



دیجیتال مارکتینگ

بازاریابی دیجیتال (دیجیتال مارکتینگ) به دسته ای از اقدامات که به منظور تبلیغ محصولات یا خدمات در بستر ابزارهای دیجیتالی شکل می‌گیرد، می‌گویند.

تفاوت بازاریابی با دیجیتال مارکتینگ

تفاوت اصلی بازاریابی سنتی و دیجیتال در بخش تعاملی آن‌ها است. در دیجیتال مارکتینگ از شبکه‌های اجتماعی و فضای وب استفاده می‌شود و این امکان را فراهم می‌کند که صاحبان کالا و خدمات بدون واسطه با مشتریان ارتباط بگیرند.

مزایای استفاده از دیجیتال مارکتینگ

امروزه دیجیتال مارکتینگ به دلیل استفاده زیاد مخاطبین از فضای مجازی بسیار مورد توجه قرار گرفته است و از جمله مزایای آن نسبت به روش سنتی می‌توانیم به موارد زیر اشاره کنیم:



1. نتایج قابل اندازه‌گیری

در این روش با استفاده از ابزاری مثل google analytics می‌توان نرخ بازدید از سایت را اندازه‌گیری کرد.

2. دسترسی آسان

امروزه فضای مجازی برای عموم مردم هم از طریق کامپیوترهای شخصی و هم از طریق تلفن همراه در دسترس است و تبلیغات در آن به آسانی انجام می‌شود.

3. هزینه پایین برای استفاده

این نوع تبلیغات نسبت به تبلیغات سنتی هزینه کمتری دارد.

4. افزایش سوددهی

با داشتن تبلیغات خلاقانه و جذاب در فضای مجازی و با وجود کاربران زیاد، می‌توان به میزان فروش و سوددهی بالایی رسید.

شاخه‌های مختلف دیجیتال مارکتینگ:

بستر وب

- بهینه‌سازی موتور جستجو یا سئو مارکتینگ

سئو به فعالیت‌های تخصصی در بستر اینترنت و روی وب‌سایت گفته می‌شود که کمک به بالا رفتن رتبه سایت می‌کند تا بتوانیم بازدیدکننده‌های بیشتری را به سمت سایت جذب کنیم. هدف اصلی گوگل جلب رضایت کاربر است و برای سایت‌هایی که تولید محتواهای ارزشمند می‌کنند تا بتوانند به سؤالات مخاطب پاسخ بدهند یا راه‌حلی را به آن‌ها پیشنهاد بدهند، اهمیت بیشتری می‌دهد. اگر سایتی جایگاه مناسبی در نتایج جستجوی گوگل داشته باشد، بازدیدکننده‌ها به سایت وارد می‌شوند و از محتوای سایت استفاده می‌کنند ولی برعکس اگر سایت جزو نتایج اول گوگل نباشد تعداد کمی از بازدیدکننده‌ها وارد سایت می‌شوند. داشتن سئو خوب باعث می‌شود بازدید از سایت بیشتر شود و



ارتباط بیشتری بین مشتری و صاحب سایت ایجاد شود و همین موضوع شانس تبدیل مشتری بالقوه به مشتری بالفعل را بیشتر می‌کند.

• طراحی وبسایت

وبسایت در ایجاد اولین تصویر در ذهن مشتریان درباره کسب‌وکار شما نقش زیادی دارد.

پس باید اطمینان حاصل کنید که به بهترین نحو طراحی صفحه وب، انتخاب رنگ مناسب، فونت‌ها، گرافیک‌ها و تولید محتوا را برای وبسایت خود انجام داده‌اید تا بتوانید اعتماد مشتریان را به خود جلب کنید و از این طریق میزان سودآوری خود را بیشتر کنید.



طراحی سایت در دیجیتال مارکتینگ



• تبلیغات دیجیتالمانند تبلیغات همسان و تبلیغات بنری و تبلیغات کلیکی

از آنجایی که کاربران زیادی وقت خود را در فضای مجازی سپری می‌کنند می‌توانید از این طریق به معرفی کالا و خدمات خود بپردازید.

• تبلیغات همسان:

Dan Greenburg تبلیغات همسان را این‌گونه توصیف می‌کند: "تبلیغات همسان نوعی از تبلیغات دیجیتال هستند که در ازای هزینه‌ای که پرداخت می‌کنید متناسب با شکل و عملکرد سایت یا اپلیکیشنی که مخاطب برند در آن حضور دارد طراحی می‌شوند".

• تبلیغات کلیکی:

تبلیغات کلیکی هم دسته دیگری از این تبلیغات است که در آن می‌توانید مخاطب خود را مشخص کنید که این افراد زن باشند یا مرد؟ در چه رده سنی باشند؟ اهل کجا باشند؟ و ... شما در این روش وقتی هزینه می‌کنید که کاربران نسبت به تبلیغات کنجکاو شده و کلیک کرده باشند. ممکن است کاربران زیادی تبلیغ شما را دیده باشند اما کلیک نکرده باشند و شما پولی بابت آن‌ها پرداخت نمی‌کنید.

• ایمیل مارکتینگ یا بازاریابی از طریق ایمیل

ایمیل مارکتینگ به آن دسته از ایمیل‌هایی گفته می‌شود که برای جذب مشتری جدید و یا ترغیب مشتریان قدیمی به خرید استفاده می‌شوند. مثل

- نظرسنجی از مشتریان
- ایمیل تخفیف یا محصولات جدید
- خبرنامه مقالات یا هر نوع محتوای جدید
- ارسال فاکتور خرید



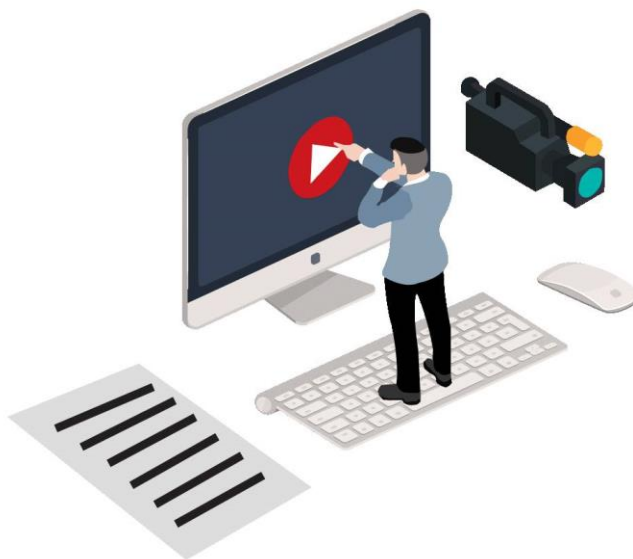
• بازاریابی تولید محتوا مانند تهیه و تالیف مقاله، رپورتاژ آگهی و روابط عمومی الکترونیک

بازاریابی محتوایی یک از جنبه‌های دیجیتال مارکتینگ است و به معنی بازاریابی برای کسب‌وکار با استفاده از محتوا است. سایت‌هایی که مرتب وبلاگ‌نویسی می‌کنند، در مقایسه با سایت‌هایی که وبلاگ‌نویسی نمی‌کنند، ۷۷٪ ترافیک بیشتر و ۹۷٪ لینک بیشتر دریافت می‌کنند.

نکته حائز اهمیت در بازاریابی محتوایی این است که مخاطب به دنبال صاحب کالا و خدمات می‌گردد و به سراغش می‌رود. گاهی ممکن است صاحب کسب‌وکار به سراغ مخاطبان برود اما در بیشتر مواقع این مخاطب هدف است که به سمت کسب‌وکارشان می‌آید.

• بازاریابی ویدئویی یا ویدئو مارکتینگ

ویدئو مارکتینگ یا بازاریابی ویدئویی یکی از روش‌های بازاریابی است که با تولید ویدئو از محصولات یا خدمات و انتشار آن در رسانه‌های دیجیتال مشغول جذب مخاطب است. از آنجایی که بازار امروز به سمت بازاریابی ویدیویی با سرعت بالایی در حرکت است، آینده بازاریابی دیجیتال بیشتر در این شاخه از دیجیتال مارکتینگ است.



ویدئو مارکتینگ در دیجیتال مارکتینگ



• تبلیغات در گوگل ادز یا همان گوگل ادوردز

گوگل ادز (گوگل ادوردز) سرویس تبلیغات گوگل است. با توجه به تحریم‌های گوگل برای ایرانیان و عدم نمایش تبلیغات در سایت‌های فارسی‌زبان، این نوع تبلیغ در کشور ما بسیار مورد توجه صاحبان کسب‌وکارهای ایرانی قرار گرفته است. برای کسب رتبه بالا در نتایج جستجوی گوگل دو راه وجود دارد؛ سئو و گوگل ادز. سئو راه کم‌خرج اما طولانی‌ای برای این کار است در مقابل با تبلیغات در گوگل ادز می‌توان به سرعت به جایگاه مناسب و اول در صفحات نتایج جستجوی گوگل قرار گرفت.

• صفحات فرود یا لندینگ پیج

صفحات فرود یا لندینگ پیج دروازه‌های ورود به سایت هستند مثل بنرهای تبلیغاتی‌ای که در سایت‌های دیگر به‌عنوان لندینگ پیج سایت خودتان ایجاد می‌کنید.

بستر شبکه‌های اجتماعی

• اینفلوئنسر مارکتینگ

به کسی که بتواند روی تصمیم و رفتار فرد دیگر تأثیر بگذارد، اینفلوئنسر گفته می‌شود.

اینفلوئنسر مارکتینگ (بازاریابی به کمک افراد تأثیرگذار) به دسته‌ای از بازاریابی گفته می‌شود که در آن تلاش می‌کنند با استفاده از افراد اینفلوئنسر به معرفی کسب‌وکار خود بپردازند.

• بازاریابی تولید محتوا

از آنجایی که شبکه‌های اجتماعی پلتفرم‌هایی رایگان اند پس تبلیغات در حوزه آن‌ها نیز ارزان قیمت است همچنین فراگیر بودن شبکه‌های اجتماعی بین مردم باعث تأثیرگذاری بیشتر این تبلیغات شده است.

محتوا در این رسانه‌ها باید به گونه‌ای باشد که برند را به مخاطب معرفی کرده و آن‌قدر جذاب و خلاقانه باشد که سبب ترغیب بازدیدکننده‌ها برای استفاده از محصول و خدمات شما شود.

استفاده از هشتگ‌های مناسب نکته‌ای است باعث دیده شدن بیشتر شما در فضای مجازی می‌شود.



• کمپین دیجیتال مانند کمپین تولید محتوا توسط کاربر UGC

به آن دسته از محتواهایی گفته می‌شود که توسط کاربر تولید می‌شود نه تیم تولید محتوا. از آنجایی که تجربه دیگران در تصمیم‌گیری افراد نقش مهمی دارد، تولید محتوا توسط کاربر هم بسیار اهمیت پیدا می‌کند و موثر است.

• تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی مانند تبلیغات اینستاگرام، تبلیغات تلگرام

تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، چرا که کاربران، روزانه وقت زیادی صرف حضور در شبکه‌های اجتماعی می‌کنند.

تلگرام: تلگرام هیچ بستر خاصی برای تبلیغات ندارد و تبلیغات در تلگرام می‌تواند فقط محدود به انتشار پست تبلیغاتی در کانال‌ها و گروه‌ها و یا بات‌های پربازدید می‌شود.

تبلیغات در اینستاگرام نیز به دلیل تحریم‌ها برای کاربران ایرانی کمی محدودتر است و به 2 شیوه امکان پذیر است: تبلیغات اینفلوئنسرها و تبلیغات در پیج‌ها با بازدید بالا برای دیده شدن برند.



تبلیغات در دیجیتال مارکتینگ



از مزایای تبلیغات در بستر شبکه‌های اجتماعی می‌توان موارد زیر را بیان کرد:

- امکان دیده شدن توسط تعداد زیادی از مخاطبان
- امکان انتخاب گروه هدف برای بازدید تبلیغات
- تاثیر زیاد شبکه‌های اجتماعی بر مخاطبان
- سهولت دسترسی