



بازاریابی دیجیتال

نوشته‌ی دایان دیس، راس هنبری
و گرگوار سينا عمرانلو

dummies®
A Wiley Brand

ترجمه و چاپ در ایران، تحت امتیاز
انتشارات وایلی توسط انتشارات آوند دانش

WILEY



آوند دانش

سرشناسه: دیس، رایان. Deiss, Ryan

عنوان و نام پدیدآور: بازاریابی دیجیتال For Dummies / نوشته‌ی رایان دیس، راس هنبری؛ برگردان سینا عمرانلو؛ ویراستار طاهره صباغیان.

مشخصات نشر: تهران: آوند دانش، ۱۳۹۹.

مشخصات ظاهری: نوزده، ۳۴۶ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۶۶۱-۹۷-۳

وضعیت فهرست‌نویسی: فیپا

یادداشت: عنوان اصلی: Digital Marketing, 2017

موضوع: بازاریابی اینترنتی

موضوع: Internet marketing

موضوع: رسانه‌های رقمی

موضوع: Digital media

موضوع: بازاریابی

موضوع: Marketing

موضوع: بازاریابی الکترونیکی -- مدیریت

موضوع: Electronic commerce -- Management

شناسه‌ی اثرود: هنبری، راس. Henneberry, Russ

شناسه‌ی اثرود: عمرانلو، سینا، ۱۳۷۵ - مترجم

رده‌بندی کنگره: ۲۰۱۵/۱۵/۱۴

رده‌بندی دیویی: ۶۵۹/۱۴

شماره‌ی کتاب‌شناسی: ۱۵۱۰۴۰



آوند دانش

بازاریابی دیجیتال

نوشته‌ی رایان دیس، راس هنبری

ویراستار: طاهره صباغیان

طراحی گرافیک: استودیو آوند دانش

تاریخ انتشار: سال ۱۳۹۹ - چاپ دوم

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: چاپ پرسیکا

نشانی دفتر نشر و مرکز پخش: ابتدای خیابان پاسداران، خیابان گل نبی، خیابان ناطق نوری، پست‌تلاشی، پلاک ۴

تلفن: ۲۲۸۷۱۵۲۲، ۲۲۸۹۳۹۸۸، نمابر: ۲۲۸۷۱۵۲۲

فروشگاه: ضلع جنوبی پارک قیطریه، خیابان روشنایی، خیابان شهاب، نیش روشن‌دندان، پلاک ۲۵، سخن: ۲۳۳۹۵۲۳

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۶۶۱-۹۷-۳

صندوق پستی: ۱۹۵۵۵/۶۷۳

قیمت: ۶۵۰۰۰ تومان

محدودیت مسئولیت / سلب مسئولیت از ایجاد ضمانت: هیچ مسئولیت یا ضمانتی متوجه ناشر یا نویسنده در قبال دقت یا کامل بودن متن اثر این نیست و صریحاً از تمامی ضمانت‌ها، شامل و نه محدود به، ضمانت مناسب بودن برای هدفی خاص، سلب مسئولیت می‌کنند. به‌واسطه‌ی فروش یا مواد تبلیغاتی هیچ ضمانتی ایجاد نخواهد شد یا تعمیم نخواهد یافت. توصیه‌ها و راهکارهای ارائه‌شده در این اثر ممکن است برای هر موقعیتی مناسب نباشند. اثر این با استاندارد بر این تفاهم فروخته می‌شود که ناشر درگیر هیچ‌گونه کار حقوقی، حسابداری یا هرگونه خدمات حرفه‌ای دیگر نمی‌شود. چنانچه مشاوره‌ی حرفه‌ای مورد نیاز باشد، از خدمات یک فرد حرفه‌ای باید بهره گرفته شود. نه ناشر و نه نویسنده نباید در قبال صدماتی که از این ناحیه حادث می‌گردد مسئول باشند. این مطلب که به سازمانی یا وب‌سایتی در این اثر ارجاع داده و/یا به‌عنوان منبع احتمالی اطلاعاتی بیشتر معرفی می‌شود نباید به‌منزله‌ی آن باشد که ناشر یا نویسنده اطلاعات یا توصیه‌هایی را که سازمان یا وب‌سایت ارائه می‌کند صحت می‌گذارد. علاوه بر این، خوانندگان باید از این مطلب آگاه باشند که وب‌سایت‌های اینترنتی که در این اثر فهرست شده‌اند ممکن است در حداثی که این اثر نوشته شده است تا زمانی که خوانده می‌شود، تغییر کنند یا محو شوند.

فهرست مطالب در یک نگاه

مقدمه	۱
بخش ۱: شروع بازاریابی دیجیتال	۵
فصل ۱: درک سفر مشتری	۷
فصل ۲: انتخاب کمپین بازاریابی مناسب	۲۵
فصل ۳: ایجاد پیشنهادات برنده	۳۷
بخش ۲: استفاده از محتوا برای جذب طرفدار و دنبال‌کننده و مشتری	۵۹
فصل ۴: اجرای بازاریابی محتوایی با کیفیت	۶۱
فصل ۵: وبلاگ‌نویسی برای کسب و کار	۸۳
فصل ۶: پنجاه و هفت ایده برای پست‌های جذاب	۱۰۵
بخش ۳: جذب ترافیک برای سایت	۱۲۹
فصل ۷: ایجاد صفحات پربازده	۱۳۱
فصل ۸: جذب ترافیک سایت از طریق بازاریابی جست‌وجو	۱۴۹
فصل ۹: بهره‌برداری از شبکه‌ی اجتماعی	۱۷۵
فصل ۱۰: ترافیک‌های پولی	۲۰۱
فصل ۱۱: ادامه‌ی کار با بازاریابی ایمیلی	۲۲۷
بخش ۴: سنجش و تحلیل و بهینه‌سازی کمپین‌ها	۲۵۳
فصل ۱۲: تحلیل اعداد: اجرای کسب‌وکاری داده‌محور	۲۵۵
فصل ۱۳: بهینه‌سازی کمپین برای حداکثر کردن بازگشت سرمایه	۲۷۷

بخش ۵: بخش ده تایی ها	۲۹۳
فصل ۱۴: ده اشتباه رایج در بازاریابی دیجیتال	۲۹۵
فصل ۱۵: ده مهارت بازاریابی دیجیتال برای افزودن به رزومه تان	۳۰۱
فصل ۱۶: ده ابزار حیاتی برای موفقیت در بازاریابی دیجیتال	۳۱۵

www.ketab.ir

مقدمه

تبریک می‌گوییم! با خریدن این کتاب گام بزرگی در راستای مشارکت و رهبری و فروش برای شرکتتان از طریق بازاریابی دیجیتال برداشته‌اید.

این کتاب سرشار از بینش‌ها و نکات استراتژیکی است که برای هر کسی که شغل جدیدی را شروع کرده یا می‌خواهد کار فعلی خود را وارد بازار آنلاین کند، مناسب است. همچنین اگر دنبال راهی برای تقویت مهارت خود در بازاریابی دیجیتال هستید و می‌خواهید تازه‌ترین تاکتیک‌ها و منابع بازاریابی دیجیتال را در اختیار داشته باشید نیز این کتاب به کارتان می‌آید.

بازاریابی اینترنتی دائماً و به سرعت در حال تغییر است، بدون هیچ چون‌وچرایی. ابزار و نرم‌افزارهای مختلفی هر ماه اضافه یا کنار گذاشته می‌شود. وبلاگ‌ها هر هفته یک تاکتیک بازاریابی معرفی می‌کنند که فقط یک هفته عمر می‌کند. پس چطور یک کتاب بازاریابی دیجیتال می‌تواند به روز بماند؟ ساده است. امروزه بازاریابی دیجیتال کمتر درباره‌ی دیجیتال و بیشتر درباره‌ی بازاریابی است.

مطمئناً اینترنت، صنایع را، از خرده‌فروشی لباس گرفته تا سرویس‌های تاکسی، درگیر کرده است؛ اما به مرور زمان، قوانین بنیادینی به وجود آمد که اساس بازاریابی هر شرکتی بنیادی دیجیتال شد. همان طور که در این کتاب خواهید دید، این قوانین مستقل از هر ابزار بازاریابی دیجیتال، صرف‌نظر از تاکتیک یا نرم‌افزار مورد استفاده، برای شما کاربرد دارد.

درباره‌ی این کتاب

هیچ حقه یا جادویی برای اجرای درست بازاریابی دیجیتال در کتاب نیست. نیازی نیست که بیش از حد حرف‌های عمل کنید تا موفق شوید. اگر محصول یا خدماتی دارید که بازار دارد، می‌توانید با استفاده از تکنیک‌هایی که در این کتاب یاد می‌گیرید در بازار آنلاین موفق شوید.

کتاب *بازاریابی دیجیتال For Dummies* تکنیک‌های کم‌دوام روزانه در بازاریابی و بازاریابی دیجیتال و... معرفی نمی‌کند. در عوض، قوانین بنیادینی، شامل بازاریابی محتوا و بازاریابی رسانه‌های اجتماعی و بازاریابی ایمیلی را عرضه می‌کند که همیشه هدف نهایی بازارهاست. این اهداف این‌هاست: به دست آوردن مخاطب و مشتری جدید، کسب درآمد از مخاطبان و مشتریانی که در حال حاضر دارید، ایجاد جامعه‌ای از طرفداران و مروجان برندها.