

# دوره آموزشی: مدیر سئو

مدرس: ساسان جعفرنیا

با بیش از ۲۰ 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

مدرس دوره های بازاریاب فروشگاه مجازی، مدیر کسب و کار الکترونیکی،

طراحی سایت و کارشناس فروش اینترنتی و ... از سال ۱۳۹۳ در مشهد

مدیر سایت های زمان تغییر و بوک استور

# سرفصل دوره مدیر سئو

---

- مدیر سئو از مشاغل حوزه فناوری اطلاعات است. از شایستگی‌های این شغل می‌توان به کار با **Search Engines**، کار با **keywords**، کار با **On Page Seo**، کار با **Off Page Seo** و ساخت لینک اشاره کرد و با مدیر **seo** با کلیه مشاغل طراحی وب سایت در ارتباط است.

[www.timetochange.ir](http://www.timetochange.ir)

---

# سرفصل دوره آموزش مدیر سئو

---

بررسی seo

کار با Search Engines

کار با keywords

کار با On Page Seo

کار با Off Page Seo

ساخت لینک

کار با ابزارها

بررسی Blackhat SEO

---

# برنامه دوره آموزش مدیر سئو

---

مدت آموزش: ۲۲۰ ساعت (۱۴۰ ساعت کلاس + ۸۰ ساعت کارورزی)

شروع دوره: ۱۴ فروردین ۱۴۰۲ - پایان دوره: ۳ خرداد ۱۴۰۲

**کلاس:** شنبه، دوشنبه و چهارشنبه از ساعت ۸:۳۰ تا ۱۰:۴۵

**کارورزی:** یکشنبه و سه شنبه (کلاس نیست) (روی وبلاگ کار شود)

# تکالیف و پروژه دوره مدیر سئو

- ۱- **ایجاد وبلاگ** با عنوان ..... توسط فراگیر در ابتدای دوره. **بلاگفا**
- ۲- تهیه مطالب مرتبط با دوره آموزشی و درج در وبلاگ کارآموز (روزانه)  
(**۳ پست در هر روز و حداقل ۱۵ پست در هفته**) **۸ هفته = ۱۲۰ پست**
- ۳- **عضویت در لینکدین** و فعالیت و به روزرسانی در آن به صورت روزانه
- ۴- تهیه **۵۰ سوال تستی** چهار گزینه ای با جواب از مطالب ارائه شده در کلاس و تحویل آنها تا پایان اردیبهشت. (فایل ورد)
- ۵- **تلاش برای ارتقاء رتبه وبلاگ** در گوگل با توجه به مطالب ارائه شده در کلاس مدیر سئو (قسمتی از نمره عملی)  
**هر پست باید حداقل ۱۰۰۰ کلمه داشته باشد.**



# حضور و غیاب

---

- ۱- ساعت شروع کلاس: ۸:۳۰ و خاتمه کلاس ۱۰:۴۵ است
- ۲- حداکثر تعداد غیبت در طول دوره ، ۵ جلسه است.
- ۳- ساعت اول کلاس تئوری است و در ادامه کار عملی.
- ۴- حضور در تمام ساعت تئوری و عملی الزامی است.

عبارت های کلیدی که باید با آنها در صفحه اول گوگل قرار بگیرید:

---

۱- آموزش سئو سایت

۲- آموزش بهینه سازی سایت

۳- بهینه سازی سایت

۴- سئو سایت کسب و کار

۵- خدمات بهینه سازی سایت

(عنوان فارسی وبلاگ باید یکی از عبارت های کلیدی بالا باشد)

---

# برخی از منابع

---



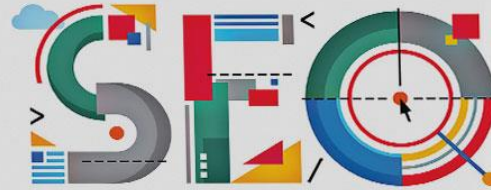




اولین کتاب از مجموعه کتاب‌های «کارآفرین اینترنتی»

# عملیات سئو

چگونه با بهینه سازی سایت و حضور در نتایج اول گوگل،  
درآمدمان را چند برابر کنیم؟



نویسنده: احمد اردیبهشت

ترفندهای عملی برای رسیدن به رتبه اول گوگل

search.google.com/u/1/search-console/welcome

Types of Marketing... بازارهای محتوایی در م... Left-Brain Marketin... E-Commerce Marke... Nine Types of Onlin... Digital Marketing Tr...

Google Search Console

# Welcome to Google Search Console

To start, select property type

## Domain new

- All URLs across all subdomains (m., www. ...)
- All URLs across https or http
- Requires DNS verification

example.com

Enter domain or subdomain

CONTINUE

or

## URL prefix

- Only URLs under entered address
- Only URLs under specified protocol
- Allows multiple verification methods

https://www.example.com

Enter URL

CONTINUE



# Welcome to Google Search Console

To start, select property type



## Domain new

- All URLs across all subdomains (m., www. ...)
- All URLs across https or http
- Requires DNS verification

example.com

Enter domain or subdomain

CONTINUE

or



## URL prefix

- Only URLs under entered address
- Only URLs under specified protocol
- Allows multiple verification methods

://ecomrecemanagerco.blogfa.com/

Enter URL

CONTINUE



## Verify ownership

http://ecomrecemanagerco.blogfa.com/

Recommended verification method

HTML file

Upload an HTML file to your website



1. Download the file:

 googlef489f49e14a5d58e.html

2. Upload to: http://ecomrecemanagerco.blogfa.com/

To stay verified, don't remove the file, even after verification succeeds.

[Full details](#)

VERIFY

Other verification methods

REMOVE PROPERTY

DONE

میز کار <

نوشته جدید <

نظرات تایید نشده <

آخرین نظرات <

نوشته‌های پیشین <

پیوندهای روزانه <

پیوندهای وبلاگ <

تعاریف موضوعات <

صفحات جداگانه <

پروفایل مدیر وبلاگ <

نویسندگان وبلاگ <

وبلاگ دوستان <

تنظیمات و دیگر امکانات <

مشاهده وبلاگ <

خروج از بخش مدیریت <

تنظیمات وبلاگ

قالب وبلاگ و کدهای بکار گرفته شده در وبلاگ

انتخاب قالب وبلاگ

ویرایش قالب وبلاگ

کدها و جاوا اسکریپت‌های اختصاصی کاربر ( کدهای سیستم های آمار بازدیدکنندگان، نظرسنجی، پخش آهنگ...)

تنظیمات عمومی

تغییر تصویر وبلاگ (تصویر نویسنده وبلاگ یا لوگوی وبلاگ) (تصویر نویسنده وبلاگ یا لوگوی وبلاگ)

تنظیمات کلی وبلاگ (عنوان وبلاگ، نام نویسنده، منطقه زمانی یا نحوه نمایش تاریخ مطالب یا آرشیو)

تنظیمات امنیتی وبلاگ

تغییر کلمه عبور

تغییر ایمیل خصوصی

دیگر امکانات

درج در فهرست موضوعی وبلاگها

تهیه نسخه پشتیبان از مطالب وبلاگ یا بازگردانی

اتصال دامنه به وبلاگ

## ویرایش قالب صفحات اصلی وبلاگ

صفحات اصلی آرشیو صفحات جداگانه

```

<!DOCTYPE html>
<html>

<head>
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8">
<title><-BlogAndPostTitle-></title>
<meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1">
<meta http-equiv="content-language" content="fa">
<meta name="description" content="<-BlogMetaDescription->">
<meta name="generator" content="blogfa.com">
<meta property="og:title" content="<-AutoPageTitle->">
<meta property="og:site_name" content="<-BlogTitle->">
<meta property="og:description" content="<-BlogMetaDescription->">
<meta name="twitter:title" content="<-AutoPageTitle->">
<meta name="twitter:description" content="<-BlogMetaDescription->">
<link rel="alternate" type="application/rss+xml" title="<-BlogTitle->" href="<-BlogXmlLink->" />
<link href="http://theme.blogfa.com/default/style.css" type="text/css" rel="stylesheet">
<script src="http://theme.blogfa.com/public/theme.1.2.js" type="text/javascript" ></script>

<script type="text/javascript">
try {
  cmt_caption[0]="نظرات";
  cmt_caption[1]="نظر بدهید";
  cmt_caption[2]="یک نظر";
  cmt_caption[3]="نظر";
  cmt_blogid="<-BlogId->";
}
catch(e) {}

```

```
<!DOCTYPE html>
<html>

<head>
<meta name="google-site-verification: googlef489f49e14a5d58e.html"/>
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8">
<title><-BlogAndPostTitle-></title>
<meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1">
<meta http-equiv="content-language" content="fa">
<meta name="description" content="<-BlogMetaDescription->">
<meta name="generator" content="blogfa.com">
<meta property="og:title" content="<-AutoPageTitle->">
<meta property="og:site_name" content="<-BlogTitle->">
<meta property="og:description" content="<-BlogMetaDescription->">
<meta name="twitter:title" content="<-AutoPageTitle->">
<meta name="twitter:description" content="<-BlogMetaDescription->">
<link rel="alternate" type="application/rss+xml" title="<-BlogTitle->" href="<-BlogXmlLink->" />
<link href="http://theme.blogfa.com/default/style.css" type="text/css" rel="stylesheet">
<script src="http://theme.blogfa.com/public/theme.1.2.js" type="text/javascript" ></script>

<script type="text/javascript">
try {
cmt_caption[0]="نظرات";
cmt_caption[1]="نظر بدهید";
cmt_caption[2]="یک نظر";
cmt_caption[3]="نظر";
cmt_blogid="<-BlogId->";
}
```



تغییرات ثبت و وبلاگ بازسازی شد

بازگشت

- میز کار <
- نوشته جدید <
- نظرات تایید نشده <
- آخرین نظرات <
- نوشته‌های پیشین <
- پیوندهای روزانه <
- پیوندهای وبلاگ <
- تعاریف موضوعات <
- صفحات جداگانه <
- پروفایل مدیر وبلاگ <
- نویسندگان وبلاگ <
- وبلاگ دوستان <
- تنظیمات و دیگر امکانات <
- مشاهده وبلاگ <
- خروج از بخش مدیریت <



sole

## Verify ownership

http://ecomrecemanagerco.blogfa.com/


Recommended verification method

HTML file

Upload an HTML file to your website



1. Download the file:

 googlef489f49e14a5d58e.html

2. Upload to: http://ecomrecemanagerco.blogfa.com/

To stay verified, don't remove the file, even after verification succeeds.

[Full details](#)

VERIFY

Other verification methods

REMOVE PROPERTY

DONE

# هفت گام برای سئو سایت و کسب و کار اینترنتی

1. **اهداف:** اهداف خود را تعیین کنید.
2. **کلمات کلیدی:** کلمات کلیدی را شناسایی کنید.
3. **سئو داخلی (On Page SEO):** کاری کنید که وبسایت شما "با گوگل حرف بزند".
4. **بازاریابی محتوا:** برای گوگل و افراد، محتوای با کیفیت تولید کنید.
5. **سئو خارجی (Off Page SEO):** لینک سازی کنید، از شبکه‌های اجتماعی استفاده کنید و روی سئو محلی کار کنید.
6. **معیارها:** نتایج خود را ارزیابی کنید و از آن‌ها درس بگیرید.
7. **یادگیری:** هرگز یادگیری را متوقف نکنید!

## سئو چیست؟

---

□ اهمیت سئو سایت؟

□ بایدها و نبایدهای سئو؟

## گام #1: اهداف

سئو نیز همانند هر فعالیتی هدف محور است؛ یعنی اگر اهداف خود را تعیین نکنید، نمی‌توانید به آن‌ها برسید.

□ **1.1 نگرش** - نگرش یعنی همه چیز. سئو نیازمند تعهد به یادگیری مداوم و ایجاد تغییرات مثبت و سازگار با سئو است. داشتن نگرش درست برای سئو ضروری است.

□ **1.2 اهداف** - مشخص کنید که چه چیزی می‌فروشید، مشتریان شما چه کسانی هستند، و بهترین راه برای جذب آن‌ها چیست. اهداف وبسایت شامل: فروش آنلاین، گرفتن نام، شماره تلفن، و ایمیل مشتریان و یا کسب بازدیدکنندگان دائمی می‌شود.

## گام #2 کلمات کلیدی

---

کلمات کلیدی خود را شناسایی کنید. کلمات کلیدی هستند که تمام جنبه‌های سئو را هدایت می‌کنند. بنابراین به "برگه کلمات کلیدی" مشخص و ساختاریافته نیاز دارید.

□ **2.1 کلمات کلیدی** – کلمات کلیدی با ارزش و با حجم جستجوی بالا را شناسایی کنید.

□ **2.2 برگه کلمات کلیدی** – برگه کلمات کلیدی تهیه کنید و رتبه خود را در گوگل و بینگ بررسی کنید.

---



## گام #3 سئو داخلی سایت. On-page seo

---

پس از مشخص کردن کلمات کلیدی، باید بدانید که آن‌ها را کجا قرار دهید. فرآیند سئو داخلی با تگ‌های صفحه شروع می‌شود، با ساختار وبسایت ادامه می‌یابد، و با بررسی سئو پایان می‌یابد.

□ **3.1 تگ‌های صفحه** – با تگ‌های HTML اصلی آشنا شوید و کلمات کلیدی هدف خود را درون تگ‌های عنوان، متاتگ توضیحات، و تگ ALT تصاویر قرار دهید.

□ **3.2 ساختار وبسایت** – صفحات فرود بسازید، صفحه اصلی خود را بازسازی کنید، و چیدمان وبسایت خود را از طریق لینک سازی، بهینه کنید.

---

## گام #4 بازاریابی محتوا

در سئو، محتوا پادشاه است. در این بخش، شما استراتژی محتوای بلند مدت ایجاد خواهید کرد که به شما کمک می‌کند روز به روز یا هفته به هفته، محتوایی سازگار با سئو بنویسید.

□ **4.1 سئو محتوا** – استراتژی محتوا ایجاد کنید که مشخص می‌کند چه کسی، چه کاری، چه زمانی، چگونه و هرچند وقت یکبار آن را انجام می‌دهد. این برنامه کوتاه مدت و بلند مدت استراتژی محتوای سئو است که شامل فهرستی از محتوا است که برای موفقیت به آن نیاز دارید.

□ **4.2 وبلاگ نویسی** – وبلاگ بسازید که بهترین اصول سئو در آن رعایت شده باشد، از جمله - تمام راه‌های ارتباطی به شبکه‌های اجتماعی مانند توییتر و فیسبوک و غیره.

## گام #5 سئو خارجی سایت

- در سئو خارجی از لینک‌های خارجی و شبکه‌های اجتماعی برای ارتقاء اعتبار وبسایت شما در گوگل استفاده می‌شود. برای گرفتن لینک‌های ورودی از تکنیک‌های مرسوم استفاده کنید. همچنین از طریق اعتبار اجتماعی و با کمک پلتفرم‌های شبکه‌های اجتماعی مانند توییتر، فیسبوک، لینکدین و ... اقدامات سئو را بهبود دهید.
- **5.1 لینک سازی** - ساختار لینک‌های خود را بررسی کنید و استراتژی لینک سازی بلند مدت بچینید.
- **5.2 سئو شبکه‌های اجتماعی** - در شبکه‌های اجتماعی حضوری فعال داشته باشید تا اعتماد گوگل به وبسایت شما به عنوان منبع معتبر افزایش یابد.

## گام #6 معیارها

---

نتایج خود را ارزیابی کنید و از آنها درس بگیرید. سئو نیز همانند هر فعالیت هدفمندی، فرآیندی است که با یک سری اهداف مشخص شروع می‌شود و از معیارهای خاصی برای سنجش میزان دستیابی به هدف استفاده می‌کند.

□ **6.1 معیارها** – میزان پیشرفت خود در رسیدن به صدر نتایج گوگل، کلمات کلیدی ورودی، و کانال‌های ورود مشتری به سایت خود را اندازه‌گیری و سنجش کنید.

---



## گام #7 یادگیری: هرگز یادگیری را متوقف نکنید.

---

فرآیند سئو با خودیابی شروع می‌شود، با دانش فنی ادامه می‌یابند، و با سخت کوشی به پایان می‌رسد.

□ **7.1 یادگیری:** باتوجه به آپدیت الگوریتم های موتورهای جستجو و به خصوص گوگل، یادگیری مداوم در بحث سئو ضروری است.

---



# سئو شبیه پیدا کردن شغل است

---

یعنی دارای:

- شغل درخواستی (کلمات کلیدی شما)،
  - رزومه (وب سایت شما)،
  - معرفها (لینک‌های ورودی به سایت شما)، و
  - مصاحبه شغلی (صفحات فرود سایت شما) است.
-

# معادله بازار کار بدین صورت است:

---

شغل درخواستی < رزومه < معرفیها < مصاحبه شغلی < شغل.

# معادله سئو عبارت است از:

---

تحقیق کلمات کلیدی < سئو داخلی < سئو خارجی < صفحات  
فرود سایت < فروش

معادله بازار کار = معادله سئو

---

شغل درخواستی = کلمات کلیدی = شناسایی کلماتی که مشتریان جستجو می‌کنند.

رزومه = سئو داخلی = ایجاد وب سایتی قابل درک و حاوی کلمات کلیدی.

معرفها = سئو خارجی = گرفتن لینک‌های ورودی، حضور در شبکه‌های اجتماعی و وبلاگ‌نویسی.

مصاحبه شغلی = بهینه‌سازی صفحات فرود تا به انجام اقدام مورد نظر از طرف کاربر منجر شود.

# تحقیق کلمات کلیدی

---

□ 1- ارزش پیشنهادی کسب و کار خود را بنویسید؛ با تمرکز بر "کلماتی" که "نیاز" مشتریان را توصیف می‌کند.

□ 2- به دنبال "کلماتی" باشید که "آنچه می‌فروشید" را با "نیاز مشتریان" پیوند می‌دهد.

□ 3- از تکنیک طوفان فکری برای شناسایی عبارتهایی استفاده کنید که مشتریان ممکن است آن‌ها را برای جستجوی محصولات و خدمات شما به کار ببرند.



## تحقیق کلمات کلیدی

---

- 4- لیست کلمات کلیدی را بنویسید؛ با توجه ویژه به کلماتی که به فروش نزدیکترند.
- در انتهای این بخش، لیستی از کلمات کلیدی خواهید داشت که مشتریان شما در گوگل تایپ می‌کنند.

مراحل "سئو داخلی" چیست؟ برای شروع این مرحله، باید لیستی از کلمات کلیدی هدف خود داشته باشید و بدانید که کدام کلمات کلیدی را می‌خواهید بهینه‌سازی کنید. سپس طی فرآیند "سئو داخلی"، آن‌ها را در مکان‌های مناسب زیر قرار می‌دهید:

## مراحل سئو داخلی on –page seo

---

□ **تگ‌های عنوان (تایتل).** کلمات کلیدی خود را به طور استراتژیک در تگ‌های تایتل صفحه قرار دهید. این کار را با تگ تایتل شروع کنید، سپس آن‌ها را در سرتیترها، تگ ALT تصاویر، و لینک به صفحات دیگر سایت قرار دهید.

## مراحل سئو داخلی on –page seo

---

□ چگالی کلمه کلیدی. برای صفحات خود، محتوای متنی با کیفیت و حاوی کلمه کلیدی بنویسید. سعی کنید محتوای شما روان و قابل درک باشد و در آن حتماً از کلمات مترادف و هم معنی با کلمه کلیدی هدف استفاده شده باشد. (تراکم حدود 0.5 الی 1.5 درصد)

## مراحل سئو داخلی on –page seo

---

□ **سئو صفحه اصلی.** در صفحه اصلی سایت خود، محتوای با کیفیت و حاوی کلمات کلیدی قرار دهید و همچنین بین آن و صفحات فرود لینک سازی کنید. **(لینک متنی و لینک تصویر به صفحه اصلی)**



## مراحل سئو داخلی on –page seo

□ ساختار وب سایت. ساختار وب سایت خود را به نحوی بچینید که گوگل دوست دارد. این کار را با **URLهای** حاوی کلمات کلیدی شروع کنید، سپس کلمات کلیدی را به صورت لینک قرار دهید، و از نقشه سایت (sitemapها) و دیگر تاکتیک‌های سازگار با گوگل استفاده کنید. همچنین بهتر است که در قسمت **فوتر** سایت، پاراگرافی کوتاه بنویسید که در آن **کلمات کلیدی** به صورت **لینک** به صفحات فرود قرار گرفته‌اند.

## سئو خارجی

اصلی‌ترین عوامل استراتژیک سئو خارجی به شرح زیر است:

**لینک سازی:** گرفتن لینک‌های ورودی از وب سایت‌های معتبر و **مرتبط با حوزه کسب و کاری** خود ارتقاء رتبه سایت شما در گوگل می‌شود.

**حضور در شبکه‌های اجتماعی.** گوگل به فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مانند لینکدین، توییتر، فیسبوک و غیره اهمیت می‌دهد.

**نظرات و پیشنهادات آنلاین.** از کاربران خود بخواهید که در خصوص کسب و کار شما نقد و بررسی بنویسند و آن را در وب سایت یا شبکه‌های اجتماعی خود قرار دهند.

## تنظیم اهداف صفحه فرود

---

□ و در آخر به چهارمین عنصر یعنی "اهداف صفحه فرود" می‌رسیم. هدف وب سایت تنها گرفتن ترافیک از گوگل نیست؛ بلکه هدف اصلی وب سایت‌ها، تشویق مشتریان بالقوه به بالا رفتن از نردبان فروش است.

## تنظیم اهداف صفحه فرود

---

به همین دلیل باید بدانید که آیا هر صفحه و هر مؤلفه از آن، مشتریان را از نردبان فروش بالا می‌برند یا نه؟ آیا اقدام مورد نظر (فروش یا عضویت) توسط آن‌ها انجام می‌شود؟ و اگر چنین است، آیا پیشنهادات رایگان مانند دانلود رایگان، مشاوره رایگان، وبینار رایگان و غیره برای مشتریان جذاب هستند یا نه؟



□ آیا شما حاضرید بدون تمرین در دو ماراتن شرکت کنید؟ سئو نیز همانند آمادگی جسمانی بدون تمرین امکان پذیر نیست. هدف شما از سئو چیست؟ قرار گرفتن در صدر نتایج گوگل با عبارات "پنکه سقفی" یا "غذای کودک"؟ آیا هدف وب سایت شما، کسب بازدیدکنندگان دائمی یا فروش محصولات از طریق فروشگاه‌های اینترنتی است؟

□ این را بدانید که سئو می‌تواند به شما بگوید که چطور به صدر نتایج گوگل برسید، اما نمی‌تواند بگوید که اهداف شرکت شما در مقابل مشتریان بالقوه چه هستند؟



## اهداف

---

□ برای موفقیت در سئو، باید چشمانداز روشنی از مراحل فروش خود داشته باشید که از نیاز مشتری شروع می‌شود و سپس به شرح زیر عمل می‌کند:

□ جستجوی کلمه کلیدی ← ورود به صفحه فرود سایت شما ←  
استعلام قیمت ← رفت و برگشت ← فروش واقعی.

## لیست کارها برای تعیین اهداف:

- 1- ارزش پیشنهادی کسب و کار خود را مشخص کنید.
- 2- مشتریان هدف خود را بر اساس موقعیت جغرافیایی، الگوهای رفتاری، نیازها و ویژگی‌های شخصیتی (پرسونا) شناسایی کنید.
- 3- اهداف بازاریابی ایجاد کنید.
- 4- چک لیست: اقدامات عملی اهداف
- 5- خروجی: پروژه تمرینی برای ارزش پیشنهادی کسب و کار

# ارزش پیشنهادی کسب و کار خود را مشخص کنید

□ کسب و کار شما چه کالا یا خدماتی می‌فروشد؟ مشتریان آن‌ها چه کسانی هستند، و چرا باید آن‌ها را از شما بخرند؟

□ کاری که باید در این فصل انجام دهید این است که "برگه ارزش پیشنهادی کسب و کار" را پر کنید. ارزش پیشنهادی کسب و کار، جمله‌ای است که به طور خلاصه تعریف می‌کند **کسب و کار شما چه کار می‌کند و چه ارزشی برای مشتریان فراهم می‌آورد.**

□ به عنوان مثال: خشک شویی، لباس‌های کثیف افراد را تمیز می‌کند، بیمه‌گذار اتومبیل، اتومبیل‌های افراد را بیمه می‌کند و یک نانواپی، نان‌های خوشمزه برای مردم می‌پزد.

46 **محصول تولیدی شما چه کاری برای مردم انجام می‌دهد؟**

# ارزش پیشنهادی کسب و کار خود را مشخص کنید

---

□ یکی از راه‌های تعیین ارزش پیشنهادی کسب و کار خود این است که به وب سایت رقبای خود سر بزنید و ارزش پیشنهادی آن‌ها را "مهندسی معکوس" کنید.

به عنوان مثال: ارزش پیشنهادی فروشنده ساعت رولکس:  
فروش ساعت‌های رولکس نو و دست دوم است؛ به علاوه سرویس دهی و تعمیر ساعت‌های رولکس.



## ارزش پیشنهادی کسب و کار خود را مشخص کنید

---

□ در هر کسب و کار، ارزش پیشنهادی، همان اطلاعات مفید و مختصری است که در اختیار مشتریان بالقوه خود قرار می‌دهید.

□ پس اولین کاری که می‌کنید این است که یک جمله یا پاراگراف کوتاه بنویسید و در آن به طور خلاصه تعریف کنید که کسب و کار شما چیست و چه ارزشی برای مشتریان فراهم می‌آورد؟



مشتریان هدف خود را بر اساس موقعیت جغرافیایی، الگوهای رفتاری، نیازها و ویژگی‌های شخصیتی (پرسونا) شناسایی کنید

---

ارزش پیشنهادی کسب و کار شما، رابطه بین آن چه که می‌فروشید و آن چه که مشتریان می‌خواهند را به صراحت بیان می‌کند.

اکنون یک قدم جلوتر بروید: مشتریان هدف خود را به گروه‌های معین (یا به اصطلاح بازاریابان، پرسونا‌های مشتری) تقسیم بندی کنید.

مشتریان هدف خود را بر اساس موقعیت جغرافیایی، الگوهای رفتاری، نیازها و ویژگی‌های شخصیتی (پرسونا) شناسایی کنید

---

□ مشتری بالقوه را در ذهن خود تصور کنید. او چه شکلی است؟ او چه می‌خواهد؟ مشکلات او چه هستند؟ ویژگی‌ها و نیازهای منحصر به فرد او را تصور کنید، و ببینید که محصولات و خدمات شما چگونه می‌توانند "نیازهای" او را برطرف کنند؟

□ به عنوان مثال، فروشنده ساعت‌های رولکس، مشتریان خود را بر اساس این پرسوناها تقسیم‌بندی می‌کند:

---

# مشتریان هدف خود را بر اساس موقعیت جغرافیایی، الگوهای رفتاری، نیازها و ویژگی‌های شخصیتی (پرسونا) شناسایی کنید

- کارکنان دفتر شیکاگو که به دنبال تعمیر سریع ساعت‌های رولکس خود در ساعت‌های ناهار هستند (زمان و مکان حساس).
- افرادی که به دنبال خرید ساعت‌های رولکس "دست دوم" هستند (کلکسیونرهای ساعت).
- ساکنان شیکاگو که به دنبال خرید ساعت‌های رولکس (دوستاناران ساعت مچی لوکس و / یا رولکس) هستند.
- ساکنین ایالت متحده که در شهرهای کوچک زندگی می‌کنند و ساعت‌های رولکس آن‌ها نیاز به تعمیر دارد (تعمیرات رولکس از طریق پست در سراسر کشور).

به عنوان مثال، سایت فروشنده کتاب‌های تخصصی کشاورزی، مشتریان خود را بر اساس این پرسوناها تقسیم‌بندی می‌کند:

---

- تولیدکنندگان محصولات کشاورزی در سراسر ایران
  - علاقمندان به تولید محصولات کشاورزی در سراسر ایران
  - افراد متقاضی دریافت مجوز تولید محصولات کشاورزی
  - مراکز آموزشی فنی و حرفه‌ای و آموزشگاه‌های آزاد کشاورزی
  - هنرستانهای کشاورزی و مراکز کار و دانش و آموزش و پرورش
  - دانشجویان و فارغ التحصیلان دانشکده های کشاورزی
  - دانشگاه های علمی کاربردی و نظام مهندسی کشاورزی سراسر ایران
-



به طور خلاصه "پرسونای خریدار"، گروهی از مشتریان همفکر و همسلیقه است.

□ پس کار بعدی این است که برگه "ارزش پیشنهادی کسب و کار" خود را باز کنید و انواع مشتری یا پرسونای خریداران خود را شناسایی کنید. مشتریانی که بر اساس نوع (سطح درآمد، موقعیت جغرافیایی)، نیاز (گران قیمت، ارزان قیمت، قسطی یا نقدی) و یا حتی موقعیت جغرافیایی متفاوت هستند.

□ سعی کنید مشتریان خود را به گروه‌های خاص با نیازهای خاص تقسیم بندی کنید. به این فکر کنید که هرکدام از آنها ممکن است چه کلمه کلیدی مرتبط با محصولات و خدمات شما را در گوگل سرچ کنند.



## ◀ اهداف بازاریابی ایجاد کنید

- پس از مشخص کردن ارزش پیشنهادی و پرسونای مشتریان، وقت آن است که در مورد اهداف یا اقدامات قابل تعریف برای وب سایت خود فکر کنید.
- هدف خوب برای اکثر کسب و کارها این است که در ازای ارائه چیزی رایگان به افراد مثل مشاوره، کتاب الکترونیکی یا وینار، **آدرس ایمیل** آن‌ها را بگیرید یا آن‌ها را ترغیب به ثبت نام کنید (**عضویت در سایت**).

به طور معمول اهداف بازاریابی برای اکثر کسب و کارها در این موارد خلاصه می‌شود:

---

□ عضویت در سایت، پر کردن فرم تماس، یا دادن ایمیل از طریق سایت – در ازای دریافت مشاوره رایگان، دانلود رایگان یک نرم‌افزار، یک کتاب الکترونیکی رایگان، عضویت در خبرنامه و غیره.

□ فروش – انجام معاملات پولی در وب سایت‌های فروشگاهی.

به طور خلاصه، فرآیند و اهداف شما به شرح زیر است:

---

1- رسیدن به رتبه بالا در نتایج جستجوی گوگل

2. دریافت کلیک از سمت گوگل به وب سایت خود.

3. به محض اینکه کاربران وارد صفحه فرود شدند، کاری کنید که "اولین قدم" یا "هدف" را انجام دهند (مثلاً فرمی را پر کنند، از طریق

وب سایت ایمیل بفرستند، و یا اولین خرید خود را انجام دهند.)

4. در صورت لزوم، پیگیری تکمیل مراحل فروش از طریق ایمیل یا

تلفن.

---