

# چهل تاکتیک و تکنیک مؤثر در بازاریابی دیجیتال



رازوان گاوریلانس  
مترجم: مهدی مبشری





BARAYAND  
انتشارات برآیند



# چهل تاکتیک و تکنیک مؤثر در بازاریابی دیجیتال

نویسنده:

رازوان گاوریللاس

مترجمان:

مهدی مبشری

ویراستار:

عادل طالبی

سارا قدیمی

سرشناسه: گاوریلانس، رازوان

Gavrilas, Razvan

عنوان و نام پدیدآور: چهل تاکتیک و تکنیک مؤثر در بازاریابی / نویسنده

رازوان گاوریلانس؛ مترجم مهدی مبشری.

مشخصات نشر: تهران: برآیند، ۱۳۹۸.

مشخصات ظاهری: ۴۷ ص: مصور.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۴۶۶-۴۲-۲

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

یادداشت: عنوان اصلی: 40 Most Effective Digital Marketing Tactics and Techniques in 2017

موضوع: بازاریابی

Marketing: موضوع

شناسه افزوده: مبشری، مهدی، ۱۳۶۰- مترجم

Mobasheri, Mehdi شناسه افزوده:

رده بندی کنگره: ۱۳۹۸ ج۹/گ۴/ HF۵۴۱۵

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۸

شماره کتابشناسی ملی: ۵۵۸۱۰۷۲



## چهل تاکتیک و تکنیک مؤثر در

### بازاریابی دیجیتال

نویسنده: رازوان گاوریلانس

مترجم: مهدی مبشری

ویراستار علمی: عادل طالبی

ویراستار: سارا قدیمی

صفحه‌آرا: سید زرغام تقوی

طراحی جلد: بابک قادری

مدیر هنری: فرشاد رستمی

سال انتشار: ۱۳۹۸

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۴۶۶-۴۲-۲

آدرس: تهران، میدان فاطمی،

خیابان بیستون، کوچه دوم

الف، پلاک ۳/۱، واحد اول غربی،

صندوق پستی: ۱۴۳۱۶۵۳۷۶۵

تلفن: ۸۸۹۹۶۳۱۶

• همه حقوق چاپ و نشر انحصاراً

برای نشر برآیند محفوظ است.

• استفاده از بخش‌هایی از متن

کتاب، فقط برای نقد و معرفی آن

مجاز است.



## فهرست مطالب

۱. از افعال اول شخص در دکمه‌های فراخوان اقدام به عمل استفاده کنید تا میزان کلیک در سایت خود را ۹۰ درصد افزایش دهید ..... ۱۳
۲. ترافیک سایت خود را به کمک تقویم تحریریه تا ۳۰۰ درصد افزایش دهید ..... ۱۴
۳. از روش مستندکردن محتوا استفاده کنید تا ترافیک منحصر به فرد و پایدار ۲۵۰ هزار نفری برای سایت خود به دست آورید ..... ۱۶
۴. برای جذب ۲۰ درصد ترافیک طبیعی بیشتر، کسب‌وکار خود را با اسلایدشیر تبلیغ کنید ..... ۱۷
۵. با ارائه مطالعات موردی باکیفیت، فروش خود را تا ۱۸۵ درصد بیشتر کنید ..... ۱۸
۶. شبکه‌ای از سایت‌های همکار ایجاد کنید و اثرش را بر نتایج موتورهای جست‌وجو ببینید؛ بیشتر از ۳۰ پله صعود خواهید کرد ..... ۱۹
۷. برای افزایش ۱۸ درصدی فروش، در سایت‌های مرور و بررسی دیدگاه‌ها شرکت کنید ..... ۲۰
۸. از ترندها برای تولید ترافیک استفاده کنید تا بازگشت سرمایه‌گذاری تان بهبود یابد ..... ۲۱
۹. به کمک AMP خود را در میان رقبا متمایز کنید و ۴۰ درصد ترافیک معمولی بیشتر به دست آورید ..... ۲۲
۱۰. در سایت «Medium» بنویسید تا صفحه شما ۶/۲ میلیون بازدیدکننده کسب کند ..... ۲۲
۱۱. در فیس‌بوک، صفحه سفرارشی‌سازی شده ایجاد کنید تا با ۴۰ درصد از طرف‌داران خود تعامل برقرار نمایید ..... ۲۳
۱۲. محتوای ارزشمندی در لینکداین پالس بازگذاری کنید و در عرض ۳۰ روز ۱۹۰۰ اشتراک اجتماعی به دست آورید ..... ۲۴
۱۳. از ردیت استفاده کنید و کسب‌وکار تان را گسترش دهید؛ در عرض ۳ ماه ۱۸۸ دلار به دست می‌آورید ..... ۲۵
۱۴. جوامع آنلاین را هدف قرار دهید و ماهانه بیش از ۱۰ هزار بازدیدکننده منحصر به فرد جذب کنید ..... ۲۵
۱۵. از اثرگذاری اجتماعی برای رسیدن به رتبه‌های بالاتر استفاده کنید ..... ۲۶
۱۶. کمپین هوشمندی طراحی کنید که قابلیت فعال‌سازی مجدد خودکار داشته باشد تا فروش خود را حدود ۱۶۴ درصد افزایش دهید ..... ۲۷
۱۷. از ایمیل‌های شخصی‌سازی شده برای افزایش ۱۹ درصدی فروش‌های خود استفاده کنید ..... ۲۸
۱۸. اصطلاحک را کاهش دهید تا اشتراک ایمیلی ۱۰۰ درصد افزایش یابد ..... ۳۰
۱۹. برای افزایش قابلیت تحویل از بخش‌بندی استفاده کنید و به‌ازای هر کمپین، درآمد خود را ۱۴۱ درصد افزایش دهید ..... ۳۱
۲۰. با انتخاب موضوعی که کنجکاوی کاربر را تحریک کند، میزان بازشدن ایمیل‌هایتان را تا ۳۳ درصد افزایش دهید ..... ۳۲

۲۱. برای نوشتن دربارهٔ محصولات با اینفلوئنسرها همکاری کنید تا در عرض ۳ ماه درآمد ۳۰۰ هزار دلاری به دست آورید. .... ۳۲
۲۲. در تبلیغ تجاری (پولی) در حوزهٔ رسانه‌های اجتماعی، از رویکرد یکپارچه استفاده کنید. .... ۳۳
۲۳. با کمک Site-Links Extentions، میزان تبدیل آگهی‌های تبلیغات کلیکی را تا ۶۴ درصد افزایش دهید. .... ۳۴
۲۴. از محرک‌های حسی در عنوان و سرتیترها استفاده کنید تا شش برابر بر تعداد کلیک‌ها افزوده شود. .... ۳۵
۲۵. در ازای اکانت سفارشی شدهٔ توئیتر، به بازگشت ۳۲ درصدی سرمایه دست یابید. .... ۳۶
۲۶. برای افزایش میزان بازشدن ایمیل به حدود ۷۱ درصد، ایمیل‌های خودکار تحریک‌شده براساس رفتار کاربر را بفرستید. .... ۳۶
۲۷. اطلاعات مشتریان را از طریق سیستمی منحصر به فرد و شفاف به دست آورید تا اعتماد ۴۴ درصد مشتریان را کسب کنید. .... ۳۷
۲۸. با استفاده از هدف‌گیری مجدد، به افزایش ۴۰۰ درصدی بازگشت سرمایه برسید. .... ۳۸
۲۹. سیستم نمره‌دهی سرنخ‌ها راه‌اندازی کنید و به کمک آن ۵۰ درصد به فروش خود بیفزایید. .... ۳۹
۳۰. از طریق اتوماسیون رسانه‌های اجتماعی، بیشتر در معرض دید اجتماع قرار گیرید. .... ۴۰
۳۱. دوستداران برند را تشویق کنید از شما حمایت کنند. .... ۴۰
۳۲. از مشتریان خود فالورهای قدرتمندی بسازید و تأیید رایگان به دست آورید. .... ۴۱
۳۳. رسانهٔ رایگانی به دست آورید و همه را ترغیب کنید در اخبار از شما صحبت کنند؛ آنگاه به نرخ ۵ میلیون بازدید در یوتیوب نزدیک می‌شوید. .... ۴۱
۳۴. برای جذب مشتریان بومی، از محتوای ویدئویی جذاب استفاده کنید و میزان تبدیل خود را تا ۸۰ درصد افزایش دهید. .... ۴۲
۳۵. وینارها را برای کسب ۱۶,۳۹۴ سرخ جدید به کار گیرید. .... ۴۳
۳۶. با راه‌اندازی برنامهٔ مشارکتی، برای سایت درآمدزایی کنید و ماهانه ۴۵ هزار دلار دیگر به دست آورید. .... ۴۳
۳۷. از طریق کوپن‌های تخفیف و سایت‌های اهدای جایزه، سفارش محصولات را تا ۹/۸ درصد افزایش دهید. .... ۴۴
۳۸. ارزش رابطه و مشارکت با دیگران را بدانید تا بتوانید سهم خود را ۱۹ درصد افزایش دهید. .... ۴۴
۳۹. از طریق برنامهٔ مشارکتی و همکاری با اینفلوئنسرهای محترم، میزان تعامل و حمایت در رسانه‌های اجتماعی را تا ۶۰ درصد افزایش دهید. .... ۴۵
۴۰. از استراتژی ناشران برای رشد درآمد ماهیانهٔ ۱۷۷ درصدی استفاده کنید. .... ۴۵







**BARAYAND**  
انتشارات برآیند

چهل تاکتیک و تکنیک مؤثر  
در بازاریابی دیجیتال



همه می‌خواهند فرصت انتخاب داشته باشند؛ اما تناقض در این است که هیچ‌کس نمی‌خواهد یک فرصت از میان یک‌صد گزینه داشته باشد. به عبارتی، هر فرد به دنبال حق انتخاب است؛ اما هیچ‌کس دوست ندارد بین انتخاب‌های متعدد سردرگم شود یا در میان حجم عظیمی از انتخاب‌های تصادفی گیر بیفتد. بیشتر افراد به دنبال فرصت‌هایی هستند که بتوانند خود را از بقیه متمایز کنند. کارشناسان بازاریابی دیجیتال یا مشاوران دیجیتال مارکتینگ نیز از این قاعده مستثنا نیستند. امروزه که رویکرد انسان به انسان مطرح است، باید برای ایجاد روابط قدرتمند با مخاطبان، به شیوهٔ خلاقانه تمرکز کنیم.

بعد از پژوهش گسترده، فهرستی از تاکتیک‌ها و تکنیک‌های مؤثر در بازاریابی دیجیتال را در این کتاب گردآوری کرده ایم. این تکنیک‌ها با پشتوانهٔ علمی و حاصل مطالعات موردی گسترده در جوامع آماری است. در ادامه، با چهل تاکتیک و تکنیک مؤثر در بازاریابی دیجیتال همراه ما باشید:

## ۱. از افعال اول شخص در دکمه‌های فراخوان اقدام به عمل<sup>۲</sup> استفاده کنید تا میزان کلیک در سایت خود را ۹۰ درصد افزایش دهید

برای اینکه دکمهٔ فراخوان اقدام به عمل سایت شما انگیزشی باشد و کاربران را به کلیک کردن ترغیب کند، باید مخاطب خود را بشناسید و بدانید چه چیزی او را تحریک می‌کند. مثلاً تعدادی از تاکتیک‌های مؤثر برای کاربران نسل هزاره که بسیار باهوش‌اند و به دنبال شیوه‌های جذاب می‌گردند، این‌هاست: مرتبط کردن دکمه‌های فراخوان اقدام به عمل با اجزای بصری؛ استفاده از افعال ترغیب‌کننده؛ ارزش‌گذاری و ایجاد حس اضطرار و فوریت. باید به جای کلمه‌های ساده‌ای همچون «دانلود»، جمله‌هایی مانند «کتاب رایگان خود را دریافت کنید» به کار ببرید.

دکمه‌های فراخوان اقدام به عمل روشی عالی برای ترغیب کاربر به انجام فعالیت است. باید دکمهٔ فراخوان اقدام به عمل را روی صفحهٔ فرود و خبرنامه و ایمیل‌ها قرار دهید و در آن جمله‌های ترغیب‌کننده به کار ببرید. نمونه‌ای از دکمه‌های فراخوان اقدام به عمل مؤثر در صفحهٔ فرود:



1. Human to Human (H2H)
2. Call To Action (CTA)

میشل آگارد، از سایت «Unbounce» نمونه‌ای تست A/B روی صفحات پرداخت انجام داده است. نتایج نشان می‌دهد که تغییر متن دکمه‌های فراخوان اقدام به عمل از دوم شخص به اول شخص باعث افزایش کلیک روی آن‌ها می‌شود. همان طور که در تصویر بعدی می‌بینید، دو دکمه در صفحه بود. یکی می‌گفت «30 day trial Start YOUR free» و دیگری می‌گفت «30 day trial- Start MY free». میزان کلیک روی جمله دوم ۹۰ درصد بیشتر بود.



Control:

Treatment:

Start your free 30 day trial



Start my free 30 day trial

ContentVerve.com



**90% increase in CTR**

During the campaign period, the treatment increased CTR by 90%

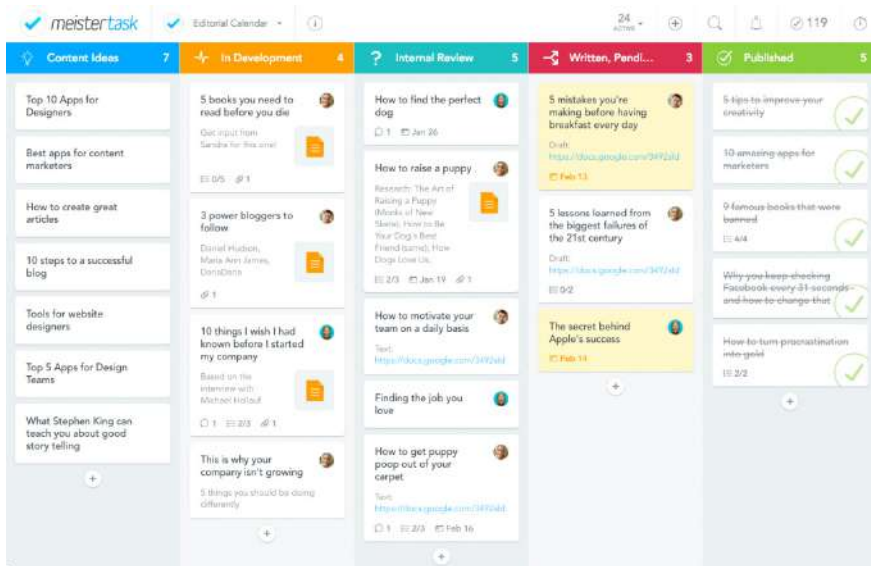
در همین تحقیق، آگارد دریافت که استفاده از اول شخص مفرد به جای دوم شخص در جملات، کاربران را حدود ۲۴/۹۵ درصد بیشتر به صفحه پرداخت سوق می‌دهد.

## ۲. ترافیک سایت خود را به کمک تقویم تحریریه<sup>۱</sup> تا ۳۰۰ درصد افزایش دهید

محتوای جدید هر روز ایجاد می‌شود. شما باید در بازه زمانی معینی محتوای جدید و جذاب به سایت

خود اضافه کنید. سرمایه‌گذاری روی رسانه‌های اجتماعی،<sup>۱</sup> قیف فروش،<sup>۲</sup> بهینه‌سازی نرخ تبدیل،<sup>۳</sup> ارتباط با مشتری،<sup>۴</sup> بودجه‌های بازاریابی<sup>۵</sup> و آمارهای بازدید وبسایت<sup>۶</sup> بر افزایش ترافیک سایت شما تأثیر بسیاری می‌گذارد. حتماً از خودتان می‌پرسید: مؤثرترین تاکتیک چیست؟

زمان بندی انتشار پست‌ها اهمیت فراوان دارد؛ به خصوص اگر با کپی‌رایترهای متعددی کار می‌کنید. اطمینان بایید که برنامه بازاریابی شما برای بهبود نتایج، تقویم تحریریه دارد. ایجاد تقویم تحریریه بسیار راحت‌تر از آن است که فکرش را می‌کنید و اپلیکیشن‌های زیادی برای این کار وجود دارد. «Meistertask» یکی از اپلیکیشن‌های مدیریت وظایف است که کمک می‌کند وظایف هر فرد را تعریف کنید و تقویم تحریریه را به راحتی برای او بسازید. تصویر اسکرین‌شات بعدی، تقویم تحریریه‌ای را نشان می‌دهد که در Meistertask ایجاد شده است.



اپلیکیشن «Trello» نیز یکی از تکنیک‌های بازاریابی دیجیتال را در اختیار شما قرار می‌دهد که با کمک آن می‌توانید کمپین‌های تحریریه ایجاد کنید. اپلیکیشن «CoSchedule» نیز بخش «ایجاد تقویم بازاریابی محتوایی» در خود دارد.

1. Social media
2. Sales funnel
3. Conversion rate optimization
4. Customer relationships
5. Marketing budgets
6. Web analytics



آن‌ها این فرایندها را طی کردند و ترافیک سایتشان را ۲۹۹ درصد افزایش دادند. مراحل زیر را طی کنید تا چنین نتیجه‌ای به دست آورید:

برای تقویم خود هدفی در نظر بگیرید؛

برای سنجش اهداف خود معیارهایی تنظیم کنید؛

برای دستیابی به آن معیارها، در عملکرد هر ماه خود مبنایی در نظر بگیرید؛

اهداف هوشمندانه‌ای برای هر پست وبلاگی در تقویم خود معین کنید؛

بسنجید برای رسیدن به آن اهداف، چند پست وبلاگی نیاز دارید.

### ۳. از روش مستند کردن محتوا<sup>۱</sup> استفاده کنید تا ترافیک منحصر به فرد<sup>۲</sup> و پایدار - ۲۵ هزار نفری برای سایت خود به دست آورید

مستند کردن محتوا یعنی محتوای خود را روی سایت‌های معتبر منتشر کنید تا اعتبار محتوای شما نیز افزایش یابد. شما نیاز دارید سایت‌های معتبر و مرتبطی برای این منظور پیدا کنید. به کمک این روش مخاطبان بهتری برای خواندن محتوایتان جذب خواهید کرد. مثلاً سایت‌های «Outbrain» و «Taboola» می‌توانند به محتوای شما در کانال‌های بازاریابی خود قدرت ببخشند. بعد از اینکه محتوای خود را روی چنین سایت‌های قدرتمندی منتشر کردید، مخاطبان جدید خواهید داشت و به ترافیک بسیار زیادی دست می‌یابید.

جیمز کلیر از این تاکتیک بازاریابی استفاده کرد و فهرست ایمیلی خود را به بیش از ۱۰۰ هزار نفر رساند؛ به علاوه ۲۵۰ هزار ترافیک پایدار منحصر به فرد در ماه.

1. Content Syndication
2. Unique Visitors

## What Mozart and Kobe Bryant Can Teach Us About Deliberate Practice



James Clear

10/09/13 6:00am · Filed to: GOALS



98.8K



43



26



How long does it take to become elite at your craft? And what do the people who master their goals do differently than the rest of us? That's what John Hayes, a cognitive psychology professor at Carnegie Mellon University, wanted to know. For decades, Hayes has been investigating the role of effort, همان طور که در تصویر قبل می بینید، او پست وبلاگی در سایت «Lifehacker» بازنشر کرد و از این طریق ۹۹ هزار نفر بازدیدکننده جذب نمود. اگر روی گوگل آنالیتیکس اکانت دارید، به راحتی می توانید عملکرد خود را پیگیری کنید و ببینید چقدر بازدیدکننده منحصر به فرد دارید.

### ۴. برای جذب ۲۰ درصد ترافیک طبیعی بیشتر، کسب و کار خود را با اسلایدشیر<sup>۱</sup> تبلیغ کنید

اسلایدشیر بزرگترین پلتفرم بازاریابی برای اشتراک مطالب ارائه شده است. این پلتفرم برای شرکت های

1. Slideshare.net



B۲B<sup>۱</sup> بسیار مناسب است. طبق تحقیق یکی از آژانس‌های بازاریابی و تبلیغاتی نیویورک<sup>۲</sup>، تبلیغ در اسلایدشیر در مقایسه با فیس‌بوک و توییتر و یوتیوب، ۵۰۰ درصد ترافیک بیشتر به دست می‌دهد.



نکته مهم این است که اسلایدشیر در ماه‌های گذشته بازاریابی داشته و به همین دلیل روشی عالی برای ارتباط با متخصصان مختلف است. از این طریق اطلاعات ارزنده‌ای را به راحتی در دست می‌آورید. آنا هافمن، یکی از وبلاگ‌نویسان «Traffic Generation Cafe» نیز مطالعه‌ای در این باره انجام داده است. او نشان داده که چگونه انتشار محتوا در اسلایدشیر، در عرض ۳۰ روز توانسته است تعداد بازدید را از صفر به حدود ۲۴۳ هزار افزایش دهد. بخش جذاب ماجرا این است که لازم نیست برای این کار محتوای تازه‌ای بنویسید؛ می‌توانید محتوای قدیمی خود را به شکل اسلاید درآورد تا آسان‌تر درک شود. از میان بازدیدکنندگان اسلایدشیر، ۲۰ درصد مستقیم از گوگل آمده‌اند. باقی آن‌ها از رسانه‌های اجتماعی و لینک اسلایدشیر بخش پیشنهادات اسلایدشیر هستند. همیشه آمار بازدیدهای گوگل را بررسی کنید تا ببینید در مقوله‌هایی همچون ترافیک معمولی و تجاری (پولی) و بازدیدکننده‌ها چگونه عمل کرده‌اید.

## ۵. با ارائه مطالعات موردی باکیفیت، فروش خود را تا ۱۸۵ درصد بیشتر کنید

تاکتیک‌های بازاریابی دیجیتال باید هوشمندانه و مؤثر انتخاب شوند. مطالعات موردی نیز اهمیت بسیاری دارند؛ جدا از اینکه بهینه‌سازی نرخ تبدیل هم به کمک آن‌ها به دست می‌آید.

1. Business-to-Business
2. Didit Marketing

مطالعات موردی امکان بالقوه برای رشد ترافیک و فروش و کسب درآمد ایجاد می‌کنند؛ به خصوص اگر به کیفیت نتایج اهمیت بدهید و ارزش واقعی محصول خودتان را نشان دهید.

مؤسسه بازاریابی محتوا در این زمینه پژوهشی انجام داده است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که ۶۳ درصد از بازاریابان انگلستان بر این باورند: مطالعه موردی تاکتیک بازاریابی مؤثری است. مطالعه موردی پنجمین تاکتیک بازاریابی محبوب است و بعد از رسانه‌های اجتماعی، خبرنامه، پست‌های وبلاگی و وبلاگ قرار می‌گیرد.

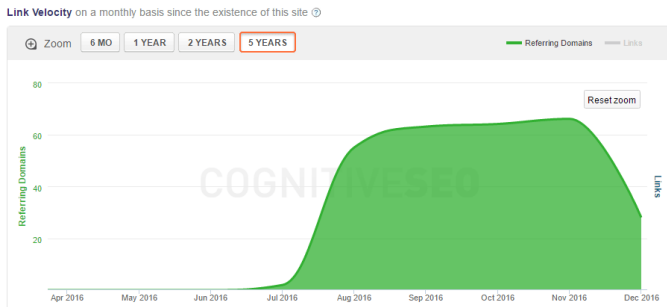
نیل پاتل، یکی از ده بازاریاب معروف و برتر جهان، برای بررسی اثر استفاده از مطالعات موردی روی سایت خود، پژوهشی انجام داده است. او به این نتیجه رسید که استفاده از مطالعات موردی می‌تواند درآمدش را تا ۱۸۵ درصد افزایش دهد.

## ۶. شبکه‌ای از سایت‌های همکار ایجاد کنید و اثرش را بر نتایج موتورهای جست‌وجو ببینید؛ بیشتر از ۳۰ پله صعود خواهید کرد

منشن‌های برند روی سایت‌های شناخته‌شده و محبوب، جزو تاکتیک‌های بازاریابی مهم محسوب می‌شود و به دست آوردن آن کمی دشوار است؛ ولی رتبه سایت شما را برای عبارات و کلمات کلیدی برتر در موتورهای جست‌وجو بهبود می‌بخشد و تلاش‌های سئوی شما را به نتایج بهتری می‌رساند.

معمولاً استارت‌آپ‌ها با متخصصان بازاریابی محتوا یا شرکت‌های بازاریابی دیجیتال همکاری می‌کنند؛ زیرا بودجه کافی برای استخدام بازاریاب تمام‌وقت در شرکت خود ندارند. ایجاد شبکه‌ای از سایت‌های همکار، برای بازه زمانی کوتاه، تکنیک بازاریابی دیجیتالی مؤثری است تا شهرت برند شما را افزایش دهد و ترافیک بیشتری به سایتتان روانه سازد. پروفایل سایت‌ها ممکن است در برگزیده انتشاراتی‌ها، سایت‌های آموزشی، دایرکتوری‌های وب، وبلاگ‌ها، انجمن‌ها و سایت‌های تجارت الکترونیک باشد.

«OutreachMama» بعد از همکاری با سایت‌هایی همچون «Forbes» و «Huffington»، نتایج به دست آمده را بررسی کرد. این سایت فقط در عرض ۲ ماه، ۳۵۰ بکلینک از ۱۰۰ دامنه به دست آورده بود. علاوه بر این، آن‌ها شاهد افزایش طبیعی پروفایل بکلینکشان بودند و در ماه دوم همکاری، کلمات کلیدی مدنظرشان ۳۰ رتبه در صفحات نتایج موتورهای جست‌وجو صعود کرده بود.



## ۷. برای افزایش ۱۸ درصدی فروش، در سایت‌های مرور و بررسی دیدگاه‌ها شرکت کنید

از هر ۱۰ نفری که به دنبال خرید آنلاین محصول یا خدمات هستند، ۹ نفرشان قبل از تصمیم‌گیری برای خرید، نظر بقیه مشتریان را بررسی می‌کنند. براساس یافته‌های «BrightLocal» حدود ۷۲ درصد مشتریان بر این باورند که نظر مثبت سایر افراد باعث خریدشان می‌شود. از این میان، ۸۸ درصد نیز بیان کرده‌اند که به اندازه پیشنهاد خرید دوستان و آشنایان به نظر مشتریان اعتماد می‌کنند. «Reevoo» از طریق مطالعه موردی به این نتیجه رسید که نظر مثبت مشتریان، فروش را به طور متوسط ۱۸ درصد افزایش می‌دهد.



در سال ۲۰۱۵، فروش سایت‌های تجارت الکترونیک در آمریکا ۳۱۴/۷ میلیارد دلار بوده که در مقایسه با سال قبل رشد ۱۵ درصدی داشته است. با رشد پیوسته فروش اینترنتی، نظر مشتریان به مؤلفه‌ای مهم و ابزاری ضروری برای سایت‌های تجارت الکترونیک تبدیل شده است.

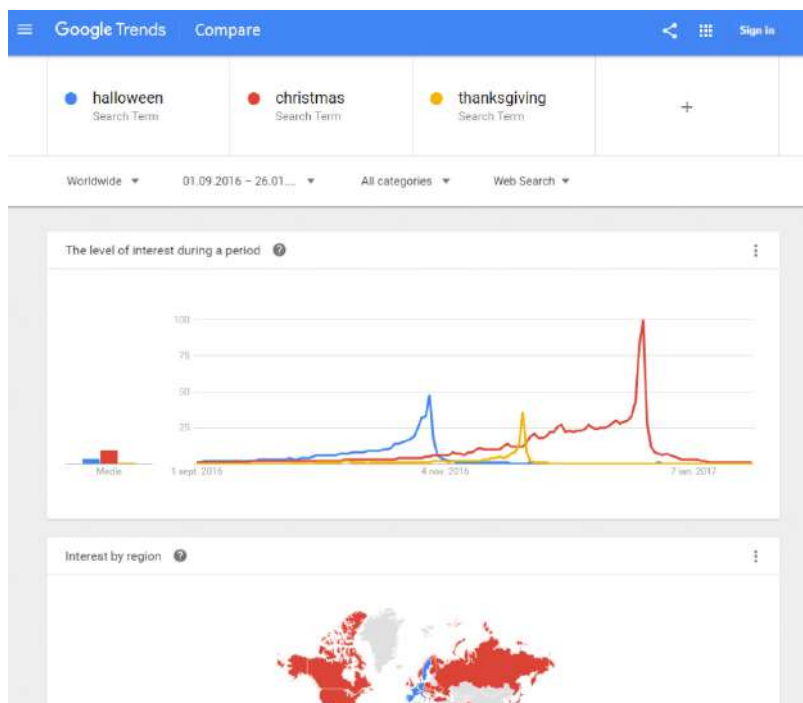
	Web sales	Growth
2015	\$341,729	14.6%
2014	\$298,256	15.4%
2013	\$264,279	16.5%
2012	\$226,878	14.7%
2011	\$197,883	17.2%
2010	\$168,895	16.6%
2009	\$144,908	2.6%
2008	\$141,233	3.8%
2007	\$136,126	20.5%
2006	\$112,994	24.0%
2005	\$91,080	26.0%

Source: U.S. Commerce Department

## ۸. از ترندها<sup>۱</sup> برای تولید ترافیک استفاده کنید تا بازگشت سرمایه گذاری تان بهبود یابد

ابزار گوگل ترندز برای افزایش ترافیک و بهبود رتبه بندی سایت بسیار مهم است. به کمک این سایت می توانید اطلاعات و داده های زیادی برای تولید محتوا بیابید و ببینید چه چیزی در میان مخاطبان بیشتر اهمیت دارد.

یکی از ویژگی های اصلی گوگل ترندز این است که اطلاعات جست و جوی را در زمان واقعی<sup>۲</sup> نشان می دهد و به کمک آن می توانید رفتارهای جست و جویی کاربران را در طول زمان ارزیابی کنید. در ادامه، اسکرین شاتی از گوگل ترندز در طول سه بازه زمانی هالووین، کریسمس و جشن شکرگزاری می بینید:



باید دقت کنید که چه ترندهای بازاریابی خواهند آمد. ترندهای بازاریابی غالب در سال ۲۰۱۷، عبارت اند از:

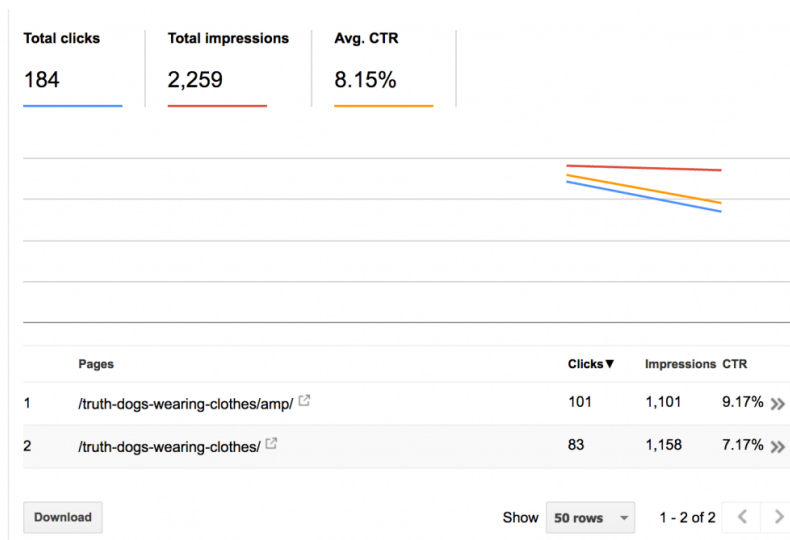
اینترنت اشیا؛<sup>۳</sup> واقعیت مجازی و واقعیت افزوده؛ استریمینگ زنده ویدئوها؛<sup>۴</sup> داستان سرایی بصری؛

1. Trend
2. Real-time search
3. IOT
4. Live streaming video

تبلیغات؛ اتوماسیون بازاریابی؛ بازاریابی اینفلوئنسرها؛ بازاریابی موبایلی و موشن گرافیک. در سال ۲۰۱۶، محتوای ویدئویی بسیار محبوب بود؛ حتی امروزه نیز اهمیت بسیاری دارد. تحقیقات نشان می‌دهد که ۹۰ درصد بازاریابان با انتشار محتوای ویدئویی، متوجه افزایش بازگشت سرمایه‌گذاری خود شده‌اند و در آینده نیز این ترند رشد بسیار خوبی خواهد کرد.

## ۹. به کمک AMP خود را در میان رقبا متمایز کنید و ۴۰ درصد ترافیک معمولی بیشتر به دست آورید

همان‌طور که می‌دانید AMP یکی از روش‌های آسان ایجاد صفحات وب سبک با محتوای استاتیک است. AMP به دلیل فناوری به کاررفته در آن، روی دستگاه‌های موبایلی سریع‌تر بارگذاری می‌شود. نرخ تبدیل<sup>۱</sup> صفحاتی که با فناوری AMP طراحی می‌شوند، ۲ درصد بیشتر از بقیه صفحات موجود در سایت است؛ یعنی کلیک بیشتر و فروش بهتر.



نسخه AMP برای هر سایت، حدود ۴۰ درصد افزایش ترافیک در پی خواهد داشت. اجرای این پروژه برای سایت‌ها بهینه‌سازی شگفتی است؛ زیرا محتوا سریع‌تر رندر می‌شود و این‌گونه، موفقیت‌های بیشتری خواهند داشت.

## ۱۰. در سایت «Medium» بنویسید تا صفحه شما ۶/۲ میلیون بازدیدکننده کسب کند

مدیوم شبکه‌ای است که از مردم و برای آن‌ها ساخته شده و شیوه جدیدی از انتشار محتواست. این

1. CTR

شبکه اجتماعی بر مبنای همکاری اعضا فعالیت می‌کند. هر روز، مقاله‌های تازه‌ای روی این سایت منتشر می‌شود که بیش از ۴۵۰۰۰ بازدید برای سایت در پی دارد.

هر شخص، برای مطلبی که در مدیوم منتشر کرده است، سه نمودار آماری می‌بیند: تعداد بازدیدها؛ تعداد دفعات خوانده شدن محتوا؛ تعداد بازدیدکننده‌ها. این نمودارها برای بازه زمانی ۳۰ روز ترسیم شده‌اند.

علی مسی، بازاریاب استارت‌آپ «GrowthSupply.com»، به کمک نمودارهای آماری که مدیوم برای مقاله‌اش ترسیم کرد، گزارشی در این سایت منتشر نمود. بررسی سه نمودار نشان می‌دهد که مقاله ترافیک خوبی برای سایت فراهم کرده است. برای یک مقاله ۱۰۰۰ تا ۱۵۰۰ کلمه‌ای، بازدید از هر صفحه حدود ۴ میلیون بار بوده است و همان‌طور که در شکل بعد می‌بینید، تعداد فالورهایش در مدیوم، به ۱۴۴،۹۲۰ نفر رسیده است.

Stories	Views	Reads	Read ratio	Recommends
<b>How quitting my corporate job for my startup dream f*cked my life up</b> <small>In Startups, Wanderlust &amp; Life Hacking · View story · Referers</small>	4M	1.7M	43%	10K
<b>+300 Awesome Free Things for Entrepreneurs and Startups</b> <small>In Startups, Wanderlust &amp; Life Hacking · View story · Referers</small>	960K	80K	8%	5.4K
<b>The Single Biggest Reason Most Entrepreneurs Fail</b> <small>In Startups, Wanderlust &amp; Life Hacking · View story · Referers</small>	148K	49K	33%	1.7K
<b>How I Got 6.2 Million Pageviews and 144,920 Followers</b> <small>In Startups, Wanderlust &amp; Life Hacking · View story · Referers</small>	100K	14K	15%	1.7K
<b>Why I Just Fucking Did It</b> <small>In Startups, Wanderlust &amp; Life Hacking · View story · Referers</small>	24K	10K	43%	797
<b>We found love in a hopeless screen</b> <small>In Startups, Wanderlust &amp; Life Hacking · View story · Referers</small>	5.1K	2.6K	51%	106

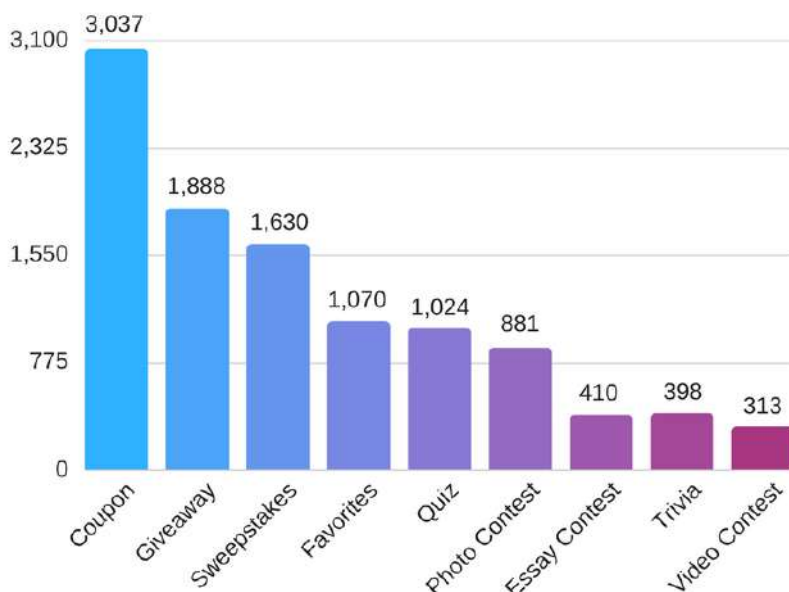
اگر دوست دارید به مخاطب جهانی دست پیدا کنید، بهتر است محتوای خود را ساعت ۱۲ شب یک‌شنبه منتشر کنید؛ زیرا مردم دوست دارند در شروع هفته مطلب جدیدی مطالعه کنند. با این حال، برای بررسی بهترین ساعت‌های انتشار محتوا می‌توانید از تست A/B ایمیلی، در ساعت‌های مختلف استفاده کنید. برای این منظور ایمیل‌هایی برای کاربران خود بفرستید تا ببینید چه زمانی از شبانه‌روز میزان باز شدن ایمیل‌ها به حداکثر می‌رسد.

## ۱۱. در فیس‌بوک، صفحه سفارشی‌سازی شده ایجاد کنید تا با ۴۰ درصد از طرفداران خود تعامل برقرار نمایید

این روزها سرمایه‌گذاری در حوزه رسانه‌های اجتماعی به الزام تبدیل شده است. توجه کنید که صفحه سفارشی‌سازی شده، اطلاعات ارزشمندی به مخاطبان و طرفداران می‌دهد.

کاربردهای صفحه سفارشی‌سازی شده عبارت‌اند از: ثبت رویدادهای آینده؛ هدایت طرفداران به سایت؛ تبلیغ اپلیکیشن یا مسابقه؛ ایجاد کتابخانه محتوا؛ نشان دادن نظرات مشتریان درباره محصولات و خدمات و انتشار پژوهش‌های موردی.

تحقیقات نشان می‌دهد که صفحه سفارشی سازی شده برای تخفیف، میزان تبدیل و تعامل صفحه را بهبود می‌دهد و در نهایت ۴۲ درصد از طرفداران برای گرفتن کوپن یا تخفیف، صفحه را لایک می‌کنند. اپلیکیشن «Wildfire Interactive» پژوهشی موردی درباره این موضوع انجام داد. طبق این تحقیق، صفحات سفارشی شده برای کوپن یا تخفیف در فیس‌بوک، در کنار باقی مزیت‌ها، بیشترین میزان تعامل و تبدیل را ایجاد می‌کنند.



## ۱۲. محتوای ارزشمندی در لینکداین پالس<sup>۱</sup> بارگذاری کنید و در عرض ۳۰ روز ۱۹۰۰ اشتراک اجتماعی به دست آورید

لینکداین پالس یک پلتفرم انتشار حرفه‌ای است. اوایل، هر فرد می‌توانست محتوا را بدون تأیید مدیران سایت منتشر کند؛ ولی به تازگی سیاست‌های این پلتفرم تغییر کرده و هیچ‌کس نمی‌تواند بدون تأیید مدیران، محتوا منتشر کند.

این پلتفرم از ۵۰۰ تخصص منتخب تشکیل شده است. بر اساس گفته‌های کاپکو،<sup>۲</sup> لینکداین پالس چیزی بین وبلاگ و شبکه اجتماعی است. هر هفته، نویسندگان حدود ۵۰ هزار مقاله در این پلتفرم منتشر می‌کنند.

1. LinkedIn Pulse

2. Mat Kapko نویسنده سایت CIO.

برایان لانگ، یکی از وبلاگ‌نویسان «Small Business Ideas»، پژوهش مختصر اما جذابی دربارهٔ ۳۰۰ مقالهٔ این پلتفرم انجام داد. او مقاله‌های منتشرشده در سایت را این‌گونه طبقه‌بندی کرد: ۴۲ درصد مقاله‌ها دربارهٔ طبقه‌بندی مشاغل؛ ۱۵ درصد مقاله‌ها دربارهٔ کسب و کار؛ ۹/۳۳ درصد دربارهٔ توسعهٔ فردی؛ ۳۳/۶۷ درصد سایر گزینه‌ها که شامل فناوری، فروش و بازاریابی، رویدادهای اخیر و خلاقیت بود. به‌طور میانگین، مقاله‌های این سایت رتبهٔ ۱۸۴۳ اشتراک اجتماعی را به دست می‌آوردند و تنها ۱۰ درصد آن‌ها رتبهٔ کمتر از ۵۰۰ کسب می‌کنند؛ در نتیجه بیش از ۹۰ درصد مقاله‌ها افزون بر ۵۰۰ بار در رسانه‌های اجتماعی بازنشر می‌شوند. پس با استفاده از قابلیت‌های ویژهٔ لینکداین پالس، مقاله‌های خود را در معرض بازدید مخاطبان بیشتری قرار دهید و میزان اشتراک بیشتری در رسانه‌های اجتماعی کسب کنید. از امروز نوشتن در لینکداین پالس باید بخشی از برنامهٔ بازاریابی شما باشد.

### ۱۳. از ردیت<sup>۱</sup> استفاده کنید و کسب‌وکارتان را گسترش دهید؛ در عرض ۳ ماه ۶۱۸۸ دلار به دست می‌آورید

ردیت یکی از جوامعی است که از سال ۲۰۰۵ به‌بعد رشد چشمگیری کرده است. در این سایت، افرادی را ملاقات می‌کنید که تمایلات و علایق شبیه شما دارند. اینجا دقیقاً همان جایی است که اخبار جدید در طبقه‌بندی‌های Hot، New، Rising، Controversial، Top، Wiki و Promoted منتشر می‌شود. جالب این است که بنا بر صنعتی که در آن فعالیت می‌کنید، می‌توانید ساب‌ردیت‌های متعددی را دنبال کنید. شرکت‌ها و برندهای متعددی با داستان‌های ردیت مشهور شده‌اند. اگر می‌خواهید به‌جای متن، لینکی پست کنید، باید به سایت کسب‌وکار خود لینک دهید و بازدیدکننده را به سایتتان هدایت کنید. تجربهٔ اسکات کیز یکی از بهترین نمونه‌هاست؛ او گزارشگر «Think Progress» و بنیان‌گذار پروازهای ارزان اسکات است. کیز در کمتر از دو سال، کسب‌وکار خود را به کسب‌وکاری یک‌میلیون دلاری تبدیل کرد و در عرض سه ماه، با انتشار محتوا در ردیت، حدود ۶۱۸۸ دلار درآمدزایی داشت. براساس گفته‌های اسکات، محتوایی که او منتشر کرد ۱۰۰۰ اشتراک رایگان و بیش از ۲۵۰ اشتراک پولی به‌دنبال داشت.

### ۱۴. جوامع آنلاین را هدف قرار دهید و ماهانه بیش از ۱۰ هزار بازدیدکنندهٔ منحصر به فرد جذب کنید

همان‌طور که می‌دانید، حضور در جوامع آنلاین بهترین روش برای رشد کسب‌وکارهای آنلاین و کسب آگاهی است. بودن در جوامع آنلاین مزایای خاصی دارد. تعامل و ارتباط با افرادی که علایق مشابهی با شما دارند، بهترین روش برای توسعهٔ کسب‌وکار شما و شرکتی است که در آن کار می‌کنید. بهترین جوامع بازاریابی آنلاین که باید به آن‌ها بپیوندید، عبارت‌اند از: لینکداین؛ ردیت؛ Quora؛ Slack؛ GrowthHackers و Inbound.org.



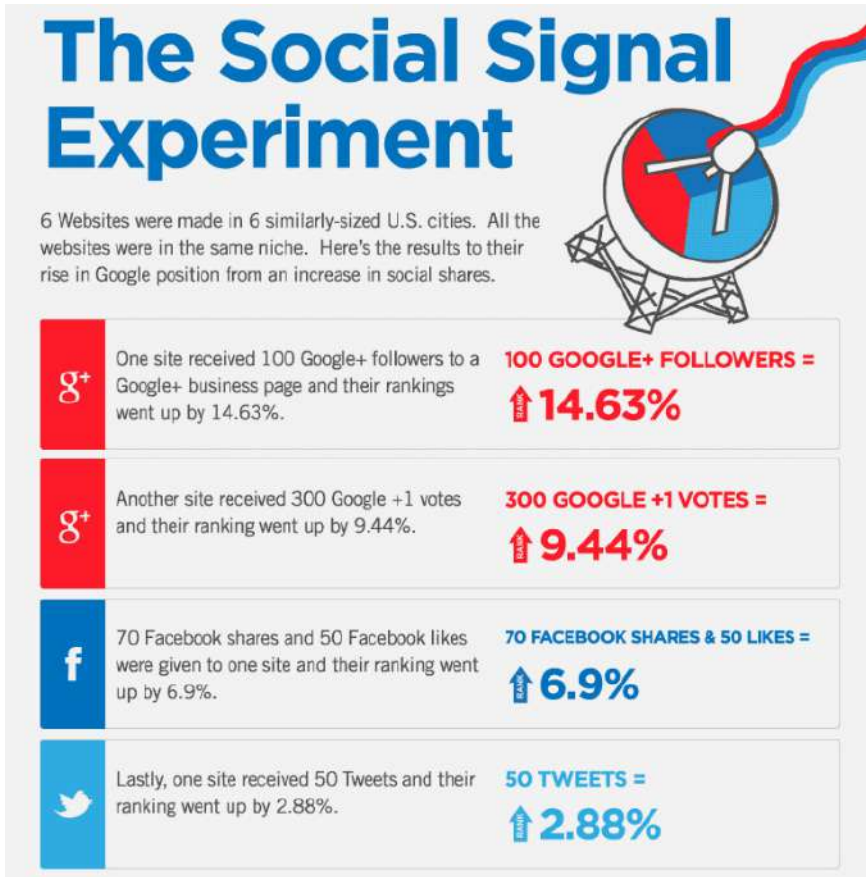
یکی از مثال‌های تأثیر حضور در جوامع آنلاین مربوط به شرکتی است که دویش خانال و بنجی هیام راه‌اندازی کردند. این دونفر چند سال قبل از راه‌اندازی شرکت، همدیگر را ملاقات کردند و بعد از راه‌اندازی شرکتشان، دویش خانال در «GrowthHackers» و بنجی هیام در «Inbound.org» فعالیت می‌کرد. آن‌ها تصمیم گرفته بودند هر سی روز، چهل هزار بازدیدکننده منحصر به فرد جذب کنند. همان‌طور که در شکل بعدی می‌بینید، به این هدف نرسیدند؛ اما توانستند از جوامع آنلاین بازدیدکننده بیشتری در مقابل جست‌وجوهای معمولی به دست آورند و این برایشان شروع خوبی بود.

	Sessions ? ↓
	11,082 % of Total: 100.00% (11,082)
1. GrowthHackers.com / Community	2,591 (23.38%)
2. (direct) / (none)	2,360 (21.30%)
3. medium / findingpassion	995 (8.98%)
4. inbound.org / referral	718 (6.48%)
5. reddit.com / referral	459 (4.14%)
6. facebook.com / referral	422 (3.81%)
7. google / organic	332 (3.00%)
8. t.co / referral	316 (2.85%)
9. facebook_page / Darren Rowse	291 (2.63%)
10. twitter.com / social	280 (2.53%)

## ۱۵. از اثرگذاری اجتماعی برای رسیدن به رتبه‌های بالاتر استفاده کنید

همیشه بحث‌های زیادی دربارهٔ سیگنال‌های اجتماعی و اثر آن‌ها بر رتبه‌بندی سایت مطرح بوده است. امروزه مطمئنیم که سرمایه‌گذاری بر رسانه‌های اجتماعی روش بسیار مؤثری برای بهبود نرخ تبدیل سایت است.

پژوهش‌های سایت «MOZ» نشان می‌دهد که گوگل از تعداد اشتراک‌های اجتماعی، به‌طور مستقیم در الگوریتم‌های خود استفاده نمی‌کند. از سوی دیگر، نیل پاتل معتقد است که ربط‌هایی بین اشتراک‌های اجتماعی و رتبه‌بندی وجود دارد.



همان‌طور که در تصویر اسکرین‌شات قبل دیدید، با افزایش ۱۰۰ فالور در گوگل پلاس برای صفحه کسب‌وکار گوگل پلاس، رتبه‌بندی سایت حدود ۱۵ درصد بهتر شده است. در نمونه‌های دیگر، ۷۰ اشتراک و ۵۰ لایک در فیس‌بوک، رتبه‌بندی سایتی را ۶/۹ درصد افزایش داده است. ۵۰ توییت نیز می‌تواند رتبه‌بندی را تا ۲/۸۸ درصد بهبود دهد.

## ۱۶. کمپین هوشمندی طراحی کنید که قابلیت فعال‌سازی مجدد خودکار داشته باشد تا فروش خود را حدود ۱۶۴ درصد افزایش دهید

هر کسب‌وکاری از فرمت ویژه‌ای برای تولید خبرنامه استفاده می‌کند؛ اما طراحی بخشی در سایت برای مشتریانی که با سایت تعامل دارند، روشی تضمین‌شده برای فعال کردن مجدد مشتریانی است که

مدتی فعالیت نکرده‌اند. مشتریان ایدئال همه ایمیل‌های ارسالی از طرف شما را باز می‌کنند و هر وقت لازم شد، از محصولات و خدمات شما بهره می‌برند؛ اما این حالت همیشه پیش نمی‌آید. پلتفرم بازاریابی ایمیلی «PostUp» درباره مشتریان خاص خود پژوهشی انجام داده است. آن‌ها کمپین فعال‌سازی مجدد خودکاری برای مشتریان طراحی کردند و این‌گونه، فروش ایمیلی را تا ۱۶۴ درصد افزایش دادند. این نمونه، مثال خوبی از ترغیب تعداد بسیاری از کاربران غیرفعال به فعالیت روی سایت است. سایت «Eventful» رویکرد تازه‌ای برای کمپین خودکار فعال‌سازی مجدد در پیش گرفت. این سایت اخبار خود را براساس رفتارهای قبلی کاربران به آن‌ها ایمیل می‌کرد. در ادامه، نمونه‌ای از ایمیل‌های ارسالی این شرکت را ببینید.

RECOMMENDED

## PERFORMER ALERTS

eventful

---

**Toby Keith**

April 26, 2013  
Friday 11:00 AM

[FIND TICKETS](#)

Empire Polo Club and Field  
Indio

[f](#) [t](#) [✉](#)

---

**Trace Adkins**

April 26, 2013  
Friday 11:00 AM

[FIND TICKETS](#)

Empire Polo Club and Field  
Indio

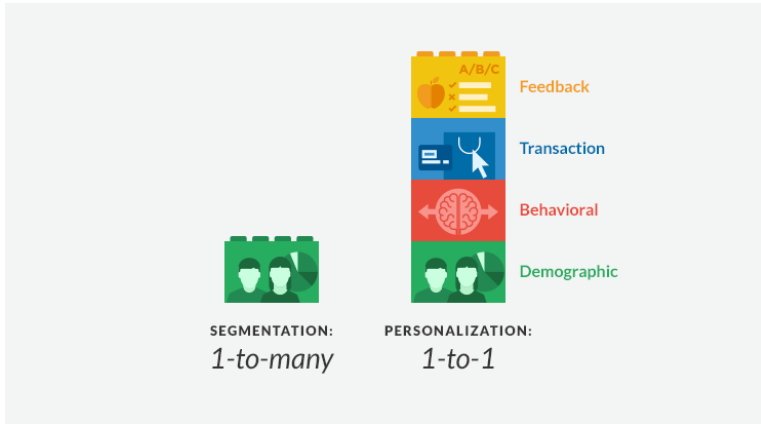
[f](#) [t](#) [✉](#)

این کمپین بسیار موفق بود و روش آن‌ها میزان بازشدن ایمیل را ۱۵ درصد بیشتر کرد و تعداد کلیک‌ها را ۳ درصد افزایش داد. بعد از بررسی این فعال‌سازی، در میزان فعال‌سازی مجدد کاربران غیرفعال، افزایش ۴۰۰ درصدی دیده شد.

## ۱۷. از ایمیل‌های شخصی‌سازی‌شده برای افزایش ۱۹ درصدی فروش‌های خود استفاده کنید

در طول سال‌ها، پژوهش‌های متعددی نشان داده است که بازاریابی ایمیلی مؤثرترین تاکتیک بازاریابی دیجیتال برای پرورش استراتژی‌های دیجیتال است. ایمیل‌های شخصی‌سازی‌شده بسیار مؤثرتر از ایمیل‌های دیگر هستند. این ایمیل‌ها براساس پژوهش عمیق به دست می‌آیند و در آن‌ها درک کاملی از رفتار مشتری و ترندهای بازاریابی وجود دارد. مهم‌تر از همه اینکه چنین ایمیل‌هایی شما را ملزم می‌کند علایق خریداران را بشناسید و اطلاعات مرتبط برایشان بفرستید.

در شکل زیر، مقایسه‌ای بین بخش‌بندی و شخصی‌سازی می‌بینید:



دراپ‌باکس از ایمیل‌های شخصی‌سازی شده استفاده می‌کند. در تصویر بعدی، نمونه‌ای از ایمیل‌های شخصی‌سازی شده را هم ببینید:



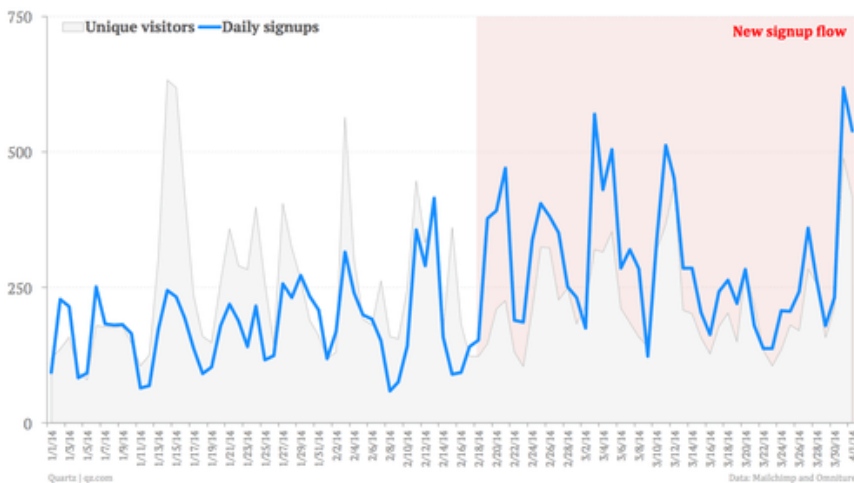
بر اساس پژوهشی که سایت «cmo.com» انجام داد، بازاریابانی که از ایمیل‌های شخصی‌سازی شده استفاده کردند، شاهد افزایش ۱۹ درصدی فروش خود بودند. ایمیل‌های شخصی‌سازی شده تا ۶۰ درصد فعال‌سازی مجدد را افزایش می‌دهند؛ اما بخش ناراحت‌کننده ماجرا اینجاست که فقط ۳۰ درصد برندها از این روش استفاده می‌کنند.

## ۱۸. اصطکاک<sup>۱</sup> را کاهش دهید تا اشتراک ایمیلی ۱۰۰ درصد افزایش یابد

در بازاریابی، اصطکاک به معنای هر چیزی است که سرعت تبدیل بازدیدکننده به مشتری را کندتر کند. طرح بازاریابی ایدئال به معنای نبود اصطکاک نیست؛ زیرا این موضوع اصلاً امکان‌پذیر نیست. بهتر است اصطکاک کمتر باشد تا بازدیدکننده راحت‌تر به مشتری تبدیل شود.

شرکت خبری «Quartz» درباره کاهش اصطکاک در اشتراک ایمیلی تحقیقی انجام داد. تغییراتی که ایجاد شد، فرایند ثبت‌نام و اشتراک در ایمیل را برای افراد ساده‌تر می‌ساخت و آن‌ها را به بخش‌های بعدی فرایند هدایت می‌کرد. با این تغییر، زمانی که بازدیدکننده بخواهد در ایمیل مشترک شود، به صفحه فرود جدیدی هدایت می‌شود. نتیجه این تحقیق بسیار رضایت‌بخش بود: میزان اشتراک روزانه دوبرابر شده بود.

اسکرین‌شات این رشد را در شکل زیر ببینید:

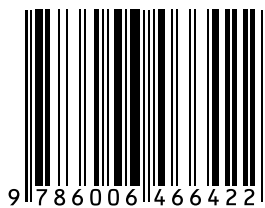


شرکت «Quartz» بر تعداد افرادی که در تعطیلات آخر هفته مشترک می‌شدند نیز افزوده بود.

1. Friction



**BARAYAND**  
انتشارات برآیند



قیمت: ۲۵۰۰۰۰ ریال