

معرفی کتاب در زمینه تجارت آنلاین

فرد موفق در زمینه تجارت آنلاین

تکنیک‌های موفق بازاریابی آنلاین

چگونه می‌توان برندی موفق در اینترنت پایه‌گذاری کرد؟

مهم‌ترین رویدادهای خارجی در زمینه تجارت الکترونیک

چگونه محتوای تاثیرگذار و جذاب برای شبکه‌های اجتماعی تهیه کنیم؟

مصاحبه با فهیمه میرزایی؛ سرپرست تیم تحقیق و توسعه ویکی محتوا

خرداد ۹۶

موفق



# ویکی محتوا

ماهنامه تخصصی ویکی محتوا

ویژه خرداد ماه

مدیرمسئول و صاحب امتیاز: ندا حسینی

سردبیر: فاطمه بغدادی

دبیر تحریریه: فهیمه میرزایی

مسئول فنی: محمود زارع

سرپرست محتوا: فهیمه میرزایی، فاطمه بغدادی

تولید محتوا: فاطمه حسینی، رضا عابدینی، آیدا رهبری، مشکلات

رضایی

۰۲۱ - ۸۸۹۴۵۴۴۳



میدان ولیعصر، خیابان شقایق، بن بست اول، پلاک ۴



[www.wikimohtava.com](http://www.wikimohtava.com)



[wikimohtava@gmail.com](mailto:wikimohtava@gmail.com)

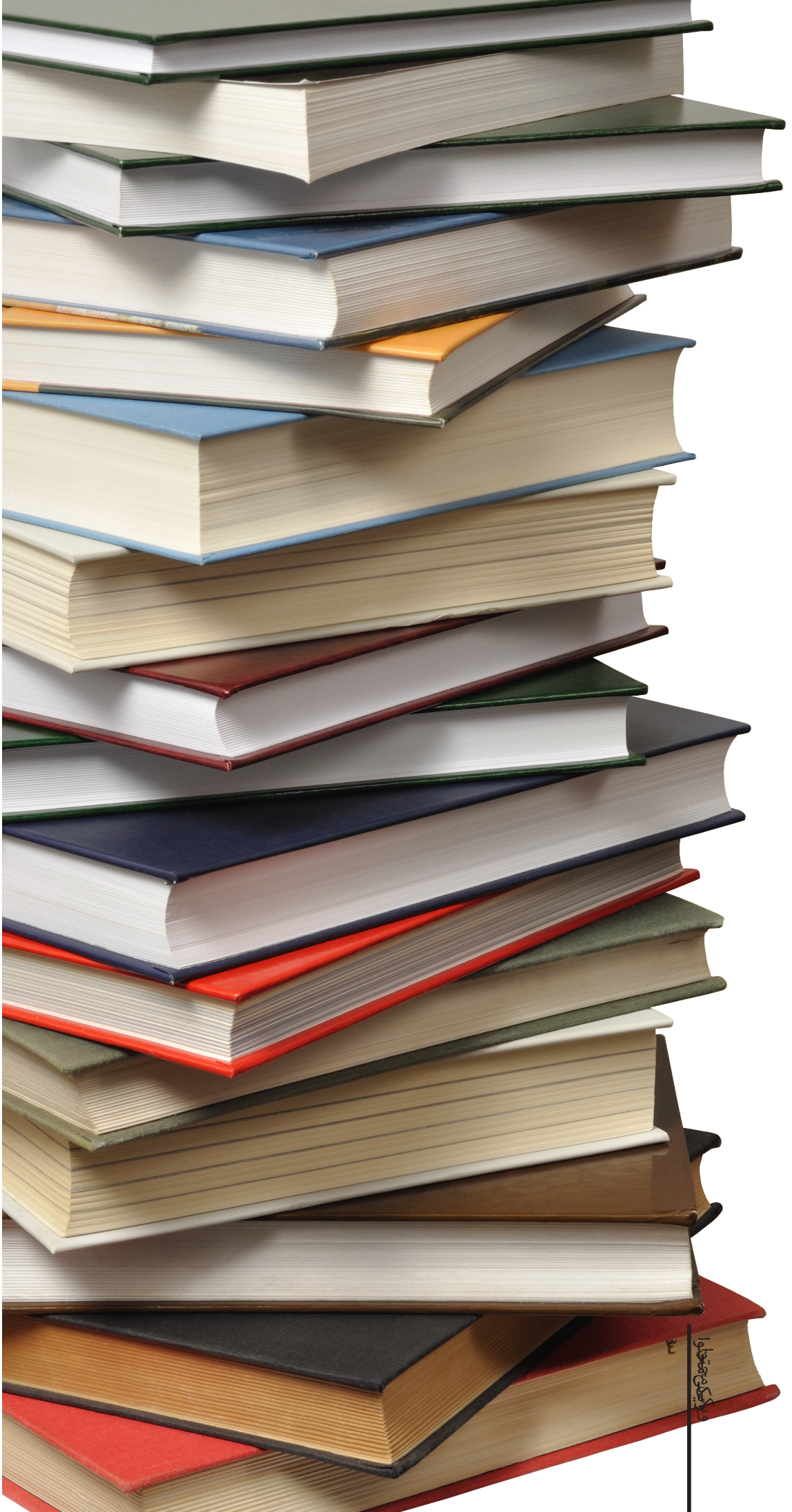


# فهرست

- ۳ ..... معرفی کتاب در زمینه تجارت آنلاین
- ۵ ..... فرد موفق در زمینه تجارت آنلاین
- ۷ ..... تکنیک‌های موفق بازاریابی آنلاین
- ۹ ..... چگونه می‌توان برندی موفق در اینترنت پایه‌گذاری کرد؟
- ۱۰ ..... مهم‌ترین رویدادهای خارجی در زمینه تجارت الکترونیک
- ۱۱ ..... چگونه محتوای تاثیرگذار و جذاب برای شبکه‌های اجتماعی تهیه کنیم؟
- ۱۲ ..... مصاحبه با فهیمه میرزایی؛ سرپرست تیم تحقیق و توسعه ویکی محتوا

# رست

# ONLINE MARKETING



## معرفی کتاب در زمینه تجارت آنلاین (آنلاین مارکتینگ)

یکی از زمینه های جذاب برای تالیف کتب مختلف و انجام جستجو و تحقیقات، دنیای مجازی و فضای اینترنت است. جذابیت این حوزه با همراهی دنیای پول و تجارت دوچندان می شود، چرا که پول مقوله ای بسیار دوست داشتنی برای همه افراد است و موضوعات حول محور آن هرچیزی را برای انسان جذاب می کند.

در این قسمت بر آن شدیم تا با معرفی کتب مختلف در زمینه تجارت آنلاین که دو حوزه هیجان انگیز پول و اینترنت را به هم وصل می کنند، شما را در تحقق بخشیدن به رویاهایتان در فضای مجازی بیشتر یاری کنیم.

## کتاب تجارت الکترونیک از ابتدا تا انتها

این کتاب که به قلم نوید زراعتی به رشته تحریر در آمده است، شما را در راه اندازی یک کسب و کار اینترنتی از صفر تا صد یاری می کند. در این کتاب می آموزید که برای به حداقل رساندن خطاهای خود که در بسیاری موارد عامل شکست این نوع از کسب و کارها نیز هستند، بهتر است چه اقداماتی انجام دهید ضمن این که نباید اشتباهات سایرین را تکرار کنید.

## کسب درآمد از اینترنت\_ اینستاگرام

کسب درآمد از طریق اینترنت به یکی از شیوه های معمول تجارت در سال های اخیر بدل شده است. از گذشته تا به امروز که کامپیوترهای گول آسا به ابزار های دستی کوچک تغییر شکل داده اند، شیوه های تجارت در اینترنت نیز به شدت تغییر کرده است. با ظهور و پیدایش آپ های مختلف برای به اشتراک گذاشتن مطالب و فایل ها در اینترنت و گسترش روز افزون کاربران این فضاها، امروزه شیوه های کسب درآمد در اینترنت هم دگرگونی های فراوانی پیدا کرده است. دیگر مردم نیازی به داشتن کامپیوترهای گول آسا و ساعت ها گشت و گذار در فضای مجازی را ندارند و با یک کلیک بر روی تلفن همراه کوچک خود به هر آنچه که از اطلاعات، کالا و خدمات نیاز داشته باشند، دست پیدا می کنند. در این کتاب شما می توانید با جدیدترین تکنیک های کسب درآمد از طریق اینستاگرام که یکی از محبوب ترین شبکه های اجتماعی در سراسر دنیا است، آشنا شوید. این کتاب نوشته حمیدرضا علی میرزایی است.

## چگونه کلیک ها را به مشتری تبدیل کنیم؟

کتاب حاضر برای شما سرمایه ارزشمندی است؛ اگر قصد افزایش درآمد از طریق جذب کاربران به سایت خود و تبدیل آنها به خریدار نهایی را داشته باشید. رشد و گسترش کسب و کارهای اینترنتی رقابتی به وجود آورده که تنها راه بقا در آن جذب و حفظ کاربرانی است که به شما وفادار هستند. تصور اغلب صاحبان چنین کسب و کارهایی این است که جذب کاربران و افزایش ترافیک تمام راه است؛ در حالی که هدایت ترافیک جذب شده و تبدیل آن به مشتری است که به افزایش درآمد منجر می شود. این کتاب ترجمه آزاد از کتاب «کلیک ها به مشتریان» نوشته دوان فارستر، یکی از موفق ترین بازاریابان اینترنتی دنیا است که تجربه کار در شرکت هایی همچون Microsoft و MSN را نیز داشته است.

## برایان کلارک Brian Clark

شاید این نام در حوزه سئو برای خیلی ها آشنا نباشد؛ اما باید بگوییم که علیرغم این موضوع برایان کلارک با ساخت وبسایت موفق COPYBLOGGER یکی از مهم ترین فعالان این عرصه به شمار می آید. اگر در زمینه تولید محتوا، بلاگ نویسی و یا بازار یابی از طریق شبکه های اجتماعی فعال هستید به احتمال بسیار قوی از وبسایت COPYBLOGGER برای دریافت نکات و یا راهنمایی ها استفاده می کنید. برایان کلارک یک نویسنده قوی است و یکی از کارهای فوق ای که او در وبسایت خود انجام داده است، فهرست بندی دقیق از بازاریابان و نویسندگان بزرگ در این زمینه است که هر فرد جویای اطلاعاتی با سر زدن به آن می تواند اطلاعاتی مفید و در خور کسب نماید. برایان کلارک بنیان گذار وبسایت COPYBLOGGER و مدیر عامل رسانه COPYBLOGGER بر این باور است که این روزها به راحتی نمی توان بر سر گوگل کلاه گذاشت و با تکنیک های قدیمی همچنان از دست سیستم قوی گوگل رهایی پیدا کرد. گوگل سرسختانه منتظر است تا هر گونه محتوای کپی و محتوایی که با تقلب از دیگران نوشته شده است را پیدا کند و آن را از بین ببرد.

# فرد موفق در زمینه تجارت آنلاین



Clark Brian

# تکنیک های موفق بازاریابی آنلاین

با گسترش اینترنت در تمام جنبه های زندگی، امروزه داشتن اطلاعات کافی از حوزه آی تی و ارتباط آن به دنیای تجارت و پول، نوعی سواد پایه ای به حساب می آید که یکی از ملزومات زندگی نیز هست. یعنی اگر کسی نتوان حضور و رقابت در این فضا را نداشته باشد به نوعی بی سواد است و احتمال آسیب خوردن تجارت او بسیار بالا است.

رقابت سنگین در تجارت آنلاین و کسب درآمدهای زیاد از این فضا، بسیاری را بر آن داشته است تا حضور خود در این کار را بسنجند و موفقیت کسب و کار خود را تخمین بزنند. باید بدانید که تنها صرف خواستن و به صورت اتفاقی نمی توان کسب و کاری آنلاین را ایجاد کرد و ثمره های موفقیت آن را بهره برداری کرد. در این مسیر باید از اصول و شیوه هایی پیروی کرد که تضمین کننده موفقیت در کسب و کار مورد نظر شما باشند. اگرچه که کار مورد نظر در هر نوعی از کسب ممکن است در فضای متفاوتی جهت و کار تکنیک های مجازی به وجود موفقیت در قواعد و اصول کلی وجود بیابند، اما قواعد و اصول کلی وجود دارد که می توانند بسیار مفید و یاری کننده باشند.



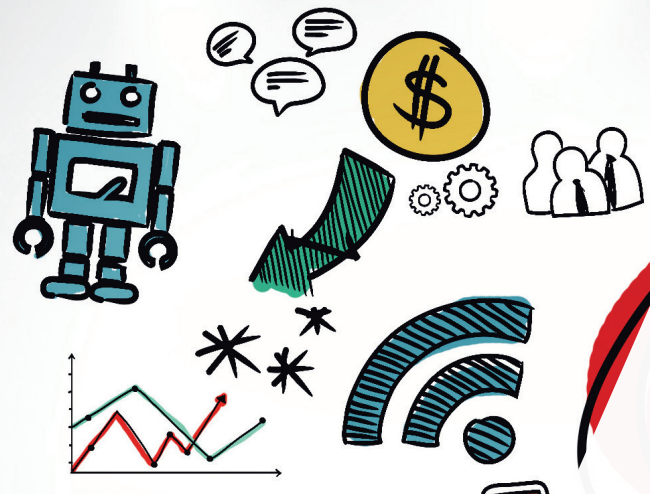
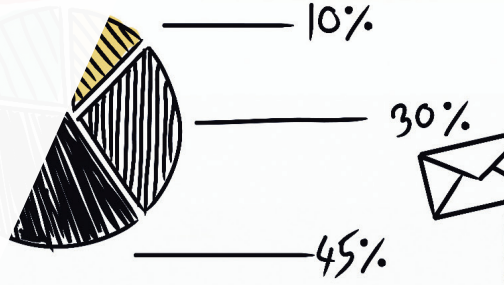


1 تکنیک اول شناخت "نیاز" بازار است؛ هیچ چیز به اندازه شناخت موفقیت یک کسب و کار اینترنتی باشد. زمانی که بدانید مشتری چه می خواهد و بتوانید کالاها و خدمات را بر اساس آن ارائه دهید تا حدود زیادی به هدف خود که همان فروش بیشتر است نزدیک شده اید.

2 تکنیک دوم "بزند سازی" و ماندن در ذهن مخاطب است؛ با ساخت یک برند و طراحی آن به صورتی که در ذهن و خاطر مشتریان باقی بماند می توانید کسب و کاری را ایجاد کنید که بقاء آن تزلزل ناپذیر باشد. برند ها با المان ها و مولفه هایی که به همراه خود دارند یکی از اساسی ترین اصول تصویر سازی را در ذهن پیاده می کنند.

3 تکنیک سوم "بهینه سازی موتورهای جستجو" است؛ تا زمانی که نتوانید در نتایج جستجو به خوبی دیده شوید نمی توانید انتظار موفقیت در کسب و کار خود را داشته باشید، پس بهتر است با تولید محتوای با کیفیت و منحصر بفرد، سایت خود را در موتورهای جستجو ایندکس کنید تا از این طریق بهتر دیده شوید.

4 تکنیک چهارم "بازاریابی از طریق شبکه های اجتماعی" است؛ با گسترش تلفن های همراه و همه گیر شدن شبکه های اجتماعی از این طریق می تواند پتانسیل های زیادی داشته باشد که استفاده صحیح و به موقع از آن ها منجر به موفقیت در کسب و کار خواهد شد.



# چگونه می‌توان برندی موفق در اینترنت پایه‌گذاری کرد؟

اختراعات در حوزه شبکه‌های اجتماعی، جهان را با تحولات و دگرگونی‌های زیادی در قرن بیست و یکم مواجه کرده است. بازاریابی از طریق شبکه‌های اجتماعی فرصت‌های بالقوه زیادی را در اختیار صاحبان کسب و کار و مشتریان قرار می‌دهد. پیدا کردن استراتژی‌های موثر بواسطه بازاریابی شبکه‌های اجتماعی یکی از اساسی‌ترین و مهم‌ترین قدم‌هایی است که در ساخت یک برند موفق در اینترنت تاثیر گذار است. برای این که یک برند موفق در اینترنت بسازید باید از قواعدی پیروی کنید که متضمن ماندگاری شما در ذهن مخاطبان باشد.

اولین مسیر انجام تحقیقات لازم در بازار هدف است؛ برای این که به خوبی در فضای اینترنت شناخته شوید در ابتدا باید مخاطبان خود را بشناسید، پس از آن که برندی بر اساس نیاز مخاطبان خود ایجاد کردید، آن گاه می‌توانید نسبت به موفقیت آن در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی اطمینان حاصل نمایید.

سپس می‌توانید برای برند خود رنگ و آهنگی خاص در نظر بگیرید؛ این کار علاوه بر ماندگار کردن تصویر برند در ذهن مخاطب، با به کار انداختن سایر حواس می‌تواند او را بیش از پیش به خود درگیر نماید و این یکی از شروطی است که ما برای موفقیت در کسب و کار آنلاین به آن شدیداً نیاز داریم.

از ترکیب موزونی از شبکه‌های اجتماعی برای تبلیغات استفاده کنید؛ این کار جای پای شما را سفت کرده و امکان استفاده از حداکثر توان بالقوه شبکه‌های اجتماعی را می‌دهد، ضمن این که با این شیوه می‌توانید بین افراد بیشتری به تبلیغات پردازید. شهرت و آوازه‌ای مجازی برای خود در فضای اینترنت دست و پا کنید؛ اگر بتوانید با تولید یک کالای جنجالی و یا خدماتی منحصر بفرد بیشتر دیده شوید، قطعاً می‌توانید برند موفق‌تری داشته باشید. اگر برای ساخت این شهرت از افراد معروف و خوشنام و تبلیغات آن‌ها در صفحات شخصی‌شان بهره بگیرید که بی‌شک این کار تاثیر دوجندان بر شهرت و آوازه شما خواهد گذاشت.

# مهم ترین رویداد های خارجی در زمینه تجارت الکترونیک

۲۰۱۷ IBOUND

این رویداد بین المللی یکی از مهم ترین گردهمایی های دنیا در زمینه دیجیتال مارکتینگ و بازاریابی آنلاین است. با جذب سالیانه بیش از ۱۰ هزار نفر به این همایش می توان گفت IBOUND یکی از مهم ترین اتفاقاتی است که هر ساله در حوزه بازاریابی آنلاین می افتد. این رویداد در تاریخ ۲۵ تا ۲۸ سپتامبر سال جاری در شهر بوستون در آمریکا برگزار خواهد شد. یکی از جاذبه های این کنفرانس وجود سخنرانان مطرح و درجه یک در زمینه آنلاین مارکتینگ است که به علاقمندان این حوزه توصیه می کنیم آن را از دست ندهند.

State of Search

این کنفرانس در ماه اکتبر هر سال در دالاس آمریکا برگزار می شود و مجموعه ای از شگفتی های حوزه آنلاین مارکتینگ را در خود گردآوری کرده است. این همایش توسط متخصصین حوزه های سئو و بازاریابی دیجیتال برگزار می شود و هر سال بر جذابیت و بزرگی آن افزوده می شود. تاریخ دقیق این گردهمایی ۹ و ۱۰ اکتبر ۲۰۱۷ است.

MozCon

این همایش در تاریخ ۱۷ جولای به همت Rand Fishkin برگزار می شود. در این گردهمایی سخنرانان مطرح بسیاری در زمینه بازاریابی آنلاین و مقوله سئو به صحبت خواهند پرداخت.



# مصاحبه با فهیمه میرزایی

## سرپرست تیم تحقیق و توسعه ویکی محتوا

همانطور که می دانید در این بخش از ماهنامه تخصصی ویکی محتوا بر آن هستیم تا ضمن مصاحبه ای با مدیران این مجموعه، در مورد ویژگی های آن ها و مجموعه ویکی محتوا اطلاعاتی را به دست بیاوریم. پس از مصاحبه با سرکار خانم ندا حسینی مدیر عامل مجموعه و خانم فاطمه بغدادی مدیر داخلی ویکی محتوا این بار می خواهیم مصاحبه ای با خانم فهیمه میرزایی سرپرست تیم تحقیق و توسعه ویکی محتوا داشته باشیم و از ایشان در مورد زمینه های کاری در ویکی محتوا و علایقشان سوالاتی را بپرسیم.

ضمن عرض سلام و عرض تبریک به مناسبت حلول ماه مبارک رمضان، از شما می خواهیم که کمی در مورد خودتان برای ما بگویید.

با عرض سلام و خسته نباشید به خوانندگان عزیز و ضمن خوشامد گویی به شما، من فهیمه میرزایی سرپرست تیم تحقیق و توسعه در مجموعه ویکی محتوا هستم. من مقطع کارشناسی رو در رشته مهندسی منابع طبیعی در دانشگاه تهران خواندم و به جرات می توانم بگویم که این دسته از رشته ها علیرغم این که در جوامع جهان سومی همچون کشور ما بسیار مهجور و ناشناخته اند، اما به دلیل گستردگی و چند وجهی بودن، ابعاد زیادی را در زندگی در بر می گیرند و از این بابت محور و پایه هر چیزی در جامعه به حساب می آیند. در مقطع کارشناسی ارشد بیشتر به دنبال رشته ای بودم که علاوه بر راضی کردن روح خودم، امکان ایجاد جایگاه اجتماعی و شغل را برایم فراهم کند. این بود که بعد از کمی تحقیق کنکور زبان دادم و در

رشته زبان انگلیسی گرایش مترجمی دانشگاه آزاد علوم تحقیقات پذیرفته شدم. از این پس بود که زندگیم تغییرات اساسی کرد. پیش از این هم در دوره کارشناسی کار ترجمه انجام می دادم اما به دلیل پراکنده و تک بعدی بودن کارها هیچوقت نگاه سیستماتیکی به قضیه نداشتم و از منظر علم ترجمه نمی توانستم به موضوع نگاه کنم.

برای شما مقدور است تا کمی از ارتباط رشته تحصیلی خود و تولید محتوا برای ما بگویید؟

ارتباط مستقیم و صد در صدی میان ترجمه و تولید محتوا وجود دارد. یکی از بزرگ ترین چالش هایی که تولید کنندگان محتوا با آن روبرو هستند نبود اطلاعات کافی در برخی از حوزه ها است که برای رفع این مسئله آن ها ملزم به استفاده از منابع خارجی هستند. در ویکی محتوا هم این مسئله وجود دارد و گاهی در وبسایت های فارسی حول یک موضوع هیچ اطلاعاتی را نمی توان به دست آورد؛ از این رو است که به سراغ سایت های خارجی

معتبر می رویم.

اهمیت تولید محتوای فارسی از نگاه شما چیست؟

به دلیل این که تسلط به زبان خارجی در بین بسیاری از اقشار جامعه جا نیفتاده است، شرکت های تولید محتوا برای اطلاع رسانی و بالا بردن سطح اطلاعاتی جامعه، حال در هر زمینه ای، ملزم به تولید محتوای فارسی هستند. این محتواها را می توان از طریق گردآوری اطلاعات از اینترنت، تجربیات شخصی و یا انتقال از سایر زبان ها تولید کرد که البته تولید هرکدام شرایط خاص خود را دارد. فکر می کنید استفاده از منابع اطلاعاتی بین المللی تا چه اندازه می تواند منجر به ساخت محتوای «منحصر بفرد» و «با کیفیت» شود؟

خب مسئله اصلی در تولید اطلاعات در دنیا این هست که زبان انگلیسی اولین و مهم ترین زبان دنیا به حساب می آید و بیش تر از ۷۵ درصد مقالات و اطلاعاتی که در دنیا از طریق پژوهش و تحقیق به چاپ و آگهی مردم می رسند، به

این است که رویای کودکی و نوجوانی من قبولی در رشته داروسازی بود، اما به دلیل بازیگوشی‌ها و شیطنت‌هایی که در مدرسه داشتم این امکان برایم فراهم نشد. در همین حین هم علاقه زیادی به نوشتن داشتم و مجموعه بزرگی از نوشته‌های خودم رو جمع‌آوری کرده بودم. کتاب می‌خواندم، تحقیق می‌کردم و این بود که به رشته ترجمه رسیدم. ترجمه خوشبختانه به دلیل گستردگی که دارد و البته این که بسیار نو نیز هست، جای کار و مانور زیادی رو برای می‌گذاشته است.

من در این لحظه خدا رو شاکرم که به من موهبت‌های زیادی داده است و این امکان رو برای من فراهم کرده تا در رشته‌ای ادامه تحصیل بدم که احساس می‌کنم کمی ذوق و استعداد در آن دارم. مترجم شدن برای من رویایی بود که در سال‌های آخر مقطع کارشناسی در ذهنم کلید خورد و در حال حاضر از کاری که انجام می‌دهم علی‌رغم تمام سختی‌ها و پیچیدگی‌هایش لذت بسیاری می‌برم. از این که وقت گرانبه‌های خود را در اختیار ما گذاشتید سپاسگذارم.

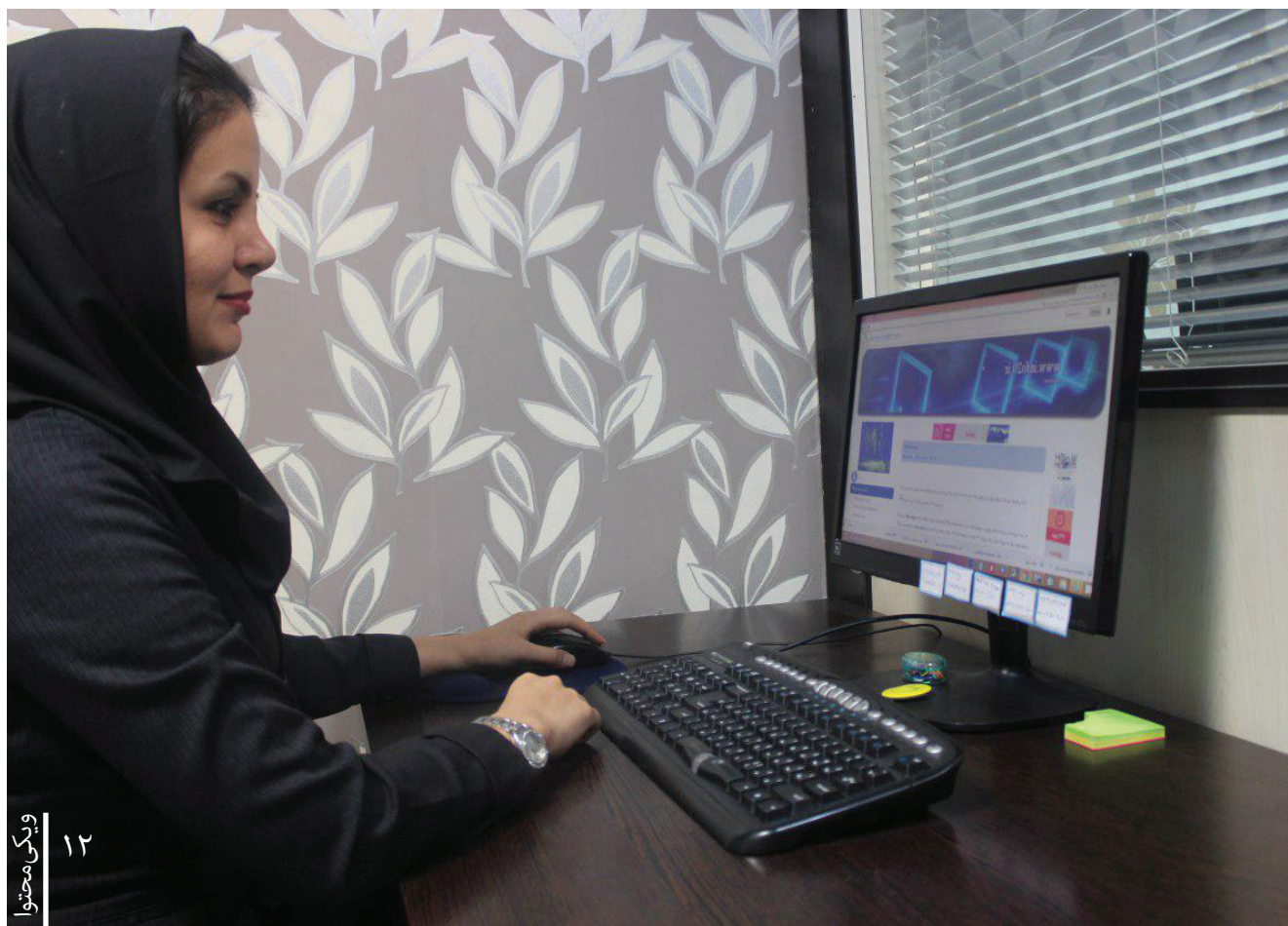
من از شما به خاطر تشریف‌فرمایی به مجموعه ویکی محتوا، تشکر می‌کنم.

این زبان نوشته شده اند و همچنان نیز نوشته می‌شوند. این موضوع، تولیدکنندگان محتوا به زبان‌های دیگر را به فکر فرو برد که با انتقال مطالب از زبان‌های قدرتمند چون انگلیسی، اقدام به تولید محتوای یونیک کنند؛ البته موضوعی که باید مدنظر قرار بگیرد این است که در تولید محتوا، انتقال صددرصد موضوع محور کار نیست و شخص مترجم تنها به برداشت‌ها و ترجمه آزاد بدون آسیب دیدن به اطلاعات اصلی و مطالب صحیح دست می‌زند.

در پایان من فکر می‌کنم در حوزه‌هایی که با فقدان اطلاعات روبرو هستیم، ملزم به استفاده از سوره‌های بین‌المللی می‌باشیم و به جای گردآوری و تحقیق باید به انتقال مفاهیم فکر کنیم. با توجه به رشد و گسترشی که در زمینه‌های تحقیقاتی و ایجاد داده‌ها در بین فارسی‌زبانان مشاهده می‌کنم، به این بسیار امیدوارم که منابع فارسی روزی به یکی از سوره‌های اصلی و بین‌المللی تولید داده تبدیل شوند. در حقیقت هدف مجموعه ویکی محتوا نیز رسیدن به چنین آرزویی است.

آرزوی شما در کودکی چه بوده است و فکر می‌کنید تا چه اندازه به آن نزدیک شدید؟

بعد از کمی مکث، می‌خندند و عنوان می‌کنند: واقعیت



## چگونه محتوای تاثیرگذار و جذاب برای شبکه‌های اجتماعی تهیه کنیم؟

روزگاری بود که سئو تنها به کلید واژه‌ها مرتبط بود و فارغ از موضوع کیفیت، هر متنی که با تعداد زیادی کلیدواژه ساخته می‌شد می‌توانست در موتورهای جستجو ایندکس شود. امروزه الگوریتم‌های سازنده موتورهای جستجو پیچیده‌تر عمل می‌کنند و از این رو می‌توانند محتوای بی‌کیفیت را از انواع محتوایی که با فکر تهیه شده است، تشخیص دهند. اکنون که Semantic SEO ایجاد شده است، عملکرد موتورهای جستجو در تشخیص محتوای بی‌کیفیت بسیار قوی‌تر شده؛ لذا خلا ساخت محتوایی که از نظر موتور جستجو با کیفیت باشد کاملاً احساس می‌شود. در زمینه تولید محتوا برای شبکه‌های اجتماعی حساسیت سئو برداشته می‌شود. همه‌گیری دستگاه‌های تلفن همراه و تبلت‌ها باعث شده شبکه‌های اجتماعی بیش از پیش در زمینه مارکتینگ و بازاریابی فعال شوند و عده زیادی برای تولید محتوا برای شبکه‌های اجتماعی اقدام کنند. شبکه‌های اجتماعی به دلیل سهولت در دسترسی یکی از جذاب‌ترین و در عین حال پرکاربردترین اپلیکیشن‌های ارتباطی کاربر محور هستند که امکان انتقال و به اشتراک گذاری هر گونه داده را دارند. این امکان به آن‌ها اجازه می‌دهد تا به بسترهای مناسبی برای تبلیغات و فروش تبدیل شوند.

البته جذب مخاطبان وفادار به شبکه‌های اجتماعی تا حدودی پیچیده است و پیدا کردن ذائقه کسانی که از طریق این شبکه‌ها به برقراری ارتباط می‌پردازند تا حدودی سخت به نظر می‌آید. بنابراین در ساخت و ایجاد محتوا برای این دسته از افراد باید بسیار هوشمندانه عمل کنیم تا در حین کار با ریزش کاربر و فالوئر مواجه نشویم.

مهم‌ترین و اصلی‌ترین تکنیک در بازاریابی شبکه اجتماعی این است که از گذاشتن متن‌های بلند و خسته کننده که از حوصله مخاطب خارج است، خودداری کنیم. اعضای گروه، کانال و یا پیج باید بتوانند بیشترین و مفیدترین اطلاعات را با توجه به موضوع مورد نظر خود در کم‌ترین زمان ممکن بگیرند. متون و پست‌های



کوتاه، دقیق و مخاطب‌پسند این امکان را به آن‌ها می‌دهد. تکنیک دوم استفاده از تصاویر و اینفوگرافی‌ها است؛ اینفوگرافی‌ها با پتانسیل‌های بالایی که در رساندن حجم زیادی از اطلاعات دارند، به یکی از محبوب‌ترین بخش‌های یک کانال، پیج و یا گروه تبدیل شده‌اند. فقط باید استفاده از رنگ‌ها و المان‌های مناسب در طراحی اینفوگرافی را فراموش نکنید تا بتوانید بهترین نتیجه ممکن را از این فرآیند بگیرید.

تکنیک بعدی استفاده از ویدئو و انیمیشن به منظور برقراری ارتباط بیشتر با اعضا است. این امکانات علاوه بر درگیر کردن قوای بصری افراد، شنوایی آن‌ها را نیز تحت تاثیر قرار می‌دهند و از این رو می‌توانند نقش پررنگ‌تری را در فرآیند محتواسازی برای شبکه‌های اجتماعی بازی کنند.

تکنیک چهارم برقراری ارتباط با مخاطبین از طریق ضبط صدای خود و قرار دادن آن در شبکه‌های اجتماعی است؛ این کار علاوه بر درگیر کردن ذهن مخاطب در محتوای تولیدی شما، با برقراری ارتباط میان شما و مشتریان، انجام کارهای بازرگانی را امکانپذیر می‌کند.

به‌طور کلی تکنیک‌هایی که گفته شد توانایی آن‌ها را دارند تا فرآیند ساخت محتوا در شبکه‌های اجتماعی را بهبود بخشد، اما باید توجه داشته باشید که هر بازار خاص با توجه به نوع مخاطب خود، تکنیک‌های مجزا و منحصر بفردی را برای این کار می‌طلبد.

STRATEGY



Think outside

The box



traffic

WEB MARKETING

POPULARITY ANALYSIS  
ADVANCED



BLOG



RANK  
NETWORK CONTENT

PROMOTION

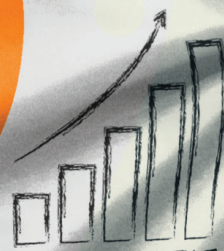
S  
BRANDING  
LINK

RESULT

IDEAS



PPC  
Pay-Per-Click

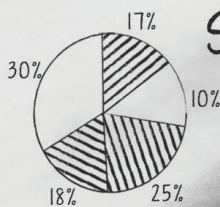


BUSINESS PROFIT

SEARCH ENGINE OPTIMIZATION

SEM  
SEARCH ENGINE MARKETING

PLACEMENT



SCORE

KEYWORDS

DOMAIN  
TRAFFIC

FEEDBACK  
POSITIONING

WEB



SOCIAL MEDIA

# ONLINE MARKETING

## پایه‌گذاری CSS برای توان برداشتی موفق در اینترنت

### معماری وب در زمانه طراحی کاربردی

### تجارت آنلاین

# WIKIMOHTAVA

July - 2017

Brian

Brian

