
دوره آموزشی: مدیر کسب و کار الکترونیکی

قسمت دوم

www.timetochange.ir

دوره آموزشی: مدیر کسب و کار الکترونیکی

مدرس: مهندس ساسان جعفرنیا - کارشناس ارشد کشاورزی

با بیش از پانزده سال سابقه فعالیت در کسب و کار اینترنتی
موسس اولین آموزشگاه و سایت اینترنتی آموزش و فروشگاه کشاورزی در
ایران با نام سبزایران در سال ۱۳۸۱

مؤلف و مترجم ۲۰ عنوان کتاب آموزشی و کاربردی و تدوین بیش از ۷۰
عنوان استاندارد آموزشی سازمان فنی و حرفه ای کشور

مدرس دوره های آموزشی کسب و کار اینترنتی، بازاریاب فروشگاه مجازی،
مدیر فروشگاه اینترنتی، طراحی سایت با وردپرس، مهندس بهینه سازی
سایت، مدیر سئو و مبتکر کارگاه های آموزش عملی طراحی سایت و
فروشگاه اینترنتی در ۸ ساعت (۵ کارگاه در ۱۳۹۵ و ۲ کارگاه در ۱۳۹۶)

سرفصل دوره مدیر کسب و کار الکترونیکی

- مدیر کسب و کار الکترونیکی کسی است که بتواند با اجرای یک برنامه کسب و کار الکترونیکی به انجام فعالیتهای بازاریابی الکترونیکی جهت کسب درآمد بپردازد.

سرفصل دوره آموزش

- ۱- مفاهیم بازاریابی الکترونیکی
- ۲- مدیریت تبلیغات آنلاین
- ۳- رفتار مشتری در کسب و کار الکترونیکی
- ۴- مفاهیم خرده فروشی محصولات در کسب و کار الکترونیکی
- ۵- انجام سفارش در کسب و کار الکترونیکی
- ۶- سیستم های پرداخت الکترونیکی
- ۷- طراحی یک سیاست تجاری کاربردی

Affiliate Marketing

و یا بازاریابی پورسانتی و یا سیستم همکاری در فروش



بازاریابی از طریق سیستم همکاری در فروش Affiliate Marketing

در این روش کسب درآمد آنلاین، شما به عنوان **Affiliate** به سایت فروشنده و یا تولیدکننده محصول که اصطلاحاً **Merchant** نامیده میشود، ویزیتور میفرستید و اگر ویزیتور فرستاده شده توسط شما از سایت **Merchant** یا همان فروشگاه فرضی، خریدی انجام دهد و یا در برنامه‌های آنها عضو شود (بسته به نوع **Affiliate Program**) در اینصورت، شرکت تولیدکننده و یا همان **Merchant** به شما درصدی از فروش را پرداخت می‌کند.

شما در واقع در وبسایت خودتان، محصولات دیگران را تبلیغ می‌کنید و اگر ویزیتوری که در سایت شما است، ترغیب به خرید محصول شود، پس از کلیک بر روی لینک محصول به وبسایت فروشنده منتقل می‌شود و در آنجا خریدش را انجام میدهد و شما پورسانت خود را از فروشنده دریافت می‌کنید.

www.timetochange.ir



خریدار

1

مراجعه به سایت بازاریاب

سایت بازاریاب

2

click بر روی بنر و انتقال به سایت فروشنده



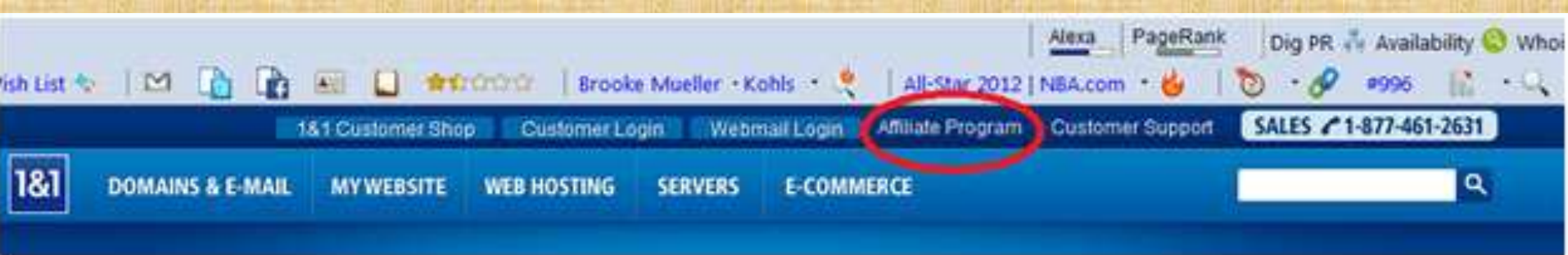
پرداخت پورسانت به بازار یاب

3

در این روش **Marketing** هم فروشنده (**Merchant**) و هم کسی که محصولات فروشنده را تبلیغ می کند (**Affiliate**)، سود می کنند. از یکطرف، فروشنده، تنها زمانی هزینه میکند که جنسش فروش برود و در این میان از تبلیغات و برندینگ مجانی که **affiliate**ها برای او ایجاد می کنند، استفاده می کند.

از طرف دیگر، **affiliate**ها، با معرفی محصولات فروشنده های مختلف، درآمدهای خوبی کسب می کنند. یعنی در این سیستم هر دو طرف از این مشارکت سودآور بهره می برند.





سایت بزرگ **Amazon** اولین وبسایتی بود که سیستم **Affiliate Marketing** را در وبسایت خود در سال ۱۹۹۶ ارائه داد و با این کار توانست اسم خود را بر سر زبانها آورده **(Branding)** و هزاران هزار تبلیغ کننده برای محصولات خودش پیدا کند و در ازای پرداخت پورسانتهای ناچیز، فروش خود را چندین برابر کند.

انواع برنامه های مشارکت در فروش

Types of Affiliate Programs

پرداخت به ازای هر فروش:

در این نوع، درصدی از کل فروش به **Affiliate** داده می شود. میزان پورسانت، بستگی به نوع محصولات و برنامه مشارکتی دارد. مثلاً پورسانت فروش محصولات نرم افزاری بیشتر از محصولات سخت افزاری است.

به این نوع برنامه ها، **Pay Per Sale** نیز گفته میشود.
مثال سایت غیر فارسی : **www.clickbank.com**

پرداخت به ازای هر ثبت نامی که کاربر انجام می‌دهد:

در این مدل، بسته به نوع برنامه، افیلیت ها زمانی درآمد کسب می‌کنند که ویزیتوری را به سایت **Merchant** بفرستند و آن ویزیتور در وبسایت فروشنده ثبت نام کند (فرمی را پر کند) به این نوع از برنامه افیلیت، **Pay Per Lead** نیز گفته می‌شود. منظور از **Lead** یعنی یک کاربری که از سایت شما (افیلیت) به سایت تولید کننده (**Merchant**) مراجعه کرده و در آنجا عملی را که مد نظر **Merchant** بوده را انجام داده است (مثلاً پر کردن فرم ثبت نام و یا شرکت در نظر سنجی و ...)

پرداخت به ازای هر ویزیتور:

در این مدل، **affiliate** ها به ازای هر ویزیتوری که به سایت **Merchant** میفرستند، پول می‌گیرند. چه این ویزیتور، خرید بکند چه نکند!

پرداخت به ازای نمایش آگهی:

در این مدل، **Affiliate** ها به ازای تعداد دفعات نمایش آگهی‌های **Merchant** در وبسایت خود، پول دریافت می‌کنند، چه کاربر رو تبلیغات کلیک بکند چه نکنه!

وبسایتهایی که ترافیک خوبی دارند از این روش می‌توانند درآمد خوبی کسب کنند.

هنگامی که شما عضو برنامه **Affiliate** می شوید، **Merchant**،
پنلی را در اختیار شما می گذارد که در داخل این پنل بتوانید لینکهای
مخصوصی را که با شماره اکانت شما کد شده است، ایجاد کنید.

حتی برخی از **Merchant**ها بنرهایی را از قبل طراحی می کنند و در
این پنل در اختیار **Affiliate**ها قرار می دهند تا آنها بدون هیچ
دردسری، بتوانند این بنرها را در سایت خود قرار دهند.

پس از اینکه این بنرها، متنهای لینکدار و ... را در سایت خود آپلود کردید، کاربران وبسایت شما، با کلیک کردن برروی آنها وارد سایت **Merchant** می‌شوند و از آنجائیکه لینکهای ایجاد شده شماره اکانت شما رو در داخلشان دارند، سایت **Merchant** خواهد فهمید که کاربری که وارد سایتش شده، از طریق کدام **Affiliate** معرفی شده است و بسته به نوع برنامه افیلیت، در صورتی که کاربر ارسال شده توسط شما، از سایت فروشنده خرید بکند و یا ثبت نام کند، به اکانت شما پورسانت اختصاص داده می‌شود.

این درصدهای حاصله در پنل شما جمع شده و در صورتیکه از یک مقدار کمینه (**Min Payout**) بیشتر باشد، در بازه های زمانی مشخص شده توسط **Merchant** ها به حساب بانکی شما واریز می شود و یا اینکه برای شما چک بانکی ارسال میشود (بسته به نوع برنامه)

چند سایت ایرانی دارای سیستم همکاری در فروش

سایت فروش کتابهای تخصصی کشاورزی :
www.bookstoresite.com

سایت آموزش کسب و کار اینترنتی طراحی سایت آموزشی و
فروشگاهی و سئو :

www.timetochange.ir

سایت فروش مقاله:

www.pdfpaper.ir

www.timetochange.ir



تبلیغات از طریق پست الکترونیکی

www.timetochange.ir

- با افزایش روزافزون استفاده از پست الکترونیک (email) این ابزار به شیوه اثربخشی برای تبلیغات اینترنتی تبدیل شده است.
- تبلیغات از طریق پست الکترونیک ابزار مقرون به صرفه ای است که از نرخ پاسخگویی بالایی نیز برخوردار است.
- این ابزار موجب وفاداری مشتریان و نیز موجب تقویت نام تجاری می شود . ضمن اینکه در جذب و نگهداری مشتریان نیز ابزار بسیار کارآمدی است.

Why use Email Marketing?

Email is nearly 40 times better than Facebook and Twitter at obtaining customers.

73% of businesses think email marketing is a crucial part of their marketing campaign.

20% of businesses say email is a primary revenue source.

74% of businesses believe email will produce a Return on Investment in the future.

Over 60% of marketers said they have increased their email marketing budgets in 2015.

-
- The 3 most important factors of an email –**
- 1) 79% said content and design.**
 - 2) 74% said campaign management.**
 - 3) 74% said contact management.**

Who reads your Emails?

**48% of emails are opened on a mobile device.
However only 11 percent of emails are
optimised for mobile...**

**69% of mobile users will delete emails that
aren't mobile optimised.**

**64% of people say they open emails based on
the subject line alone.**

**72% of people are like to share useful or
interesting content via email. Especially if it is
made easy for them with a share
button.**

**Most people open their emails between 10am and
4pm (during the standard working day).**



انواع تبلیغات مبتنی بر پست الکترونیک

- **خبرنامه های اینترنتی**
- این خبر نامه ها توسط شرکت یا نماینده فروش شرکت تهیه شده و برای گروه خاصی که علایق مشترکی در مورد کالا و خدمات دارند ارسال می شود .
- **گروههای گفتگو**
- این گروهها در میان جمعی با علایق مشترک ایجاد می شوند. در این نوع تبلیغات پیام الکترونیکی که برای اعضا فرستاده می شود، گفتگویی را در مورد موضوعی خاص میان آنها ایجاد می کند.
- **ارسال پیامهای تبلیغاتی بر اساس علایق افراد عضو کانالهای بازاریابی**

تبلیغات از طریق پست الکترونیکی

- مهمترین اصل در بازاریابی از طریق پست الکترونیک یا Email Marketing آن است که ارسال کننده پیام های بازرگانی بایستی قبلاً از مخاطب «اجازه بگیرد» و این همان چیزی است که کمتر شرکت یا سایت تبلیغی اینترنتی زحمت رعایت آن را به خود داده است.
- شرکت های معتبر، هیچگاه نامه یا خبرنامه ای را بدون «درخواست» و «اجازه» صریح و قاطع (در برخی موارد پس از حداقل دو بار تایید مخاطب) برای کسی (در اینجا کاربر اینترنتی که دارای آدرس پست الکترونیکی است) ارسال نمی کنند.

بازاریابی مبتنی بر پست الکترونیک

e-mail Marketing

- تعریف:

نوعی بازاریابی مستقیم که از ایمیل به عنوان وسیله ای برای برقراری ارتباطات تجاری و یا پیامهای مرتبط با مسائل مالی مخاطبان استفاده می شود. این واژه اشاره دارد به:

- ارسال پیامهای ایمیل با هدف افزایش ارتباط تجاری با مشتریان فعلی، بالا بردن وفاداری مشتری و تکرار تجارت

- ارسال پیامهای ایمیل با هدف بدست آوردن مشتریان جدید و یا متقاعد کردن مشتریان فعلی برای خرید در زمان کوتاه

- اضافه کردن تبلیغات به پیامهای ایمیل از طرف شرکتها و فرستادن آن به مشتریان

اجزای ایمیل مارکتینگ



اهمیت e-mail Marketing

- بیشتر از آنچه سرمایه گذاری کرده اید بدست می آورید
 - بسیار هدفمند است (سفارشی سازی پیام)
 - قابلیت اندازه گیری (محاسبه تعداد ایمیل فرستاده شده، تعداد ایمیل های باز شده، چه کسی آنها را باز کرده اند، تعداد افراد غیر عضو و ...)
 - آسان بودن
 - ارتباط قوی با مشتریان
 - اتوماتیک بودن (استفاده از ابزاری بنام autoresponder برای ارسال پیامهای رقابتی)
 - سریع و کارآمد
-

چالشهای مهم در اثربخشی e-mail Marketing

- مشتریان هدف با محتویات بسیار مرتبط
 - قرار گرفتن افراد در لیستهای ایمیل
 - تعیین کیفیت نرخ بازگشت سرمایه
 - بالا بردن قابلیت تحویل و تلقی شدن ایمیلهای قانونی بعنوان Spam
 - فقدان یک استراتژی بازاریابی مبتنی بر ایمیل
 - منابع نیروی انسانی ناکافی
 - فقدان یک پروسه بازاریابی مبتنی بر ایمیل کارآمد
 - حفاظت از افراد در برابر خروج از لیستهای ایمیل
-

Every successful person
has a painful story,
Every painful story
has a successful ending.
Accept the pain and
get ready to success.



اهداف ایمیل مارکتینگ

- افزایش درآمد حاصل از فروش
 - افزایش فروش آنلاین: ۵۹ درصد کاربران اینترنت از آن جهت تحقیق راجع به یک محصول استفاده کرده که نهایتاً منجر به خرید شده است (ایمیل جهت ثبت آدرس فیزیکی برای خرید مشتریان در تجارت آفلاین)
 - افزایش ترافیک وبسایت : با ارسال ایمیل شامل ویژگی ها، مزایا و آدرس وب سایت ترافیک سایت افزایش می یابد
 - وفادار مشتری
 - آگاهی و اعتبار نام تجاری
-

THE EMAIL MARKETING • PROCESS **فرایند ایمیل مارکتینگ**



- **تعریف ایمیل مارکتینگ**
- **تعیین هدف**
- **ساختن پایگاه داده مشتریان**
- **ایجاد سیاست حفظ حریم خصوصی**
- **سازماندهی توسط دپارتمان یا گروه**
- **طرح ریزی محتویات**
- **تنظیم نوشتار مقابل FROM, TO & SUBJECT LINE**
- **تست پیامها**
- **پیگیری نتایج رقابتها**

1-تعریف ایمیل مارکتینگ

- استفاده از ایمیل برای ارائه ارتباطات مبتنی بر اجازه از مشتریان بمنظور ایجاد روابط ،افزایش فروش و بهبود و ماندگاری آنان در چرخه فروش



2-تعیین هدف

- پاسخ به پرسشهایی از قبیل:

هدف بازاریابی ایمیلی برای شرکت شما چیست؟

چگونه این روش بازاریابی به تلاشهای بازاریابی فعلی شما کمک خواهد کرد؟

چگونه تلاشهای بازاریابی شما با هم در ارتباط خواهند بود؟

روند فعلی رهبری تولید شما چیست؟

چگونه ایمیل مارکتینگ به رهبری تولید کمک می کند؟

آیا در حال حاضر شما به طور مرتب با مشتریان در ارتباط هستید؟

آیا ایمیل مارکتینگ جایگزین یا مکمل هیچ استراتژی ارتباطی دیگر می شود؟

3- ساختن پایگاه داده مشتریان

• برخی اطلاعات مفید عبارتند از:

۱- اطلاعات تماس (بخصوص پست الکترونیک)

۲- وضعیت مشتری (چگونه این مشتری با سایر مشتریان مقایسه می شود؟)

۳- معرف (که در آن مشتریان برای اولین بار در مورد شما شنیده اند)

۴- اطلاعات دموگرافیک (سن، جنس و ...)

۵- اطلاعات شخصی (سرگرمی، علایق و ...)

۶- اطلاعات ارتباطی (یادداشتها در تماس شخصی با مشتری)

۷- تاریخچه خرید (آنچه را که خرید کرده و زمان آن)

3- ساختن پایگاه داده مشتریان



- جهت تکمیل اطلاعات می توان از موارد زیر کمک گرفت:
- ۱- اضافه کردن صفحه تشکر بعد از عضویت در سایت و پرسیدن اطلاعات تکمیلی
- ۲- اضافه کردن یک نظرسنجی در ایمیل تایید یا ایمیل خوشامد گویی
- ۳- اضافه کردن سوالات نظرسنجی در خبرنامه های الکترونیکی
- ۴- تشویق اعضا برای به روز کردن اطلاعات در فواصل

4- ایجاد سیاست حفظ حریم خصوصی

- سیاست حفظ حریم خصوصی باید به سوالات زیر پاسخ دهد:

- ۱- شما چه نوع اطلاعاتی را جمع آوری می کنید؟
- ۲- اگر از چندین راه برای جمع آوری اطلاعات استفاده می کنید، روشهای دیگر چگونه است؟
- ۳- شما چگونه از این اطلاعات استفاده خواهید کرد؟
- ۴- این اطلاعات با چه کسانی به اشتراک گذاشته می شود؟
- ۵- اگر مشتری تمایل به ثبت اطلاعات در پایگاه نداشته باشد، سیاست شما در این زمینه چیست؟
- ۶- سیاست شما در صورتی که مشتری خواهان لغو اشتراک باشد چیست؟
- ۷- اگر مشتری تمایلی به برقراری هیچ نوع ارتباطی با شما در آینده نداشته باشد، سیاست شما چگونه است؟

5- سازماندهی توسط دپارتمان یا گروه

- ایجاد جدول ارتباطی جهت فهم نقش هر ارتباط خارجی کمک کننده است:

ارتباط	مالک	مخاطب	هدف	تناوب
خبرنامه ماهانه	بازاریابی	مشتریان، طرفداران، انجمن و تحلیل گران	نگهداری	ماهانه
به روز بودن ترویج	بازاریابی محصول	چشم انداز مشتریان	خرید	در صورت نیاز
مطبوعاتی	روابط عمومی	روزنامه نگاران	آگاهی	در صورت نیاز
خبرنامه صنعت	بازاریابی کانال	چشم انداز مشتریان	خرید	دوماهه

6- طرح ریزی محتویات

- بعد از فهم این موضوع که قرار است با چه کسانی تماس گرفته شود و نوع ارتباط مشخص شد طرح ریزی محتوای هر آیتم مشخص می شود
- ایمیل ها باید برای مخاطبین با ارزش باشند
- مثلاً برای شرکتی که خبرنامه ماهانه ایجاد می کند ، تقویم سرمقاله آن عبارت است از:

ارتباط در ماه	فروردین	اردیبهشت	خرداد	تیر	مرداد
خبرنامه ماهانه در باره	دستاوردهای برجسته 1393	بروز رسانی صنعت	راه اندازی محصول	مشتریان برنده	رقابت جدید

7-تنظیم نوشتار مقابل from, To & Subject line

- مشاهده یا عدم مشاهده ایمیل شما بستگی به متن from, to و subject دارد.
- این گام اولین نقطه ارتباط شماست و شما باید با استفاده از این گام مخاطبان خود را تشویق به باز کردن ایمیل کنید.
- سطر from باید مستقیماً قابل تشخیص باشد و معمولاً نام شرکت شماست
- سطر to باید نام و نام خانوادگی مخاطب شما باشد. آدرس دهی افراد با نامشان فوراً توجه آنها را جلب کرده و پیام شما را جلوه می دهد
- اگر فقط آدرس ایمیل مخاطبان خود را دارید، می توانید به جای نام و نام خانوادگی از آدرس ایمیل استفاده کنید.

7-تنظیم نوشتار مقابل from,To & Subject line

- سطر subject از دو سطر دیگر مهمتر بوده و در واقع باید هر آنچه را که در بدنه پیام است نقل کند و همچنین باید مخاطب را وادار به باز کردن آن کند.
- ۴ تا ۶ کلمه قوی مناسب در این خط مناسب است. برای جلوگیری از این موضوع که ایمیل شما مانند ایمیل ناخواسته دیده شود، همیشه از حروف بزرگ انگلیسی، علامت تعجب یا کلمه رایگان استفاده نکنید.





A goal
is a
dream
with a
deadline.

Napoleon Hill



8-تست پیامها

- یک تست با ۳ یا ۴ پیام متفاوت در چند روز فرستاده می شود (به افرادی که در لیست شما قرار دارند) و پیامی که بیشترین نرخ پاسخ را دارا بود انتخاب می شود
- پیام باید جهت سازگاری با نرم افزارهای مختلف ایمیل مانند AOL، OUTLOOK و یا HOTMAIL چک شود و در مورد درستی گرافیک و نمایش نوشته ها اطمینان حاصل شود

9- پیگیری نتایج فعالیت

- معیارهای زیر را در این مرحله در نظر بگیرید:

OPEN RATE: تعداد پیامهایی که باز می شوند که معیار عمومی سنجش علاقه مشتریان می باشد

CLICK THROUGH RATE: تعداد افرادی که بر روی یک لینک در داخل پیام ما کلیک می کنند . این یک معیار عالی برای اندازه گیری میزان علاقه و فعالیت است.

CONVERSION BY SOURCE: تعداد افرادی که فعالیت خاصی را در نتیجه پیام شما انجام می دهند

ایجاد لیست ایمیل

e-mail list creation

marketing goals

اهداف بازاریابی

e-mail

marketing

optimization

بهینه سازی

analytics

تجزیه و تحلیل

deliverability

قابلیت تحویل

branding

معرفی نشان و برند

segmentation

تقسیم کردن

تاکتیک هایی جهت مرتبط کردن محتوی پیام با مشتریان

- اجازه دادن به اعضا به منظور تعیین اولویتها

(مثلا با پرسشهای چند گزینه ای زمان ارسال ایمیل و فرستادن پیشنهادات ویژه از دید خود مشتریان، ارجحیت آنها را دریابیم) مثلا دریافت ایمیل : ۱- بین روز ۲- در اواسط عصر ۳- شب

- بخش بندی رقابتهای ایمیل بر اساس طرز رفتار مخاطبان

۱- بخش بندی لیستهای ایمیل بر اساس رفتار گذشته (مثلا افرادی که محصول a را خریداری کرده اند)

۲- بخش بندی لیستهای ایمیل بر اساس چرخه فروش (رفتار مشتری را از نظر تناوب زمان خرید مشخص می کند)

۳- بخش بندی بر اساس اطلاعات دموگرافیک (جنسیت، سن و ...)

تاکتیک‌هایی جهت مرتبط کردن محتوی پیام با مشتریان

- فرستادن ایمیل خاص بطور اتوماتیک
- ۱- پیامهایی که بر اساس کلیک کردن بر روی لینک خاص ایجاد می شود
- ۲- ایمیل های خوشامد گویی
- ۳- ایمیل یادآوری: به مشتریانی که برای چندین ماه مسکوت مانده اند فرستاده می شود که شامل یک پیشنهاد تخفیف و غیره است
- شخصی سازی محتوای ایمیل به صورت پویا: درج نام مخاطب در ابتدای ایمیل و توجه به ترجیحات بصری وی

تاکتیکهای رشد لیست های ایمیل

- اشتراک در خبرنامه ایمیل
 - از طریق درخواست از مشتریان به منظور فرستادن ایمیل های سازمانتان برای دوستانشان
 - از طریق دکمه های به اشتراک گذاری در ایمیل
 - از طریق paid search
 - Co-registration
 - از طریق معرفی محصول در نمایشگاهها و دریافت فرم عضویت برای قرارگیری در لیست ایمیل
 - سمینارها و کنفرانسهای آنلاین
-

از طریق اشتراک

- اضافه کردن فرمهای ثبت نام در هر جایی که مشتریان بازدید می کنند
 - بالا بردن فعالیتهای ثبت نام
- فرایند ثبت نام را برای بازدید کننده آسان و سریع سازید
- در باره اینکه عضویت برای آنها چه مزایایی خواهد داشت صادق و صریح باشید
- پرسش از اعضا در مورد اینکه هر چند وقت یکبار دوست دارند ایمیل دریافت کنند
- در فرم های ثبت نام ، لینکی به یک نمونه از خبرنامه های خود قرار دهید تا مشتریانی علاقه مند تر و آگاه تر به دست به آورد

از طریق اشتراک

- نگرانی ها راجع به حفظ حریم خصوصی
- ایجاد انگیزه برای ثبت نام
- استفاده از مشوق ها، مانند مقالات رایگان، گزارشها، پیشنهادات ویژه و تخفیف ها
- ایجاد صفحات جذاب برای جذب مشتری و عضویتش (squeeze page): بازدید کنندگان را با یک پیام صوتی و یا ویدئویی که به آنها دلیلی اینکه باید عضو شوند را بیان می کند، سرگرم کنید تا به طرف فرمهای ثبت نام هدایت شوند

از طریق درخواست از مشتریان به منظور فرستادن ایمیل‌های سازمانتان برای دوستانشان

- انتقال و اشاعه از طریق افراد بطور شفاهی یکی از قدرتمند ترین تکنیکهای بازاریابی ویروسی است
- استفاده از مکانی جهت فوروارد کردن پیام برای دوستان ، در نظر گرفتن ۴ یا ۵ مکان برای نوشتن آدرس دوستان مورد نظر آنها

از طریق دکمه های به اشتراک گذاری در ایمیل

- دقیقاً مشابه دکمه های به اشتراک گذاری با دوستان م باشد با این تفاوت که به جای یک دوست، ایمیل ها را با مجموعه بزرگتری از افراد شبکه های اجتماعی به اشتراک می گذارد
 - استفاده از نام شبکه های اجتماعی مانند facebook، twitter و
-

از طریق paid search

- قرار دادن تبلیغات آنلاین بر روی صفحات وب
 - این نوع تبلیغات شامل خط کوتاهی از نوشته است که در بالا، سمت راست و یا پایین صفحه ای که از موتور های جست و جو نتیجه میشود، قرار می گیرند
 - در صفحاتی که از موتور های جست و جو حاصل می شوند، این گونه تبلیغات بر اساس کلماتی که در موتورهای جست و جو قرار می گیرند، نمایش داده می شوند
-

Co-registration

- رویکردی همه جانبه برای افزایش اندازه لیستهای ایمیل و به اینگونه عمل می کند:

در زمان تکمیل یک فرم ثبت نام و یا خارج شدن از یک وب سایت، بازدیدکننده به منظور ثبت نام در یک یا چند خبر نامه غیر رسمی و یا روزنامه های آماتوری (e-zine) الکترونیکی دعوت می شود.

اگر در میان این لیستها قرار بگیرید و وب سایت ترافیک قابل توجهی داشته باشد در این صورت شروع به دریافت تعداد زیادی از این اشتراکها می کنید

با تعدادی آیکون مواجه می شوید که در مورد موارد خاص توضیح کوتاهی داده اند که با تیک زدن هر کدام از آنها مشتری می

از طریق معرفی محصول در نمایشگاهها و دریافت فرم عضویت برای قرارگیری در لیست ایمیل

• نمایشگاه تجاری (tradeshows):

- ۱- حضور فیزیکی: همانطور که در حال صحبت و مباحثه با بازدیدکنندگان از غرفه های خود هستید، آدرس های ایمیل آنها را برای اضافه کردن به لیست های ایمیل خود بپرسید
- ۲- توزیع نسخه چاپی: در غرفه خود در نمایشگاه روزنامه های الکترونیکی را چاپ کرده و توزیع کنید
- ۳- کارت تجاری (business card): در پشت کارت ها عبارت ثبت نام در خبرنامه های رایگان را به همراه آدرس وب سایت خود چاپ کنید
- ۴- در نظر گرفتن هدایای کافی
- ۵- برگه های ثبت نام

خلاصه بحث بازاریابی به وسیله ایمیل



بازاریابی از طریق ایمیل:



- شناخت خوانندگان
- داشتن هدف مشخص
- رسیدن به دید مشترک
- کمک به تصمیم گیری
- اولین پیش نویس نامه
- جلب توجه
- اطمینان از عملکرد صحیح
- تحریک خواننده
- یادگیری مهارت بازاریابی
- استفاده از نرم افزارهای تخصصی ایمیل



• سیستم دوره ای ارسال ایمیل

• نامه های شخصی

• ارسال اتوماتیک ایمیل

• جواب دهی سریع

• استفاده از فضای سفید

• خبر نامه چند زبانه

• به دست آوردن نشانی ایمیل

• خبر نامه اختصاصی

• خروج از عضویت

• نامه های تاثیر گذار

• گرد آوری آدرس ایمیل از هر جای ممکن

• Spam

یک راز جالب: ایمیل های دنباله دار بیشترین فروش را ایجاد می کنند.

- چه اطلاعاتی را جمع آوری کنیم؟
- ✓ نشانی ایمیل کاربران, اولین چیزی است که باید دریافت شود. بازاریابی الکترونیکی بدون داشتن نشانی ایمیل افراد بی معنی است
- ✓ داشتن آدرس پستی کاربران نیز ضروری است
- ✓ شماره تلفن اشخاص را از آنها درخواست کنید
- ✓ دانستن سن و جنس افراد نیز به شما کمک خواهد کرد تا نامه های الکترونیکی خود را آگاهانه تر تهیه کرده و نوع بازاریابی را با توجه به روحیات و شرایط سنی و جنسی افراد تغییر دهید

راه های جمع آوری اطلاعات تماس افراد

- ✓ از بازدید کننده بخواهید در هنگام عضویت در سایت برای دریافت اطلاعات کاملتر و برخورداری از امکانات گسترده تر, از طریق یک فرم اطلاعات تماس خود را در اختیارتان بگذارد
- ✓ از کاربر بخواهید در یک نظر سنجی, شرکت کند و در صورت شرکت در نظر سنجی یک هدیه رایگان به نشانی او ارسال خواهد شد. کاربر با کمال میل اطلاعات تماس خود را برای شما خواهد نوشت.
- ✓ در کتاب میهمانان سایت میتوانید اطلاعات کاربر را دریافت کنید
- ✓ داشتن خبرنامه اختصاصی یک راه موثر است
- ✓ دانلود نرم افزارهای جالب یا کتاب های الکترونیکی رایگان را به شرط پر کردن یک فرم, به کاربران پیشنهاد دهید.

نکات دیگر

- تشکر کنید
- عدم ارسال هرزنامه spam
- امضای الکترونیکی
- جملات آمرانه
- کلمات مغناطیسی در موضوع ایمیلها
- خوانا بودن



EMAIL MARKETING

10 MUST KNOW EMAIL MARKETING STATS 2014

A compilation of facts & figures about good old email marketing to help with your business

#1

On average, subscribers receive



#3

Email ad revenue reached



There are more than

#2

3.2 billion email accounts

Email usage

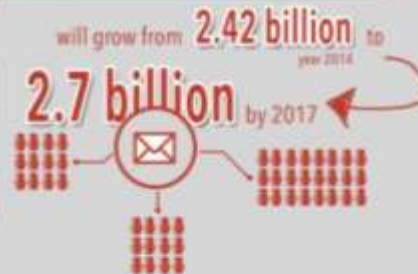
#4



91% of consumers check their email once a day

#7

Email audience



#9

Reading emails



eMarketer says there will be

#6

236.8 million US email users in 2017

Purpose of email marketing

#8

UK brand marketers say is

78% retention

Return on email marketing

#10

For every \$1 spent, \$44.25 is the average RETURN on email marketing investment

بهترین روز برای ارسال ایمیل

نتایج سال ۲۰۱۳

۴.۵۱٪
بر روی آنها
کلیک شده است

۱۸.۵۸٪
از ایمیل ها باز شده اند



در سال ۲۰۱۳ به صورت میانگین



۴.۲۰٪
کلیک شده اند

۱۹٪
ایمیل ها باز شده اند

۲۴٪
از ایمیل های ارساله

بخش دوم

۴.۵٪
کلیک شده اند

۱۲.۸٪
ایمیل ها باز شده اند

۲۶٪
از کل ایمیل های ارساله

بخش سوم

۴.۵٪
کلیک شده اند

۱۹.۱٪
ایمیل ها باز شده اند

۲۱٪
از ایمیل های ارساله

بخش اول

۴.۲۰٪
کلیک شده اند

۱۸.۳٪
ایمیل ها باز شده اند

۲۶٪
از ایمیل های ارساله

بخش چهارم

www.timetochange.ir

برای اکثر بازاریابان، بخش چهارم زمان تشدید تلاش
های بازاریابی است چراکه می‌تواند به طور قابل توجه‌ای
باعث افزایش فروش و بازگشت سرمایه باشد:

تا ۴۵٪ از میزان خرده‌فروشی سالانه در طی ماه‌های نوامبر و دسامبر انجام می‌شود

۴۱٪ از مصرف‌کنندگان تصمیم می‌گیرند که خریدهای تعطیلات زمستان خود را قبل از روز هالوین شروع کنند

۳۹٪ از مصرف‌کنندگان خریدهای خود را در ماه نوامبر شروع می‌کنند

۲۰٪ از مصرف‌کنندگان به دنبال الهام گرفتن از ایمیل‌های دریافتی خود هستند

میزان مخارج تعطیلات زمستانه کل آمریکا تقریباً ۵۲۸ میلیارد دلار می‌باشد



LEARN MORE, EARN MORE!

Pillsbury® Biscuit Training Opportunities



Click on the links below for special
Pillsbury® Biscuit training materials.

- ➔ [PowerPoint Training](#)
- ➔ [Video Training](#)

Camp Spiff – \$1 per case (after rebate)
click to download

Pillsbury® Biscuits are
great for every day part,
every menu, every table!

Save up to \$6 per case of
Pillsbury® Biscuits. *(after rebate)*

Camp Operators can save
up to \$1250. *(after rebate)*

**Be sure to share these
savings with your operators.**

www.timetochange.ir

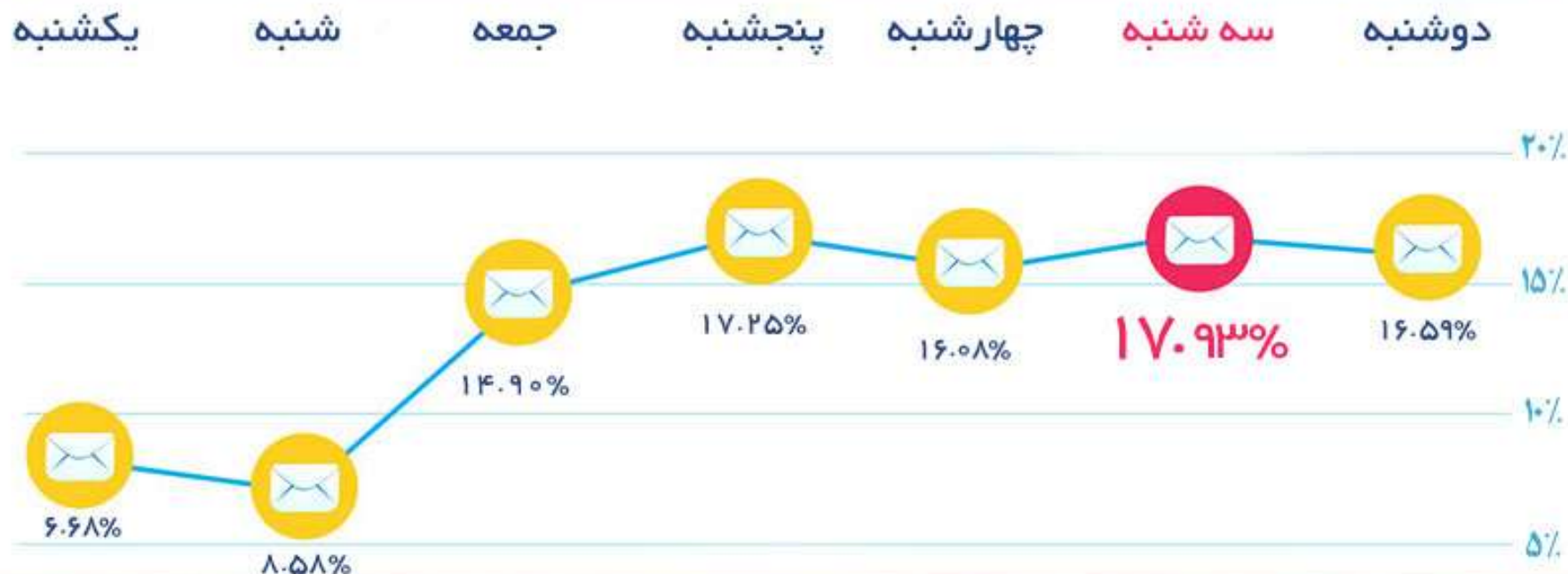
نکاتے که باید به خاطر داشته باشید

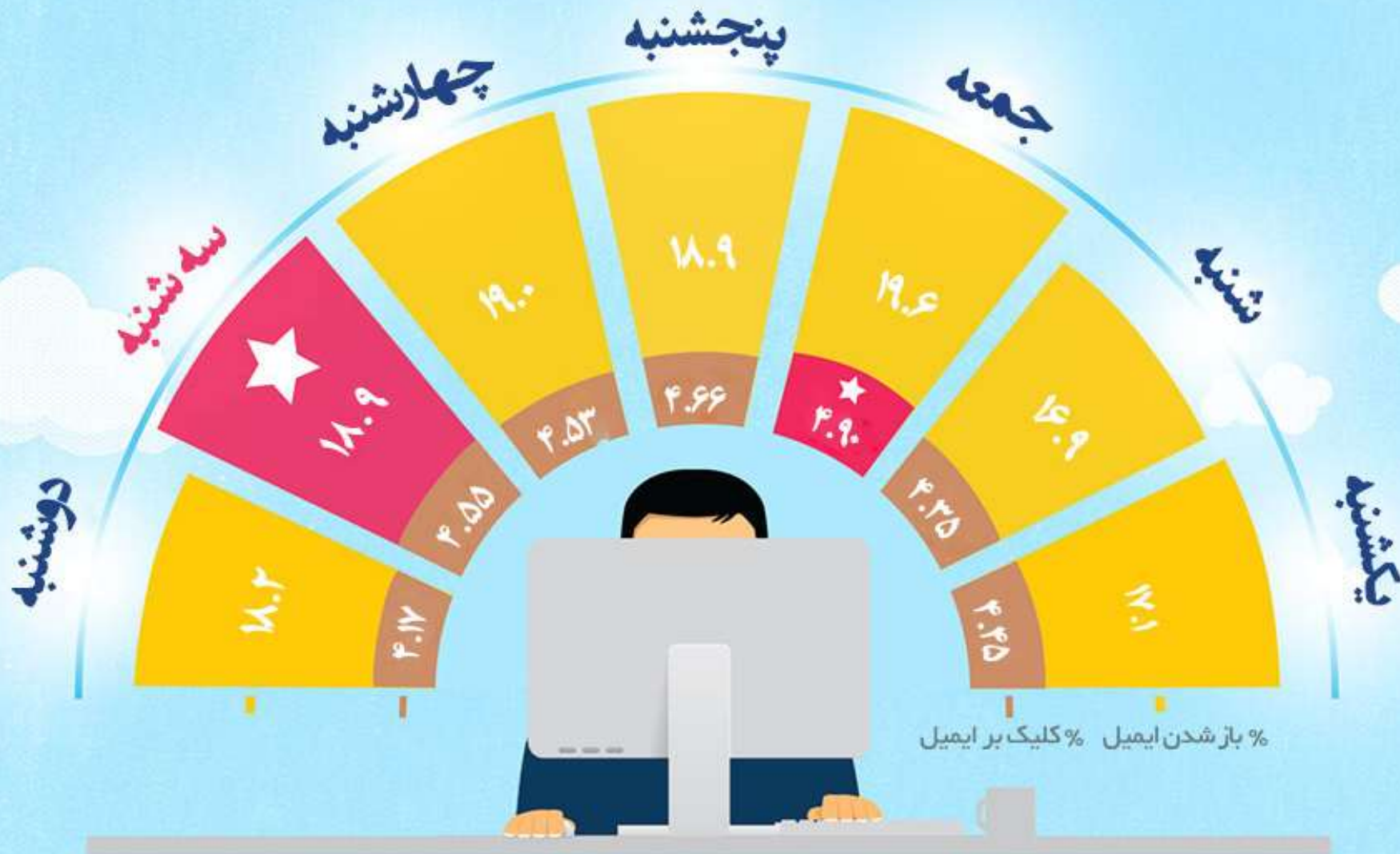
هرچه حجم ایمیل های ارسالی بیشتر باشد ، میزان باز شدن آن ها کمتر می شود
از ارسال ایمیل در زمان های شلوغ و پرمشغله اجتناب کنید
زمستان بیشترین نرخ باز شدن ایمیل را دارد ، احتمالا به دلیل علاقه ی کاربران
به دریافت پیشنهاد های ویژه کریسمس است



ایمیل در ۷ روز هفته

تعداد اندکی از ایمیل ها طی آخرین روزهای هفته ارسال می شوند





نکاتے که باید به خاطر داشته باشید

روزهای شنبه و یکشنبه ، روز های رسیدگی به خانواده و اوقات فراغت می باشد ، بنابراین **میزان باز شدن ایمیل در این روزها کم تر است**. چهارشنبه ها روز بسیار شلوغی برای ارسال کنندهای ایمیل با درصد بالایی از ارسال و همینطور نرخ مناسب باز شدن ایمیل می باشد. بیشترین میزان کلیک بر ایمیل ها در پیام هایی که روز های پنجشنبه ارسال می شود رخ می دهد، شاید چون این پیام ها مربوط به برنامه های آخر هفته می باشد.



طول عمر ایمیل ها

۱٪>



از ایمیل های ارسالی شانس این را دارند که پس از گذشت ۲۴ ساعت از دریافت آنها باز شوند.



۲۳.۸٪



از ایمیل های ارسالی طی یک ساعت پس از دریافت باز می شوند

۱۶-۲۴ ساعت

۵-۱۵ ساعت

۲-۴ ساعت

⌚ ۱ ساعت پس از دریافت ایمیل

۱٪>

۳٪>

۸٪>

۲۳.۸٪

از کل ایمیل های باز شده

نکاتے که باید به خاطر داشته باشید

طول عمر ایمیل ها نسبتا کوتاه است، برنامه ریزی دقیق ضروری است.

تلاش کنید ایمیل های برنامه ریزی و زمان بندی شده ارسال کنید

بعد از ۲۴ ساعت از قرار گرفتن ایمیل در صندوق دریافت،
پیام ها دیگر شانس باز شدن ندارند





۴.۵۱٪

بر روی آنها

کلیک شده است

۱۸.۵۸٪

از ایمیل ها باز شده اند



در سال ۲۰۱۳ به صورت میانگین



۶.۶۷٪

بر روی آنها

کلیک شده است

۲۳.۰۷٪

از ایمیل ها باز شده اند



در سال ۲۰۱۲ به صورت میانگین



ایمیل های خود کار نسبت به خبرنامه های استاندارد، ۲۴٪ بیشتر باز شده اند و ۴۷٪ بیشتر کلیک شده اند

سلام



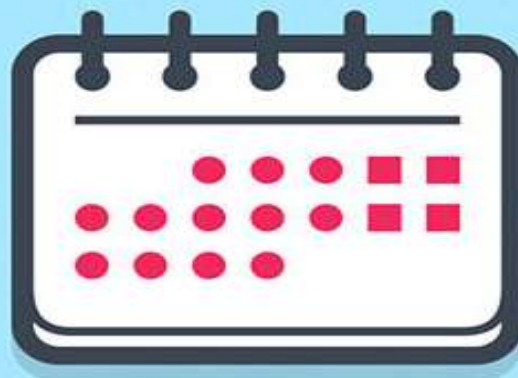
پیام های ارسالی در روز تایید عضویت به لیست شما،
به میزان ۶۷٪ بازو
به میزان شگفت انگیز ۳۷٪ کلیک می شوند

میانگین پاسخگوی خود کار دوره ای

شامل



طی



۸۳٪ از بازاریابان کمتر از ۱۰ پیام در پاسخگویی خود کار به صورت خود کار خود دارند و
۷۹٪ این دوره ها کمتر از ۳۰ روز می باشد

نکاتے که باید به خاطر داشته باشید

در سیستم پاسخگویی خود کار دوره ای ، پیام اولیه بهترین تاثیر را دارد
با گذشت زمان از اشتراک ، تعامل رفته رفته محو می شود
از قراردادن پیام های متعدد در سیستم های خود کار پاسخگویی ، اجتناب کنید

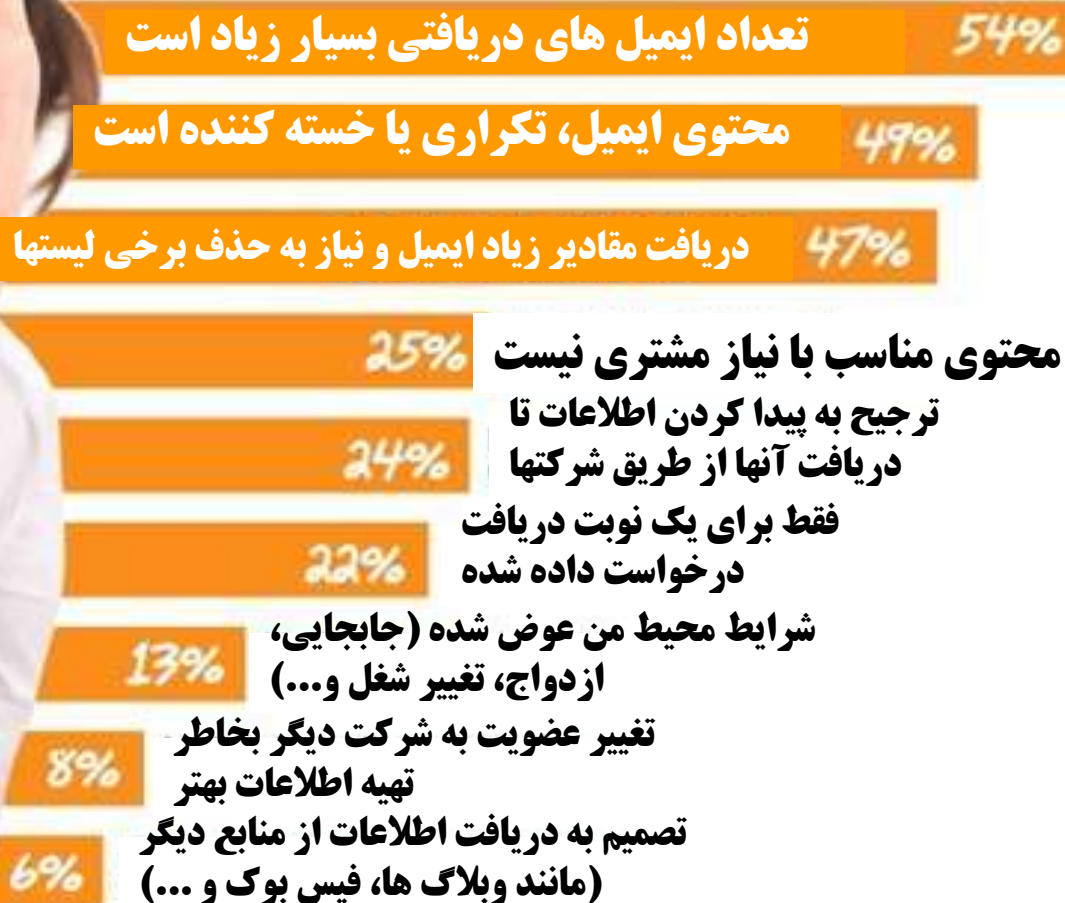


دلایلی که مشتریان از لیست ایمیل انصراف میدهند:

www.timetochange.ir



REASONS PEOPLE UNSUBSCRIBE
FROM PERMISSION EMAILS

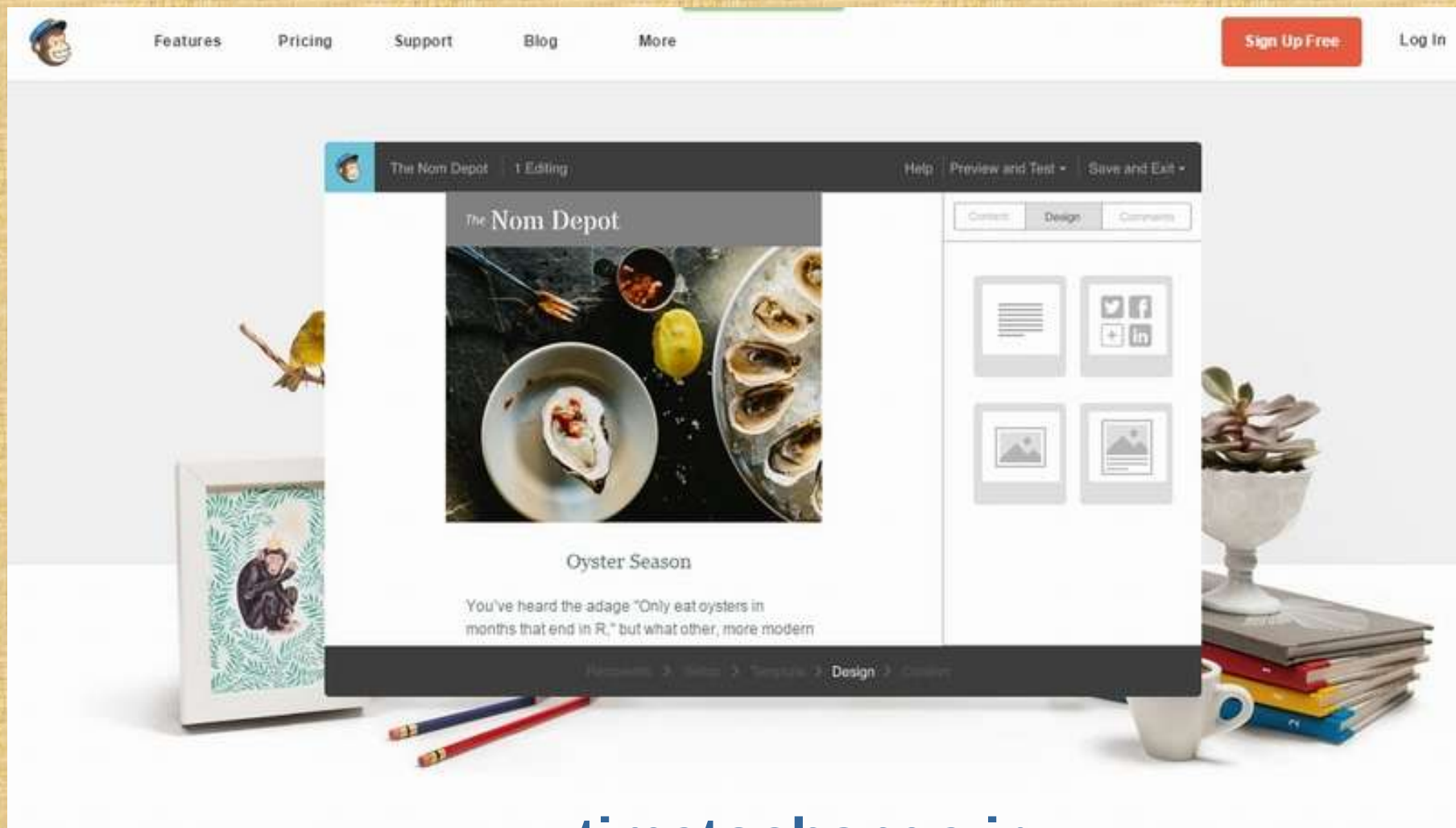


معرفی سایتهای ارائه دهنده خدمات ایمیل مارکتینگ

۱- mailchimp ☐

<http://mailchimp.com> ☐

☐ یکی از متداولترین و بهترین برنامه های ایمیل مارکتینگ که با عضویت در آن میتوانید از بسیاری از خدمات آن به صورت رایگان استفاده کنید. MailChimp برای افراد مبتدی بسیار ایده آل است. این برنامه برای تا ۲۰۰۰ نشانی را به صورت رایگان ارسال میکند و شما میتوانید تا ۱۲۰۰۰ ایمیل در ماه رایگان بفرستید. البته امکانات کامل این سایت به صورت پولی می باشد.



www.timetochange.ir

constantcontact ☐

<http://www.constantcontact.com/index.jsp> ☐

☐ هر کسی که با ایمیل مارکتینگ آشناست نام constantcontact را شنیده است. دارای امکانات و قابلیت‌های فراوان برای بازاریابی ایمیلی می باشد. که با مبلغ ۱۵ دلار در ماه قابل استفاده است. شما میتوانید از نسخه رایگان این سایت به مدت ۶۰ روز بهره ببرید.



Marketing success starts with Toolkit.

Email marketing, and everything else you need. In one easy place.

Try Toolkit Free

or Buy Now »

Start with email marketing or go beyond the inbox with Toolkit.



Email marketing

Send and track beautiful, professional-looking emails.

Tell me more



Email and more

Connect to your customers with email, events, surveys, promotions, and on Facebook.

Tell me more

Campaigner

<http://www.campaigner.com> ☐

- ☐ این سایت نسخه ای ۳۰ روزه رایگان جهت آشنایی با قابلیت‌های برنامه های آن به شما ارائه میکند. بنابراین شما میتوانید قبل از خرید آن با تمامی امکانات سایت دسترسی داشته باشید.
- ☐ ارائه مطالب آموزشی و کاربردی از جمله مزایای عضویت در سایت می باشد.

Beginner

Professional

How It Works

Pricing

Solutions

Search Campaigner

Create, Launch and Track Email Marketing Campaigns

- ▶ Target segmented lists to achieve higher ROIs
- ▶ A/B split test to send the best results
- ▶ Leverage automations for your drip campaigns

LEARN MORE

START TRIAL NOW



Beginner Help

- ▶ New to Email Marketing?
- ▶ How Much Does it Cost?



How Campaigner Works
for Beginners

Professional Links

- ▶ Advanced Features
- ▶ Pricing



How Campaigner Works
for Professionals

What's New at Campaigner?

- ▶ Campaigner Wins Stevie Award for Outstanding Customer Service!
- ▶ Infographic: Fall into Marketing Success

START YOUR FREE NO-RISK TRIAL NOW!

No setup fees. Cancel anytime.
Free 24/7 Customer Support

dotMailer

<http://www.dotmailer.com/> ☐

☐ استفاده از امکانات این سایت بسیار آسان و راحت می باشد.

☐ دارای قابلیت های استفاده پولی و رایگان می باشد که در نوع رایگان میتوان تا ۵۰۰ ارسال ایمیل داشته باشید.

Email Marketing. Evolved.

Simple and fast, powerful and sophisticated - the email marketing automation platform that transforms your vision into reality.

Watch a Platform Tour

This site uses cookies to improve your user experience. By using this site you agree to these cookies being set. To find out more see our [cookies policy](#)

OK, hide this message

چند سایت برای ایمیل مارکتینگ:

<https://mailchi.in/> ☐

<https://www.mailerlite.com/ir/> ☐

<http://mailer.karzar.ir/> ☐

THINK

DO

BE

POSITIVE

۵ راهکار بسیار مهم در ایمیل مارکتینگ

1 تلفن همراه و گوشی های هوشمند



امروزه تلفن همراه و گوشی های هوشمند بیشتر از دسکتاپ برای باز کردن ایمیل های ارسالی شما استفاده می شود . کاربران در حال حاضر بیشتر ایمیل های خود را با گوشی خود چک می کنند .

2 استفاده از تمپلیت های ساده در ارسال ایمیل

سعی کنیم در طرح های ارسال ایمیل
از درهم و برهم بودن بپرهیزیم .
و از تصاویر کمتر در ارسال ایمیل استفاده کنیم
در ضمن یادتان باشد که ایمیل هایی در
بین کاربران انگشت پسند می باشد که تک ستونه باشد





3 به اشتراک گذاری

دکمه های به اشتراک گذاشتن در رسانه های اجتماعی به راحتی در ایمیل های ارسالی در دسترس کاربران قرار دهید. این عملکرد بسیار قانع کننده است برای کاربران که مطالب شما را در شبکه های اجتماعی به اشتراک بگذارند

4 مشاوره های تخصصی

سعی کنیم با مشتری یک ارتباط دوستانه ایجاد کنیم و به آنان مشاوره های تخصصی بدهیم از قبیل اخبار صنعت و یا سایر اطلاعات آموزنده و مفید که نیاز مشتری را برآورده سازد.



6 ایجاد ثبت نام راحت ایمیل

این نکته را فراموش نکنید که هر چقدر فرم ثبت نام خود را آسان و راحت کنید می توانید کاربران زیادی را جذب کنید .



بازاریابی رسانه‌های اجتماعی



بازاریابی شبکه‌های اجتماعی

Social Media Marketing با شبکه اجتماعی یکی از روش‌های بازاریابی اینترنتی می‌باشد. در این روش از بازاریابی، شرکتها و فروشندگها باید در شبکه‌های اجتماعی عضو شوند و با انتشار محتوای، تصاویر، ویدیو و کمک گرفتن از سایر امکاناتی که در این شبکه‌ها وجود دارد نظر دیگر اعضای حاضر در این شبکه‌ها رو به خود جلب کنند و آنها را برای بازدید از وب سایت و خرید کالا و خدمات ترغیب کنند.





شبکه‌های اجتماعی بدون توجه به اندازه شرکتها، می‌توانند ارزش ببرند
هر شرکتی را تنها با لایک زدن بالا ببرند.

معمولاً شش ماه طول می‌کشد تا به نتایج حاصل از **SEO** دست یابید و
میزان بازدید از سایت شما افزوده شود.

راهکار سریعتر، استفاده از تکنیکهای بازاریابی شبکه‌های اجتماعی
است. مردم در شبکه‌های اجتماعی معاشرت می‌کنند، فعالیت‌های
اجتماعی دارند و شبکه‌های خود را به صورت آنلاین افزایش
می‌دهند. شبکه‌های اجتماعی ترافیک بسیار بالایی ایجاد می‌کنند.



قراردادن محصول یا برند در مقابل دیدگان میلیونها نفر کاربر فعال در شبکه‌های اجتماعی، استراتژی بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی است. شبکه‌های اجتماعی پلت فرمهایی برای شما فراهم می‌کنند تا در آنها بیافرینید و در مورد کسب و کار خود زمزمه‌هایی را به وجود می‌آورید و در نهایت به نتایج سریعتری در برنامه بازاریابی خود دست یابید. این راهکار همچنین بر کیفیت لینکهای ورودی وب سایت شما می‌افزاید، ترافیک وب سایت را بالا می‌برد و به شما امکان کنترل بیشتری بر فرایند ایجاد تصویر از برندتان می‌بخشد.

مزایای بازاریابی با شبکه‌های اجتماعی

تقریباً می‌توان همه اقشار جامعه را در این شبکه‌ها پیدا کرد. محبوبیت شما در این شبکه‌ها بر رنکینگ وب سایت شما در موتورهای جستجو تاثیر گذار است.

می‌توانید به پرسشهای کاربران پاسخ دهید و با آنها ارتباط نزدیک برقرار کنید.

با انتشار یک تصویر، ویدیو یا مطلب جذاب می‌تواند هزاران هوادار برای خود دست و پا کنید.

فعالیت در این شبکه‌ها باعث میشود افراد زیادی لینک محصولات شما را در پروفایل خود ببینند.

معایب بازاریابی با شبکه های اجتماعی

تعداد زیادی شبکه اجتماعی وجود دارد که هر کدام ویژگیهای مخصوص به خود را دارد.

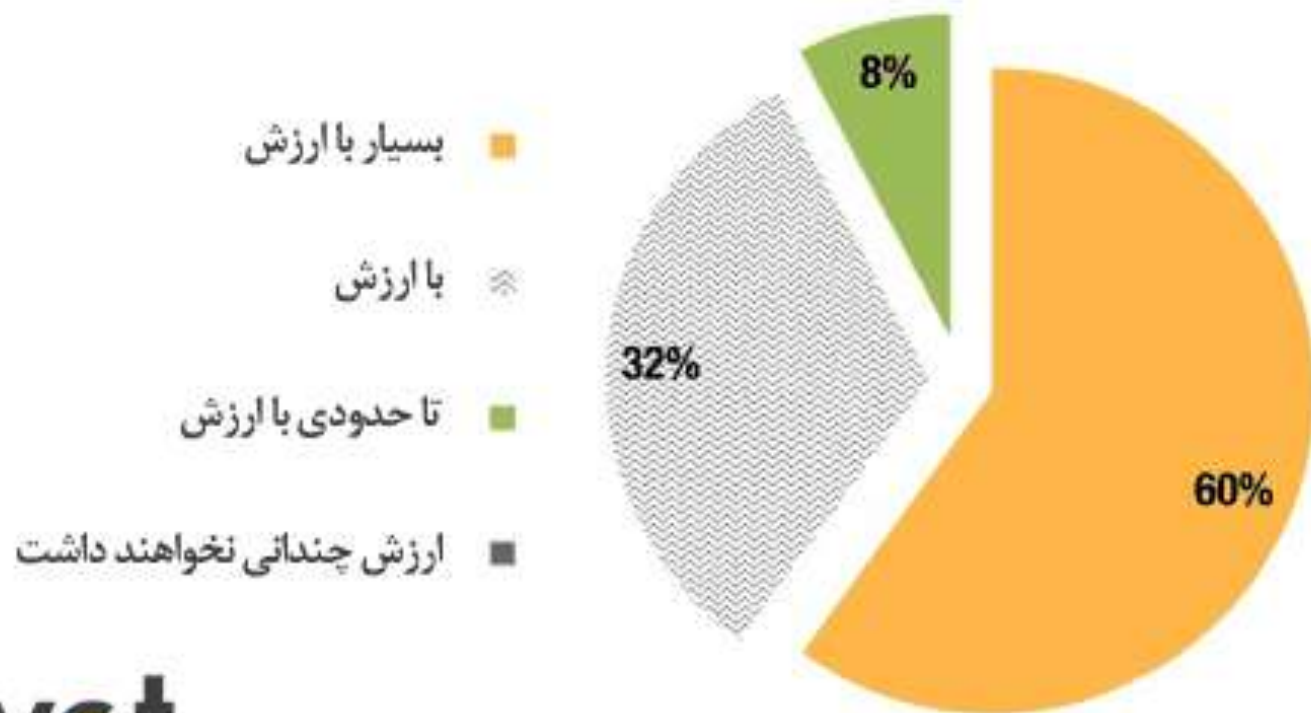
برای بازاریابی موثر در این شبکه ها باید حداقل یک ساعت در روز را به این کار اختصاص دهید.

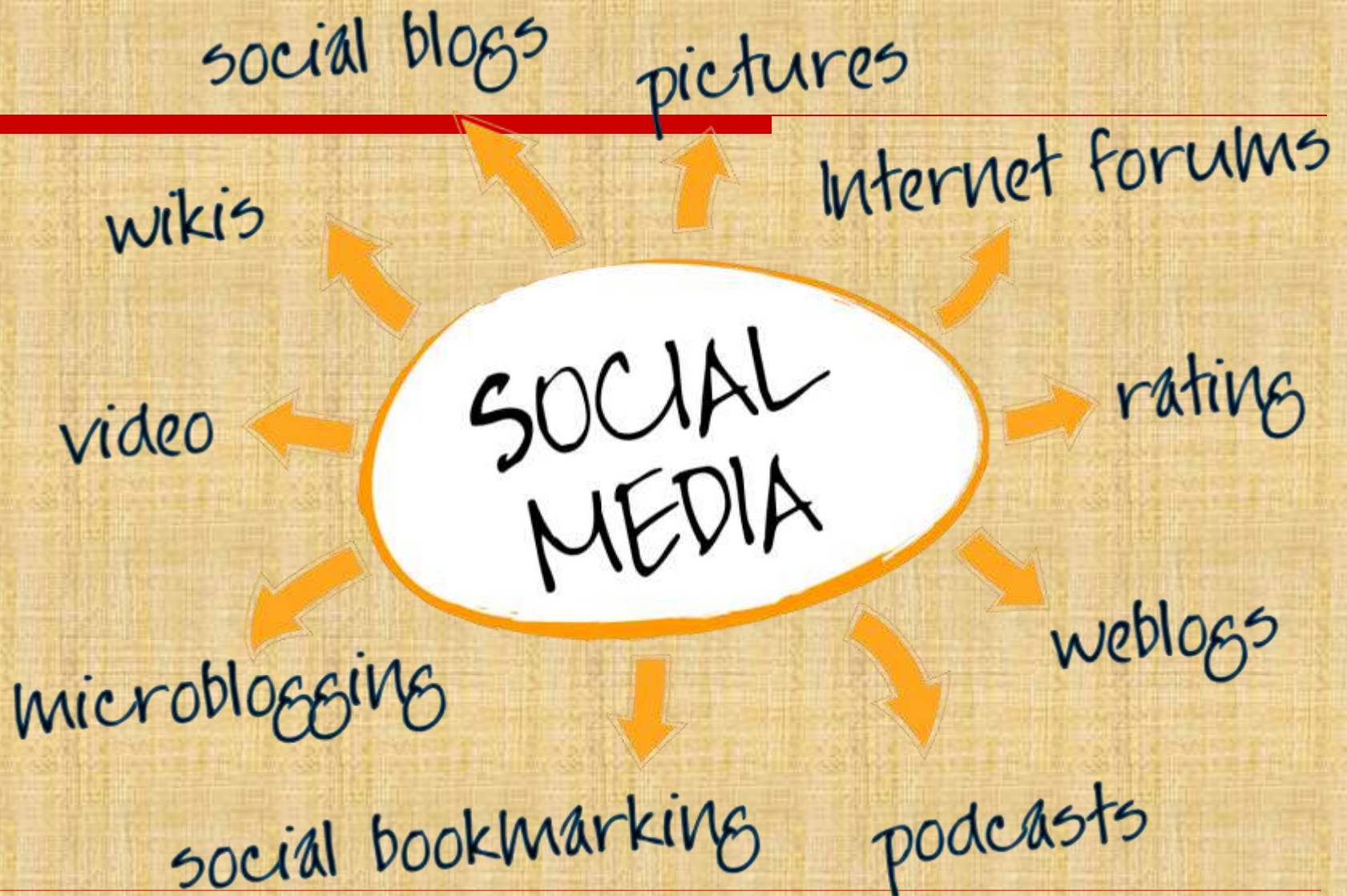
کاربران در این شبکه ها عقاید متفاوتی دارند و هر مطلبی را به اشتراک نمی گذارند.

اکثر مطالبی که در این شبکه به اشتراک می گذارید مطالعه نمی شود.
برای فعالیتهای تخصصی، مخاطبان شما بندرت به پروفایل خود در این شبکه ها سر بزنند.

بسیاری از صاحبان کسب و کارها، معتقدند که تبلیغات اجتماعی برای کسب و کارشان بسیار مفید و با ارزش است:

سوال: بدون در نظر گرفتن سطح رضایتمندی شما از روش های تبلیغاتی قبلی تان، به نظر شما مزایای تبلیغات اجتماعی آنالیز به چه میزان بر شرکت و کسب و کار شما در 2 سال آینده اثر خواهد گذاشت؟





۲۳ نوع سایت رسانه اجتماعی

● Blogs : TypePad , Blogger

- Social Networking Sites : Facebook, MySpace, Friendster

• Social News: Digg, PopURLs

■ Social Measuring : Technorati, BlogPulse

- Microblogging : Twitter

• Social Bookmarking : Delicious, Diigo

● Social Q&A : Answers.com, Yahoo! Answers

- Video Sharing : YouTube, Vimeo

Photo Sharing : [Flickr](#), [PhotoBucket](#)

- Social Search : Google, Yahoo!

- Professional Networks : Rolodex, LinkedIn, Plaxo

Comment Communities : Disqus

● Social Email : Google Buzz, Darren Rowse

- **Niche Communities** : list of social media niche sites

Regional Social Media Sites

Podcasting Communities: Blubrry.com

- Blog Networks : Gawker, b2Media

- Blogging Communities : BlogHer, LiveJournal

- Presentation-sharing Sites : SlideShare

Content-driven Communities : Wikipedia

- Product-based Communities: Ebay, Amazon.com

• Review & Recommendation Sites : Shelfari, TripAdvisor

- **Social Media Sites that Defy Definition:** Squidoo, StumbleUpon





Email address

Password [Forgot your password?](#)

Sign In

Connect, share ideas, and discover opportunities.



Get started – it's free.

Registration takes less than 2 minutes.

First name

Last name

Email address

.....

By clicking Join Now, you agree to LinkedIn's [User Agreement](#), [Privacy Policy](#) and [Cookie Policy](#).

Join now

Find a colleague:

First name

Last name

Search

LinkedIn member directory: [a](#) [b](#) [c](#) [d](#) [e](#) [f](#) [g](#) [h](#) [i](#) [j](#) [k](#) [l](#) [m](#) [n](#) [o](#) [p](#) [q](#) [r](#) [s](#) [t](#) [u](#) [v](#) [w](#) [x](#) [y](#) [z](#) [more](#) | [Browse members by country](#)

[→](#) [↺](#) [https://www.linkedin.com/profile/view?id=267606074&trk=nav_responsive_tab_profile_pic](#) [☆](#) [↻](#)



Search for people, jobs, companies, and more... 

Advanced    

Home Profile Connections Jobs Interests Business Services Upgrade



Make your profile stand out with a custom background
Try an image that represents your school, profession, or cause you care about.
Recommended size: at least 1400 x 425 pixels 



sasan jafarnia
e marketing at eLearning Center of Iran TVTO
Iran | Design

Current eLearning Center of Iran TVTO
Previous sabziran agriculture institute
Education emamreza

[Complete your profile](#) [Edit](#) 

81
connections

 [ir.linkedin.com/pub/sasan-jafarnia/75/754/762/](#) [Contact Info](#)

Background

 Experience
e marketing
eLearning Center of Iran TVTO 

People You May Know

    [<](#) [>](#)

Ali M **2nd**
mechanical designer
[Connect](#) •  2



Instagram

Log in

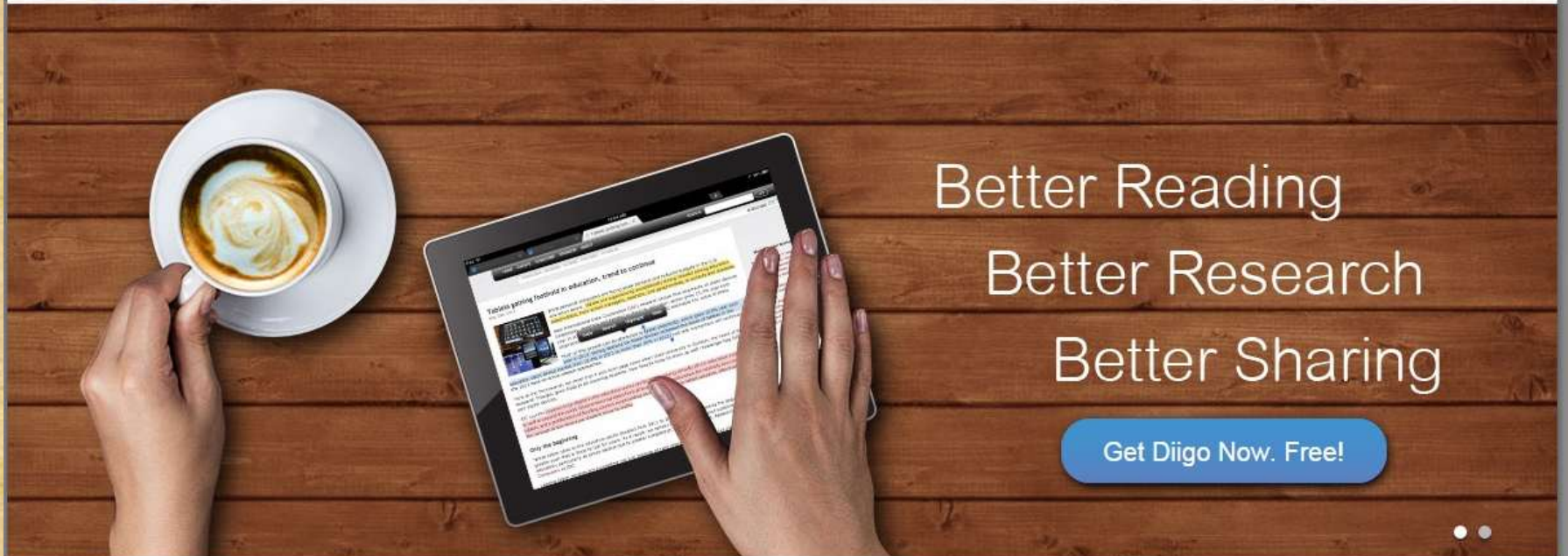
Capture and Share the World's Moments

Instagram is a **fast**, **beautiful** and **fun** way to share your life with friends and family.

Take a picture or video, choose a filter to transform its look and feel, then post to Instagram — it's that easy. You can even share to Facebook, Twitter, Tumblr and more. It's a new way to see the world.

Oh yeah, did we mention it's free?





Better Reading
Better Research
Better Sharing

Get Diigo Now. Free!

Diigo is a *multi-tool* for
knowledge management



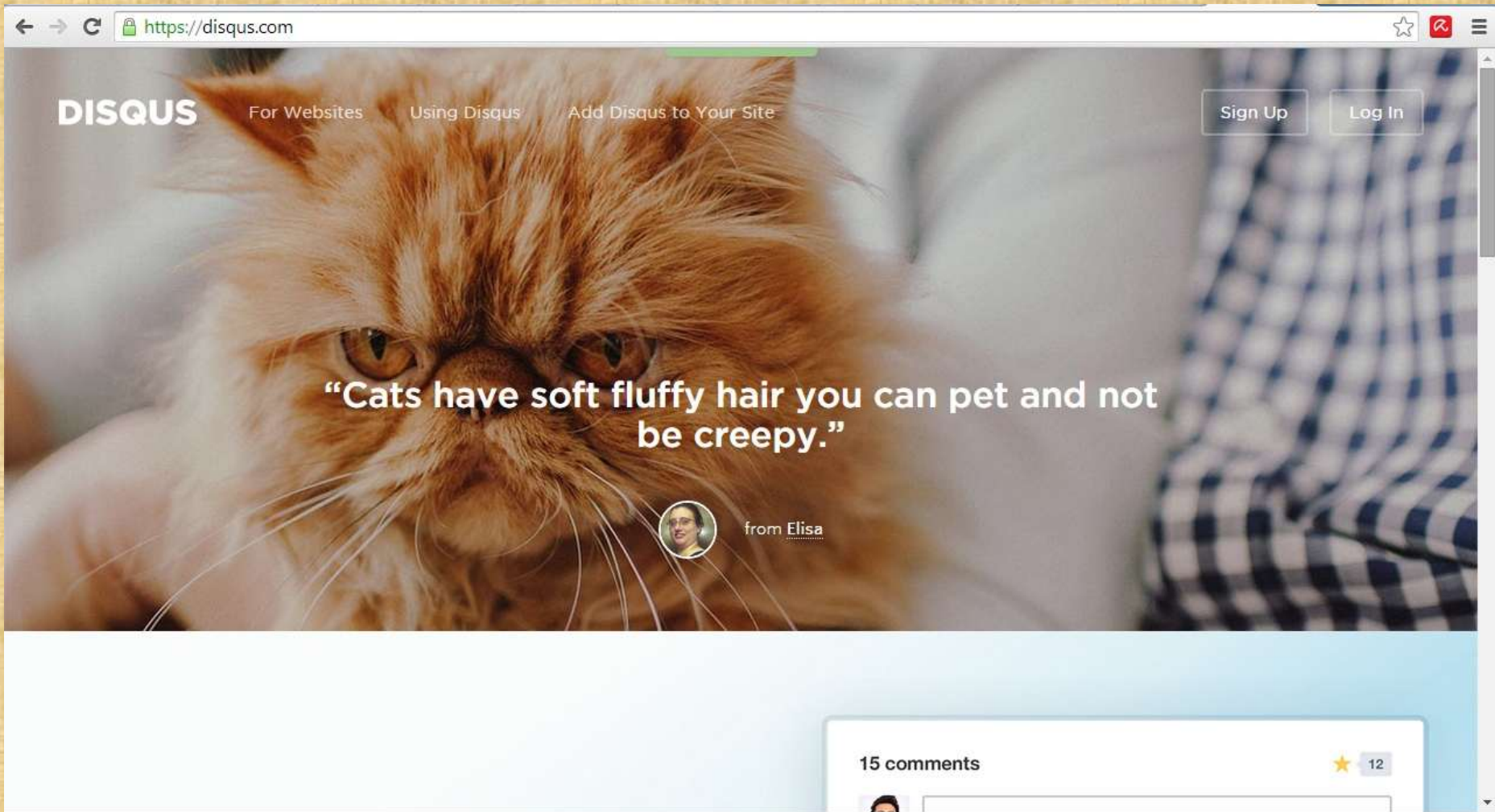


Too Much To Read? Information Overload?

Get Diigo Now. Free!

Diigo is a *multi-tool* for
knowledge management





← → ↺ www.slideshare.net

slideshare | Explore | Search | Upload | [User Profile]

sasan, create a fun look back of your professional journey

in | Get Started

Today's Top SlideShares

The 7 Awesome Ways GoPro WINS in the Sharing Economy



Graham Brown (mobileYouth)

7 Ways GoPro Wins in the Sharin...

991 views

We asked 396 Americans about their holiday gift-buying behavior by using SurveyMonkey Audience



SurveyMonkey

What Holiday Shoppers Want Today

1 083 views

10 Things that only existed in Sci-fi Movies



CREAX

10 Things That Only Existed in Sci...

1 283 views



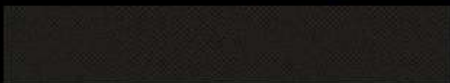
Masters of Modern Technology
1 877 210 7664



PORTFOLIO



ABOUT



**YOU
CAN
MAKE A
DIFFERENCE**



I WILL

I WILL

I WILL

I WILL

I WILL

I WILL

I WILL

I WILL

I WILL

شبکه های اجتماعی معروف

فیسبوک: پر طرفدار ترین شبکه اجتماعی جهان می باشد که حدود یک میلیارد نفر از کاربران اینترنت را به خود اختصاص داده است و برای اشتراک گذاری محتوا و ایجاد ارتباط با دوستان و اقوام دور و نزدیک بکار می رود.



توییتر: پس از فیسبوک اکثر کاربران از این شبکه اجتماعی برای انتشار مطالب مورد نظر خود از توییتر استفاده می کنند. محتوایی که در این شبکه منتشر می شود باید مختصر و مفید باشد.



یوتیوب: کاربران برای انتشار ویدیوهای خود در اینترنت از این شبکه اجتماعی استفاده می کنند. در این شبکه اجتماعی انواع ویدیوهای آموزشی و سرگرم کننده یافت می شود.

گوگل پلاس: یک شبکه اجتماعی مانند فیسبوک می باشد. این شبکه بیشتر بین وب مسترها محبوبیت دارد.



لینکداین: این شبکه برای ایجاد ارتباط بین متخصصین، تجار، کارآفرینان و مدیران شرکتها ایجاد شده است و محل مناسبی برای معرفی و شناساندن برند شرکتها و ایجاد ارتباط بین همکاران می باشد.



پینترست: یک شبکه اجتماعی بر پایه انتشار تصاویر می باشد. در صورتیکه تصاویر جذابی داشته باشید می توانید با انتشار آنها در این شبکه اجتماعی بازدیدکنندگان فراوانی را برای خود به ارمغان بیاورید.



www.pinterest.com



B2B vs. B2C

Which Social Platforms Are Most Important?

B2B

Named Most Important...

1. LinkedIn



2. Facebook



3. Twitter



4. Blogging



Other Findings...

- 89% of B2B marketers use Facebook
- B2B marketers are also focused on Google+



B2C

Named Most Important...

1. Facebook



2. Twitter



3. Blogging



4. LinkedIn



Other Findings...

- 97% of B2C marketers use Facebook
- B2C marketers are also focused on YouTube, Pinterest, and Instagram



YouTube



PINTEREST

SOCIAL SITE
THAT IS ALL ABOUT
DISCOVERY

LARGEST
OPPORTUNITIES



USERS ARE:

17% MALE

83% FEMALE

20
MILLION
ACTIVE USERS



TWITTER

MICRO BLOGGING
SOCIAL SITE
THAT LIMITS EACH
POST TO **140**
CHARACTERS

LARGEST
PENETRATION



BUT SPREADING
SLOWLY AND STEADILY

5,700 TWEETS
HAPPEN
EVERY
SECOND



241
MILLION
ACTIVE USERS



FACEBOOK

SOCIAL SHARING
SITE THAT HAS
1+ BILLION
USERS WORLDWIDE

LARGEST
OPPORTUNITIES



COMMUNICATING WITH
CONSUMERS
IN A NON-OBTRUSIVE WAY

USERS SHARE 
1 MILLION LINKS
EVERY 20 MINUTES

f
1+
BILLION
ACTIVE USERS



INSTAGRAM

SOCIAL SHARING
SITE ALL AROUND
PICTURES
AND NOW 15 SECOND
VIDEOS

MANY BRANDS
ARE PARTICIPATING
THROUGH THE USE OF
HASHTAGS

AND POSTING

PICTURES
CONSUMERS
CAN RELATE TO 

MOST FOLLOWED
BRAND IS
 **NATIONAL**
GEOGRAPHIC

200
MILLION
ACTIVE USERS



GOOGLE+

SOCIAL NETWORK
BUILT BY GOOGLE
THAT ALLOWS FOR
BRANDS
AND **USERS**
TO BUILD CIRCLES

 NOT AS MANY
BRANDS
ACTIVE,
BUT THE ONES THAT ARE
TEND TO BE A
GOOD FIT WITH A
GREAT FOLLOWING

25-35 YEAR
OLDS
ARE THE MOST
ACTIVE 

g+
540
MILLION
ACTIVE USERS



LINKEDIN

BUSINESS
ORIENTED
SOCIAL NETWORKING SITE

BRANDS THAT ARE
PARTICIPATING
ARE **CORPORATE**
BRANDS
GIVING POTENTIAL AND
CURRENT ASSOCIATES
A PLACE TO NETWORK
& **CONNECT**



POWERS
50% OF THE 
WORLD'S HIRES

in
300
MILLION
USERS

As a small business you have a limited amount of resources. Don't spread yourself thin trying to make an appearance on all the social networks out there. Find your audience, match your brand and pick the best fit(s).



Facebook

A central hub for brand news, users can create a fan page to share pictures, status updates and events.

Offers an easy way for brands to engage with users and comment on activity or updates.



Twitter

A microblogging service, twitter lets users send 140-character updates.

Great for news and customer questions – the fastest way to share and engage with consumers in real time



Pinterest

A social bookmarking site where users collect and share photos of their favorite events, interests and hobbies.

The third largest social networking site, Pinterest helps spread visual content quickly.



LinkedIn

A professional network that lets users connect with top industry influencers.

A great place to find likeminded professionals, discuss trends, search job boards and network.



YouTube

The go-to site for video on the web.

Dominated by user generated content, video clips, musical artists and micro-bloggers, youtube emphasizes "channels" for branded content.



Instagram

A mobile photo sharing app which lets users share on Twitter, Facebook, Tumblr and Flickr.

Recently introduced brand promoted posts.

Where's your target audience?

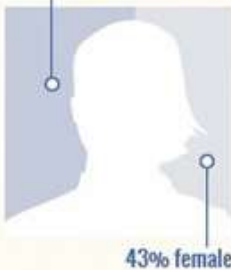
31% ages 25-34

23% ages 35-44

ages 45-54

Fastest growing demographic on both Facebook and Google+.

57% male



61% male



34% ages 25-34

The fastest growing demographic is on @twitter is the 55-64 year age bracket.



62



84% female



37% female

79% are over 35



Two new members join every second.



U.S. adults ages 18-34



68% female



32% male

Over 90% of users are under the age of 35



What's best for your business?

Best for Brick and Mortar

Brands that advertise fast moving consumer goods tend to do well on facebook, running contests and promotions



35% of Facebook Fans like a page so they can participate in contests.

Best for News & Instant Updates

A go to for news – 83% of users report seeing stories on twitter first.



It's the quickest way to gather feedback. Brands use twitter to generate discussion.

Best for Lifestyle Brands

On this sharing network 18% of content engagement on Pinterest is driven by brands, 82% by community.



47% of U.S. online consumers made a purchase from Pinterest recommendations.

Best for B2B Communication

This rapidly expanding network is a b2b dream.



Discussion and groups give professionals a place to discuss industry trends.

Daily users are less active, so keep your contests and questions to the more popular social media sites.

Best for Video Sharing

If you've been putting off adding video to your strategy, now's the time to give it a go.



Start with small with simple five-minute videos explaining what your company does or introducing your team.

Best for Fashion & Entertainment

Show off exclusive items and new creations.



This is an attractive platform for apparel, entertainment, and media brands focused on the 18-34 demographic.

General Tips for Getting Started



Set Goals

Increase your chances of success by setting goals. Example: Increase in social media presence in 3 months.



Measure what works

Pay attention to what works for you on each platform. Get the most shares on pictures? Great, create more similar content.



Connect!

Social media is all about connecting with your customers. Comment, answer questions, and engage your users whenever possible.



Keep it simple

Keep it short and sweet online. Don't overload your customers with information. Use compelling visuals.



Cross promote

Build brand strength by uniting with others.



Manage it all

Remember, social media is 24/7. Make sure you have someone ready whenever you may need to respond.

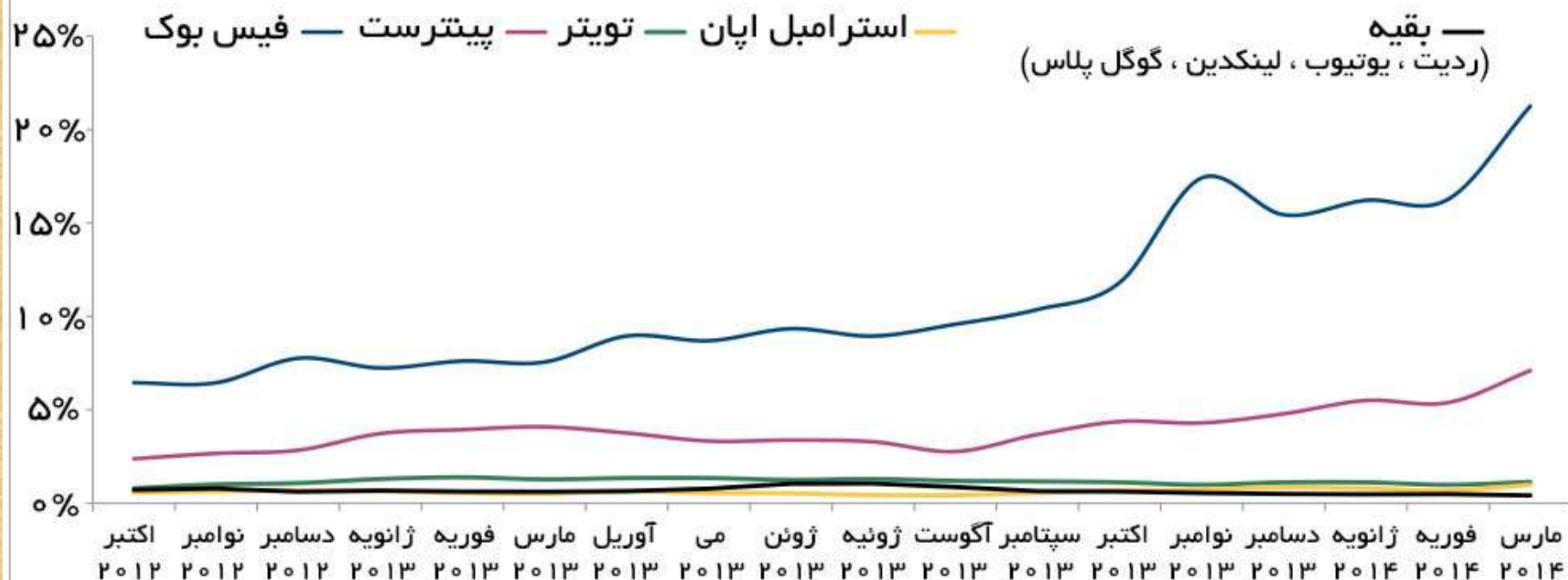
Social Media Site Comparison - Business / Brand Marketing

						
Main Industry Impact	B2C	B2B / B2C	B2B	B2C	B2C	B2C
Social Media Site Focus	Sharing of news, content, stories	Sharing of news, content, stories	Sharing of company and industry news/discussions	Sharing of news, content, stories	Sharing of informative and entertaining videos	Sharing of interesting products / websites
Company Brand Presence	Facebook Business Pages	Profile Page / Enhanced Profile Page	Company Pages Products and Recommendations Industry or Networking Groups	Google+ Page	Brand Channel and Custom Brand Channel	Boards
Viral Brand Exposure Opportunities	"Likes" or Comments on Content	Re-tweets of Follows	"Likes" or Comments on News, Group Discussions or Company Follows	Shares, Comments, +1's and Add to Circle Activity	Subscribe and Share Activity	Likes, Comments, Repins
Impact on Website Traffic	Direct links from content posted; eCommerce Store Apps	Direct links from content posted	Direct links from content posted	Direct links from content posted - Google+ Activity Influences Google Search Results	Direct links from content posted	Direct links from content posted
Advertising Opportunities	Facebook Ads Premium Ads Sponsored Stories	Promoted tweets Promoted Trends Promoted Accounts Enhanced Profile	LinkedIn Ads	n/a	Video Ads Reach Ads Display Ads	n/a

روند ارجاع بازدید از وب سایت از شبکه های اجتماعی

% سهم بازدید های وب سایت ها

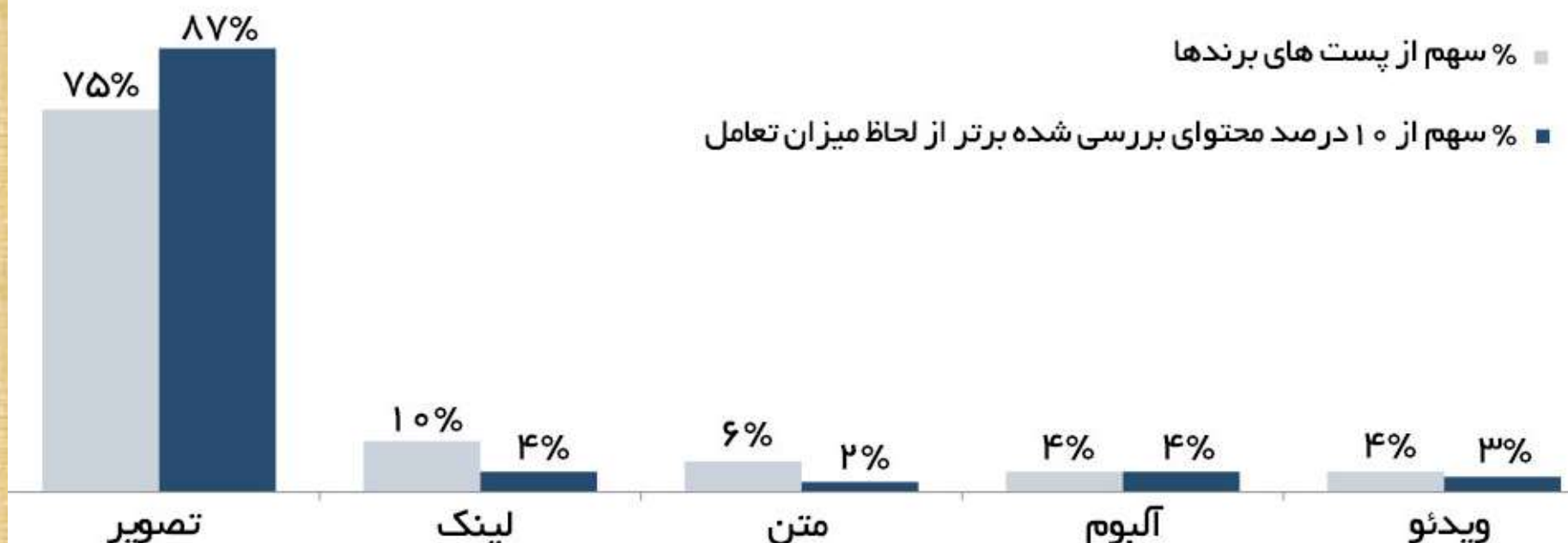
اکتبر ۲۰۱۲ تا مارس ۲۰۱۴



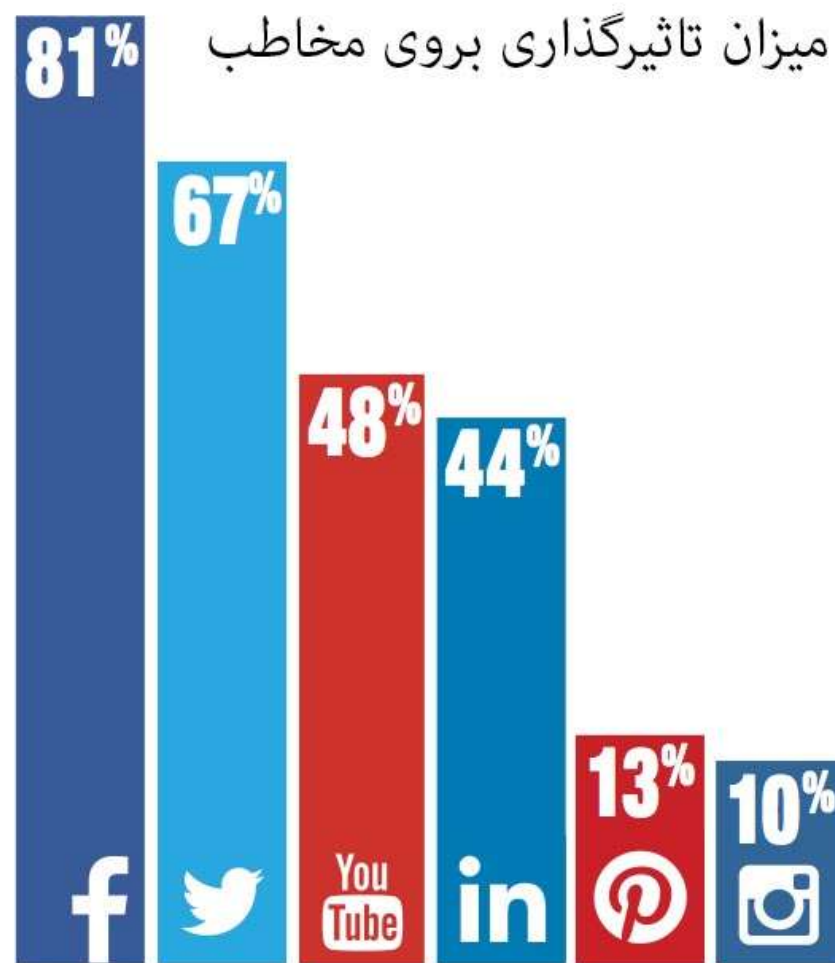
محبوب ترین و پر مشارکت ترین انواع پست های برندها در فیس بوک

بر مبنای بررسی ۱,۲۵۳,۸۴۰ پست از بیش از ۳۰,۰۰۰ صفحه در بازه زمانی ۲۴ فوریه و ۲۴ مارس ۲۰۱۴

آوریل ۲۰۱۴

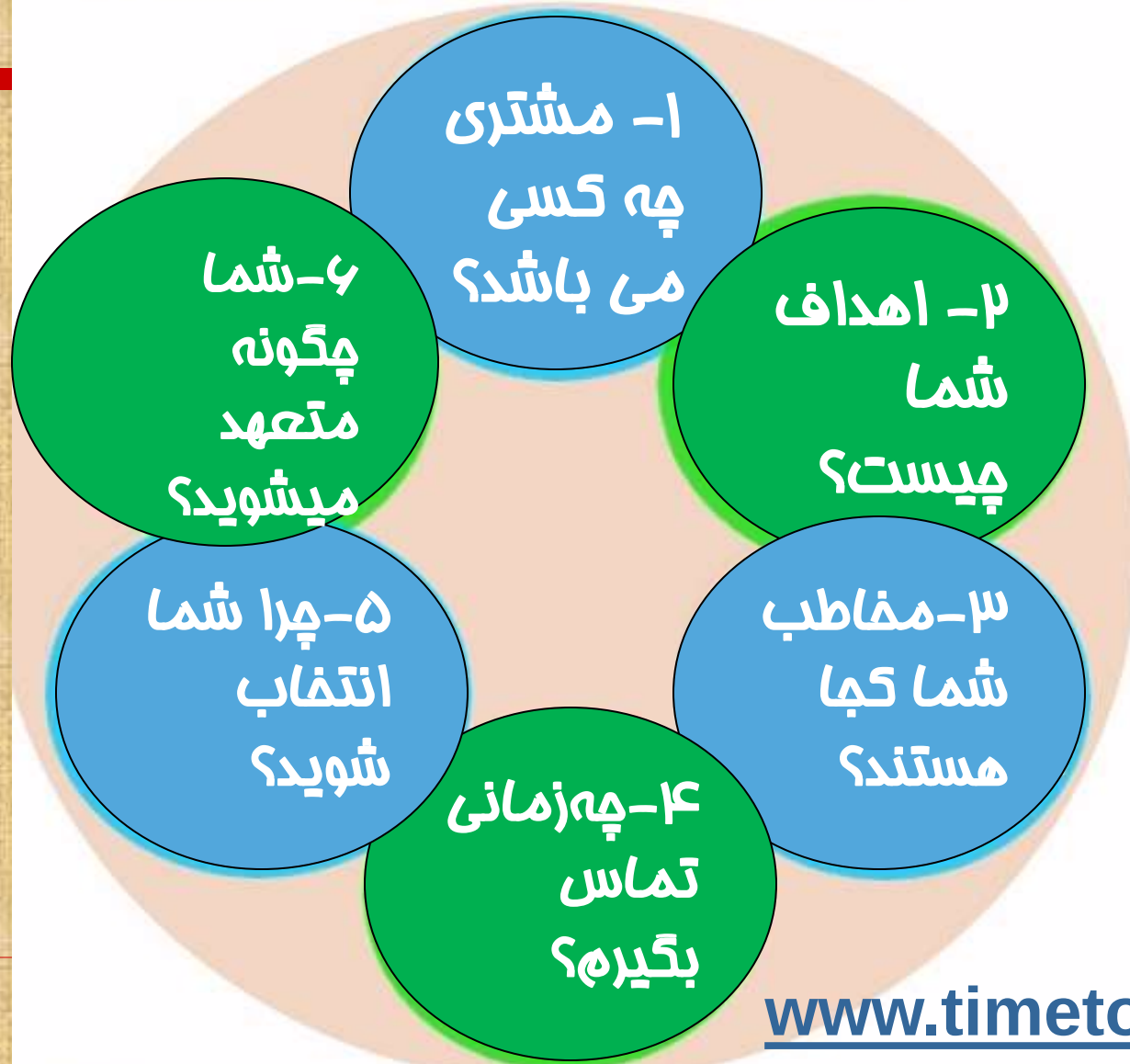


ارزش بالای پلت فرم های اجتماعی در بازاریابی کسب و کارهای کوچک





6 Elements of Social Media Strategy



You can do whatever you want,

If You Try!

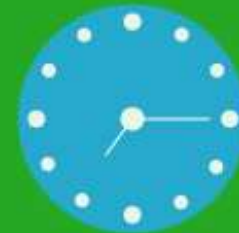


-Jackie



Best Times to Post on Social Media

00:00



Best times to post on social media as indicated by the icons:

Facebook: 

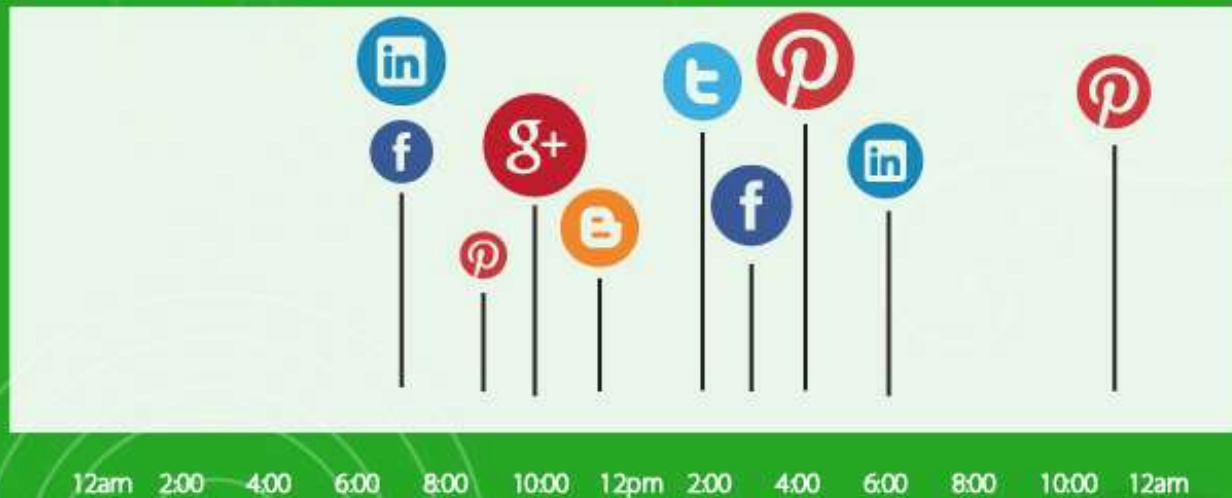
Twitter: 

Google+: 

Pinterest: 

LinkedIn: 

Blogs: 



Facebook Fast Facts:

- 751 million people use Facebook mobile
- 80% of mobile users check their phones early each morning
- People are not likely to check Facebook during work hours
- Facebook insights reveal the best times to address your audience

best times: weekdays 6-8am, 2-5pm
worst times: all weekends, 10pm-4am



12am 2:00 4:00 6:00 8:00 10:00 12am

Twitter Fast Facts:

- Unlike Facebook, Twitter engagement goes up 30% on weekends compared to weekdays

Quick Tips:

- Short tweets are more likely to receive engagement than tweets over 100 characters
- Ask for retweets and you will be far more likely to be retweeted
- Use two hashtags on each tweet for best results

best times: weekends, 1-3pm
worst times: 8pm-8am



12am 200 400 600 800 1000 12pm 200 400 600 800 1000 12am

Google+ Fast Facts:

- As with all posting, nighttime posts will perform the worst by far
- Analyze your Google+ page and your audience to determine the best time for you for best results

best times: 9am-11am
worst times: 6pm-7am

12am 200 400 600 800 1000 12pm 200 400 600 800 1000 12am



LinkedIn Fast Facts:

- LinkedIn is most often used right before and right after work hours
- Tuesday and Thursday typically receive the most social media traffic from businesspeople
- Posts during work hours receive less traffic

best times: 7-8:30am, 5-6pm

worst times: Mon and Fri, 9am-5pm



12am 2:00 4:00 6:00 8:00 10:00 12pm 2:00 4:00 6:00 8:00 10:00 12am

Pinterest Fast Facts:

- Pinterest appeals to the home decorator, party planner, hair stylist, and other DIY persons
- The average Pinterest visit is over 16 minutes - This makes the average visit duration longer than almost all other social media sites

best times: Sat morning, 2-4 & 8-11pm
worst times: 5-7pm, 1-7am



12am 200 400 600 800 1000 12pm 200 400 600 800 1000 12am

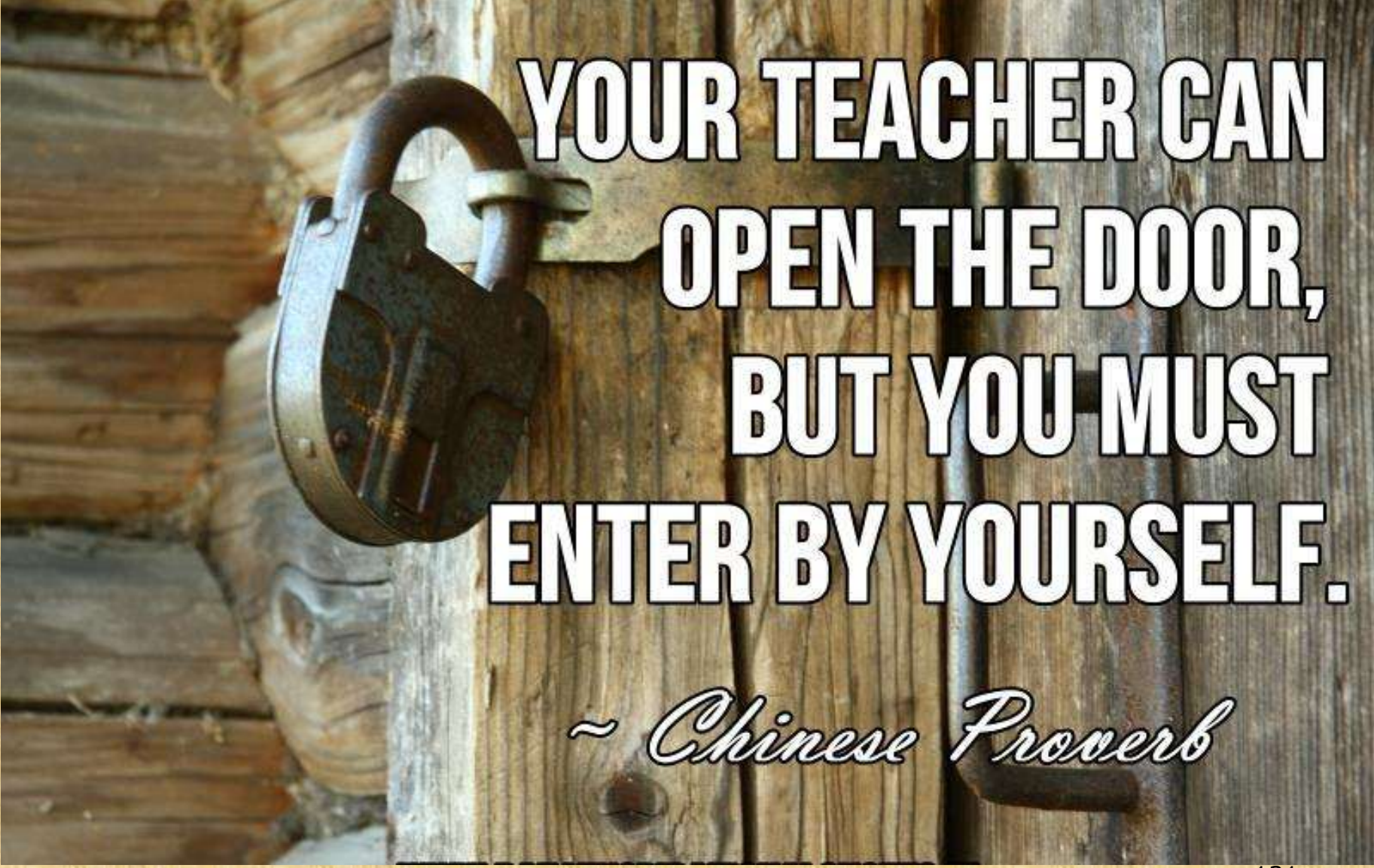
Blog Fast Facts:

- Blogs do best when posts are made regularly and consistently - For best results, post once per week, on the same day every week
- Research your audience and time your posts to that specific demographic
- Post links to your blog posts on social media using the times already addressed

best times: Mon, Fri, and Sat at 11am
worst times: 11pm-8am

12am 2:00 4:00 6:00 8:00 10:00 12pm 2:00 4:00 6:00 8:00 10:00 12am

Blogs

A rustic wooden door with a large, dark metal padlock hanging from the handle. The door is made of vertical wooden planks, and the padlock is a heavy-duty, dark-colored metal. The background is a light-colored wooden surface.

**YOUR TEACHER CAN
OPEN THE DOOR,
BUT YOU MUST
ENTER BY YOURSELF.**

~ Chinese Proverb

پیش بینی

(روندهای

شبکه اجتماعی

2014

1

سرمایه گذاری در رسانه های اجتماعی بسیار مهم است

رسانه های اجتماعی ابزاری قدرتمند هستند تا سازمانها را به مخاطبان هدف برسانند. با این اوصاف در سال ۲۰۱۴ این امر را موفقیت حیاتی می دانند .

2

تصاویر و ویدئو شبکه محوری موفق خواهد بود

در سال ۲۰۱۴ استفاده از محتوا و به اشتراک گذاری از طریق تصویر و فیلم به جای متن خیلی مورد استقبال قرار گرفته است. بدون شک ترکیب بصری در هر استراتژی ای موفق خواهد بود.

3

گوگل پلاس تبدیل به بزرگترین سوپر استار خواهد شد

گوگل قدرتمند ترین است و پیشگام موتور های جستجو در جهان است پس قطعاً شبکه اجتماعی گوگل نقش بیشتری در ازاریابی اینترنتی دارد از این رو گوگل پلاس یک فضای باز و ایده آل است ، به طوری که ازاریابی برای محصول و جذب ترافیک ساده تر و قوی می شود.

4

افزایش اپلیکیشن های اشتراک گذاری آسان

افزایش اپلیکیشن های کوچک مانند اینستاگرام ، تاک و برنامه snapchat در سال ۲۰۱۴ برای سهولت کار کاربران برای به اشتراک گذاشتن فیلم ها از طریق گوشی های هوشمند .

5

لینکدین به یک بازیکن حرفه ای و جدی در دنیای وب تبدیل شده است

با وجود بیش از ۲۳۸ میلیون کاربر، لینکدین به قطب اصلی بازاریابی جوامع مجازی در نوع بازاریابی با تولید کنندگان مبدل شده است. این تنها گزینه انتخاب واقعی یک فرد حرفه ای است. بنابراین پیشرفت ها برای پیوستن به معاملات تجاری بین تاجران لینکدین ارزشمند است.

نقشه جمعیتی رسانه های اجتماعی

چه کسی از چه سایتی استفاده می کند؟

راهنمای نشانه ها



DIGG سرخط آخرین اخبار، ویدئوها و تصاویر



STUMBLEUPON توصیه های شخصی برای کمک به شما در یافتن بهترین ها در وب



REDDIT دسترسی به اخبار آنلاین



FACEBOOK ارتباط و اشتراک گذاری با دوستان و افراد مرتبط در زندگی تان



LINKEDIN شبکه مبتنی بر روابط کاری



TWITTER اشتراک و یافتن آنچه که در حال حاضر در هر نقطه ایی از جهان در حال وقوع است



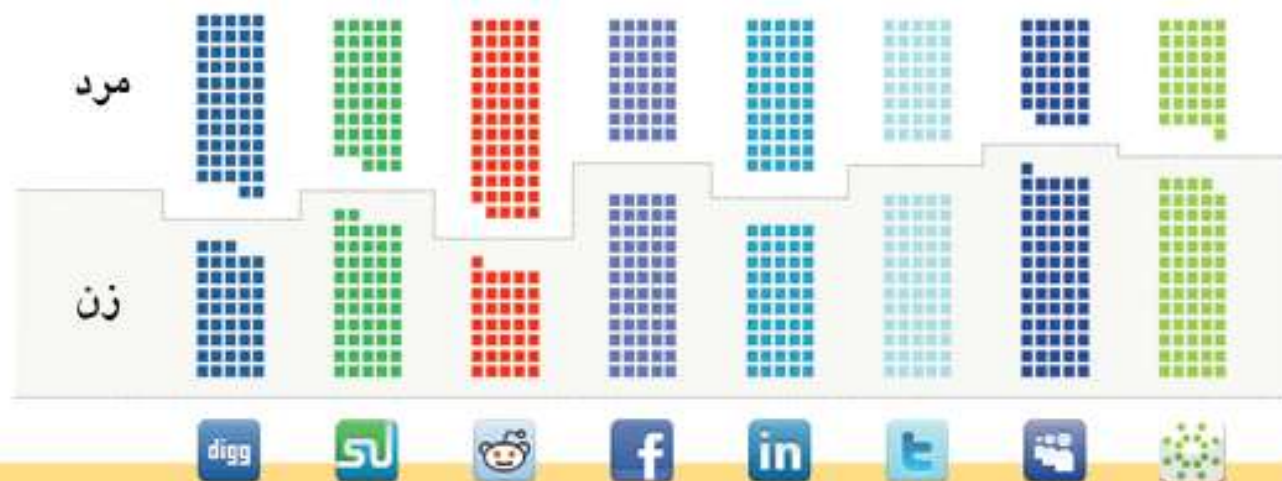
MYSPEACE مکانی برای دوستان



NING ساخت و ایجاد شبکه اجتماعی بر اساس علایق شخصی و احساسی

کلید راهنما

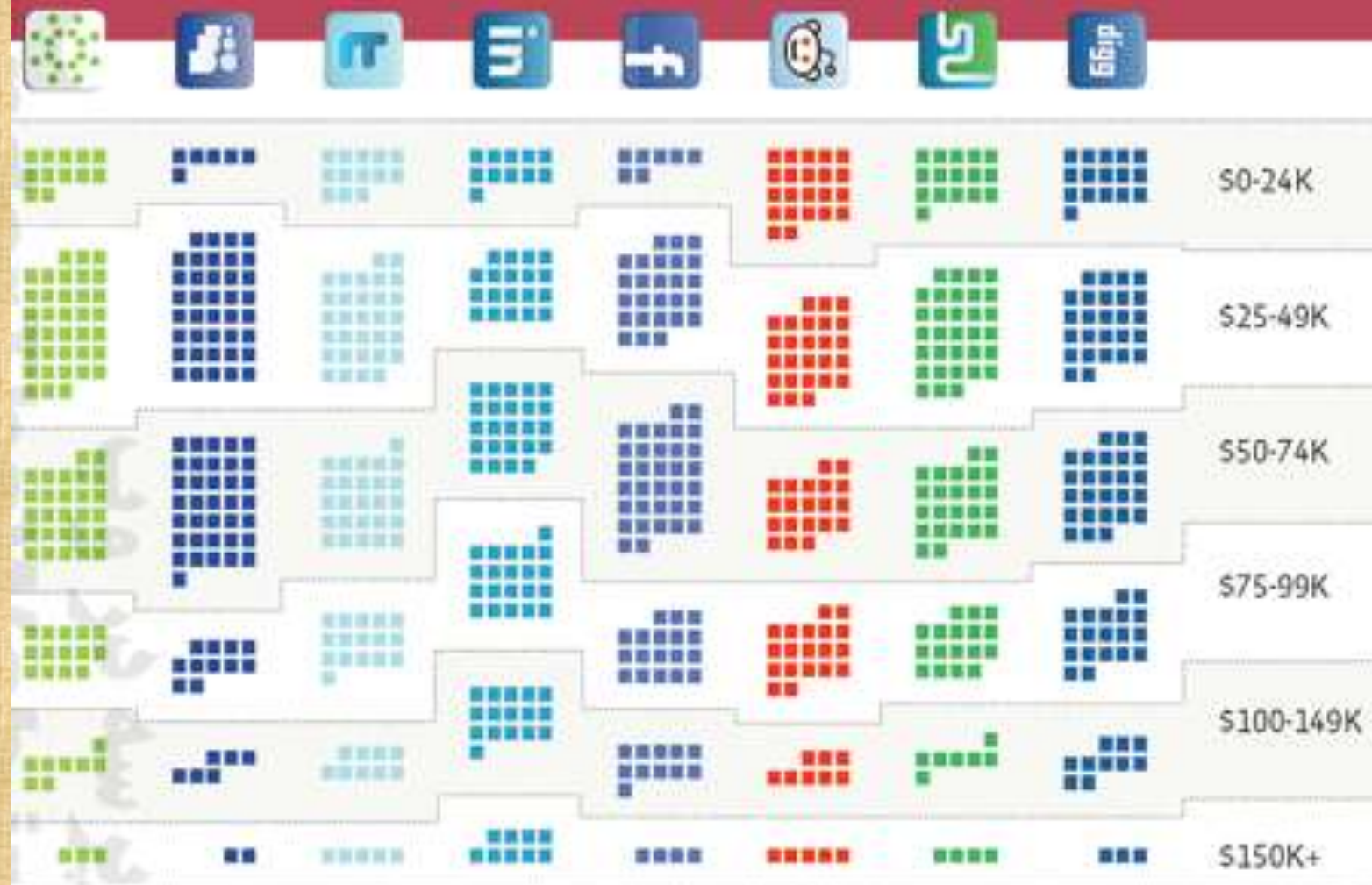
■ = 1%



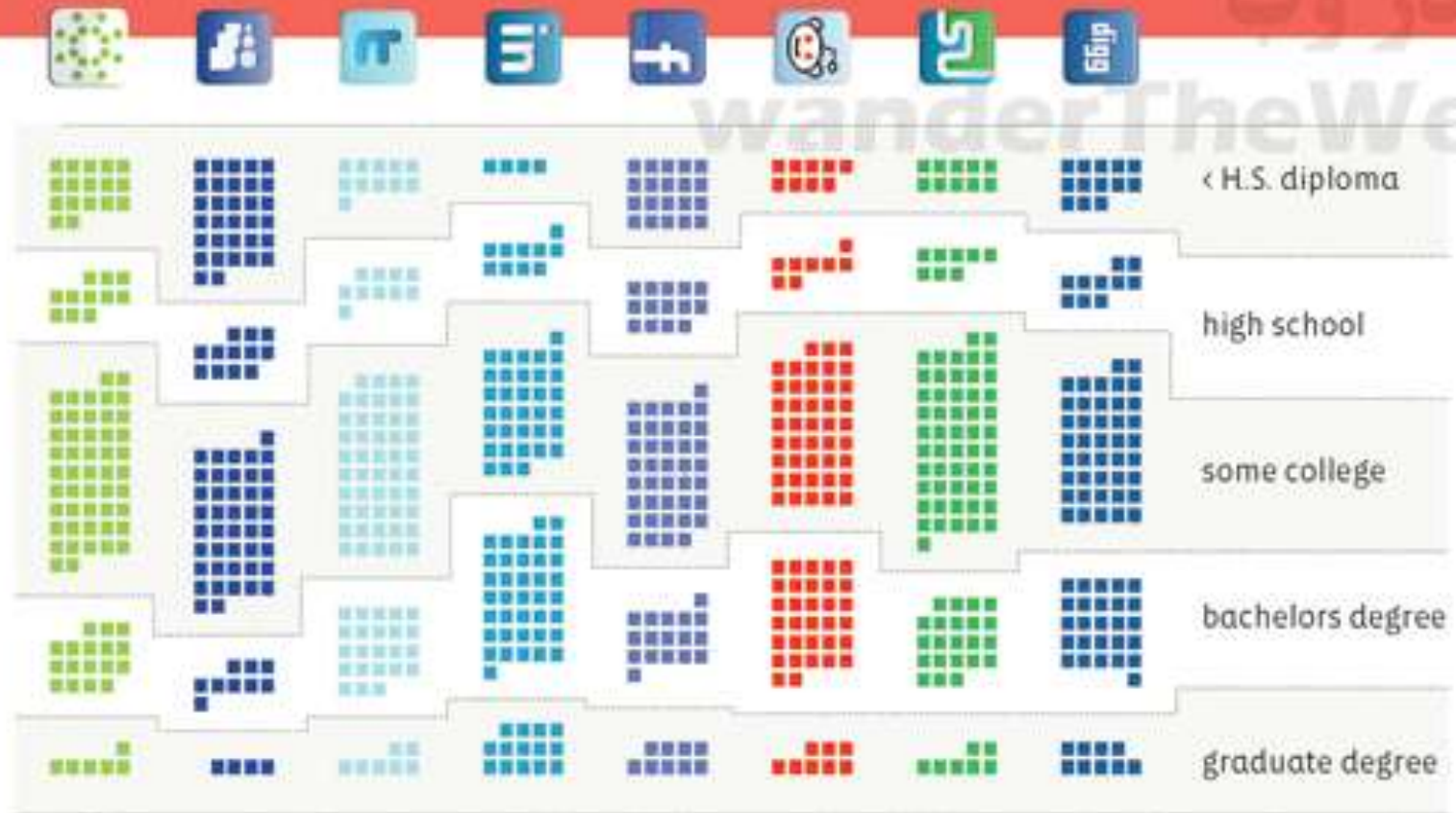
دسته بندی براساس جنسیت

«مدنی باشید با همه؛
اجتماعی باشید با بسیاری؛
آشنا باشید با چندی؛
دوست باشید با یکنفر؛
دشمن باشید با هیچ کس»
بنجامین فرانکلین

بر اساس میزان درآمد سالانه



بر اساس سطح تحصیلات



بر اساس سن



ع
ن
م
د
ا
ا
ن
د
م
د
ع



**“IF IT’S IMPORTANT TO YOU,
YOU WILL FIND A WAY...”**



...IF NOT, YOU WILL FIND AN EXCUSE”

Sensible
SOCIAL MEDIA CHECKLIST ☒ v 2.0
FOR BUSINESSES

BLOG POST



Write ___ new blog post(s) each week ☐



Target keywords:

1. _____

2. _____

3. _____



Share the link on FB, Twitter, LinkedIn and Google+ ☐

Pro Tip: Use your target keywords in post titles and blog content

facebook



Find and "Like" 5 new pages ☐ |

Post about 2 interesting topics related to our business ☐



Pro Tip: Don't forget to tag people and pages in your posts

Update our company page status daily ☐



Ask people to comment, like, or share posts ☐



Send at least 3 new tweets daily ☐

- Business related
- Promotional
- Fun & interesting
- Circulate our blog posts

Pro Tip: Add #hashtags so your posts appear in trending topics

Re-tweet 2 interesting tweets a day ☐



Follow 10 new people per week ☐



Update our company profile and status ☐



3 Follow new companies ☐

Ask for 1-2 recommendations per week ☐

Connect with 3-5 new people per week ☐



Pro Tip: Post relevant blog posts in groups in which you belong, and ask for feedback



Add 5 new people to our circles each week ☐



Offer a Google+ Hangout session for a related topic in our industry ☐

Share content at least twice a day to our personal Google+ profile & company page ☐

Pro Tip: make sure your posts are set to "Public" to reach maximum users/search

Host a monthly Google+ Hangout session for a topic in our industry* ☐

Share

* Use Google+ Events to publicize it



Add+

About ▾



the whole credit group

Each month, post product images and examples of our work from our company website as pins leading back to the site ☐

Add 1 new board that contains at least 6 new pins each week ☐



Edit



Pro Tip:
Always use keywords in your pin descriptions & board titles



Follow 5 new interesting and inspiring pin boards each week from other users related to our field ☐

You Tube

Subscribe to 3 new channels in our industry each week



 Find 3 new videos each week to share on Facebook, Twitter, & Google+



Pro Tip: Keep the videos relevant to your industry, but don't forget to sprinkle in some fun:



Plan a video that showcases an area of our businesses expertise



Have video capability at special events our company hosts or attends each month. Ask for brief interviews to post to YouTube







BEGINNER



1 Minute

Accept connection requests

Do you have pending LinkedIn connections?

A common misconception of LinkedIn is that you should only connect with people you know, or people you want to do business with right now.

LinkedIn can be used in many ways [promote events, recruit new staff, support your sales process and much more] so **why limit your connections?**



3 Minutes

Send a thank you message to new connections

Whether you know your new connection or not, **it is always good to thank them for connecting with you.** If you haven't met before this could be a good time to share a piece of content that you think they would find useful, or to tell them a little bit more about you.



- 1 Click **Accept**.
- 2 Click on the **Send a message** link.
- 3 Write your message (change the subject if you wish).
- 4 Click **Send Message**.

1 Minute

Request with 1 person

LinkedIn will continually prompt you to connect with people you may know.

Aim to connect with at least one person per day, and your network will be thriving in no time.



People You May Know can be found on your LinkedIn page



INTERMEDIATE



3 Minutes

Check who has viewed your profile.

This includes all potential leads or current connections who have recently viewed your LinkedIn profile. **These people may not be sales leads, employees or your employer, but they may be in the future!**



- 1 Send a customised message to acknowledge that you've noticed they have viewed your profile.
- 2 Explain what value you could add to the connection.

2 Minutes

Share Content

If you have written a recent blog post, add it to your profile. By doing this it won't decay in your newsfeed.

- 1 Edit your profile.
- 2 Go to **Background**.
- 3 Click
- 4 Add a link or upload a file.
- 5 **Share** with relevant LinkedIn Groups that you are connected with.



★★★ ADVANCED ★★★

3 Minutes

Share a piece of content and submit it to LinkedIn Today editors

If you think getting your content featured on LinkedIn Today is like seeing a unicorn, then think again!

Reach out to the Business Development team at LinkedIn and share your content with them. Email them on publisher@linkedin.com

IMPORTANT: There are a couple of things that LinkedIn will look for when choosing to publish a piece of content:

- Have you included a LinkedIn Share button on your site?
- Have you been sharing your content with your LinkedIn connections?

1 Minute

Comment on the status or content shared by a person in your network

Imagine you are at a party and someone from your network of friends is telling you about their recent job change or a blog post they have just written. The normal reaction is to comment on what they are telling you about... the same applies on LinkedIn!

Choose someone in your network and comment on their status or some content they have shared... **at least one a day!**

1 Minute

Organise a catch up with one of your contacts

This is the perfect time to **connect with someone that you haven't seen in a while... invite them for a coffee!**

LinkedIn is a great tool but you can't always land that deal without meeting in person.

Heading away on a business trip? It could be the perfect opportunity to catch up with someone from your network who lives in another state.

۷ برنامه پر کاربرد اینستاگرامی

اینستاگرام شبکه اجتماعی در حال رشدی است که سال گذشته از سوی فیس‌بوک خریداری شد و با داشتن ماهانه ۱۰۰ میلیون کاربر فعال روزی ۴۰ میلیون عکس از طریق آن به اشتراک گذاشته می‌شود.

جذابیت این برنامه تا آنجا پیش رفته است که در ایران هم کاربران از اقشار مختلف را وارد حلقه طرفداران خود کرده است.

لیست زیر شامل تعدادی از برنامه‌هایی است که در کنار اینستاگرام و برای بالابردن کارایی آن طراحی شده‌اند.



1. InstaTag :

اگر به دنبال بالابردن تعداد دنبال کنندگانتان هستید یا لایک‌های بیشتری می‌خواهید از هشتگ‌های بیشتری روی عکس‌هایتان استفاده کنید، اینستاگ به شما کمک میکند تا برچسب‌های بیشتری را بتوانید برای هر کدام از عکس‌هایتان استفاده کنید.

این برنامه برای سیستم عامل **iOS** طراحی شده است و برنامه مشابهی با نام **TagsForLikes** نیز برای دو سیستم عامل اندروید و **iOS** وجود دارد.

:InstaCommentor-2

این برنامه به شما اجازه می‌دهد نظرات دیگر کاربران و دنبال‌کنندگان را بهتر سازماندهی کنید. این برنامه تعداد کامنت‌های هر عکس و تعداد کامنت‌های پاسخ داده شده و بدون پاسخ را نشان می‌دهد و برای سیستم عامل **iOS** طراحی شده است.





:InstaFollow-3

بعضی وقتها ممکن است کنجکاو شوید که چه کسی از لیست دنبال کنندگان شما خارج شده است، چه کسانی به تازگی به این لیست اضافه شده‌اند.

این برنامه همچنین لیست افرادی را که به صورت یک طرفه شما را دنبال می‌کنند و یا شما آنها را دنبال می‌کنید را نیز نشان می‌دهد. این برنامه برای هر دو سیستم عامل اندروید و iOS قابل نصب است.

:InstaMessage-4

اگر نمی‌خواهید نظری را به صورت عمومی زیر یک عکس قرار دهید، این برنامه به شما کمک می‌کند که نظرتان را به صورت خصوصی به دیگر کاربران بفرستید.

همچنین به شما اجازه می‌دهد با کاربرانی که در منطقه ای نزدیک به شما هستند نیز ارتباط برقرار کنید. این اپلیکیشن نیز برای هر دو سیستم عامل اندروید و **iOS** طراحی شده است.





:Textgram-5

گاهی گذاشتن یک عکس به تنهایی نمی تواند تمام مطلبی را که در ذهن شما می گذرد بیان کند. پس می توانید با استفاده از این برنامه مطالبی را در قالب عکس روی اینستاگرام منتشر کنید. کلمه ها را تایپ کنید و سپس شکلک و جلوه به آن اضافه کرده و اندازه و طراحی خط را نیز تغییر دهید و در نهایت نتیجه را با دوستانتان به اشتراک بگذارید.

این برنامه برای سیستم عامل اندروید طراحی شده است اما در iOS نیز برنامه مشابهی را می توان پیدا کرد.

:InstaSize-6

اگر از اینکه مجبورید عکس‌های باارزشتان را برای قرار دادن در اینستاگرام ببرید ناراضی هستید، این برنامه را امتحان کنید. این برنامه به شما اجازه می‌دهد با تغییر سایز عکس دیگر مجبور به بریدن بخشی از آن نباشید.

InstaSize برای هر دو سیستم عامل اندروید و **iOS** قابل استفاده است.



: InstaPicFrame -7

گاهی ترکیب چند عکس مختلف بهتر از یک عکس ساده می‌تواند یک داستان را بیان کند. با استفاده از این برنامه چند عکس را در قالب یک عکس با یکدیگر ادغام کنید و سپس آن را به اشتراک بگذارید.

این برنامه تنها برای سیستم عامل اندروید طراحی شده است.





How to Use Colours In Your Visual Social Media Strategy

People Prefer Visuals



65%

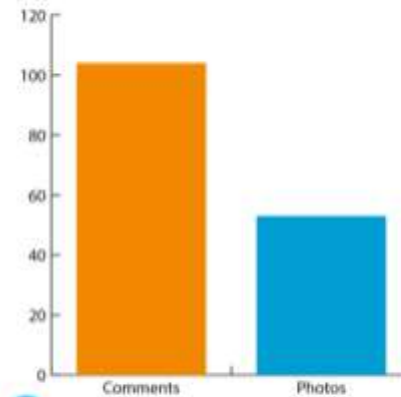
65% of people are visual learners.



92.6%

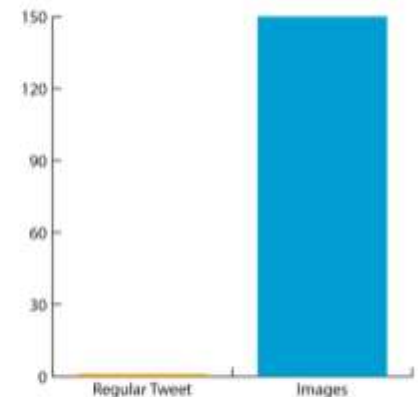
When making purchases 92.6% of people make decisions based on the visual factor.

Visuals Dominate Social Media



53%

Photos on Facebook get 53% more 'Likes' and 104% more comments.



150%

Images on Twitter get 150% more retweets.

The Influence of Colour



80%

Brand recognition increases by 80% with colour.



42%

Ads that are in colour get read up to 42% more frequently than the same ads in black and white.



Colour is the main reason for buying a product according to 85% of shoppers.

How to Share the Right Colours on Social Media

By Region

The world's favourite colour is blue. 40% of people worldwide picked blue. The second favourite colour varies from country to country.

America's second favourite colour is Green.



In Portugal it is white.



Favourite colours will vary from one region to the other. Depending upon your target region whether it is a city or a country or a continent, pick its top favourite colours and use them.

By Gender

Men and women prefer different colours, so depending upon your audience pick and share colours they like.

Men's Favourite Colours

57% like blue



14% like green



9% like black



Women's Favourite Colours

35% like blue



23% like purple



14% like green



By Age

People at different ages prefer different colours. It also varies according to the gender. So choose the colours you share wisely.

0-18 Years



Boys prefer the colour green while girls prefer purple.

19-24 Years



Men prefer the colours green and blue whereas women prefer green.

25-69 Years



Both men and women prefer the colour blue.

70+ Years



Men prefer the colours red and blue while women prefer red.

By Social Media

See what works on the specific social media you are using to reach your audience. Different colours drive more engagement on different networks. What works on Facebook might not work on Twitter and what works on Twitter might not work elsewhere.

Pinterest Vs Instagram

2x More Repins



Reddish orange images get 2 times more repins than blue ones.

24% More Likes



Images with blue as the dominant colour generate 24% more likes than images that are primarily red.

3.25x More Repins



Images with multiple dominant colours get 3.25 times more repins than images with one dominant colour.

17% More Likes



Images with one dominant colour receive 17% more likes than ones with multiple dominant colours.

By Aim and Audience Preference

One of the most important factors to take into consideration while choosing colours is the aim. Audience preference plays an important role too. Focusing on these two factors will help you achieve the outcome you are looking for.

50% Off
Today

Red is great for images that display sales, discounts and offers.



Pink would work great for images that target feminine audiences. It represents love and romance.

What's Your Favourite
Ice Cream Flavour?



Blue is perfect for images targeting large audiences as it is liked by most people.

Look Into My Eyes



Orange represents excitement and warmth and therefore images with this colour can be used to gather attention.

The Perfect Gift



Black is great for representing images that stand for luxury.

Help Us
Plant More
Trees



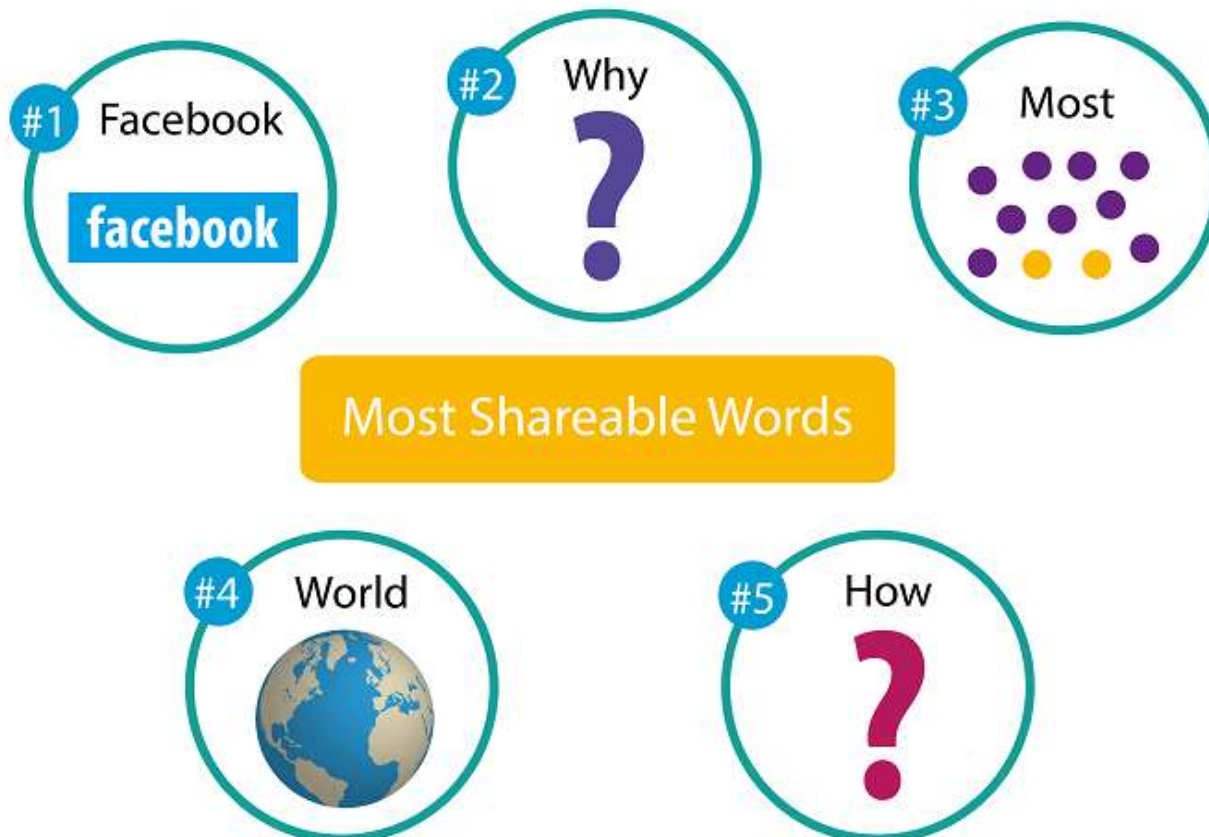
Green represents nature and wealth. Green coloured images are perfect for audience that value ethics.



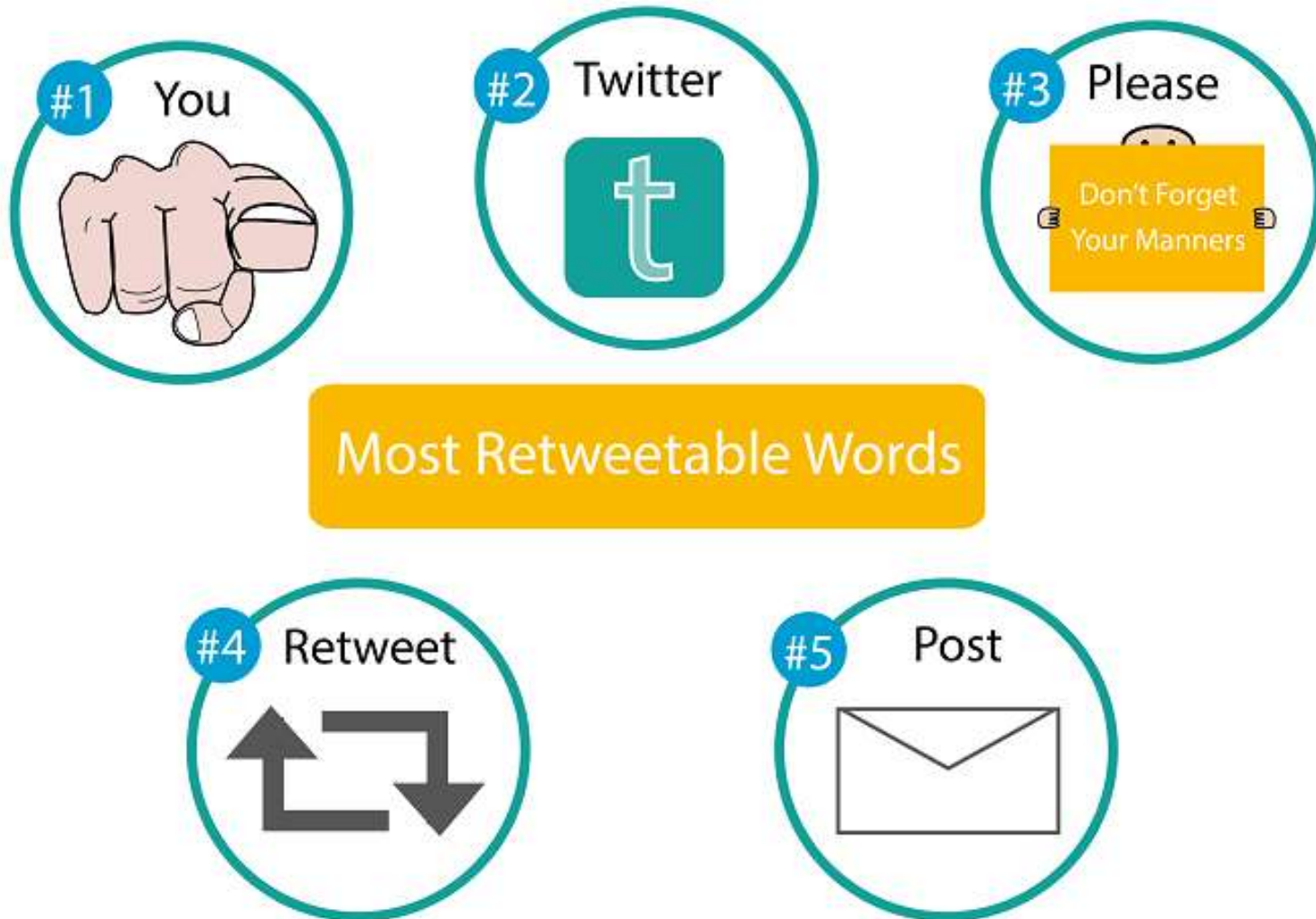
The Most Popular Words on Social Media And How to Make the Most of them



Facebook



Twitter



Pinterest



Tumblr

#1

Shinee

The name of
a Korean Boy
Band.

#2

OTP

Acronym for
'one true
pairing'.

#3

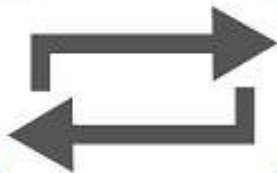
Video



Most Noted Tags

#4

Reblog



#5

Gifs

It's pronounced
as 'jif'
not 'gif'.

How to Make the Most of Popular Words

Use as Hashtags



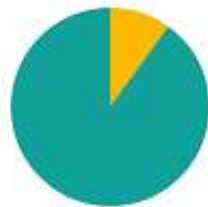
Use popular words as hashtags on Twitter and Pinterest and as tags on Tumblr to drive more engagement.

Optimise for search



Optimise your posts for search by adding keywords. This will get them to appear higher in search results, thereby increasing exposure.

Be Relevant



Relevance Score: 80%

Being relevant to the social media you are posting on works. The word Facebook is popular on Facebook and the words Twitter and Retweet are popular on Twitter.

Don't forget to be social



Don't overstuff your posts with popular words. Use them to create social messages as this the key to being successful on social media.

۵ نکته بسیار مهم وبلاگ نویسی

جهت رشد در رسانه های اجتماعی

#1

ایجاد محتوای با ارزش و به اشتراک گذاشتن آن در شبکه های اجتماعی



#2

وبلاگ و RSS روشی آسان برای به اشتراک گذاشتن در رسانه های اجتماعی برای خوانندگان



#3

استفاده از نظرات وبلاگ برای پیدا کردن افراد مربوطه برای پیگیری در شبکه های اجتماعی



#4

ترافیک وب و قرار گرفتن در معرض پروفایل های اجتماعی را افزایش میدهد



#5

به اشتراک گذاشتن تصاویر دوست داشتنی در وبلاگ و شبکه های اجتماعی جدید



ویزگی ہا تنخصینے

یک کارتننار موفق بازاریاے دیجینار

حلال مشکلات



وقتی چیزی به درستی کار نمی کند بازاریاب باید بداند که چگونه آن را تعمیر کند و یا حداقل کسانی را برای این کار بشناسد. یک بازاریاب دیجیتالی باید توانایی ارتقاء تدریجی مناطق مختلف یک کمپین را داشته باشد، پیشنهادات ارائه دهد و قابلیت تغییر اطلاعات اصلی را داشته باشد.

متفکر خلاق



یک بازاریاب بزرگ توانایی اندیشیدن دارد. اینترنت پر شده از محتوای مختلف، پس باید توانایی خاص بودن در میان رقبا را داشته باشد، در واقع یک بازاریاب کار بلد میتواند روش بازاریابی شما را بصورت خلاقانه ای یک قدم جلوتر ببرد.

شنونده بزرگ

اکثر بازاریابان مدعی هستند که این توانایی را دارند. اما هر دارنده ی کسب و کاری چیزی منحصر بفرد برای ارائه دارد. یک بازاریاب حرفه ای به اندازه ی کافی در شنودگی فروتن است و به هنگام نیاز به بقیه هم تیمی ها کمک می رساند.



شور و علاقه در یادگیری

یادگیری با شور و علاقه می تواند به بازاریابان در درک قسمت های مختلف یک سایت کمک شایانی کند حتی در چگونگی کارکرد بازاریابی اینترنتی که به آن ها در برقراری رابطه ای موفق با کمپین های مختلف با سطح های مختلف کمک می کند نیز می تواند کمک شایانی کند.



باتجربه بودن

بازاریابان باتجربه زمان حال و آینده
را درک می کنند. در واقع آن ها
در گذشته هم کمپین های موفق
و ناموفق را داشته اند، پس
می توانند موفقیت واقعی را
تشخیص دهند.



رقیب متخصص



رقابت خود را فراموش نکنید!

بازاریابان موفق همیشه رقبایشان را برای

پی بردن به سطح کمپین شما زیر نظر می گیرند.

چند کاره



یک بازاریاب متخصص باید توانایی
چندکاره بودن را داشته باشد.
اینترنت همیشه در حال تغییر است،
پس شما به کسی احتیاج دارید که
بتواند سایت و بازاریابی شما را با
داشتن مهارت کافی در استفاده از
ابزارها و سیستم های مختلف اداره کند.