

سارا هاشمی
مدیرعامل و بنیانگذار وینک

به عدد فکر کنید.

با

شاخص کلیدی عملکرد

من :



سارا هاشمی

مدیر عامل و بنیانگذار وینک

(از 1397 تا به امروز)

مدیر محصول اسنپ تریپ

1397

مدیر محصول کلیک یاب

1396

مدیر محصول شیپور

(1391 - 1396)



BARAYAND
انتشارات برآیند

چرا تبلیغات میکنند؟؟

چند ثانیه به آخرین کمپینی که رفتید
فکر کنید

هدفتون از این کمپین چی بوده؟؟



حالا دوباره چند ثانیه به همون کمپین تبلیغاتی فکر کنید ؟

تبلیغاتتون موفق بوده یا نبوده !؟

- KPI شما چه چیزهاییه ؟
- قبل از تبلیغ چقدر بوده ؟
- بعد از تبلیغ چقدر شده ؟
- چرا باید اندازه گیری بشه ؟
- چه زمان‌هایی اندازه گیری بشه ؟

شیپور :

هدف شیپور از هر یک از این کمپین‌ها
چییه؟؟

هرکدون از این کمپین‌ها قراره رو چه
KPIهایی در شیپور اثر بگذارد؟



دائماً تمرین کنید :

هدف هرکدام از این بیلبوردها رو برای خودتون بنویسید.

مشخص کنید روی چه KPIهایی قرار اثر بگذارند ؟



وینک چیه ؟

جایی برای خرید و فروش مُد



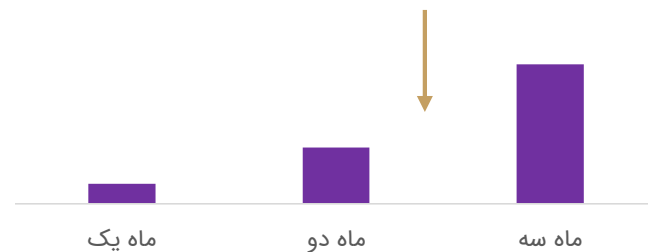
اهداف کمپین "کمدتکونی"

از بین بردن تابو خرید و فروش لباس p2p
ترغیب افراد به فروش لباس هاشون (ثبت آگهی)

شاخص کلیدی عملکرد : افزایش تعداد آگهی



تعداد آگهی ثبت شده



اهداف تبلیغات "وینک منوبین"

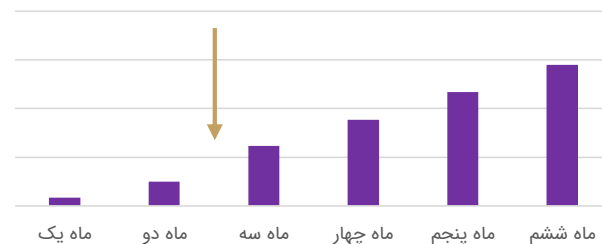
افزایش تعداد خریدار

(برای تعادل مرغ و تخم مرغ)

شاخص کلیدی عملکرد : افزایش تعداد معاملات



تعداد خرید و فروش



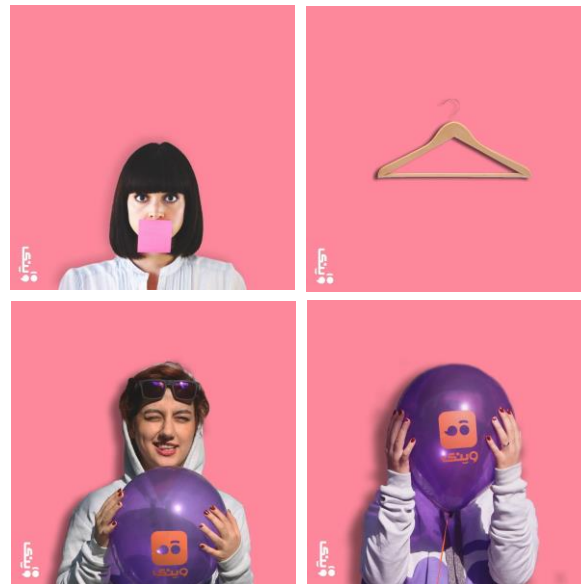
اهداف تبلیغات

"همه چیز از یک چشمک شروع شد"

افزایش تعامل کاربران داخلی

(برای افزایش فروش بدون صرف هزینه)

شاخص کلیدی عملکرد : افزایش تصمیم به خرید



تصمیم به خرید



نیازمندی‌های تبلیغات

محصول قابل قبول

بهترین راه نابود کردن یک محصول بد تبلیغ اونه



نیازمندی‌های تبلیغات

دیکتاتوری مطلق

فرضیه ممنوع



نیازمندی‌های تبلیغات

روانشناس کاربران خود باشید.



خیلی ممنون برای وقتی که گذاشتید

راه‌های ارتباطی با من

sara.hashemi@winkapp.ir

[LinkedIn](#)

