

۱۵ سؤال در مورد رسانه های اجتماعی

ماسیمو موروزی

ترجمه مریم محمدزاده هروی



انتشارات روزگار

۱۴۰۲

سرشناسه	موروزی، ماسیمو Moruzzi Massimo
عنوان و نام پدیدآور	۱۵ سؤال در مورد رسانه‌های اجتماعی / ماسیمو موروزی؛ ترجمه
مشخصات نشر	مریم محمدزاده هروی
مشخصات ظاهری	تهران: دبیرش، ۱۴۰۲، ۳۸ ص.
شابک	۹۷۸-۶۲۲-۶۰۶۷-۸۱-۲
وضعیت فهرست‌نویسی	فینا
یادداشت	عنوان اصلی: 15 Questions about Social Media, 2015
یادداشت	کتابنامه: ص. ۳۷ - ۳۸
موضوع	رسانه‌های اجتماعی - پرسش‌ها و پاسخ‌ها
شناسه افزوده	محمدزاده هروی، مریم، ۱۳۲۸ - مترجم
رده‌بندی کنگره	HM ۷۴۲
رده‌بندی دیوئی	۳۰۲/۲۳۱
شماره کتابخانه ملی	۹۳۳۳۲۶۳



- عنوان: ۱۵ سؤال در مورد رسانه‌های اجتماعی
- تألیف: ماسیمو موروزی
- مترجم: مریم محمدزاده هروی
- صفحه‌آرا و طراح جلد: دلارام پری پیکر
- ناشر: انتشارات دبیرش
- شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۰۶۷-۸۱-۲
- چاپ و صحافی: آراین
- نوبت چاپ: اول، ۱۴۰۲
- شمارگان: ۵۰۰ نسخه
- قیمت: ۴۵۰۰۰۰ ریال
- مرکز پخش: چاپار- ۸۸۸۹۹۶۸۰
- حق چاپ و نشر برای انتشارات دبیرش محفوظ است.

فهرست مطالب

مقدمه.....	۶
۱. شبکه‌های اجتماعی چیست؟.....	۷
۲. رسانه‌های اجتماعی چیست؟.....	۹
۳. بازاریابی رسانه‌های اجتماعی چیست؟.....	۱۱
۴. آیا شرکت‌ها کارشان را درست انجام می‌دهند؟.....	۱۳
۵. چرا شرکت‌ها افراد را به رسانه‌های اجتماعی می‌فرستند؟.....	۱۵
۶. آیا منطقی است؟.....	۱۷
۷. آیا مردم واقعاً می‌خواهند با برندها تعامل داشته باشند؟.....	۱۹
۸. آیا شرکت‌ها واقعاً می‌خواهند با مشتریان خود در ارتباط باشند؟.....	۲۱
۹. آیا رسانه‌های اجتماعی برای خدمات به مشتریان مفید هستند؟.....	۲۳
۱۰. ارزش یک "لایک" فیس‌بوک چقدر است؟.....	۲۵
۱۱. "پوشش رسانه‌ای رایگان" به چه معناست؟.....	۲۷
۱۲. "دسترسی ارگانیک" چیست؟.....	۲۹
۱۳. آیا استفاده رایگان به پایان رسیده است؟.....	۳۱
۱۴. تولید محتوا دیگر معنا ندارد؟.....	۳۳
۱۵. احمقانه‌ترین شیرین‌کاری رسانه‌های اجتماعی تاکنون چیست؟.....	۳۵
NOTES.....	۳۷

مقدمه

آیا همه تبلیغات پیرامون رسانه‌های اجتماعی منطقی است؟
آیا زمان آن نرسیده است که کسی سعی کند این همه مزخرفات
را جمع کند؟

رسانه‌های اجتماعی چی هستند؟ آیا آن‌ها همان وبسایت‌هایی
هستند که قبلاً آن‌ها را شبکه‌های اجتماعی می‌نامیدیم؟ چرا ما
شروع به نامگذاری آن‌ها به شبکه‌های اجتماعی کردیم؟

بازاریابی شبکه‌های اجتماعی چیست؟ آیا شرکت‌ها کارشان را
درست انجام می‌دهند؟ آیا سوق دادن افرادی که از وبسایت شما
بازدید می‌کنند به توییت و فیس‌بوک منطقی است؟

آیا مردم واقعاً می‌خواهند با آن‌ها "تعامل" داشته باشند؟
برندها؟ آیا شرکت‌ها واقعاً می‌خواهند با مشتریان خود "گفتگو"
کنند؟ گفتگوها در مورد چیست؟

ارزش "لایک" فیس‌بوک چقدر است؟
"دسترسی سازمان‌یافته" چیست؟

حالا که استفاده رایگان تمام شده است چه می‌شود؟

