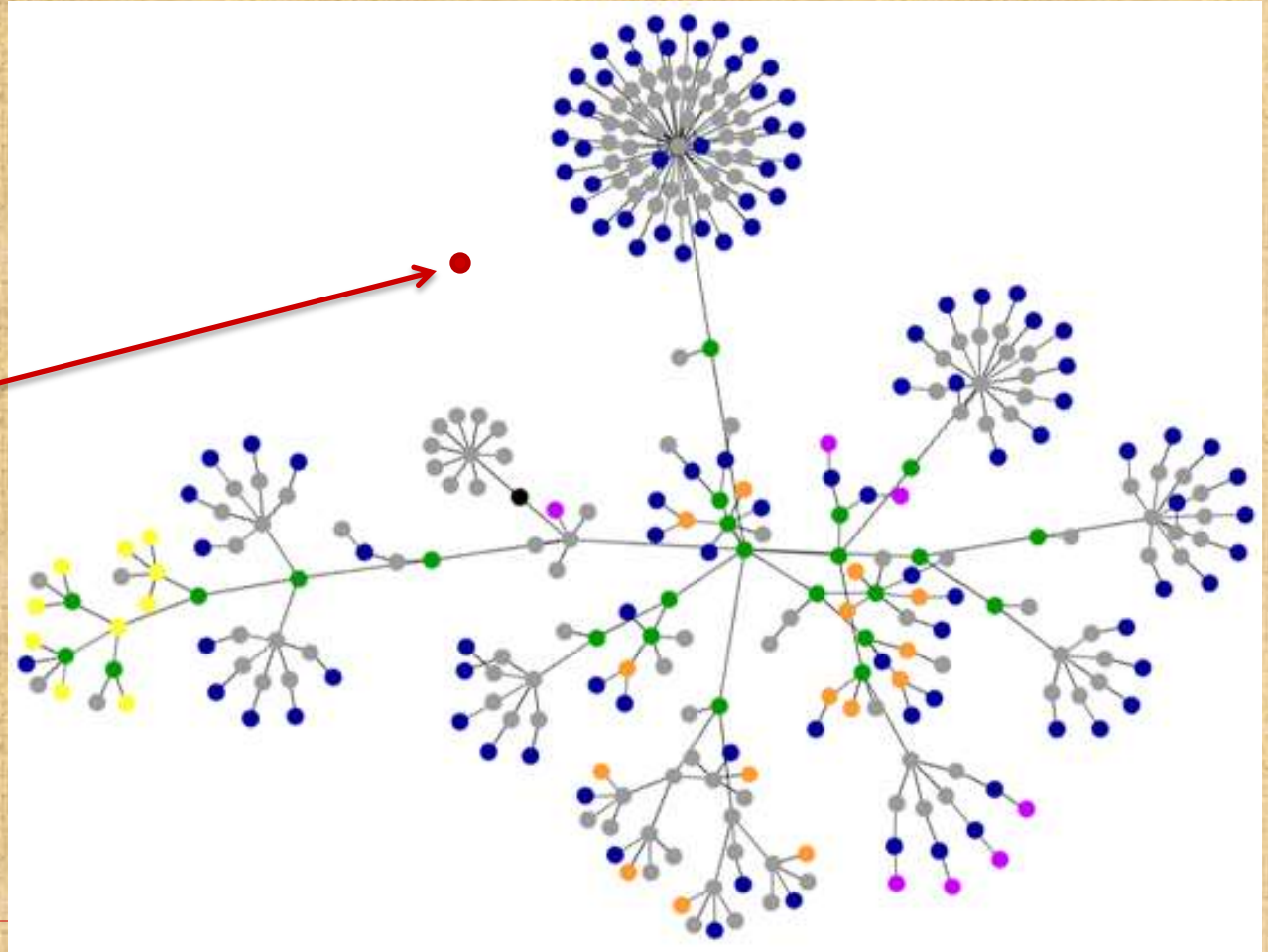
تبلیغات آنلاین

سایر تبلیغات  
آنلاین

# How Search Engines Work?

## Crawling & Indexing

---



Without links,  
the engines  
might never find  
this page

---

**ORGANIC**

**VS**

**PAID**



---

## **Key internet marketing strategies**

**Search engine optimisation (SEO) •  
(ORGANIC) - no cost per click**

**Search engine marketing (SEM) •  
- cost per click (PAID)**

---



# SEO versus SEM

بهینه سازی موتورهای جستجو در مقابل بازاریابی موتورهای جستجو

Search  
Phrase

Nr of search  
results

The screenshot shows a Google search for "hotels krems". The search bar is highlighted with a red box and labeled "Search Phrase". The search results are divided into two sections: "Organic search results" (left) and "Paid AdWords ads" (right). The organic results include links to Steigenberger Hotel Krems, Booking.com, and Tiscover. The paid results are sponsored links from Europe-Hotelrooms.com, OneTime.com, HRS.com, and Janu.at. A callout box labeled "Nr of search results" points to the text "Results 1 - 10 of about 322,000 for hotels krems. (0.20 seconds)".

Web Images Maps News Video Gmail more ▾

Google  Search [Advanced Search](#) [Preferences](#)

Web Results 1 - 10 of about 322,000 for [hotels krems](#). (0.20 seconds)

**Steigenberger Hotel Krems** Sponsored Links  
[www.Steigenberger.com/Krems](http://www.Steigenberger.com/Krems) First Class Komfort im Landhausstil mit Komfort & Ruhe der Extraklasse.

**Hotels: Booking.Com**  
[www.booking.com/Hotels](http://www.booking.com/Hotels) Over 50.000 hotels worldwide. Save up to 75% on your reservation!

**Top Hotels in Krems**  
[www.Tiscover.at/Krems](http://www.Tiscover.at/Krems) Super Urlaubsangebote bei Tiscover sofort günstig online buchen!

Tip: Save time by hitting the return key instead of clicking on "search"

**Krems Hotels, Online Hotel Accommodation in Krems, Austria - GTAHotels**  
Find the best deals on **Krems hotels** reservation online! We offer discount rates on booking accommodation for **hotels** in **Krems**, Austria.  
[www.gta-hotels.com/cities/krems.htm](http://www.gta-hotels.com/cities/krems.htm) - 48k - [Cached](#) - [Similar pages](#)

**Krems hotels, Krems Accommodation Austria, Hotel.com.au Krems ...**  
Save up to 65% on **Krems hotels**. **Krems** Special Internet Only **hotel** rates - PLUS - Last Minute Discount **Krems hotel** accommodation - PLUS - Best Rate 110% ...  
[www.hotel.com.au/Krems-Austria/](http://www.hotel.com.au/Krems-Austria/) - 58k - [Cached](#) - [Similar pages](#)

**Krems Hotels: Read Krems Hotel Reviews and Compare Prices ...**  
**Hotels in Krems, Austria:** See 19 traveler reviews, candid photos, and great deals for 8 **Krems hotels** at TripAdvisor.  
[www.tripadvisor.com/Hotels-g190424-Krems\\_Danube\\_Valley\\_Lower\\_Austria-Hotels.html](http://www.tripadvisor.com/Hotels-g190424-Krems_Danube_Valley_Lower_Austria-Hotels.html) - 73k - [Cached](#) - [Similar pages](#)

[Gourmet Hotel Am Forthof \(Krems, Danube Valley\) - Hotel Reviews ...](#)

**Krems Austria Hotels** Sponsored Links  
Get Discounts on **Krems hotels!**  
Compare Photos, **Hotel** Info & Rates.  
[www.europe-hotelrooms.com](http://www.europe-hotelrooms.com)

**Krems Hotels**  
Find Low **Hotel** Rates! Save Time & Compare Before You Book Online.  
[Krems.OneTime.com](http://Krems.OneTime.com)

**Hotels Krems**  
Große Auswahl an **Hotels** in **Krems**.  
Alle auf einem Stadtplan sichtbar.  
[www.hotels.com/krems](http://www.hotels.com/krems)

**Hotels Krems**  
HRS: über 230.000 **Hotels** zu tagesaktuellen Bestpreisen!  
[www.HRS.com](http://www.HRS.com)

**Wachau / Krems / Kremstal**  
Familiäre 3-Sterne Gasthof-Pension in Senftenberg (7 km von **Krems/D.**)  
[www.janu.at](http://www.janu.at)

**Krems Hotels**  
**Hotels** in Europe (Save 50%)

Organic  
search results

Paid AdWords ads

# Organic vs. Paid Search

Paid

Google

seattle real estate

Search

[Advanced Search](#)

Web [+ Show options...](#)

Results 1 - 10 of about 21,400,000 for **seattle real estate**. (0.18 seconds)

**Seattle Real Estate -**

[www.TheMLSonline.com](http://www.TheMLSonline.com)

Find **Seattle Real Estate** Listings and Home Search for Western WA

Sponsored Links

**Seattle MLS Search**

[www.RealEstate-Seattle.com](http://www.RealEstate-Seattle.com)

View photos and search for homes throughout the **Seattle** area!

Sponsored Links

**Luxury Waterfront Home**

Magnolia Neighborhood **Seattle** WA

dock, guest house, sport court

[www.waterfronton39th.com](http://www.waterfronton39th.com)

Washington

**Seattle Real Estate & Homes For Sale | Seattle, Washington**

**Seattle** Washington's complete website for **Real Estate**, homes for sale and virtual tours.

Search for **Seattle** Washington **Real Estate** on **Seattle** Power Search.

[Property Search](#) - [Queen Anne](#) - [West Seattle](#) - [Eastside](#)

[www.seattlepowersearch.com/](http://www.seattlepowersearch.com/) - [Cached](#) - [Similar](#) - [🗨](#) [📄](#) [🗪](#)

**Homes For Sale Seattle**

See All Homes For Sale **Seattle**

Free Hot List of **Seattle** Homes

[www.LovelySeattleHomes.com](http://www.LovelySeattleHomes.com)

Seattle-Tacoma, WA

**TheMLSonline.com - Seattle Real Estate, Top Seattle Real Estate ...**

Search for the best **Seattle real estate** deals and get your best value with TheMLSonline's seasoned veteran **Seattle real estate** agents.

[King County](#) - [Pierce Real Estate](#) - [Snohomish Homes](#)

[sea.themlsonline.com/](http://sea.themlsonline.com/) - [Cached](#) - [Similar](#) - [🗨](#) [📄](#) [🗪](#)

**Seattle Homes for Sale**

Complete MLS Listings 15,800+ Homes

Large Photos, Virtual Tours & Maps!

[KingCountyHomeViewer.com](http://KingCountyHomeViewer.com)

Seattle-Tacoma, WA

**Seattle Real Estate Guide - Seattle Homes For Sale**

**Seattle real estate** - Complete online guide to Buying or Selling Property in **Seattle** area.

[www.seattleshomes.com/](http://www.seattleshomes.com/) - [Cached](#) - [Similar](#) - [🗨](#) [📄](#) [🗪](#)

**Find Real Estate Agent**

Read Client Testimonials

Organic

# Organic vs. Paid Search

10% of Clicks

Google search for "seattle real estate".

Results 1 - 10 of about 21,400,000 for seattle real estate. (0.18 seconds)

**Organic Results:**

- Seattle Real Estate & Homes For Sale | Seattle, Washington**  
Seattle Washington's complete website for Real Estate, homes for sale and virtual tours. Search for Seattle Washington Real Estate on Seattle Power Search.  
[Property Search](#) - [Queen Anne](#) - [West Seattle](#) - [Eastside](#)  
[www.seattlepowersearch.com/](http://www.seattlepowersearch.com/) - [Cached](#) - [Similar](#) - [🗨](#) [📄](#) [✕](#)
- TheMLSOnline.com - Seattle Real Estate, Top Seattle Real Estate ...**  
For the best Seattle real estate deals and get your best value with TheMLSOnline's veteran Seattle real estate agents.  
[King County](#) - [Pierce Real Estate](#) - [Snohomish Homes](#)  
[sea.themlsonline.com/](http://sea.themlsonline.com/) - [Cached](#) - [Similar](#) - [🗨](#) [📄](#) [✕](#)
- Seattle Real Estate Guide - Seattle Homes For Sale**  
Seattle real estate - Complete online guide to Buying or Selling Property in Seattle area.  
[www.seattleshomes.com/](http://www.seattleshomes.com/) - [Cached](#) - [Similar](#) - [🗨](#) [📄](#) [✕](#)

**Sponsored Links:**

- Luxury Waterfront Home**  
Magnolia Neighborhood Seattle WA dock, guest house, sport court  
[www.waterfronton39th.com](http://www.waterfronton39th.com)  
Washington
- Homes For Sale Seattle**  
See All Homes For Sale Seattle Free Hot List of Seattle Homes  
[www.LovelySeattleHomes.com](http://www.LovelySeattleHomes.com)  
Seattle-Tacoma, WA
- Seattle Homes for Sale**  
Complete MLS Listings 15,800+ Homes Large Photos, Virtual Tours & Maps!  
[KingCountyHomeViewer.com](http://KingCountyHomeViewer.com)  
Seattle-Tacoma, WA
- Find Real Estate Agent**  
Read Client Testimonials

90% of Clicks







# شانس کلیک در رتبه یک تا ده صفحه جستجوی گوگل

Google

Web [Show options...](#) Results 1 - 10

Result Position	Average Percentage of Clicks	Fraction of Top Ranking Result
#1	42.1%	N/A
#2	11.9%	3.5X Less
#3	8.5%	4.9X Less
#4	6.1%	6.9X Less
#5	4.9%	8.5X Less
#6	4.1%	10.4X Less
#7	3.4%	12.3X Less
#8	3.0%	14.0X Less
#9	2.8%	14.8X Less
#10	3.0%	14.1X Less
#11-20	10.1%	N/A
#21-1,000	1.2%	N/A

# On-Page Seo

آنچه که شما در سایتتان می‌نویسید و برای سئو و بهینه سازی آنها به صورت دستی دسترسی دارید **On Page Seo** نامیده می‌شود مانند کلمات کلیدی، متاتگ‌ها، تگ‌های **h1** تا **h6**، تگ‌های عنوان **Title Tag**‌ها.



# Off-Page Seo

به مجموعه فعالیت‌هایی که باعث جذب ترافیک و بازدیدکننده برای

یک سایت میشود، سئو **Off page** می‌گویند. بطور مثال

فعالیتی همچون انتشار مطالب تولید شده در شبکه‌های اجتماعی

و یا قرار دادن آنها در وبلاگ‌ها را می‌توان در این دسته‌بندی قرار

داد. در این ساختار می‌توان فعالیت‌هایی همچون درج مطالب به

لینک در انجمن‌های آنلاین، تولید ویدئوهای ویروسی و غیره را

نیز قرار داد



Video Promotions

Blog Comments Services

Press Releases



**BLOG**  
comments

Podcasting



Links Baiting  
&  
One way links



Social  
Bookmarking



Social  
Networking

Blogs Reviews



Directory Submission

**Off-page** انواع فعاليتهاي



## مقایسه انواع سئو



# Unique Content :



**Unique Content Which  
Attract More Visitors To  
Your Website**

# بازاریابی ویروسی

بازاریابی ویروسی با تبدیل شبکه اینترنتی مشتریان و مشتریان به ماشین عظیمی که خبرها را دهان به دهان پخش می کند، شرکت را در معرض دید همه قرار می دهد.

پیام تبلیغی یک شرکت با استفاده از ترغیب مشتریان به معرفی آن شرکت به دوستان و آشنایان می تواند به طور چشمگیری افزایش یابد.





# بازاریابی ویروسی (ادامه)

---

در واقع شرکت از مشتریان خود برای انجام کار استفاده می‌کند و مشتری با هر بار استفاده، بی اختیار فروشنده محصول شرکت می‌شود.

اگر درصد زیادی از دریافت کنندگان پیام، آن را به تعداد زیادی از دوستان خود ارسال کنند، رشد ارسال آن پیام بسیار قابل توجه خواهد بود و به طبع اگر تعداد تبادل کم شود، رشد با شکست مواجه خواهد شد.

---



# بازاریابی ویروسی (ادامه)

---

شرکتهایی از جمله یاهو، هات میل و آ.ا.و.ال از این روش استفاده می کنند. این شرکتها از طریق پیامهایی در برنامه های پست الکترونیک برای خود تبلیغ می کنند.

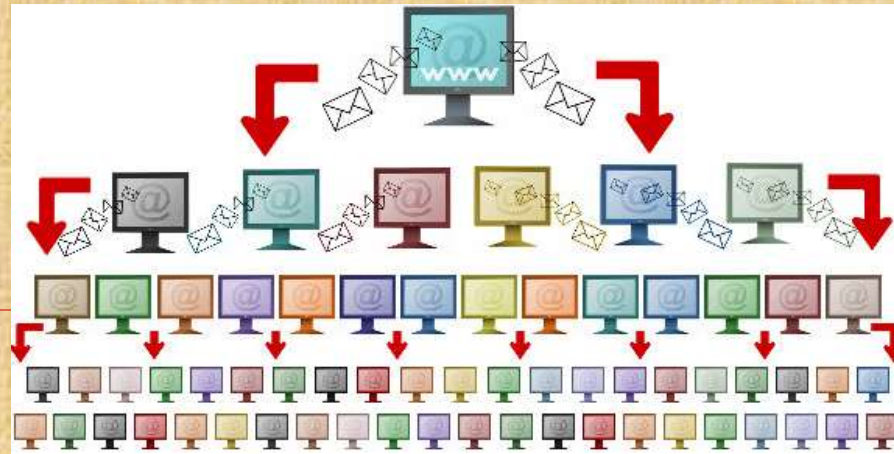
بر اساس این روش هر نامه ای که توسط خدمات پست الکترونیک این شرکتها صادر می شود، حاوی پیام تبلیغاتی مختصر و مفیدی است، یعنی به تعداد نامه هایی که مردم با استفاده از خدمات این شرکتها بین هم مبادله می کنند، این پیامها هم توزیع می شود.

---

# بازاریابی ویروسی (ادامه)

از آنجا که این پیامها بدون فعالیت و دخالت مستقیم این شرکتها توزیع می‌شود و در تمام مکاتبات بین افرادی که نشانی الکترونیک خود را از این شرکتها اخذ کرده‌اند، منتشر می‌شود، به این شیوه بازاریابی، ویروسی راهبردی می‌گویند.

به عبارت دیگر، بازاریابی ویروسی هر استراتژی است که افراد را به انتقال پیام بازاریابی به دیگران تشویق می‌کند و ایجادکننده امکان رشد ترویجی در نمایش و نفوذ پیام است.



# بازاریابی و پروسی (ادامه)

---

بازار یابی و پروسی دو بینش ارائه می دهد:

اول اینکه: دنیایی که در آن بازاریابان می توانند با هزینه های تقریباً معادل صفر مشتری ایجاد کنند.

دوم: پیشنهاد می کند که ارتباطات از حالت "بازاریاب-مصرف کننده" به طرف "مصرف کننده- مصرف کننده" جا به جا شود. در واقع، بیشترین قدرت در فروش محصولات و ایده ها از طریق بازاریاب به مشتری صورت نمی گیرد، بلکه از طریق مشتری به مشتری انجام می شود.

---



# بازاریابی ویروسی (ادامه)

این نوع بازاریابی به سه دلیل این روزها محبوبیت یافته است:  
۱- شبکه های اجتماعی کاملاً به سمت وب حرکت کرده اند.  
اکنون بخش بزرگی از دوستان و اعضای خانواده هر شخص روی خط است یا به زودی به آن متصل می شود.





## بازاریابی ویروسی (ادامه)

---

۳- تأثیر شبکه نقش مهمی را ایفا می کند. همانطور که افراد بیشتری ثبت نام می کنند، آنها می توانند با گروه بزرگتری ارتباط برقرار کنند و به زودی تعداد کل به صورت تصاعدی افزایش می یابد.

---

# بازاریابی ویروسی (ادامه)

۲- تماس شخصی بر روی وب تقریبا به صورت رایگان است. هر شخص می تواند در عرض کمتر از یک روز با صد نفر ارتباط برقرار کند و هر کدام از این صد نفر نیز به نوبه خود می توانند با بیش از صد نفر دیگر ارتباط برقرار سازند. در واقع هرم ارتباطی می تواند در مدت یک روز ساخته شود.



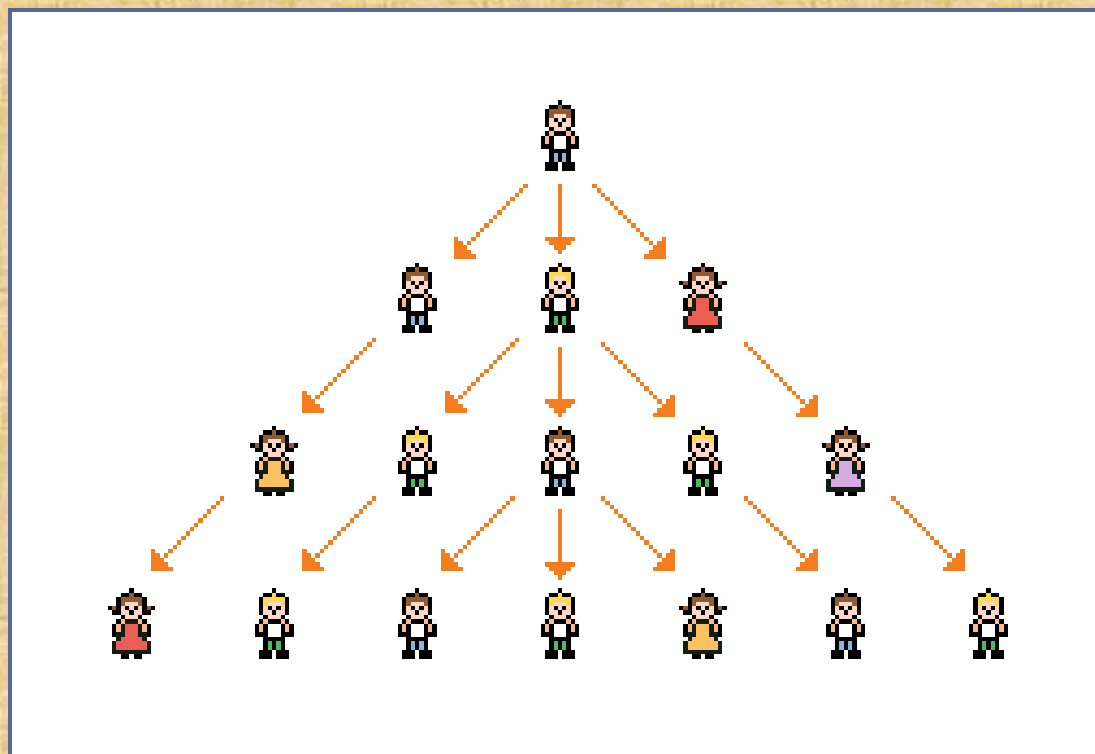
# بازاریابی و پروسی (ادامه)

---

- شرکتها می توانند از راههای زیر، مشتریان خود را برای انجام کارهای شرکت برانگیزند:
    - \_ خدمات یا مفاهیم ارزشمند
    - \_ تشویق مالی (در شکل رقابت و مسابقه یا برنامه های حق و حساب)؛
    - \_ احساس تشخص به علت همراه بودن با نام و نشان تجاری شرکت؛
    - \_ سرگرمی (انیمیشن، کارت پستال و....).
-

# بازاریابی ویروسی (ادامه)

---





# بازاریابی ویروسی (ادامه)

در صورت بهره گیری مناسب از امکانات گسترده این روش بازاریابی الکترونیکی، شما قدمی بزرگ رو به جلو برداشته‌اید. این روش بازاریابی برای شما ارزان و با صرفه و برای مشتریان متنوع و جذاب می باشد. این روش بازاریابی همان روش **Word-of-mouth Marketing** قدیمی و معروف می باشد،

TARGET WEB COUPON EXPIRES 9/1/07

**Complimentary**  
Starbucks Grande size  
prepared beverage  
with beverage purchase of  
same size



Limit one coupon per guest, one item or offer per coupon. Void if copied, transferred, purchased, sold or prohibited by law. No cash value. Offer good while quantities last. Maximum retail value 5.70 for free item.



9856-0113-9294-1115-1224-4724-47

# بازاریابی و پروسی (ادامه)

---

بنحوی که سرویس های خوب از طریق مردم دهان به دهان میگردد و باعث می شود که یک سرویس و یا شرکت از این طریق بر تعداد مشتریان خود بیافزاید. در بازاریابی و پروسی، شما با استفاده از ارتباطات میان مشتریان، پیام خود را به دیگران ارسال می نمایید. با توجه به جایگاه ویژه ای که این نوع تبلیغ در سالیان طولانی در استراتژی های بازاریابی داشته است، شما نمی توانید نسبت به آن بی اعتنا باشید.

---

## انواع بازاریابی ویروسی

---

۱- ویروسی ارزشی: در این حالت افراد تجربیات با کیفیت خود را با دیگران سهیم می‌شوند.

فرد الف محصولی را امتحان می‌کند و آن را خوب می‌یابد. پس او به فرد ب می‌گوید که او نیز این محصول را امتحان کند. در این حالت محصولات باید به اندازه کافی خوب باشند تا منجر به ترغیب افراد شوند. در واقع استفاده از این جمله که " این موضوع را برای دوستان خود به صورت رایگان ارسال کنید " یک محصول را ویروسی نمی‌کند، بلکه آنها فقط به استفاده کنندگان اجازه می‌دهد تا درباره محصولات خوب با دیگران صحبت کنند.







# درس‌های بازاریابی ویروسی که باید از چالش سطل آب یخ بیاموزیم.

این روزها شبکه‌های اجتماعی مملو از ویدیوها و عکس‌های افراد مشهوری مانند ستارگان سینما، کارآفرینان مشهور، خوانندگان و هنرمندانی ست که در سراسر کشور در چالشی هیجان‌انگیز و خیرخواهانه به نام «چالش سطل آب یخ» شرکت کرده‌اند. فرقی نمی‌کند خودتان در این چالش شرکت کنید یا به واکنش دوست نزدیکتان نسبت به آب یخ بخندید، به هر حال مطالب و ارسال‌های مربوط به این اتفاق جالب در همه جا هست. محبوبیت این چالش رویای هر بازاریاب است: رشد ویروسی و جلب توجه گسترده در سراسر کشور.









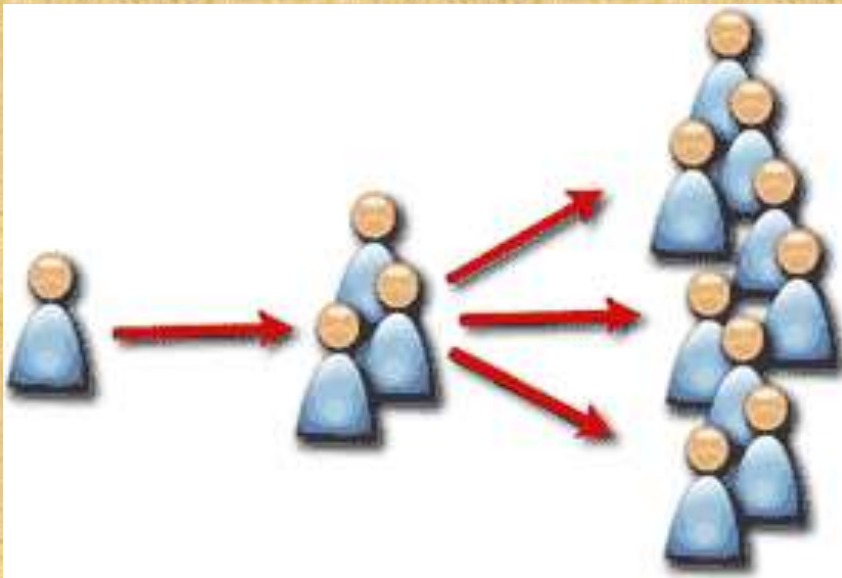
# Viral Marketing



سؤالی که در این بین مطرح است و ذهن خیلی‌ها را به خود مشغول کرده این است که چطور این ابتکار ساده به جنبشی بزرگ تبدیل شد که افراد مشهوری مانند بیل گیتس، مارک زاکربرگ و ... را نیز به خود علاقه‌مند کرده و باعث شده چنین افراد نامی و مشهوری یک سطل پر از آب یخ را بر سر خود خالی کنند؟

چالش سطل آب یخ به نفع انجمن **ALS** که به جمع‌آوری پول برای تحقیق به منظور یافتن راهی برای درمان بیماری اسکروزیس آمیوتروفیک جانبی و همچنین تأمین هزینه‌های لازم برای مراقبت از بیماران مبتلا ابداع شده است.

استارت‌آپ‌ها، شرکت‌های تازه تأسیس و بازاریابان همگی می‌توانند از موفقیت چالش سطل آب یخ درس‌های زیادی بیاموزند. افرادی که به دنبال ایجاد و توسعه‌ی یک سیستم نظام‌مند و پر قدرت بازاریابی ویروسی هستند بهتر است به مراحل زیر توجه‌ای ویژه داشته باشند:



## شناسایی هدف یا علت:

هدف چالش سطل آب یخ افزایش آگاهی عمومی درباره بیماری اسکروزیس آمیوتروفیک جانبی و جمع‌آوری هزینه تحقیقات برای کشف درمان این بیماری ست اما موفقیت این چالش بسیار بیشتر از انتظارات اولیه بنیان‌گذاران آن بود. هدف ساده و روشن است و شرکت‌کنندگان هم مجبور نیستند برای شرکت در این چالش تلاش زیادی انجام بدهند. اهدای کمک‌های آنلاین، ریختن یک سطل آب یخ بر سر یا هر دو. مصرف‌کنندگان امروزی هم عاشق پیام‌های ساده و مستقیم‌اند. معمولاً وقت زیادی را صرف خواندن یک مقاله کامل، خبرنگار یا صفحه‌ی وب برای درک یک پیام نمی‌کنند.



# فرآیند بازاریابی را سرگرم‌کننده و آسان کنید.

هیچ چیز جالب‌تر از این نیست که ببینید فرد مشهوری که عاشقش هستید سطلی پر از آب یخ را بر سر خود بریزد و بعد به علت انقباض ناگهانی ماهیچه‌ها خشکش بزند یا جیغ بکشد. اینترنت پر از فیلم‌های جالب و بعضاً خنده‌دار افرادی شده است که شرکت در این چالش را پذیرفته‌اند.

مردم خندیدن را دوست دارند. پس سعی کنید برای مخاطبان خود فیلم یا تصاویری تهیه کنید که از مشاهده‌ی آن لذت ببرند. اگر بتوانید همه‌ی ابعاد مربوط به محصولات و خدمات خود را پرنشاط کنید افراد در یک سطح انسانی و احساسی با خدمات شما ارتباط برقرار می‌کنند و امکان تعامل بیشتر و عمیق‌تر آن‌ها دو چندان خواهد شد.<sup>143</sup>

# فرآیند خود را مستقیم و بی واسطه کنید.

افرادی که شرکت در چالش سطل آب یخ ALS را می پذیرند تنها ۲۴ ساعت وقت دارند که این کار را انجام دهند.

اگر می خواهید ایده های خود را شکوفا کنید بهتر است زمان انتظار را کوتاه و به سرعت به جلو حرکت کنید. با تعیین یک ضرب الاجل منطقی و پیشنهادی ویژه ابتکار عمل را به دست خواهید آورد و احتمال خرید مشتری را افزایش خواهید داد.



# قدرت ضرب و تکثیر را درک کنید.

---

چالش ALS از شرکت کنندگان خود می‌خواهد که هر کدام سه نفر دیگر را نیز به این چالش دعوت کنند و همین عمل ساده اثرگذاری و نتیجه پایانی آن را به طرز چشم‌گیری افزایش خواهد داد.

در صورت امکان، با استفاده از طرحی ابتکاری شرایطی را فراهم کنید تا مشتری‌هایتان بتوانند با دیگر خریداران شما ارتباط برقرار کنند و لذت تجربه‌ی خرید خود را با یکدیگر به اشتراک بگذارند. بزرگ‌ترین دستاورد بازاریابان افزایش اعتبار و تقویت جایگاه نام تجاری یک شرکت در بین خریداران و مشتریان است.



# اشتراک‌گذاری در پلت فرم‌های مختلف.

---

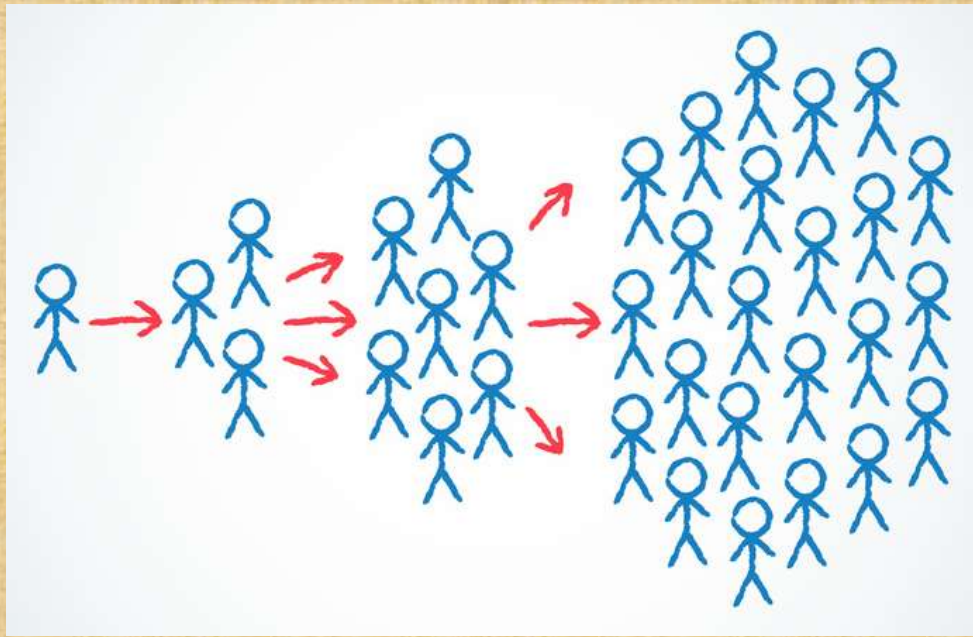
اخبار چالش سطل آب یخ **ALS** در شبکه‌های اجتماعی مختلف نظیر فیس بوک، توییتر، اینستاگرام و یوتیوب به اشتراک گذاشته شد.

اگر به ایده و کمپین بازاریابی ویروسی خود اعتقاد دارید، بهتر است به اشتراک‌گذاری به روز رسانی‌های جدید محصولات خود را در شبکه‌های اجتماعی مختلف برای مشتریانان آسان کنید. به مردم هیچ دلیل و بهانه‌ای برای عدم توجه به محصولات و خدمات خود ندهید.

# به شرکت‌کنندگان شانس بهره‌مندی از یک احساس خوب را بدهید.

هر کسی دوست دارد کمی درباره خود و شرایطش احساس بهتری داشته باشد. چالش سطل آب یخ کمک‌های مالی برای یک دلیل پزشکی را افزایش می‌دهد و صرف نظر از بزرگی و حجم این کمک‌های مالی، شرکت‌کنندگان به خاطر کمک کردن به بیماران نیازمند احساس بهتری درباره خود خواهند داشت.

به علاوه، این چالش باعث ایجاد احساس وحدت و یکپارچگی شرکت‌کنندگان، به اشتراک‌گذاری احساسات مثبت و همسو شدن با افراد مشهور و ثروتمند برای رسیدن به یک هدف واحد می‌شود.



سعی کنید با ایجاد و توسعه یک طرح ابتکاری خاص فرصتی برای شکل‌گیری ارتباط عاطفی و فراهم کردن بستری مناسب برای گفتگو و تعامل مشتریان با سازمان فراهم کنید.

اگر این مقاله برای شما مفید بود لطفاً آن را با دوستان خود به اشتراک بگذارید.



# با تشکر از توجه شما

---

# برخی از منابع

---

- ۱- مرجع کامل بازاریابی الکترونیکی
- ترجمه: دکتر یعقوب فرجامی و مهندس رامین مولاناپور
- ۲- استراتژی‌های کسب و کار الکترونیکی
- ترجمه: سمیه میرزایی و هابیل چگنی
- ۳- مفاهیم بازاریابی الکترونیکی
- تالیف: مهندس محمدرضا شیخ بهائی
- ۴- رویکردی نو در طراحی و ارزیابی وب سایت‌های تجارت الکترونیکی
- تالیف و ترجمه: مهندس ابوالفضل شرافت

# برخی از منابع

---

۵- بازاریابی الکترونیکی با رویکردی بر ارتباط با مشتریان

تالیف: مهندس محمدرضا شیخ بهائی

۶- تجارت الکترونیکی

تالیف: دکتر محمد فتحیان، مهندس رامین مولاناپور

۷- تعاریف، موانع و راهکارهای تجارت الکترونیکی

تالیف: دکتر پیام حنفی زاده

---



# برخی از منابع

---

- ۸- مرجع کامل تجارت الکترونیک  
(طراحی، ساخت و پیاده سازی کسب و کارهای مبتنی بر وب)  
ترجمه: دکتر مریم کامرانی
- ۹- بازاریابی الکترونیک (اصول، مفاهیم، کاربردها)  
تالیف: عبدالحمید ابراهیمی، امید مهدیه
- ۱۰- تجارت الکترونیک (اصول، مفاهیم، کاربردها)  
تالیف: عبدالحمید ابراهیمی، امید مهدیه
-