

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ
نوآوری و فناوری های جدید گردشگری ، بجنورد ،
سازمان مدیریت صنعتی
1398/01/18

مدرس : مهندس ضمیری مدیر عامل شرکت ایلیاسیستم

www.iliaSystem.co

Mob: 09154200024

Instagram: rezazamiri.ir

Telegram: iliaSystem_channel

بازاریابی دیجیتال(ویژه مدیران)

○ مقدمه

○ ابزارها

○ سنجه ها

بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران)

○ مقدمات

بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - جایگاه بازاریابی دیجیتال



بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - جایگاه بازاریابی دیجیتال



بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - تعریف بازاریابی

○ فیلیپ کاتلر:

Marketing is the science and art of exploring, creating, and delivering value to satisfy the needs of a target market at a profit

○ ترجمه:

بازاریابی علم و هنر جستجو، تولید، و تحویل یک ارزش به منظور برطرف کردن یک نیاز از بازار هدف جهت رسیدن به سود است.

بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - معرفی ابزارهای دیجیتال - استفاده از ابزارهای دیجیتال دیگران

- نکات مربوط به انواع متفاوت فروش B2B - B2C - C2C - B2G:
- براساس تحقیقات انجام شده توسط شرکت Frost & Sullivan تا سال 2020، بازار تجارت الکترونیک B2B دوبرابر بازار B2C خواهد بود
 - B2B: تجارت فروشنده با فروشنده
 - B2C: تجارت فروشنده با مصرف کننده
 - C2C: تجارت مصرف کننده با مصرف کننده
 - جایگاه عقل و احساس در نوع تجارت
 - وابستگی تعداد مشتری ها با نوع تجارت
 - فروش و بازاریابی B2B با روابط بلندمدت و با مشتریان کمتری شناخته می شود

بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - تعریف بازاریابی دیجیتال

دیجیتال کجا بود؟ چرا دیجیتال؟



بازاریابی دیجیتال(ویژه مدیران) - چرا بازاریابی دیجیتال

چرا از فضای دیجیتال استفاده کنیم؟

53 میلیون نفر در ایران از اینترنت گوشی استفاده می کنند.

4 میلیارد نفر در جهان از اینترنت استفاده می کنند. نیمی از مردم کره زمین.

اینستاگرام حدود 1 میلیارد نفر عضو دارد.

1 میلیارد جستجو ماهانه در گوگل صورت می پذیرد.

بازاریابی دیجیتال(ویژه مدیران) - چرا بازاریابی دیجیتال

چرا از فضای دیجیتال استفاده کنیم؟

کاهش هزینه های جاری(سربار) سازمان

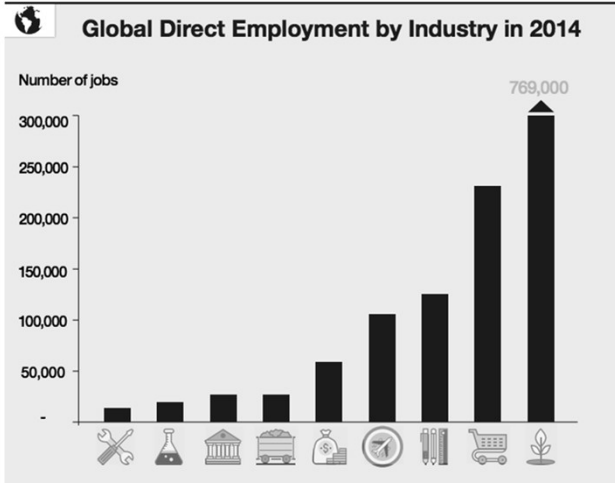
توسعه مخاطبان (مشتریان بالقوه)

افزایش ساعات ارائه ، فروش و پاسخ گویی به مشتری

افزایش رضایت مندی مشتری

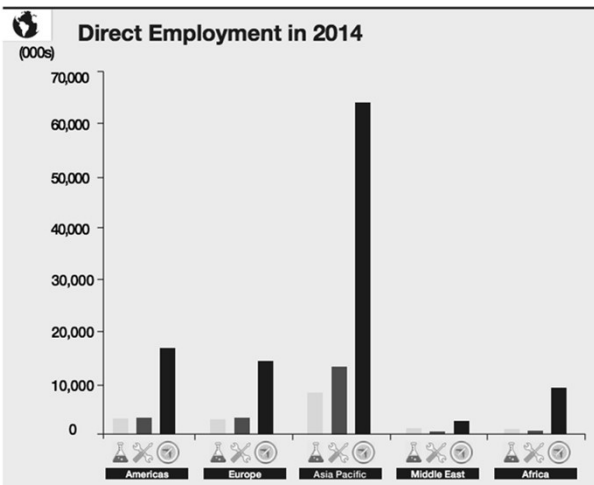
قابل سنجش بودن فرآیند بازاریابی

مربوط به سال 2014 از میان 26 کشور دنیا از WTTC

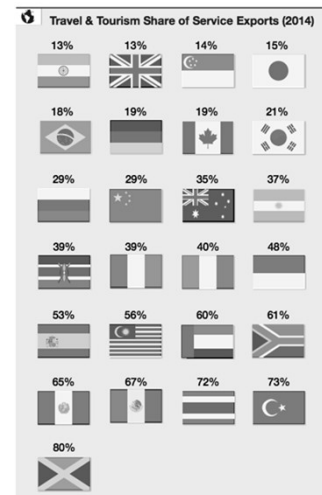


Industry	GDP (\$US billions)	% of Global GDP
Automotive Manufacturing	\$914	1.2%
Chemicals Manufacturing	\$1,590	2.1%
Travel & Tourism	\$2,365	3.1%
Banking	\$2,436	3.2%
Education	\$2,605	3.4%
Agriculture	\$3,111	4.0%
Mining	\$3,897	5.1%
Retail (without wholesale)	\$4,261	5.5%
Financial Services	\$4,796	6.2%
Total	\$77,085	100%

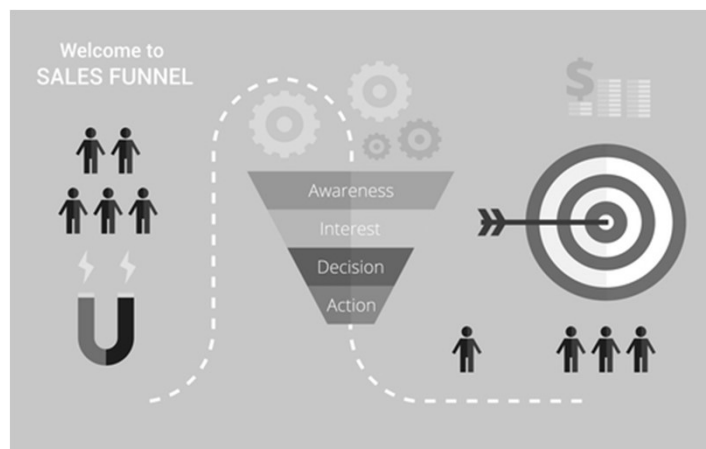
مربوط به سال 2014 از میان 26 کشور دنیا از WTTC



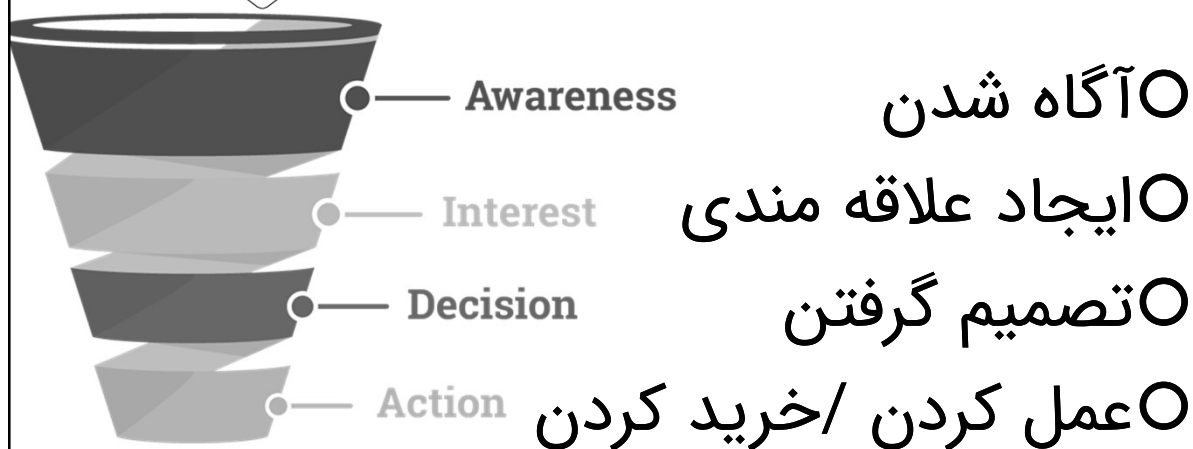
- اسپانیا
- مالزی
- امارات
- آفریقا جنوبی
- پرو
- مکزیکو
- تایلند
- ترکیه
- جامائیکا



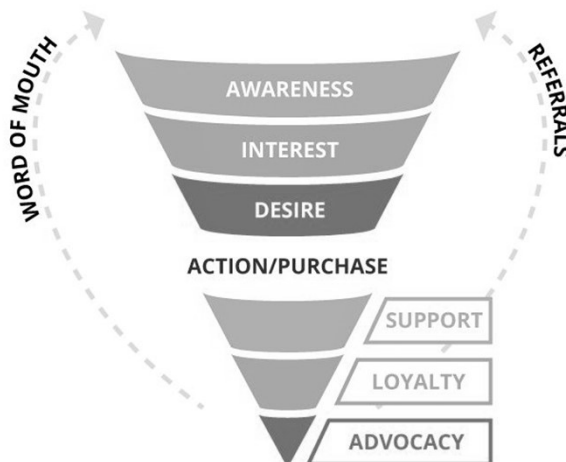
بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - استراتژی بازاریابی دیجیتال -
برای استراتژی دیجیتال چه کنیم؟ - قیف فروش؟



بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - استراتژی بازاریابی دیجیتال -
برای استراتژی دیجیتال چه کنیم؟ - قیف فروش؟



بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - استراتژی بازاریابی دیجیتال - برای استراتژی دیجیتال چه کنیم؟ - قیف فروش؟



بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - استراتژی بازاریابی دیجیتال - پرسنا

- پرسنا چیست؟
- یک تعریف کلی از مشتریان هر بخش از بازار هدف برند است.
- پرسنا راهنمای ما برای خلق محتوا - توسعه محصول - پیگیری خرید و است
- همان گونه که مشتری می بیند ما ببینیم / از آنچیزی که می ترسد ما بترسیم /
- پرسنا منفی چیست؟
- اهمیت پرسنا در بازاریابی
- ساختن پرسنا

در چه رده سنی قرار دارد؟

شغل او چیست؟ منبع های مالی او کدامند؟

بارزترین الگوهای رفتاری آنلاین او چیست؟

کجا به دنبال پاسخ سوالات خود می گردد؟

اهداف و رویاهای او کدامند؟

چالش های او کدامند؟

از چه ابزارهایی برای حل مشکلاتش بهره می برد؟

در باره یک روز عادی او چه می دانیم؟

ما چه پیشنهاداتی برای او داریم؟

...

پروفایل پرسونای مدیر

از کجا خرید می کنه؟

- 50 درصد از مراکز خرید
- 20 درصد از اینترنت
- 30 درصد از خورده فروشی ها

مسائل مهم برای مشتری

- سابقه تیم فنی و برند شرکت از دید همکارانش خیلی مهم است
- شخص دیگری در تصمیم گیری او برای خرید دخالت دارند
- به دنبال قیمت رقابتی و تجربه کاربری قوی است

چگونه ما را پیدا کرد

- در تلگرام ما را پیدا کرده
- در اولین کام برای خرید کردن، به کانال تلگرام ما مراجعه می کند
- بخش محصولات و درباره ما ی سایت را دقیقاً مطالعه می کند

رضایی، ۳۵ ساله

چه کسی هست؟

- مدیر عامل یک شرکت با 15 نفر پرسنل
- 5 سال سابقه کاری در این پست را دارد
- یک فرد نوآور هست و به دنبال محصولات شادمانه هست
- علاقه مند به ارتباط از طریق تلگرام - ایمیل و جلسه حضوری می باشد.
- در لینکدین و اینستاگرام حضور دارد
- 70 درصد مطالب کانال های تلگرامی
- 30 درصد هم از اینترنت پیگیری می کند

تعطیلات کجا میره؟

- سینما
- شمال کشور
- تور گردشگری

چه چیزهایی نمی خواهد

- هزینه متوسط به بالا انجام می دهد
- ارزش دریافتی در ازای هزینه پرداختی برایش اهمیت دارد

چه چیزهایی لازم داره که یاد بگیره

- علاقه مند به تورهای تفریحی آموزشی هست
- به دنبال یک مشاور یا کوچ با تجربه هستش
- آموزش های آنلاین را بیشتر ترجیح میده

چه خدماتی نیاز داره؟

خدمات تبلیغات و برندینگ

به چه دلیل از ما خرید می کنه؟




بخاطر برند و تخصص ما

پرتال تبلیغات


AdSportal
پرتال تبلیغات




Adsportal.ir

بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - استراتژی بازاریابی دیجیتال - پرسنا

Buyer / User Persona	User Persona	Buyer Persona
		
Brian - Top Manager Rational	Christina - CRM Specialist Artisan	Kevin - IT Specialist Guardian
Goals Brian is looking for a software product that will boost the team's productivity and help bring better results in the long run	Goals The main goal is for the product to be easy in use and not a road block when trying to solve a particular problem.	Goals To get a product that is easy to integrate into the current IT infrastructure, that doesn't require intensive support.
Motivations - Decrease the time spent for	Motivations - Intuitive interface	Motivations - Easy integration with current infrastructure

بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - استراتژی بازاریابی دیجیتال - پرسنا و قیف فروش



Buyer / User Persona	User Persona	Buyer Persona
		
Brian - Top Manager Rational	Christina - CRM Specialist Artisan	Kevin - IT Specialist Guardian
Goals Brian is looking for a software product that will boost the team's productivity and help bring better results in the long run	Goals The main goal is for the product to be easy in use and not a road block when trying to solve a particular problem.	Goals To get a product that is easy to integrate into the current IT infrastructure, that doesn't require intensive support.
Motivations - Decrease the time spent for doing routine operations - Flat learning curve	Motivations - Intuitive interface - Easy to learn and use	Motivations - Easy integration with current infrastructure - Secure
Frustrations - Low ROI - The product takes way too much time to integrate and learn	Frustrations - Messy navigation - Not clear what to do at each stage.	Frustrations - Requires a lot of support

بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - استراتژی بازاریابی دیجیتال - استراتژی چیست؟



استراتژی یعنی اینکه
من تصمیم‌های شفاف و دقیق
در مورد نحوه رقابت با دیگران بگیرم.

- استراتژی چیست؟
- جک ولش مدیر جنرال الکتریک

استراتژی یعنی اینکه کاری که دیگران انجام می‌دهند را
با منابع کمتر (کارا تر) انجام دهیم و
کارهایی انجام دهیم که هیچ‌کس غیر از ما انجام نمی‌دهد.

- مایکل پورتر:

استراتژی داشتن یعنی اینکه
وقتی مجموعه‌ی تصمیم‌هایمان دیده می‌شود،
بتوان الگوی خاصی را در آنها مشاهده کرد.

- هنری مینتزبرگ

هنری مینتزبرگ

بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - استراتژی بازاریابی دیجیتال - برای استراتژی دیجیتال چه کنیم؟

نکات :

- حوزه استراتژیک برای کل سازمان است و واحد بازاریابی/آی تی سازمان جزئی از کل است و باید هر دو برنامه برهم منطبق باشد
- دانستن جایگاه کنونی و جایی که باید برسیم
- نقاط ضعف و قوت
- تعیین اهداف میان مدت
- ایجاد روحیه همدلی در تمام سازمان
- سنجه سازی فعالیت ها تمام بخشی ها برای پیش برد اهداف بازاریابی
- گروه بندی مشتریان

بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - استراتژی بازاریابی دیجیتال - گام های تدوین استراتژی بازاریابی دیجیتال

- 1- ترسیم و طبقه بندی شخصیت مشتری (Persona Bayer)
- 2- تعیین اهداف
- 3- تمرکز روی تولید محتوا
- 4- ارزیابی کردن کانال های بازاریابی و استفاده از ابزار مناسب
- 5- اتوماسیون سازی فرآیند بازاریابی
- 6- جدی گرفتن گوشی های هوشمند در بازاریابی
- 7- آسان در دسترس مشتری قرار بگیرید
- 8- تاکید بر تمایزات کالا / خدمات
- 9- پشتکار در انجام و نظارت در حین انجام کار

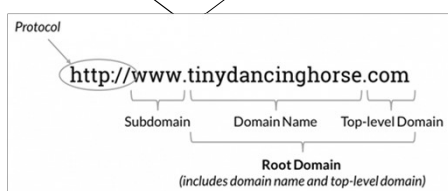
بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران)

○ ابزارها

بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - معرفی ابزارهای دیجیتال

- وب سایت (ها)
- شبکه های اجتماعی (اینستا، فیس بوک، پینترست،)
- ابزارهای ارتباطی
- اپلیکیشن ها

بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - معرفی ابزارهای دیجیتال- وب سایت - دامنه



○ اجزای تشکیل دهنده سایت:

دامنه (Domain)

هاست

طراحی و پیاده سازی

پشتیبانی



بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - معرفی ابزارهای دیجیتال-وب سایت- هاست



بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - معرفی ابزارهای دیجیتال-وب سایت- هاست



بازاریابی دیجیتال(ویژه مدیران) - معرفی ابزارهای دیجیتال- وب سایت - انواع وب سایت

○ انواع وب سایت

وب سایت کارت ویزیتی.

وب سایت کارت ویزیتی + ارائه محتوا . مانند : lastsecond

وب سایت کارت ویزیتی + ارائه محتوا + فروش خدمات و سرویس(تجارت الکترونیک) . مانند : Alibaba - eligasht

هدف نهایی ما در دیجیتال مارکتینگ کسب درآمد می باشد. وب سایت های نوع سوم ابزار تحقق این هدف است.

بازاریابی دیجیتال(ویژه مدیران) - معرفی ابزارهای دیجیتال- وب سایت - چه هزینه هایی باید پرداخت کنم؟

○ هزینه اجاره دامنه (سالانه)

○ هزینه اجاره هاست (سالانه/ماهانه)

○ هزینه طراحی و پیاده سازی (یک بار)

○ هزینه ی پشتیبانی

بازاریابی دیجیتال(ویژه مدیران) - معرفی ابزارهای دیجیتال- وب سایت - چه اجزایی دارد؟

- درباره ما
- تماس با ما
- طبقه بندی محصولات/خدمات
- مقالات/اخبار/آموزش
- گالری تصاویر
- مجوزها
- سخن مشتریان
- نمونه کارهای انجام شده

بازاریابی دیجیتال(ویژه مدیران) - معرفی ابزارهای دیجیتال- وب سایت - اجزاء یک وب سایت برای آغاز e-commerce

- نیازمندی های لازم جهت آغاز e-commerce
- دریافت نماد الکترونیک از وزارت صنعت ، معدن ، تجارت
- دریافت نماد رسانه از وزارت ارشاد
- دریافت درگاه الکترونیک بانکی



مکان مراکز تجارت الکترونیک های دیجیتال
samandehi.ir

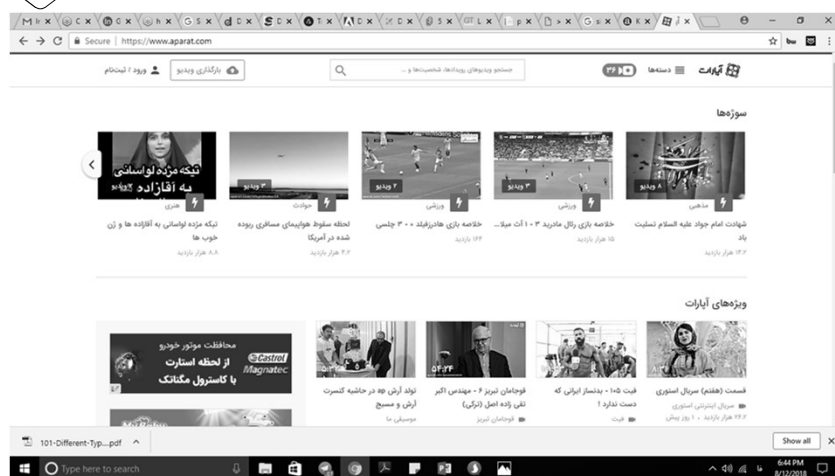
بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - معرفی ابزارهای دیجیتال- وب سایت - سئو

- سئو : بهینه سازی سایت برای موتورهای جستجو
- سئو یک علم و فرآیند است.

○ چه کنیم؟

1. داشتن یک سایت گوگل پسند
2. تولید محتوای منظم و با کیفیت
3. ارتباط دهی بین سایت و دیگر رسانه های دیجیتال
4. تزریق پول اگه عجله دارید...

بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - معرفی ابزارهای دیجیتال- آپارات



بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - معرفی ابزارهای دیجیتال - YouTube



بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - معرفی ابزارهای دیجیتال - استفاده از ابزارهای دیجیتال دیگران

○ سایت های B2B :

مانند : manta.com - Kompas.com - Tradeindia.com - Alibaba.com -
dhgate.com - indiamart.com - made-in-china.com

○ سایت های B2C

مانند : ParsCenter.com

○ رسانه های C2C (مانند: دیوار - شیپور)

○ سایت های تخصصی

○ انجمن ها

بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - معرفی ابزارهای دیجیتال - pinterest



Pinterest

- ۸۰ درصد کاربران این رسانه اجتماعی را زنان تشکیل می‌دهند.
- نیمه عمر مفید یک پین هزار و ششصد بار بیشتر از یک پست فیس بوک است.
- بالاترین نرخ رشد را در بین تمام شبکه‌های اجتماعی در سال ۲۰۱۴ داشت.

بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - معرفی ابزارهای دیجیتال - اینستاگرام



بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - معرفی ابزارهای دیجیتال - لینکدین



بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - معرفی ابزارهای دیجیتال - لینکدین

347+M

عضو فعال

بزرگترین شبکه اجتماعی تخصصی

لینکدین



200

کشور جهان



دو عضو جدید
در ثانیه



50,000 پست
در هفته



28% **70%**

کاربران آمریکایی

خارج از آمریکا

کاربران لینکدین در آمریکا

سن کاربران: 30-49
تحصیل کرده



44,000

فرصت شغلی
در هر روز



39 میلیون دانشجو
و فارغ التحصیل



NOVIN.COM

بازاریابی دیجیتال(ویژه مدیران) - معرفی ابزارهای دیجیتال- لینکدین

- لینکدین رزومه است
- ارتباط با کارفرمایان و کارمندان دیگر شرکت ها + جذب نیروکار +
تعاملات B2B
- کاربران متخصص هستند لذا منطق بیشتری حکم فرماست در این
شبکه
- آیا محصول و خدمت من در دنیا طرفداری دارد یا خیر؟
- محتوا باید بشدت با کیفیت باشد

بازاریابی دیجیتال(ویژه مدیران) - معرفی ابزارهای دیجیتال- توییتر



بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - معرفی ابزارهای دیجیتال - ایمیل مارکتینگ

73 درصد از افراد 18 تا 37 ساله استفاده از ایمیل را برای ارتباط ها تجاری ترجیح می دهند.

برای B2B بسیار فوق العاده است

برای قشر فرهیخته / تحصیل کرده بسیار فوق العاده است

برای سنو بسیار فوق العاده است.

برای وفادار و هوادار سازی پیشنهاد می شود که استفاده شود.

بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - معرفی ابزارهای دیجیتال - ایمیل مارکتینگ

○ از کجا لیست ایمیل بیاوریم؟

لیستهای خودمان: نمایشگاه / وب سایت / مشتریان

لیست های دیگران: بخریم / رپیورتاژ برویم

○ چگونه ارسال کنیم؟

با استفاده از سرویس های ارسال ایمیل (میل چیمپ، میلر لایت، میل چی)

بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - معرفی ابزارهای دیجیتال - تبلیغات در فضای دیجیتال

- انواع متفاوت تبلیغات در فضای مجازی به دو روش زیر انجام می شود:
- Exchange : مانند فست کلیک - صبا ویژن - ای نت ورک - کلیک یاب - برتینا - عدد و
- Direct : به خود سایت مستقیم تماس بگیریم
- انواع پلن های تبلیغات در فضای مجازی :
- Cost Per Click : CPC
- Cost Per mille : CPM
- Cost Per Action : CPA

○ نکات : کجا تبلیغ کنیم؟ CPC ها در اکس چنچ و مستقیم /
CPM : در سایت های تخصصی با الکسای بالا

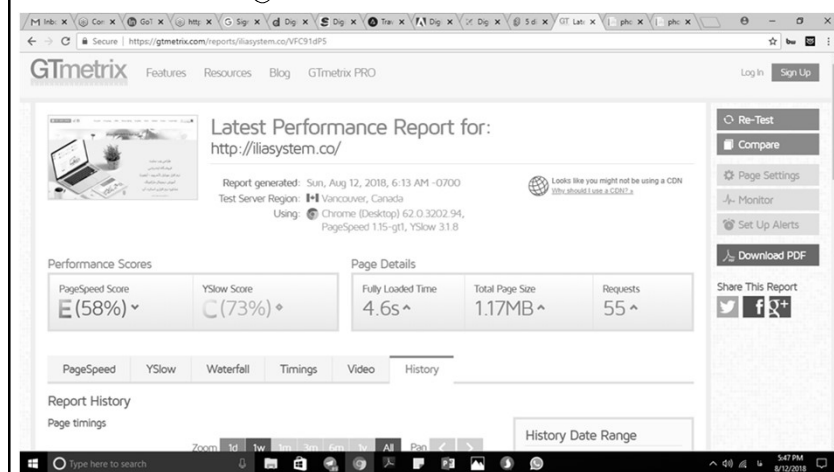
بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران)

○ سنجه ها

بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - معرفی ابزارهای دیجیتال- وب سایت - سنجه های وب سایت

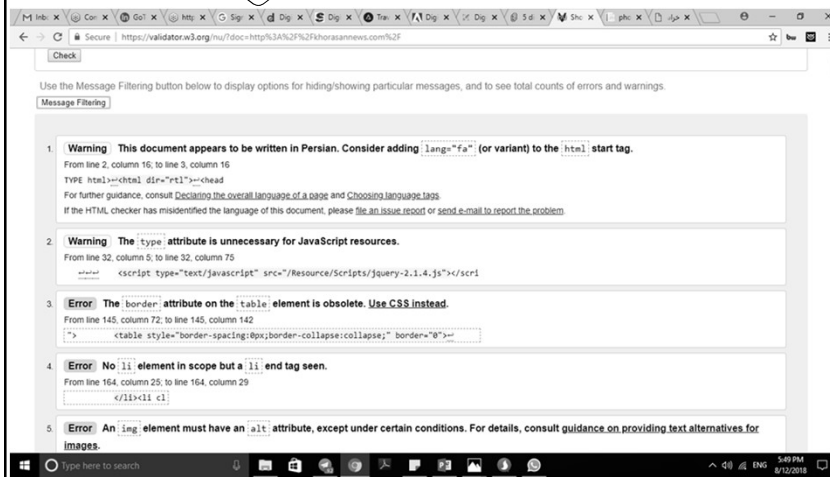
- سرعت سایت site speed
- کدهای معتبر valid codes
- بزرگی وب سایت indexed page
- Time on site
- Bounce rate
- Uniq visitor
- Page per visitor

بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - معرفی ابزارهای دیجیتال- وب سایت - سنجه های وب سایت



- سرعت سایت site speed
- کدهای معتبر valid codes
- بزرگی وب سایت indexed page
- Time on site
- Bounce rate
- Uniq visitor
- Page per visitor
- Goal setting

بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - معرفی ابزارهای دیجیتال- وب سایت - سنجه های وب سایت



- سرعت سایت site speed
- کدهای معتبر valid codes
- بزرگی وب سایت indexed page
- Time on site
- Bounce rate
- Uniq visitor
- Page per visitor
- Goal setting

بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - معرفی ابزارهای دیجیتال- وب سایت - سنجه های وب سایت



- سرعت سایت site speed
- کدهای معتبر valid codes
- بزرگی وب سایت indexed page
- Time on site
- Bounce rate
- Uniq visitor
- Page per visitor
- Goal setting

بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - معرفی ابزارهای دیجیتال- وب سایت - سنجه های وب سایت - alexa

- سرعت سایت site speed
- کدهای معتبر valid codes
- بزرگی وب سایت indexed page
- Time on site بین 3 تا 5 خوبه. بالای 5 مربوط به آزمون آنلاین و نرخ ارز و ...
- Bounce rate باید زیر 50 باشد. بین 40 تا 60 نرمال . بالای 70 خطا دارد و باید نگران بود
- Uniq visitor
- Page per visitor بین 4 تا 6 سایت های خبری . بین 5 تا 9 سایت های خدمات خاص. بین 10 تا 12 خیلی تخصصی مثل دیجیکالا
- Goal setting

بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - معرفی سنجه ها - سنجه های ایمیل مارکتینگ

○ سنجه های بازاریابی کلیک:

○ Open Rate نرخ باز کردن

○ Click Rate نرخ کلیک

○ Conversion Rate نرخ تبدیل (نسبت مشتریان هدف به کل مخاطب)

بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - معرفی سنجه ها - سنجه های اینستاگرام

- لایک
- کامنت
- نرخ اثر بخشی (= مجموع لایک و کامنت تقسیم بر تعداد فالور)

بازاریابی دیجیتال (ویژه مدیران) - معرفی ابزارهای دیجیتال- وب سایت - سنجه های وب سایت - Google Analytics

○ دسترسی به دمو برای مشاهده:

<https://support.google.com/analytics/answer/6367342>

