

راه اندازی کسب و کار اینترنتی از ۰ تا ۱۰۰

بهزاد دودکانی

۳ رویداد راه اندازی کسب و کار اینترنتی



- رویداد ۱: پایه‌های کسب و کار اینترنتی
- رویداد ۲: ساخت و راه اندازی کسب و کار
- رویداد ۳: رشد و توسعه کسب و کار

گواهینامه حضور در کارگاه – حضور ۳ جلسه الزامی



دانشگاه صنعتی
ارومیه

بهزاد دودگانی



- مدیر و موسس مدرسه برنامه نویسی دودگانی
- از سال ۸۲ برنامه نویسی و بعدا ها دیجیتال مارکتینگ کار میکنم.
- مدرس دیجیتال مارکتینگ
- مدیر وبسایت و برنامه نویس دانشگاه صنعتی ارومیه
- مدیر آژانس دیجیتال مارکتینگ هیوا وب
- مدیر چندین پروژه استارت آپی

رویداد سوم: رشد و توسعه کسب و کار



دیجیتال مارکتینگ

Digital Marketing

Strategies Focused on Increasing The Reach & Visibility of Your Business.



همانطور که از نامش پیداست مدلی از بازاریابی است که از اینترنت و فناوری‌های مبتنی بر آن برای رسیدن به اهداف خود استفاده می‌کند. این مدل از بازاریابی طی سالهای ۱۹۹۰ تا ۲۰۰۰ ظهور کرد و تا امروز به صورت صعودی رشد کرده است؛ به طوری که اکثریت قریب به اتفاق کسب و کارهای کوچک و بزرگ از بازاریابی اینترنتی استفاده می‌کنند و سالیانه بودجه هنگفتی بابت پیگیری اهدافشان در این زمینه اختصاص می‌دهند.

شبکه های اجتماعی



شبکه های اجتماعی امروزه به یکی از مهم ترین ابزارهای بازاریابی دیجیتال تبدیل شده اند. با میلیاردها کاربر فعال در سراسر جهان، این پلتفرمها فرصت بی نظیری را برای کسب و کارها فراهم می کنند تا با مخاطبان خود ارتباط برقرار کرده، برند خود را تقویت کنند و فروش خود را افزایش دهند.

انتخاب شبکه اجتماعی مناسب



انتخاب شبکه اجتماعی مناسب برای کسب و کار شما، اولین قدم برای موفقیت در بازاریابی شبکه‌های اجتماعی است. هر شبکه اجتماعی مخاطبان خاص خود را دارد. به عنوان مثال:

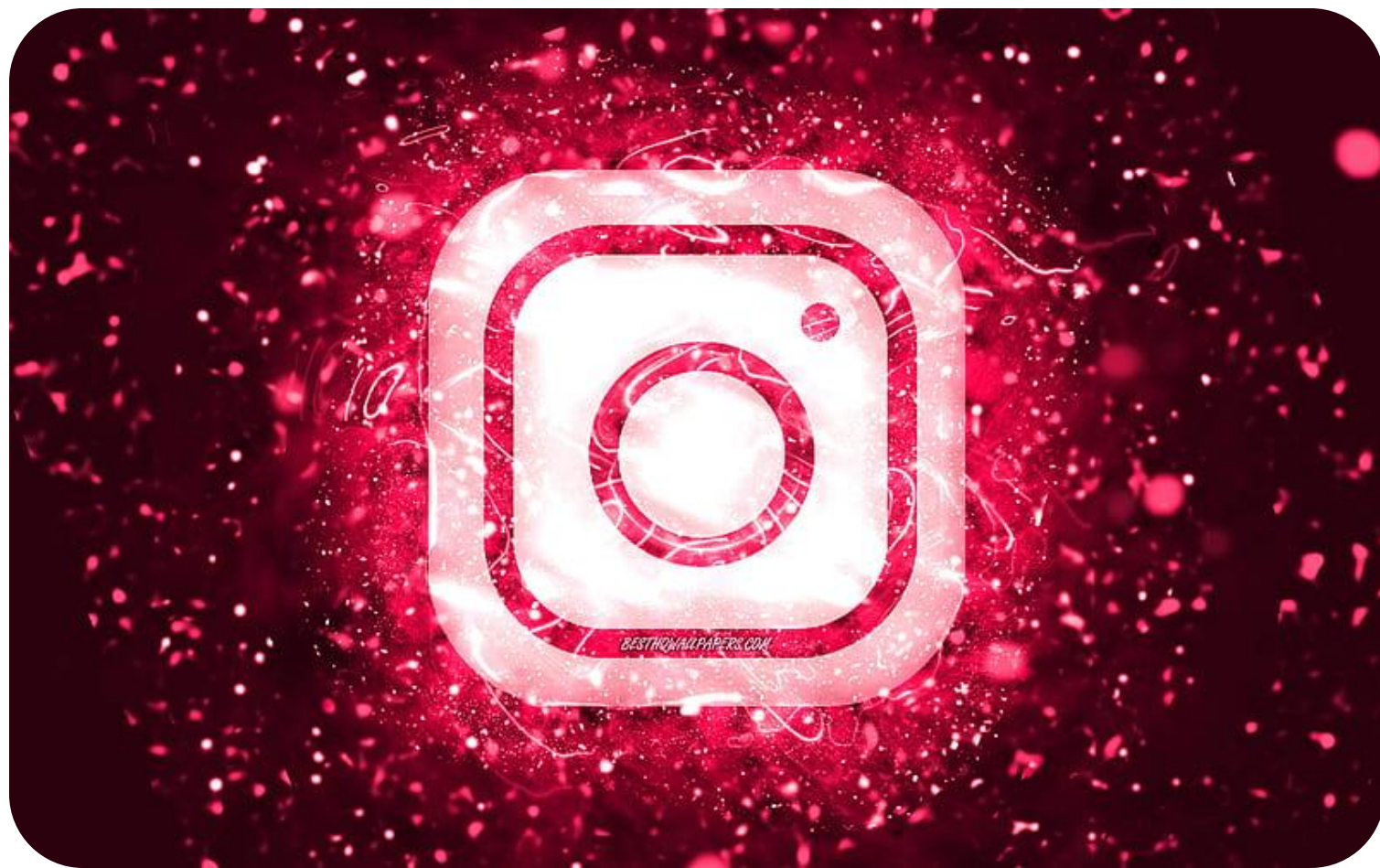
اینستاگرام: برای کسب و کارهایی که محصولات بصری جذاب دارند و می‌خواهند با مخاطبان جوان‌تر ارتباط برقرار کنند، بسیار مناسب است.

فیس‌بوک: برای کسب و کارهایی که می‌خواهند با طیف گسترده‌ای از مخاطبان ارتباط برقرار کنند و یک جامعه آنلاین ایجاد کنند، مناسب است.

لینکدین: برای کسب و کارهای B2B و ایجاد ارتباط با متخصصان و شرکت‌های دیگر، ایده‌آل است.

توییتر: برای کسب و کارهایی که می‌خواهند اخبار و اطلاعات فوری را منتشر کنند و با سایر کاربران در مورد موضوعات خاص بحث کنند، مناسب است.

اینستاگرام بهترین شبکه اجتماعی در ایران

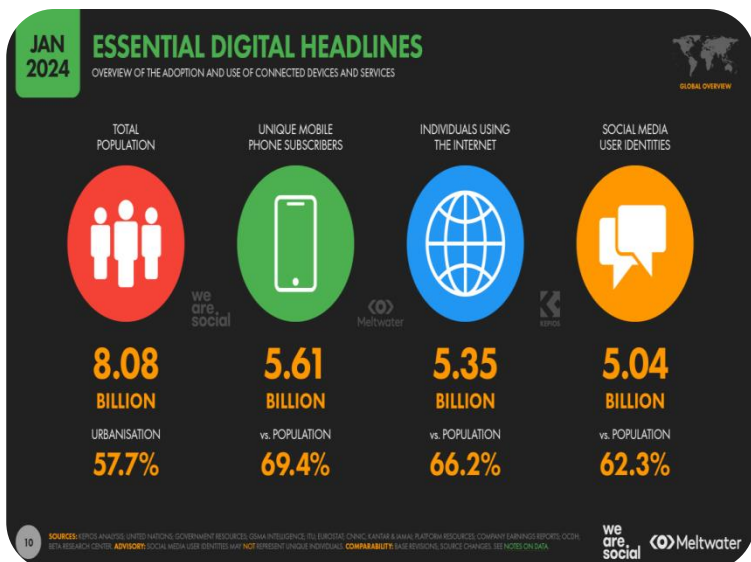


شبکه های اجتماعی



- وب سایت classmates.com - در سال ۱۹۹۵
- شبکه اجتماعی Friendster در سال ۲۰۰۲
- شبکه اجتماعی LinkedIn در سال ۲۰۰۳
- - سپس شبکه های اجتماعی نظیر فیسبوک، توئیتر و ... ظهور کردند و مدت ها بعد شبکه های اینستاگرام و پینترست وارد میدان شدند .

اهمیت شبکه های اجتماعی

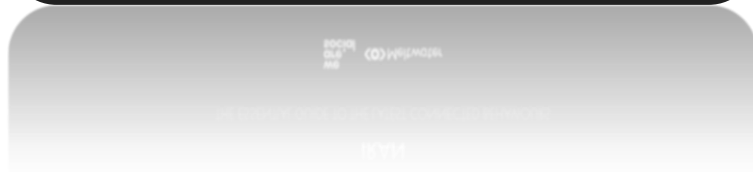


- طبق آمار رسمی جمعیت کل جهان ۸ میلیارد و هشتاد میلیون می باشد که ۵ میلیارد و ششصد و ده میلیون آنها دارای گوشی هوشمند بوده و نزدیک ۵ میلیارد و چهل میلیون آنها اکتیو یوزر شبکه اجتماعی هستند .
- طبق این آمار بالای ۶۲٪ کل جمعیت جهان در شبکه های اجتماعی حضور دارند .

اهمیت شبکه های اجتماعی

ایران با ۸۵ میلیون جمعیت دارای ۱۴۶ میلیون دستگاه موبایل می باشد یعنی به ازای هر ۲ نفر ۳ یا بیشتر دستگاه موبایل وجود دارد !!

نزدیک به ۷۴ میلیون کاربر اینترنت در ایران وجود دارد که از این میان ۴۸ میلیون اکتیو یوزر شبکه های اجتماعی هستند . طبق این آمار بالای ۵۳.۶٪ کل جمعیت ایران در شبکه های اجتماعی حضور دارند .



ایمیل مارکتینگ

Email Marketing



بازاریابی ایمیلی

Email Marketing



ایمیل مارکتینگ به زبان ساده یعنی این که بتوانید با ارسال ایمیل مخاطب یا مشتری جدید به دست آورید یا از این راه بفروشید و درآمادتان را افزایش دهید.

شما در هر مرحله از استراتژی خود همانند برندسازی و آگاهی از برند، ترغیب به خرید، وفادارسازی، حفظ مشتریان و... می‌توانید سراغ بازاریابی ایمیلی بروید. استفاده از ایمیل ظرفیت‌های بسیار بالایی دارد .

بهترین سرویس ایمیل مارکتینگ ایرانی

در دنیا [سرویس های ایمیل مارکتینگ](#) معروفی چون میل چیمپ mailchimp، میلرلایت mailerlite، سندر sender، اوبر Aweber، سندپلاس Sendplus، سند این بلو Sendinblue، کانستنت کانتکت Constant Contact، و... فعالیت می کنند. اما به دلایل مختلفی چون تحریم یا هزینه های بالا نمی توانیم به راحتی از آنها استفاده کنیم.

اما برای فرار از این مشکلات می توان سراغ سرویس های ایرانی رفت که نام آن ها در ادامه آورده شده است. در برخی پلن ها برای کسب و کارهای کوچک می توانید از سرویس های رایگان استفاده کنید. این سرویس ها برای کاربران ایرانی طراحی شده اند، خدمات و امکانات خوبی دارند و قیمت آنها نیز مناسب است.

نجوا - میل چی - آونگ میل - پاکت - میل تاز - اینباکس

تبليغات آنلاين



انواع تبلیغات آنلاین



- گوگل ادز: تبلیغات کلیکی در موتور جستجوی گوگل
- فیسبوک ادز: تبلیغات در شبکه اجتماعی فیسبوک
- سایر پلتفرم‌های تبلیغاتی

تبلیغات موفق با یکتانت



ورود / ثبت نام

۰۲۱-۴۵۱۹۵۰۰۰



خدمات ▾ منابع آموزشی ▾ چرا یکتانت؟ ▾ سازمان ▾ راهنما



تبلیغات موفق در دنیای دیجیتال

با یکتانت خیالتان از **تب** راحت است.

شروع کنید

تیپسی



nilper

bonimode

باسلام



جاباما

azki.com

تیپسی



nilper

bonimode

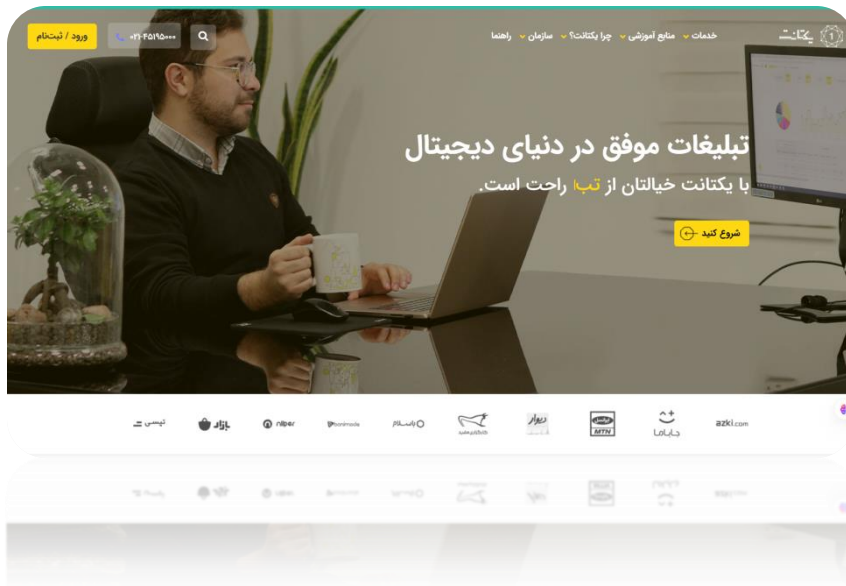
باسلام



جاباما

azki.com

یکتانت



یکتانت سرویس جامعی است که به کسب و کارها کمک می‌کند بیشتر دیده شوند، بیشتر بفروشند و در نهایت درآمد خود را افزایش دهند.

با سرویس‌های یکتانت دیگر لازم نیست نگران بازاریابی دیجیتال کسب و کارتان باشید؛ می‌توانید تمامی نیازهای مرتبط با کمپین‌های دیجیتال مارکتینگ خود را با انواع خدمات یکتانت پوشش دهید و اهدافی را که از بازاریابی و فروش انتظار دارید، محقق کنید.

تبلیغات کلیکی در وبسایت‌های پربازدید



یکتانت، بزرگترین پلتفرم تبلیغاتی کشور را در اختیار شما می‌گذارد. شما می‌توانید طبق راهنمایی‌های موجود و کمک پشتیبانان، کمپین تبلیغاتی‌تان را راه‌اندازی کرده و هزینه را به‌ازای کلیک پرداخت کنید.

- محاسبه هزینه بعد از کلیک کاربران
- پشتیبانی و راهنمای کامل راه‌اندازی کمپین
- افزایش شهرت برند شما

این شرکت‌ها به علاوه ۷۸ هزار شرکت دیگر به ما اعتماد کرده‌اند:



digikala

Snapp!



ضایعی

یکتانت چگونه به شما کمک می‌کند؟



افزایش ترافیک

مخاطبان هدف خود را به بازدید از وبسایت و محصولات هدایت کنید.



افزایش فروش

با استفاده از سرویس‌های مختلف، فروش محصولات و خدمات خود را افزایش دهید.



جذب لید

اطلاعات مخاطبان (ایمیل، شماره‌تلفن و...) آن‌ها را به راحتی جمع‌آوری کنید.



افزایش آگاهی

برند خود را به افراد زیادی معرفی و آن‌ها را از خدمات خود آگاه کنید.

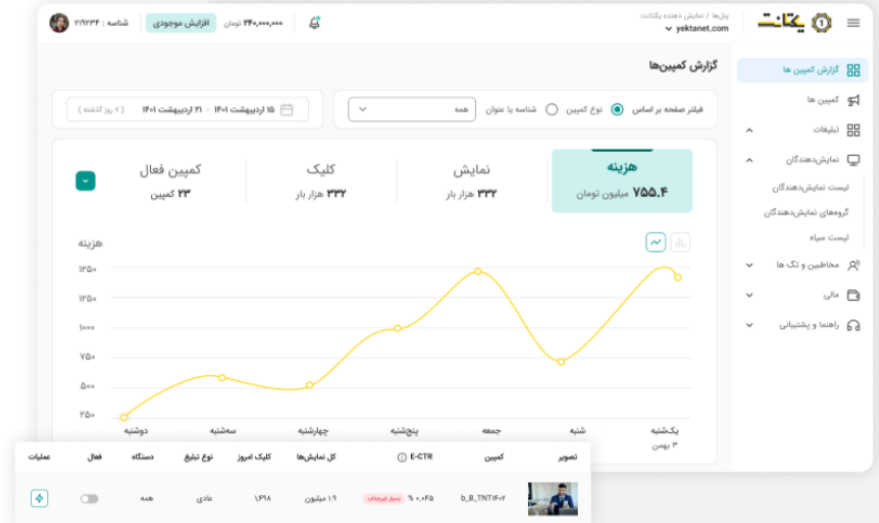
چرا باید تبلیغات خود را به ما بسپارید؟

گزارش دقیق کلیک‌ها و هزینه‌ها

پنل یکتانت بهترین و دقیق‌ترین گزارش‌ها را به شما ارائه می‌دهد. برای هر کمپینی که می‌سازید تعداد کلیک‌ها، قیمت هر کلیک، نمایش صفحه، سشن و... را دریافت کنید و با استفاده از این اطلاعات، کمپین‌هایتان را بهینه کنید.

کنترل کامل تبلیغات

تمام ویژگی‌های تبلیغ را از نحوه نمایش گرفته تا دستگاه نمایش، موقعیت مکانی و نمایش‌دهندگان، خودتان تعیین کنید. یکتانت کنترل تنظیمات تبلیغات را به‌طور کامل به شما سپرده است.



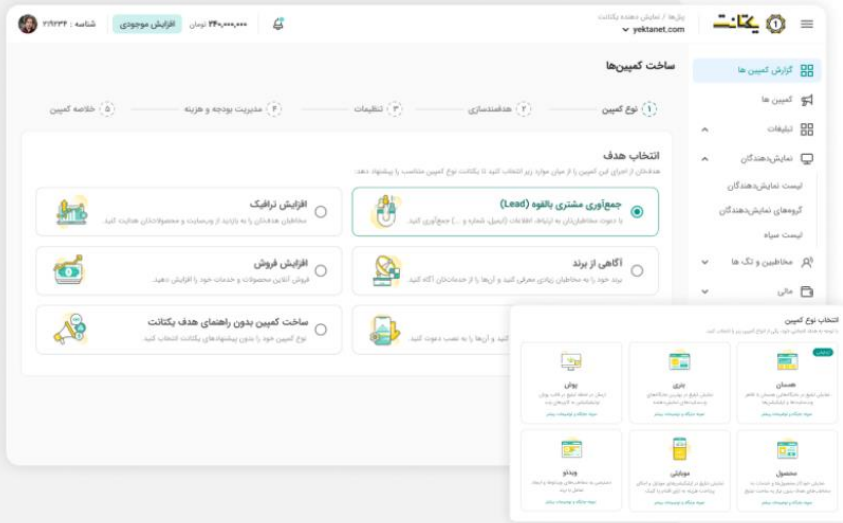
فرمت‌های متنوع تبلیغات

می‌خواهید تبلیغاتتان را به صورت بصری انجام دهید؟ یا شاید هم تبلیغات هدفمند برایتان مناسب‌تر باشد.

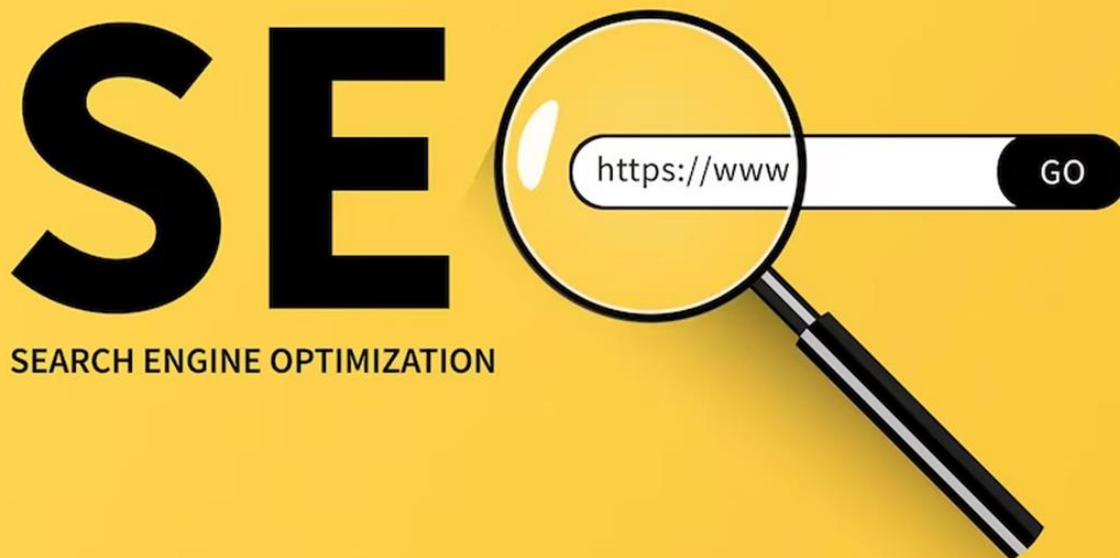
حتی ممکن است بخواهید یک کاربر را دوباره و دوباره به وبسایت خود برگردانید. تمام این کارها را با انواع تبلیغات مختلفی که یکتانت برایتان فراهم کرده است، می‌توانید انجام دهید.

اجرای تبلیغات هدفمند

هدفمندی یکی از فاکتورهایی مهمی است که یک پلتفرم تبلیغاتی باید در اختیار شما قرار دهد. تنوع هدفمندی در یکتانت زیاد است؛ شما می‌توانید تبلیغات را بر اساس کلیدواژه، موضوع صفحه، رفتار کاربر و ارتباط محصول به محتوای صفحه هدفمندی کنید و مخاطب را بیشتر با تبلیغ خود درگیر کنید.



سئو و بهینه سازی وب سایت



SEO



سئو SEO یا بهینه‌سازی وبسایت برای موتورهای جست‌وجو (Search Engine Optimization)، مجموعه‌ای از برنامه‌ریزی‌ها، استراتژی‌ها و فرایندهای فنی و محتوایی است که باعث می‌شود صفحه‌های وبسایت در صفحه نتایج موتورهای جست‌وجو رتبه‌های بالاتری داشته باشند. رسیدن به این رتبه‌های برتر و حفظ آن‌ها نیاز به یک تلاش دائمی دارد چون رقبای شما نیز برای این رتبه‌ها تلاش می‌کنند. پس بهینه‌سازی وبسایت برای موتورهای جست‌وجو، یک فرایند ادامه دار است.

SEO

- چرا سئو مهم است؟
- افزایش ترافیک ارگانیک: سئو باعث می شود کاربران به صورت طبیعی و بدون پرداخت هزینه تبلیغات، وبسایت شما را پیدا کنند.
- افزایش اعتبار و اعتماد: قرار گرفتن در صفحات اول گوگل نشان دهنده اعتبار و کیفیت بالای وبسایت شماست.
- افزایش فروش و درآمد: با افزایش ترافیک وبسایت، احتمال تبدیل بازدیدکنندگان به مشتری نیز افزایش می یابد.
- بهبود تجربه کاربری: سئو نه تنها به نفع موتورهای جستجو، بلکه به نفع کاربران نیز هست. با سئو، کاربران راحت تر می توانند اطلاعات مورد نظر خود را پیدا کنند.

قدم دوم : تحليل داددها و بهبود عملکرد



تحلیل داده‌ها



منظور از تحلیل داده به زبان ساده و سریع، فرایند ارزیابی داده با استفاده از ابزارهای آماری و تحلیلی است. هدف از این مهارت تعیین اطلاعات مفید و همچنین کمک به فرایند گرفتن تصمیمات مهم در کسب‌وکار است.

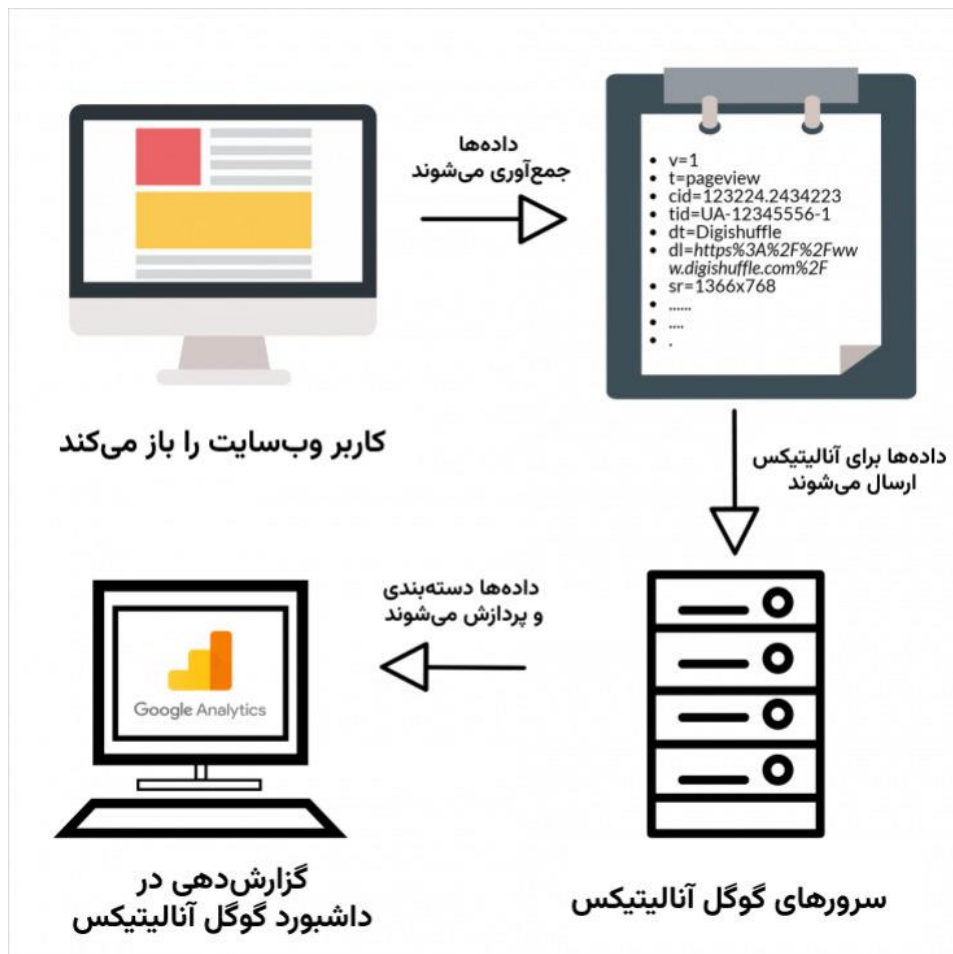
تجزیه و تحلیل داده‌ها از تکنیک‌هایی تشکیل شده‌است که علم نتیجه‌گیری از مدل‌های داده را تشکیل می‌دهد. امروزه، بسیاری از فرایندهای آنالیز داده به صورت الگوریتم‌هایی ارائه می‌شوند که می‌توانند مفیدترین اطلاعات را به مدیران و سهام‌داران شرکت‌ها به منظور تصمیم‌گیری سریع ارائه دهند.

ابزارهای تحلیل وبسایت



- گوگل آنالیتیکس: بررسی ترافیک وبسایت، رفتار کاربران، منابع ترافیک و ...
- سایر ابزارهای تحلیل (SEMrush، Ahrefs)
- **A/B تست:** آزمایش نسخه‌های مختلف از صفحات وبسایت برای بهبود نرخ تبدیل
- **بهبود نرخ تبدیل:** افزایش تعداد افرادی که به مشتری تبدیل می‌شوند
- طراحی صفحات فرود موثر، فراخوان‌های به عمل قوی و ...

ابزار گوگل آنالیتیکس



قدم سوم : مدیریت کسب و کار



مدیریت مالی کسب و کار

بودجه‌بندی، حسابداری، پیش‌بینی فروش و ...



امروزه مسائل مالی جزو مهم ترین دغدغه ها در زندگی و در کسب و کارها به حساب می آیند. وجود سرمایه، مهم ترین جزء شروع و یا ادامه یک مجموعه کاری و تجارت است. برای کنترل و طی کردن روند عادی کسب و کار باید مسائل مالی آن را مدیریت کرد. این **مدیریت مالی در کسب و کار** باعث می شود تا از ضرر و زیان جلوگیری شود. بنابراین مدیریت مالی از مهم ترین پارامترهای موفقیت در کسب و کار است.

پشتیبانی مشتریان

پاسخگویی به سوالات مشتریان، حل مشکلات و ایجاد ارتباط قوی با مشتری



پشتیبانی مشتریان دامنه ای وسیع از خدمات مربوط به مشتریان برای کمک کردن به آن ها در استفاده از خدمات و محصولات یک شرکت می باشد. این پشتیبانی شامل کمک کردن در نصب و راه اندازی، آموزش، خطایابی، نگهداری و یا ارتقا دادن محصولات است. عیب یابی قسمت بزرگی از کار است، اما پشتیبان وظایف متعددی از جمله نصب، آموزش، تعمیر و نگهداری، ارتقا سرویس به مشتریان کمک می کنند. تمامی شرکت ها از نیروی پشتیبانی جهت بهبود رضایت مشتریان و ارتقاء عملکردشان استفاده می کنند، امروزه پشتیبانی مشتری به بخش ویژه ای از تجارت تبدیل شده در صورتی که قبلاً فقط در فروشگاه های فیزیکی ضروری بود. اکنون، مشتریان می توانند از طریق کانال های ارتباطی مختلف، اعم از شبکه های اجتماعی، اپلیکیشن تلفن همراه یا پشتیبانی تلفنی، مشکل خود را رفع کنند.

Old Spice: " کمپین تبلیغاتی
The Man Your Man Could Smell Like"



Old Spice®

کمپین تبلیغاتی Old Spice



Old Spice®

یکی از موفق‌ترین و به یادماندنی‌ترین کمپین‌های بازاریابی در تاریخ تبلیغات محسوب می‌شود. این کمپین توانست برند قدیمی و در حال افول Old Spice را به یکی از محبوب‌ترین برندهای محصولات آرایشی و بهداشتی مردانه تبدیل کند. در این مقاله به بررسی کامل این کمپین و عوامل موفقیت آن می‌پردازیم.

وضعیت اولیه برند Old Spice

قبل از اجرای این کمپین، برند Old Spice با چالش‌های جدی روبرو بود. این برند به عنوان یک برند قدیمی و متعلق به نسل گذشته شناخته می‌شد و جذابیت چندانی برای نسل جوان نداشت. فروش محصولات Old Spice رو به کاهش بود و این برند در خطر فراموش شدن قرار داشت.

کمپین تبلیغاتی " Old Spice: The Man Your Man Could Smell Like"

- **هدف کمپین**
- هدف اصلی این کمپین، احیای برند Old Spice و جذب مخاطبان جوان تر بود. همچنین، هدف دیگر این کمپین، تغییر تصور عمومی از برند Old Spice به عنوان یک برند قدیمی و خسته کننده به یک برند جوان، پر انرژی و جذاب بود.
- **استراتژی کمپین**
- برای رسیدن به این اهداف، تیم بازاریابی Old Spice از یک استراتژی خلاقانه و جسورانه استفاده کرد. این استراتژی شامل موارد زیر بود:
- **ایجاد یک شخصیت جذاب:** به جای تمرکز بر ویژگی های محصول، بر روی یک شخصیت جذاب و بامزه متمرکز شدند. این شخصیت یک مرد مسن با بدن ورزیده و اعتماد به نفس بالا بود که به طرز خنده داری به جوانان توصیه می کرد که از محصولات Old Spice استفاده کنند.
- **استفاده از ویدیوهای ویروسی:** با تولید ویدیوهای کوتاه و خلاقانه، توانستند توجه مخاطبان را جلب کرده و ویدیوها را به سرعت در شبکه های اجتماعی منتشر کنند.
- **تعامل با مخاطبان:** با پاسخ دادن به کامنت ها و ایجاد هشتگ های خاص، با مخاطبان خود ارتباط برقرار کرده و آن ها را به مشارکت دعوت کردند.

کمپین تبلیغاتی " Old Spice: The Man Your Man Could Smell Like"

عوامل موفقیت کمپین

خلاقیت و نوآوری: استفاده از یک شخصیت بامزه و خلاقانه، ویدیوهای ویروسی و تعامل با مخاطبان، باعث شد که این کمپین از سایر کمپین‌های تبلیغاتی متمایز شود.

درک مخاطب هدف: با شناخت دقیق مخاطب هدف (جوانان) و استفاده از زبان و سبک ارتباطی مناسب، توانستند با آن‌ها ارتباط برقرار کنند.

استفاده از رسانه‌های اجتماعی: با استفاده بهینه از پلتفرم‌های اجتماعی مانند یوتیوب و فیسبوک، توانستند به سرعت و به صورت گسترده به مخاطبان خود دسترسی پیدا کنند.

ایجاد حس شوخ‌طبعی: استفاده از طنز و شوخی، باعث شد که مخاطبان با برند ارتباط عاطفی برقرار کنند.

نتایج کمپین

این کمپین نتایج شگفت‌انگیزی به همراه داشت:

افزایش چشمگیر فروش: این کمپین باعث افزایش چشمگیر فروش محصولات Old Spice شد و این برند را به یکی از محبوب‌ترین برندهای محصولات آرایشی و بهداشتی مردانه تبدیل کرد.

افزایش آگاهی از برند: این کمپین باعث افزایش آگاهی از برند Old Spice در بین مخاطبان جوان شد.

ایجاد یک جامعه آنلاین: این کمپین باعث ایجاد یک جامعه آنلاین از طرفداران برند شد که با یکدیگر تعامل داشتند.

کمپین تبلیغاتی " Old Spice: " The Man Your Man Could Smell Like"

- درس‌هایی که از این کمپین می‌گیریم
- **خلاقیت کلید موفقیت است:** برای موفقیت در دنیای تبلیغات، باید خلاق باشید و از ایده‌های نو و بدیع استفاده کنید.
- **مخاطب را بشناسید:** برای ایجاد یک کمپین موفق، باید مخاطب هدف خود را به خوبی بشناسید و پیام خود را متناسب با نیازها و خواسته‌های آن‌ها تنظیم کنید.
- **از قدرت رسانه‌های اجتماعی غافل نشوید:** رسانه‌های اجتماعی ابزار قدرتمندی برای ارتباط با مخاطبان و ایجاد تعامل هستند.
- **شوخ طبعی می‌تواند جذاب باشد:** استفاده از طنز و شوخی می‌تواند به شما کمک کند تا با مخاطبان خود ارتباط عاطفی برقرار کنید.
- **کمپین Old Spice** یک نمونه عالی از یک کمپین تبلیغاتی موفق است که نشان می‌دهد با استفاده از استراتژی‌های خلاقانه و جسورانه می‌توان حتی یک برند قدیمی را احیا کرد و آن را به یک برند محبوب تبدیل کرد.

مدرسه برنامه نویسی دودکانی

- Mobile : 09334433353
- Instagram : @behzad_doudkani
- Email : doodkani@gmail.com
- WebSite : doudkani.com

دودکانی
مدرسه برنامه نویسی