

مقدمه ای بر بازاریابی شبکه های اجتماعی

(یک راهنما برای افراد کاملاً مبتدی)

www.ketab.ir

(تاد کلسی با همکاری براندون لیون)

مترجم :

سید یاسر موسویان

سرشناسه	کلسی، تاد Kelsey, Todd
عنوان و نام پدیدآور	مقدمه‌ای بر بازاریابی شبکه‌های اجتماعی (یک راهنما برای افراد کاملاً مبتدی) / تاد کلسی؛ مترجم سید یاسر موسویان.
مشخصات نشر	گرگان: انتشارات نوروزی، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	۲۰۰ص. - وضعیت فهرست نویسی: فیا
شابک	978-622-02-1544-8
یادداشت	عنوان اصلی: [Introduction to social media marketing : a guide for absolute beginners,] [2017]
موضوع	بازاریابی اینترنتی - Internet marketing -
موضوع	شبکه‌های اجتماعی پیوسته - Online social networks
موضوع	شبکه‌های اجتماعی پیوسته - بازاریابی - Marketing - Online social networks --
موضوع	رسانه‌های اجتماعی - بازاریابی - Social media -- Marketing -
موضوع	بازاریابی -- جنبه‌های اجتماعی - Marketing -- Social aspects -
شناسه افزوده	موسویان، سید یاسر، ۱۳۵۸ - مترجم
رده بندی کنگره	۷۶۳۳۴۵۹ - شماره کتابشناسی ملی: HF۵۴۱۵/۱۲۶۵
رده بندی دیویی	۶۵۸/۸۷۲
وضعیت رکورد	فیا

مقدمه ای بر بازاریابی شبکه های اجتماعی

مترجم: سید یاسر موسویان

صفحه آرا: صبورا نوری کبیر

نوبت چاپ: اول - ۱۴۰۰

مشخصات ظاهری: ۲۰۰ ص

قطع: وزیری

شمارگان: ۵۰۰

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۰۲-۱۵۴۴-۸

چاپ و نشر: نوروزی - ۰۱۷۳۲۲۴۲۲۵۸

قیمت: ۶۵۰۰۰ تومان

حق چاپ برای نویسنده محفوظ می باشد.



گرگان، خیابان شهید بهشتی، پاساژ رضا، کدپستی ۴۹۱۶۶۵۷۳۷۶

entesharatnorouzi

۰۱۷-۳۲۲۴۲۲۵۸-۰۹۱۱۳۷۵۳۴۹۷

www.entesharate-norouzi.com

entesharate.norouzi@gmail.com

فهرست

۱۱	درباره نویسنده.....
۱۱	درباره بازیبن فنی.....
۱۲	معرفی.....
۱۳	زمینه های اصلی بازاریابی دیجیتال.....
۱۵	فصل ۱.....
۱۵	اصول سرگرمی و مهارت های ساختاری.....
۱۶	در کمترین زمان ، همه قدم به قدم به راه افتادند
۱۸	مهارت بازاریابی شبکه های اجتماعی.....
۱۹	2B یا بدون 2B ؟ B2B و B2C.....
۲۱	تعامل / روابط عمومی.....
۲۳	دهان به دهان (WOM).....
۲۴	نظارت کردن.....
۲۵	ارسال: تبلیغات / محتوا.....
۲۸	کانال ها: فیس بوک ، توئیتر و تی بی دی.....
۳۰	ابزارهای داخلی و شخص ثالث.....
۳۱	همه چیز تغییر می کند.....
۳۲	تمرین جستجو: یادگیری نحوه یادگیری.....
۳۲	بیشتر بیاموزید.....
۳۳	نتیجه گیری.....
۳۵	فصل ۲.....
۳۵	جعبه مهارت: محتوا.....
۳۶	ادغام در مقابل خلاقیت در مقابل همکاری.....
۳۸	ایجاد یک وبلاگ.....

۵۰	ساخت / ویرایش یک فیلم
۵۳	ویرایش در یوتیوب
۵۵	تنظیم تصاویر دیجیتال
۵۶	گرفتن عکس های صفحه
۵۷	بیشتر بیاموزید
۵۷	نتیجه گیری
۵۹	فصل ۳
۵۹	صفحات فیس بوک
۶۰	صفحه فیس بوک چیست؟
۶۲	صفحات فیس بوک: انجام دادن یا انجام ندادن؟
۶۲	اصل: مدل تجاری فیس بوک چیست؟
۷۰	ایجاد صفحه فیس بوک
۷۶	ارسال به صفحه
۷۸	دسترسی به صفحات
۷۸	پیوندهای صفحه فیس بوک
۸۲	نتیجه گیری
۸۳	فصل ۴
۸۳	تبلیغات فیس بوک
۸۴	تبلیغات فیس بوک چیست و چرا باید از آنها استفاده کنید؟
۸۷	چه موقع از تبلیغات فیس بوک استفاده کنید؟
۸۹	قصد خرید
۹۳	ایجاد یک کمپین
۱۰۶	نظارت بر کمپین
۱۰۹	تبلیغات رایگان فیس بوک
۱۰۹	نتیجه گیری

معرفی

به بازاریابی شبکه های اجتماعی خوش آمدید!

هدف این کتاب ارائه مقدمه ای ساده و متمرکز در بازاریابی شبکه های اجتماعی است - برای کارمندانی که ممکن است در یک شرکت یا سازمان غیرانتفاعی مشغول به کار باشند، برای دانشجویان یک دانشگاه یا برای خودآموزان. این رویکرد همان روشی است که من در اکثر کتابهایی که نوشته ام به کار بسته ام، کتابی گفتگویانه، دوستانه و با تلاش در ساخت همه چیز به صورت مفرح.

این آموزه برای یافتن راهی در جهت کمک به افرادی است که می توانند از طریق بازاریابی در شبکه های اجتماعی به شیوه ای سرگرم کننده و کمک به مهارت سازی - از طریق کارآموزی، کار با حقوق، کار داوطلبانه، کار آزاد یا هر نوع کار دیگر - شروع به بازاریابی در شبکه های اجتماعی کنند. بنابراین تمرکز روی مهارت ها و رویکردهایی است که می توانند بلافاصله برای یک سازمان تجاری یا غیرانتفاعی مفید واقع شوند. من قصد ندارم همه موارد را پوشش دهم، فقط مواردی که فکر می کنم مفیدترین آنها هستند.

هدف دیگر این است که به شما کمک کند تا هرگونه ترس خود را در گرد و غبار رها کنید. من قبلاً با بازاریابی مرعوب می شدم، و حالا من را ببین. من یک استراتژیست بازاریابی و استادیار بازاریابی هستم! اما من این ارباب را به خاطر می آورم، بنابراین بخشی از رویکرد من تلاش برای تشویق هر خواننده ای است که ممکن است نسبت به این زمینه احساس عدم اطمینان کند.

واقعیت این است که، بازاریابی در شبکه های اجتماعی گزینه های زیادی به ویژه در حوزه "بازار" دارد و به سرعت رشد می کند. این بدان معنی است که مواد زیادی وجود دارد. می تواند طاقت فرسا باشد! اما اگر تهدید را در گرد و غبار رها کنید، گام های افزایشی بردارید، چیزهایی را امتحان کنید و اعتماد به نفس خود را تقویت کنید، بسیار قابل انجام است.

به عنوان مثال، من دوستی داشتم که قبلاً روزنامه نگار بود. او به دنبال فرصت های شغلی جدید بود، بنابراین من کمک کردم تا او را در رسانه های اجتماعی شروع کند

. یکی از اولین چیزهایی که او با آن روبرو شد احساس خستگی در همه گزینه ها ، از جمله تمام مقالات مربوط به همه گزینه ها بود. او می گفت: "ابزارهای زیادی وجود دارد ،" چطور می خواهم همه آنها را یاد بگیرم؟؟؟"

پاسخ این است که شما نیازی به یادگیری همه آنها ندارید. هیچ کس نمی تواند. کاری که باید انجام شود تمرکز بر برخی از ابزارها و مهارت ها و سپس ساخت از آنجا است.

من دوستم را تشویق کردم که نگران تلاش برای یادگیری همه چیز نباشد ، بلکه فقط اصول را یاد بگیرد.

دوستم در تبلیغات فیس بوک کار می کرد ، کمی درباره توییتر یاد گرفت و قادر بود تا آژانس محلی را که به او در انجام کارهای مستقل اجتماعی در رسانه های اجتماعی ضربه میزد را پیدا کند . تنها شغل برایش گسترش پیدا نکرد - او مجبور بود برای این کار تلاش کند.

اما چند سال بعد ، او در حال انجام کارهای مستقل تمام وقت در بازاریابی شبکه های اجتماعی و ساخت تبلیغات گوگل است. او قادر بود تا ارباب را در گرد و غبار رها سازد و من معتقدم که او نیز از این کار لذت برده است.

در این کتاب مواردی که من آنها را زمینه های اصلی بازاریابی دیجیتال می نامم ذکر شده است : محتوا ، کلمات تبلیغاتی ، اجتماع و تحلیل : (Content ، AdWords ، Social و Analytics (به اختصار CASA)). هدف من تقویت نحوه اتصال همه این مناطق است. کلمات پیشنهادی ابزار گوگل برای ایجاد تبلیغات برای بازاریابی موتور جستجو است. این الهام از سابقه حرفه ای من و همچنین بررسی روندهای بازار است.

زمینه های اصلی بازاریابی دیجیتال

محتوا / CEO : بهینه سازی موتور جستجو فرآیند تلاش برای افزایش رتبه شما در گوگل است به طوری که وقتی افراد کلمات کلیدی خاصی را تایپ می کنند ، در رتبه بندی جستجو بالاتر بروید . رتبه بندی جستجوی بالاتر = کلیک های بیشتر. بهترین روش برای افزایش رتبه ، افزودن محتوای با کیفیت مناسب برای مخاطبان شما است.