

رازهای پنهان تبلیغات در فضای دیجیتال



عادل طالبی

کارشناس ارشد مدیریت کسب و کارهای الکترونیک



۱۳۷۲: برنامه‌نویسی اسمبلی - بیسیک - سی - سی پلاس پلاس

۱۳۷۶: نرم‌افزارهای مالی، اداری، اتوماسیون اداری و ...

۱۳۷۹: آغاز به کار در حوزه وب با طراحی سایت

۱۳۸۲: اولین فروشگاه اینترنتی

۱۳۸۲: اولین وب‌سایت در حوزه بازاریابی محتوایی

۱۳۸۳: اولین پلت‌فرم B2B - آغاز فعالیت در حوزه بازاریابی اینترنتی

۱۳۸۳: نرم‌افزارهای مدارس، وب‌سایت مدارس و ..

۱۳۹۰: راه‌اندازی چند استارت‌آپ در حوزه‌های B2B و خدمات

۱۳۹۴: راه‌اندازی استارت‌آپ تیزلند

۱۳۹۵: تدریس دیجیتال مارکتینگ در سازمان مدیریت صنعتی

۱۳۹۵: راه‌اندازی چند فروشگاه اینترنتی از جمله کتابم‌کو، نیمکت‌بوک و ...

۱۳۹۶: عضویت در هیات مدیره انجمن صنفی کسب و کارهای اینترنتی

۱۳۹۶: انتشارات برآیند (ناشر تخصصی حوزه کسب و کارهای دیجیتال)

۱۳۹۶: تدریس دیجیتال مارکتینگ در دانشگاه تهران

۱۳۹۷: آژانس تخصصی خدمات دیجیتال مارکتینگ **منظم**

۱۳۹۷: استارت‌آپ میم

۱۳۹۸: دبیر انجمن صنفی کسب و کارهای اینترنتی تا بهمن ۱۴۰۲

۱۳۹۹: دوره آنلاین بازاریابی دیجیتال

۱۳۹۹: آکادمی منظم، آموزش‌های مهارتی و کاربردی

1402: تاسیس شرکت دیجیتال مارکتینگ آپتیوموم در کانادا

۱۴۰۳: آغاز استارت‌آپ X!

مدل 5M:

- هدف Mission
- پیام یا شعار Message
- رسانه ها Media
- هزینه یا پول Money
- ارزیابی و مقایسه Measurement



محتوا...

- اطلاعات (چه چیزی؟)
- هدف (که چی بشه؟)
- مخاطب (به کی؟)
- کانال (از چه راهی؟)
- فرم (به چه شکلی؟)





انواع تبلیغات:

- صریح
- ضمنی



انواع تبلیغات دیجیتال

- متنی
- تصویری (بنری)
- ویدئویی
- اسپانسرری
- ترکیبی
- ...



انواع تبلیغات دیجیتال

- گسترده
- هدفمند
- ریتارگتینگ
- ...



انواع تبلیغات:

- مستقیم
- شبکه تبلیغات



فضاهای تبلیغات دیجیتال

- وبسایتها
- شبکه‌های اجتماعی
- پیام‌رسان‌ها
- موتورهای جستجو
- ...





توجه!

۱۰ رازهای پنهان تبلیغات آنلاین (تبلیغات در فضای دیجیتال)



تشخیص نوع تبلیغ

- مستقیم
- شبکه تبلیغات



انتخاب رسانه / کانال

- تعیین جامعه هدف
- تعیین مراکز توجه
- ارتباط با مالکان مراکز توجه
- شروع تبلیغ
- ارزیابی و بهینه‌سازی دائم تبلیغات





انواع مدل‌های هزینه‌ای

- CPT
- CPM
- CPV
- CPC یا PPC
- CPA
- CPI
- CPr
- CPo/CPs
- CPL
- ...
- Cost Per X



مدل کلی محاسبه قیمت کلیک در Ad Network ها

$$\sin\left(3t_2 + \frac{\pi}{6}\right) = A \sin\left(3t_2 + \frac{\pi}{6}\right);$$

$$1 - \left(-\frac{1}{n+2}\right)^{n+1}$$

$$1 - \left(-\frac{1}{n+1}\right)$$

$$t_1 \approx \sqrt{\frac{2h_0}{g}} \cdot \frac{S}{s} = \sqrt{\frac{2 \cdot 0,8}{9,8}} \cdot \frac{8 \cdot 10^{-2}}{10^{-4}} = 3$$

$$= \frac{1}{2} k y_2^2; E_o = E - E_p = \frac{1}{2} k(A^2 - y_2^2)$$

$$E_p = E_{p_{\max}} \Rightarrow \sin^2\left(3t_p + \frac{\pi}{3}\right) = 1 \Rightarrow \sin\left(\frac{\pi}{2} + n\pi\right); n = 0, 1, 2, \dots$$

$$y * z = \left[\frac{1}{2}(x + y - xy + 1)\right] * z = -xy - xyz + z + 1 = \frac{1}{2}\left[\frac{1}{2}(x + y + xy - xyz + z) + 1\right]$$

$$y * z = x * \left[\frac{1}{2}(y + z - yz + 1)\right] = x(y + z - yz + 1) + 1 = (x * y) * z$$

$$x * y = \frac{1}{2}(x + y - xy + 1)$$

$$= \int_{-a}^0 x^2 e^{ax} dx = \frac{1}{a} (x^2 e^{ax}) \Big|_{-a}^0 - \frac{2}{a} \int_{-a}^0 x e^{ax} dx$$

$$-a^2 - \frac{2}{a} \left[\frac{1}{a} (x e^{ax}) \Big|_{-a}^0 - \frac{1}{a} \int_{-a}^0 e^{ax} dx \right]$$

$$+ \frac{2}{a^2} \left[\frac{1}{a} (e^{ax}) \Big|_{-a}^0 \right] = -a e^{-a^2} - \frac{2}{a} e^{-a^2}$$

$$= \frac{1}{a^2 e^{a^2}} [2e^{a^2} - 2 - 2a^2 - a^4]$$

$$\frac{(-1)^{n+1} \frac{1}{(n+2)^n} + (-1)^n \cdot \frac{n+3}{n+1} \cdot \frac{1}{(n-1)^{n-1}}}{n+2} = \frac{1}{n+2}$$

$$I_R = \frac{U}{R} = \frac{220}{17,32} = 12,7 \text{ A,}$$

$$\frac{I_R}{\sqrt{I_R^2 + I_L^2}} = \frac{R}{\sqrt{R^2 + L^2 \omega^2}} = \frac{17,32}{34,64} = \frac{1}{2} = \cos \varphi$$

$$\omega_0 = \frac{1}{C \omega_0} \Rightarrow v_0 = \frac{1}{2\pi \sqrt{LC}} = \frac{1}{2\pi \sqrt{\frac{X_L}{\omega} C}} = \frac{1}{\omega \sqrt{LC}}$$

$$\begin{pmatrix} x & y \\ z & t \end{pmatrix} - \begin{pmatrix} x+t & 0 \\ 0 & x+t \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} -t & y \\ z & -x \end{pmatrix}$$

$$y \begin{pmatrix} -t & y \\ z & -x \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} yz - xt & 0 \\ 0 & yz - tx \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} yz - xt & 0 \\ 0 & yz - tx \end{pmatrix}$$

$$yz - xt I_2 = -(xt - yz) I_2,$$

$$= p_2 V_2 \Rightarrow \frac{V_2}{V_1} = \frac{p_1}{p_2},$$

$$= p_3 V_3 \Rightarrow p_2 = p_3 \left(\frac{V_3}{V_2}\right)^{\gamma}$$

$$= T_2 V_3^{\gamma-1} \Rightarrow \left(\frac{V_2}{V_3}\right)^{\gamma-1} = \frac{T_2}{T_1} \left(\frac{V_3}{V_1}\right)^{\gamma-1}$$

$$Sh_0 = 2V_0 = 2 \cdot 8 \cdot 10^{-2} \cdot 0,8 = 12,8 \cdot 10^{-2}$$

$$12 = -K \frac{m_1 m_2}{r_{12}^2}, F_{12} = -K \frac{m_1 m_2}{r_{12}^2} \cdot \frac{r_{12}}{r_{12}}, \bar{\Gamma}$$

$$E_p = E_{p_{\max}} \Rightarrow \sin^2\left(3t_p + \frac{\pi}{3}\right) = 1 = \sin\left(\frac{\pi}{2} + n\pi\right); n = 0, 1, 2, \dots$$

$$t_p = \frac{\pi}{3} \left(n + \frac{1}{6}\right); n = 0, 1, 2, \dots$$

$$E_c = E_{c_{\max}} \Rightarrow \cos^2\left(3t_c + \frac{\pi}{3}\right) = 1 \Rightarrow \cos\left(3t_c + \frac{\pi}{3}\right) = \pm 1 = \cos(n\pi) \Rightarrow t_c = \frac{\pi}{3} \left(n - \frac{1}{3}\right)$$

$$\frac{dx}{1+x^2} + \int \frac{x}{\sqrt{1+x^2}} dx = J + \sqrt{1+x^2}$$

$$- \int \frac{-dx}{x^2} = - \int \frac{d\left(\frac{1}{x}\right)}{\frac{1}{x^2} + 1} = - \int \frac{d\left(\frac{1}{x}\right)}{\frac{1}{x^2} + 1} =$$

$$I = \sqrt{1+x^2} - \ln \frac{\sqrt{1+x^2} + 1}{x} + C$$

$$-Q_{41} = vC T_1 (1 - \epsilon^{1/2}) + vC_V T_1 (\mathcal{H} - 1),$$

$$-Q_{34} = vC_V T_2 (\mathcal{H} - 1) + vC T_4 (1 - \epsilon^{1/2}),$$

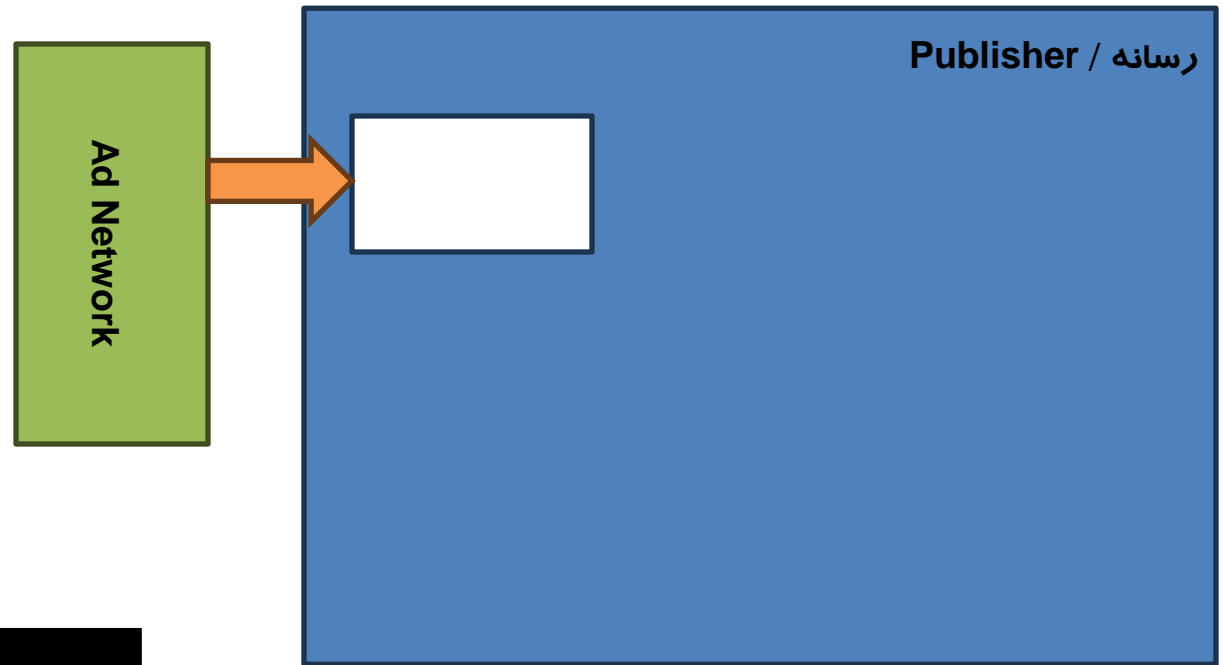
$$T_2 = \mathcal{H}, \frac{T_1}{T_2} = \epsilon^{1/2}, \frac{T_4}{T_1} = \mathcal{H},$$

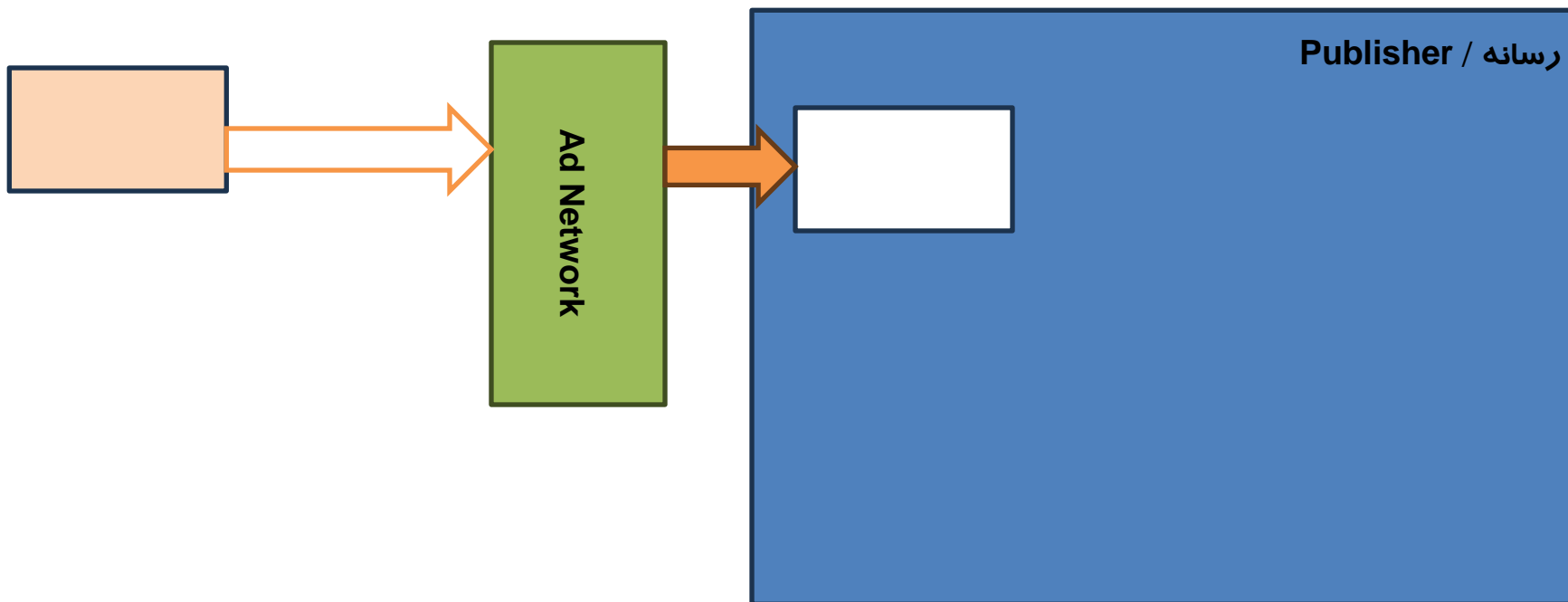


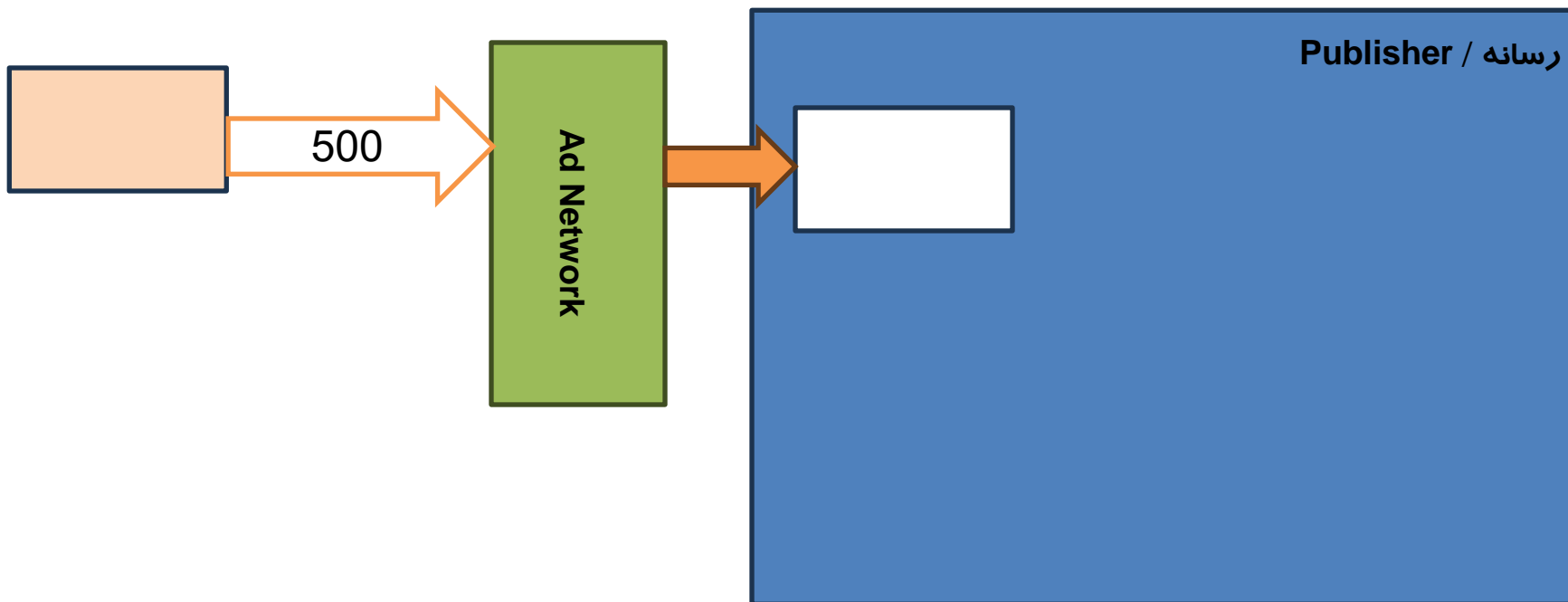
رسانه / Publisher



CPT



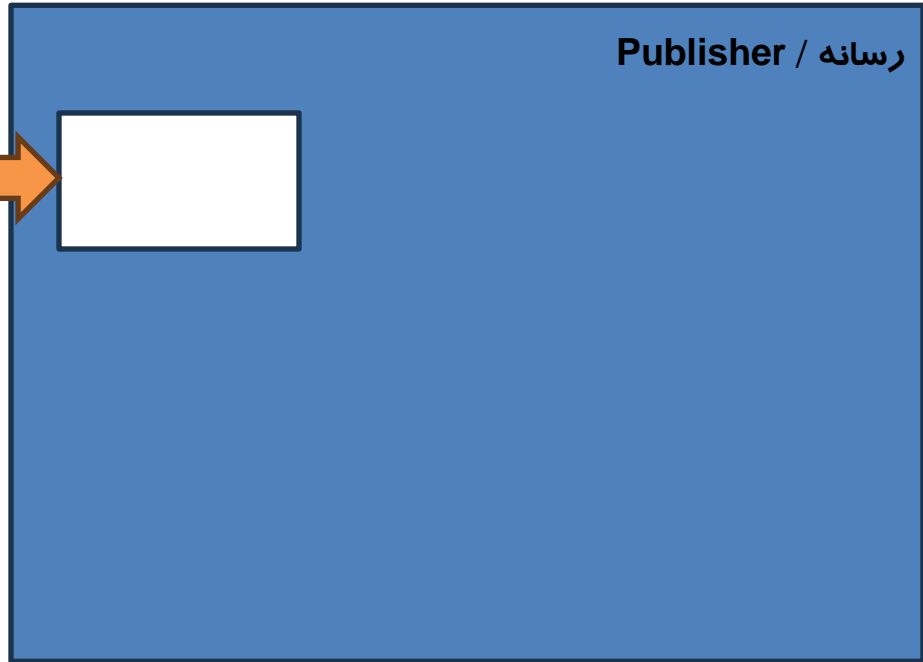
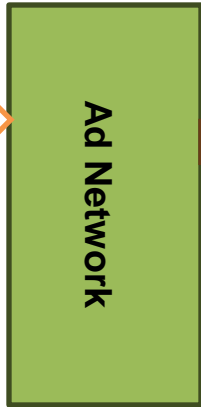


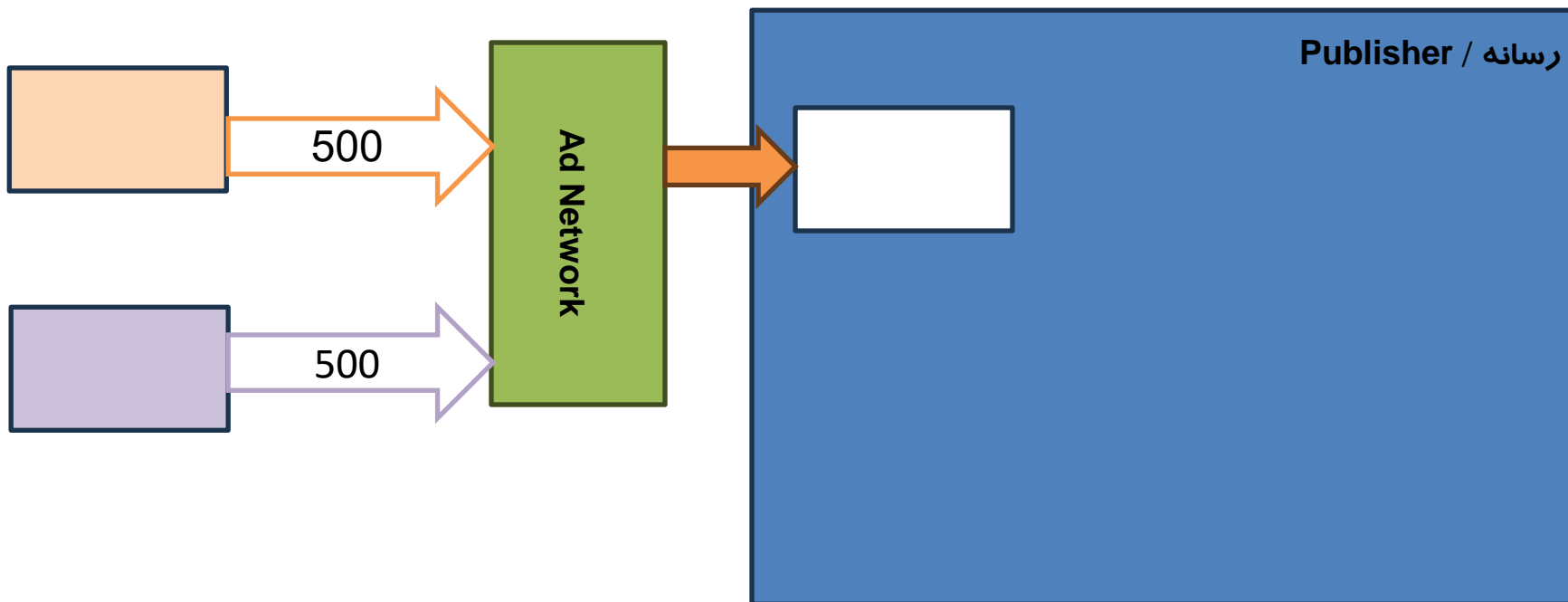


Impression: 100%



500

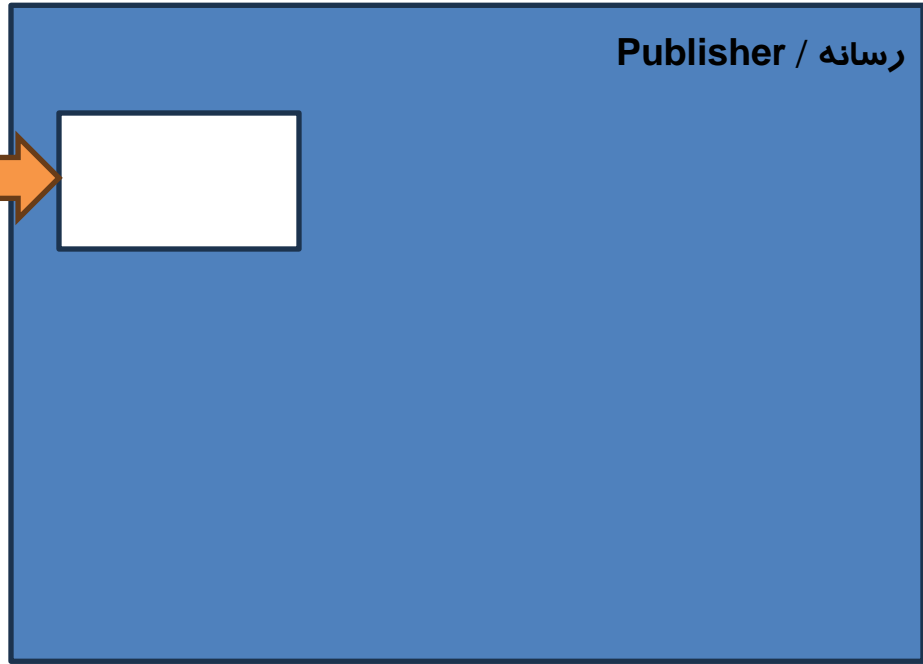
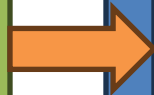
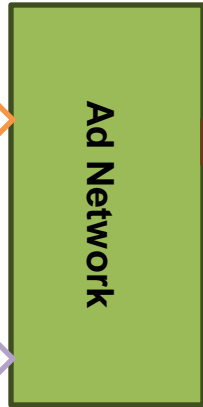




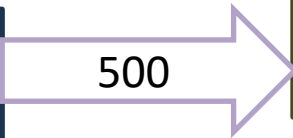
Impression: 50%



500



Publisher / رسانه



500

Impression: 50%

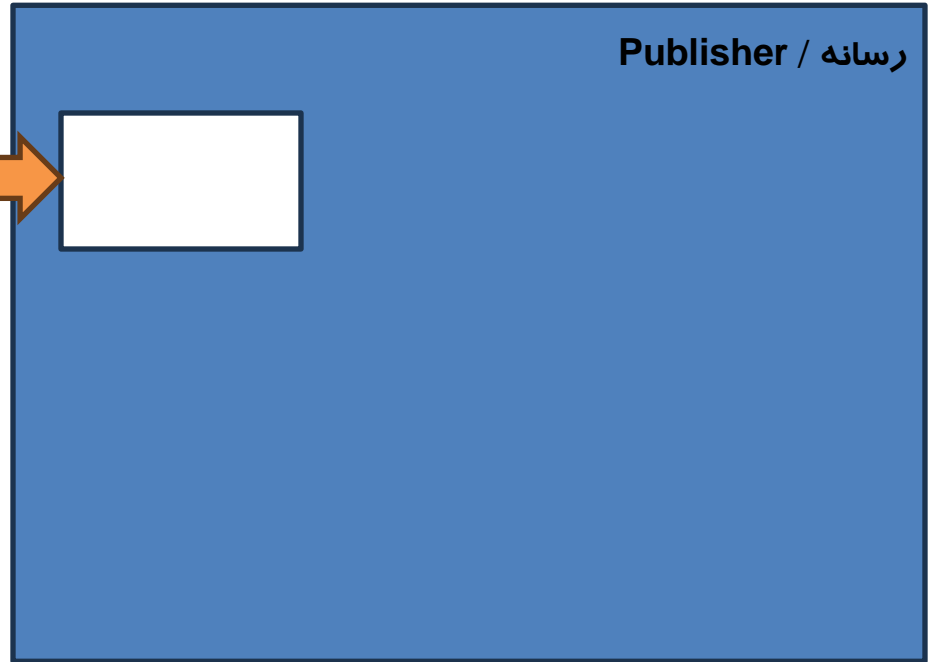
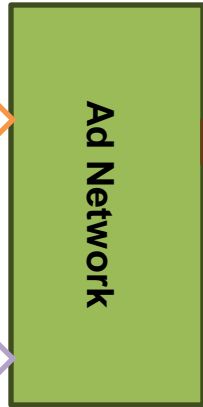
CTR



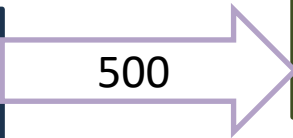
Impression: 50%



500



500



Impression: 50%

CTR



Impression: ? %

CTR: 0.1%

500

Ad Network

Publisher / رسانه

CTR: 0.3%

500

Impression: ?%

CTR



Impression: 15-30 %

CTR: 0.1%

500

Ad Network

Publisher / رسانه

CTR: 0.3%

500

Impression: 85-70%

CTR



Impression: 50 %

CTR: 0.1%

1500

Ad Network

Publisher / رسانه

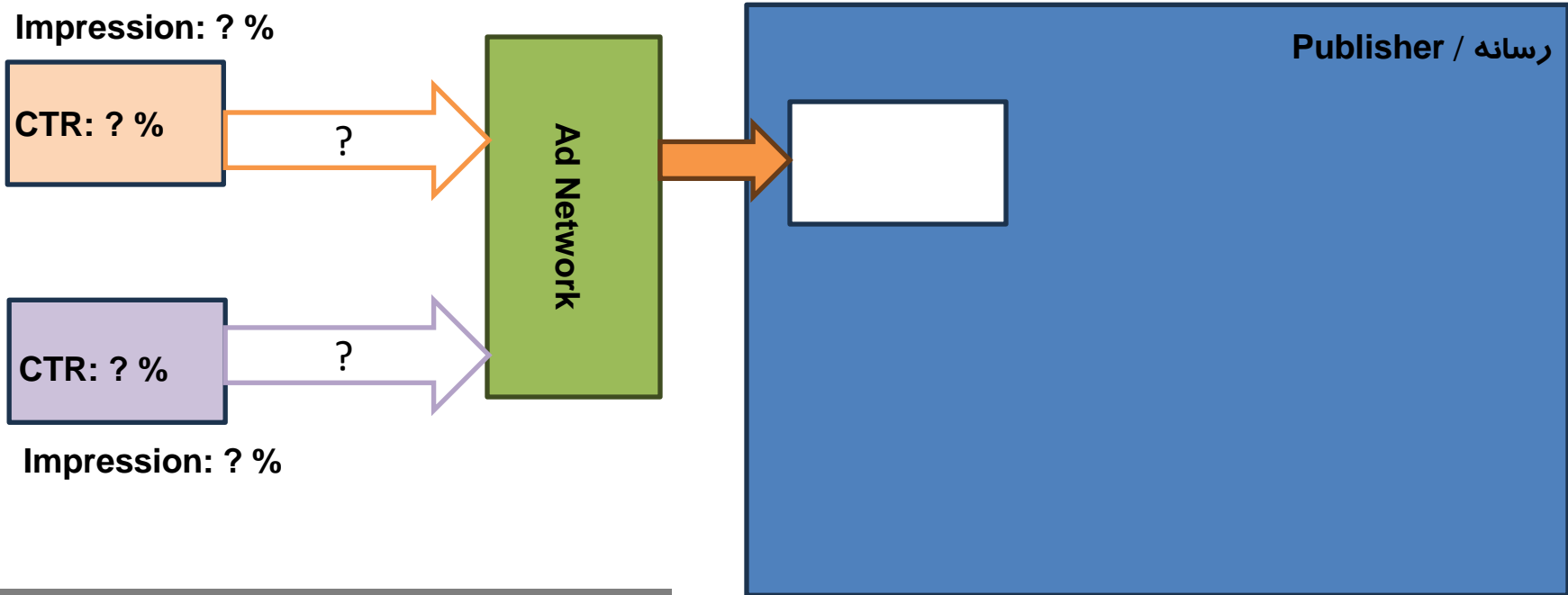
CTR: 0.3%

500

Impression: 50 %

CTR





فاکتورهای موثر اصلی

- تعداد متقاضی یک جایگاه
- قیمت کلیک تعیین شده
- نرخ کلیک



Impression: ? %

CTR: 0.1%

500

Ad Network

Publisher / رسانه

CTR: 0.1%

500

Impression: ? %

سایر فاکتورهای موثر

- بودجه روزانه
- بودجه کل
- سوابق مشتری
- ضرایب ویژه
- ...



Impression: ? %

CTR: 0.1%

500

Ad Network

Publisher / رسانه

CTR: 0.1%

500

Impression: ? %

افزایش پیچیدگی

- بیش از یک جایگاه در هر صفحه
- جایگاه‌های مختلف، سایزهای مختلف
- جایگاه‌های مختلف، انواع تبلیغ
- بیش از یک صفحه در هر سایت
- صدها و هزاران سایت
- شناسایی تخلفات!
- ...



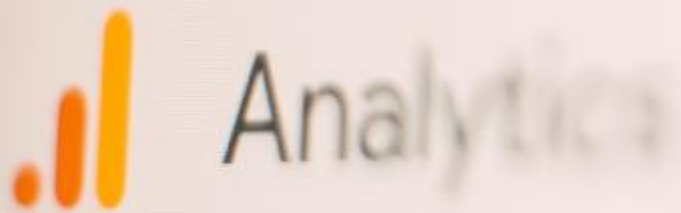
انواع تخلفات CPC

- سیستمی
- ناشر / Pulisher
- رقباى ناشر



پس چیکار کنیم؟

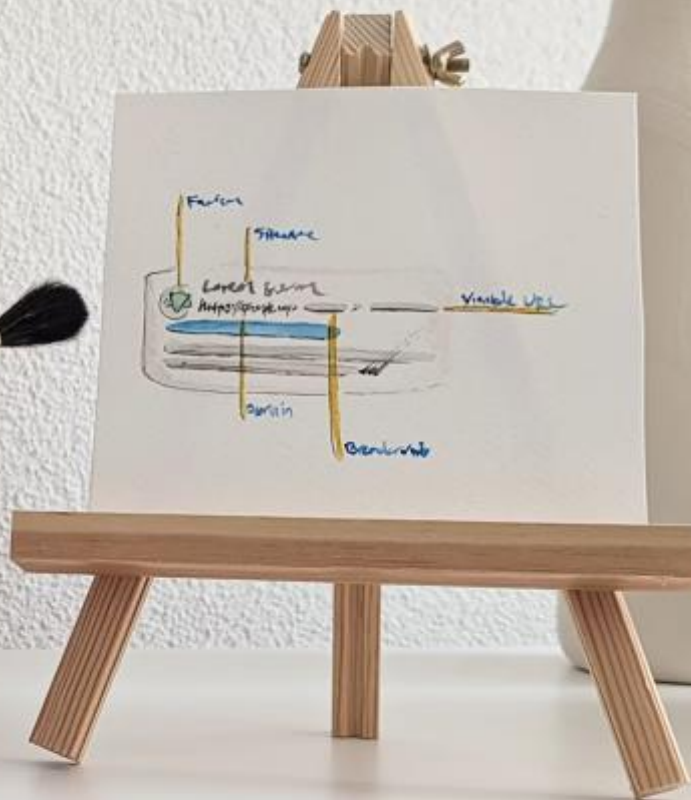




بهینه‌سازی یا Optimization



چه چیزهایی را بهینه کنیم؟



بهینه‌سازی تا ابد...

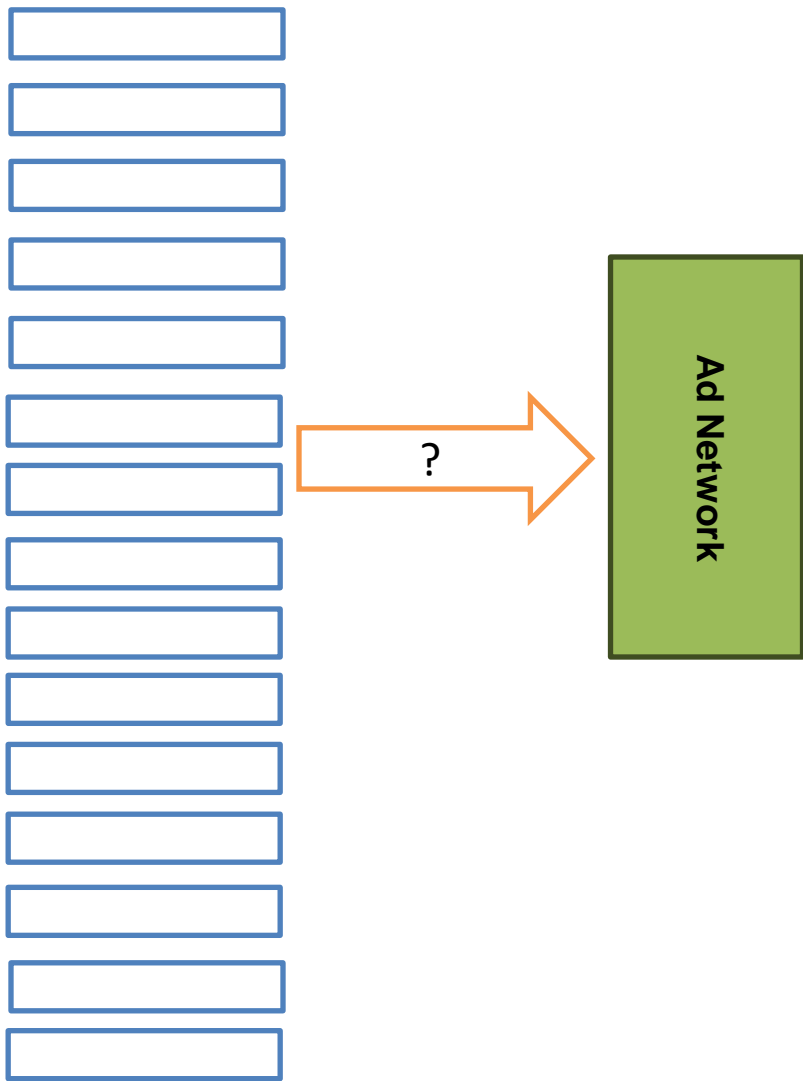


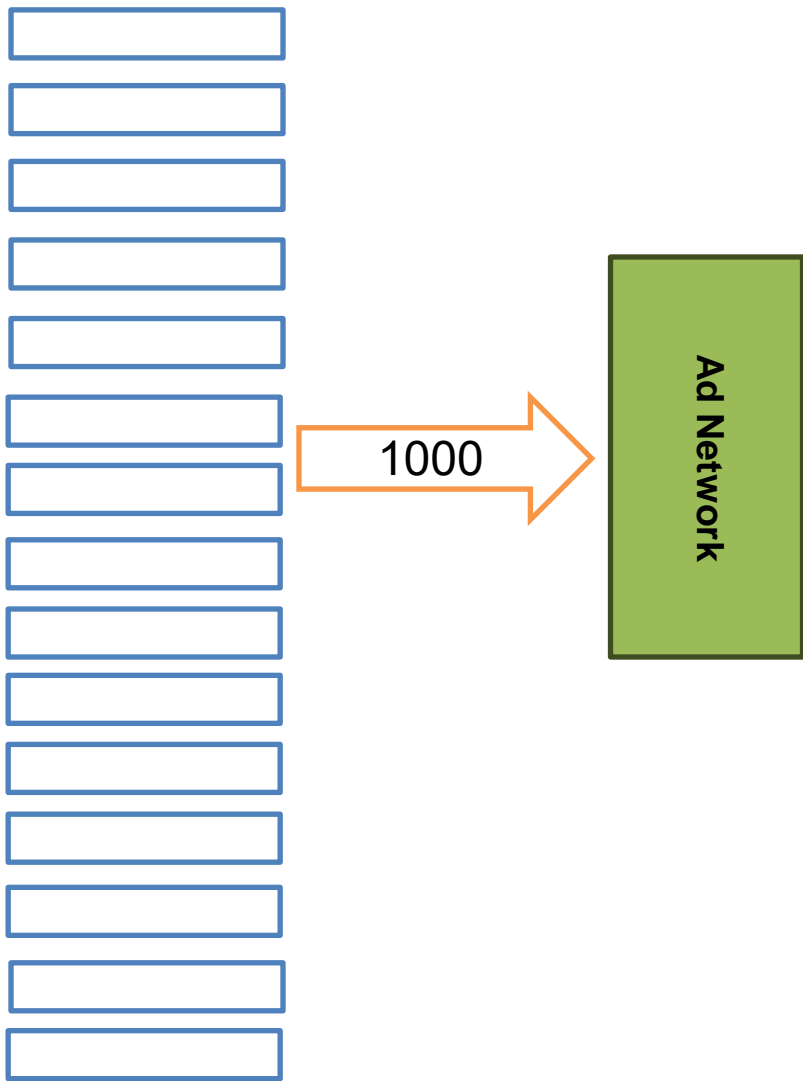
یه موز هم ما برمی داریم...

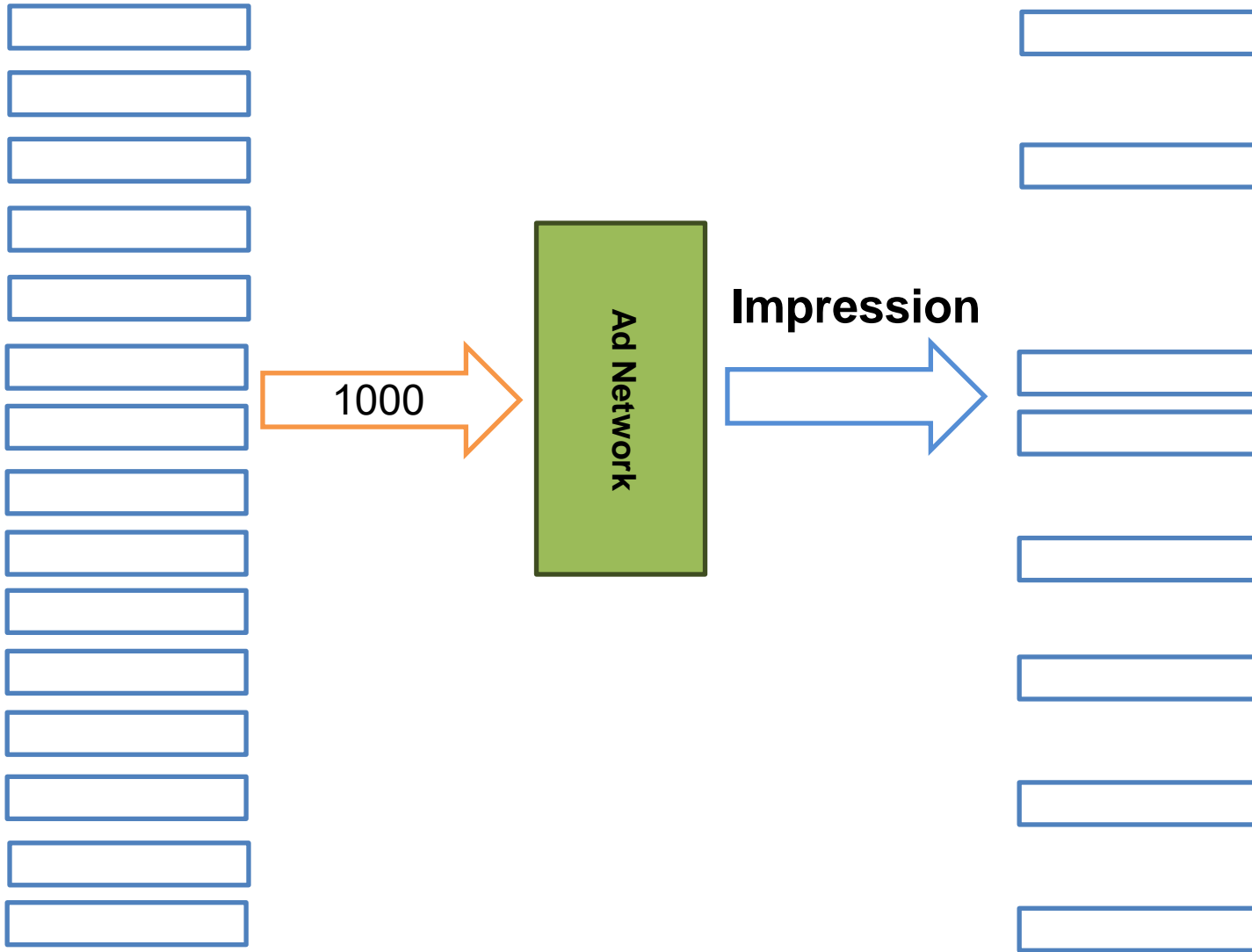


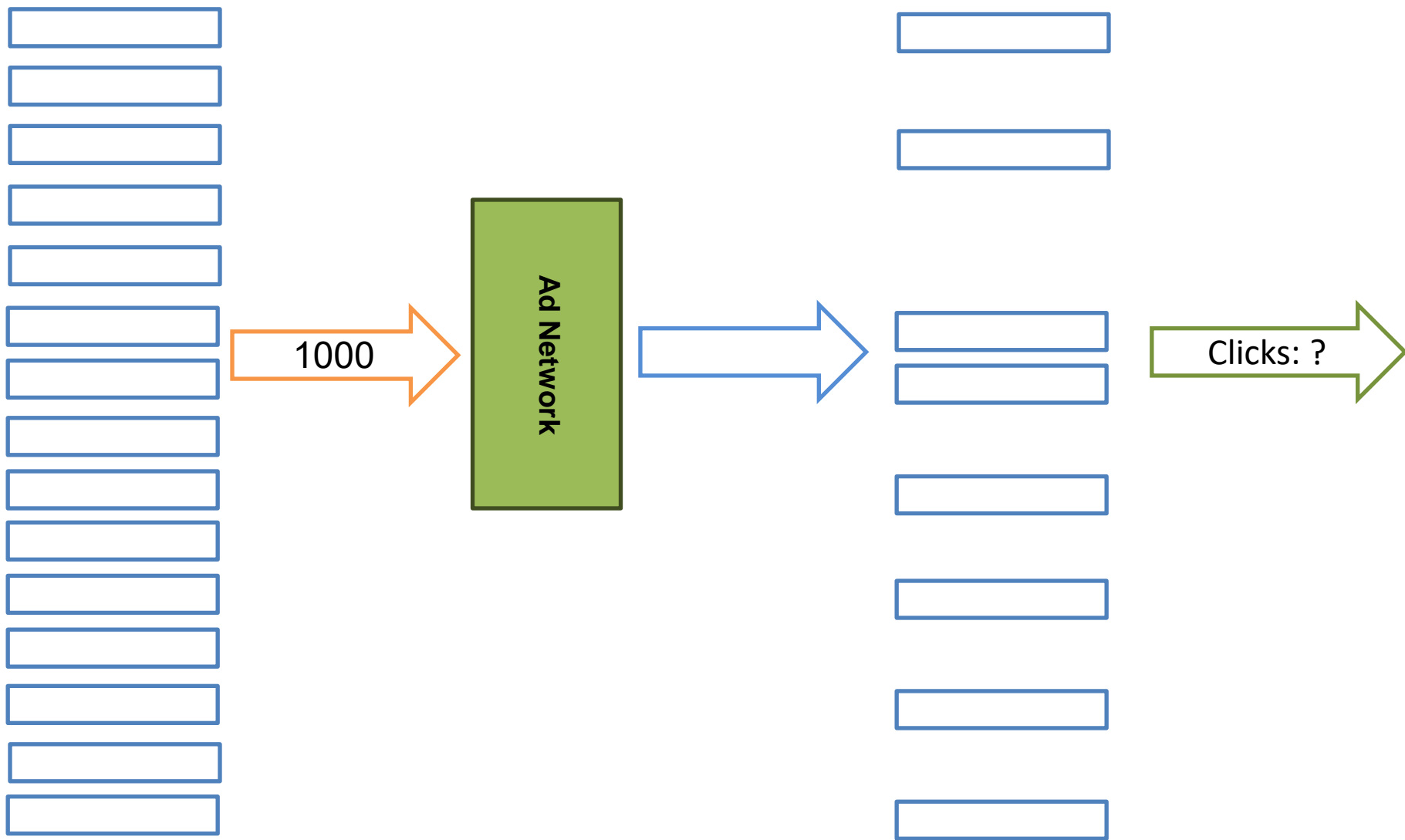
تکنیک پلکانی













[Empty box]

[Empty box]

[Empty box]

[Empty box]

[Empty box]

[Empty box]

[Empty box]

[Empty box]

Clicks: 1000

[Empty box]

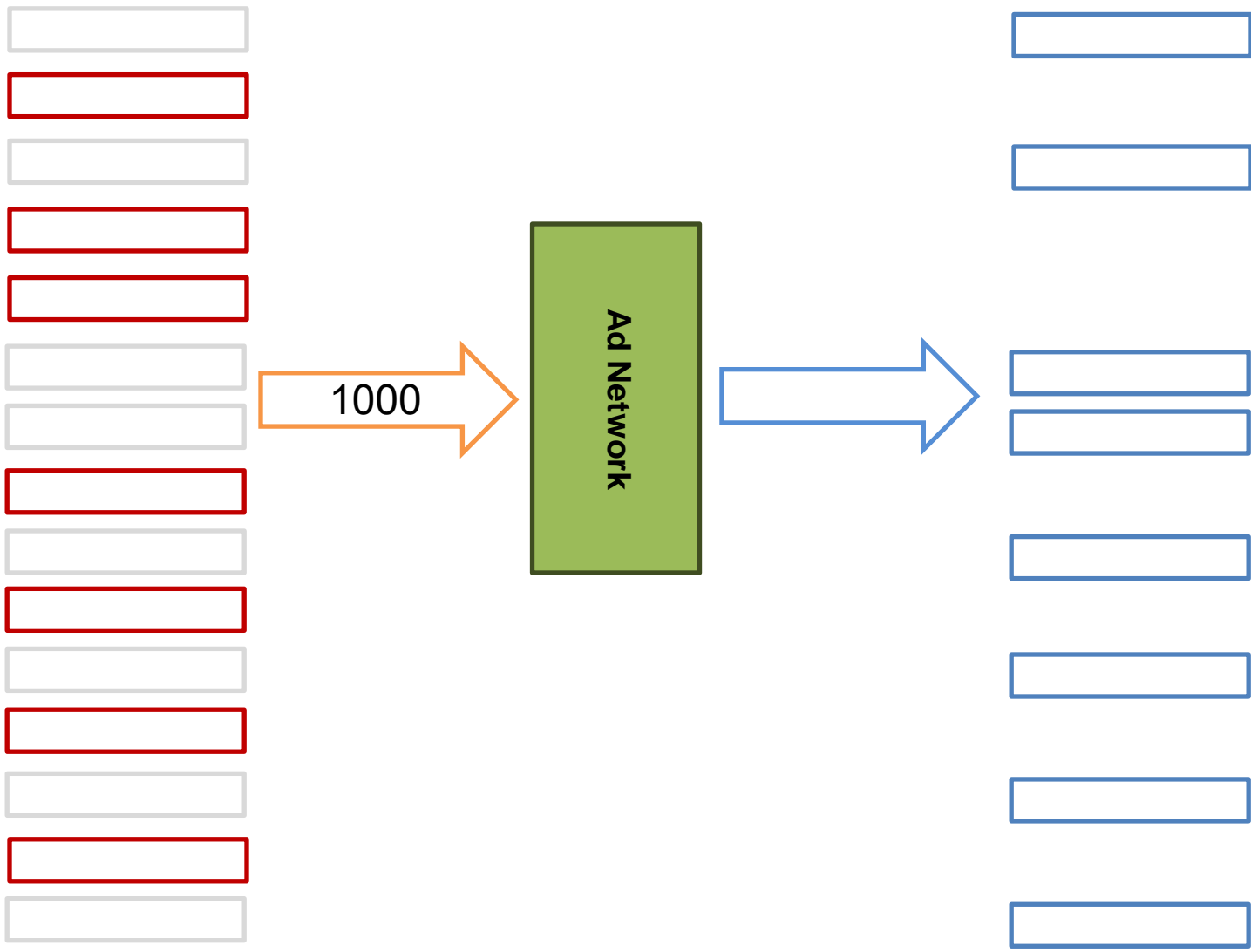
[Empty box]

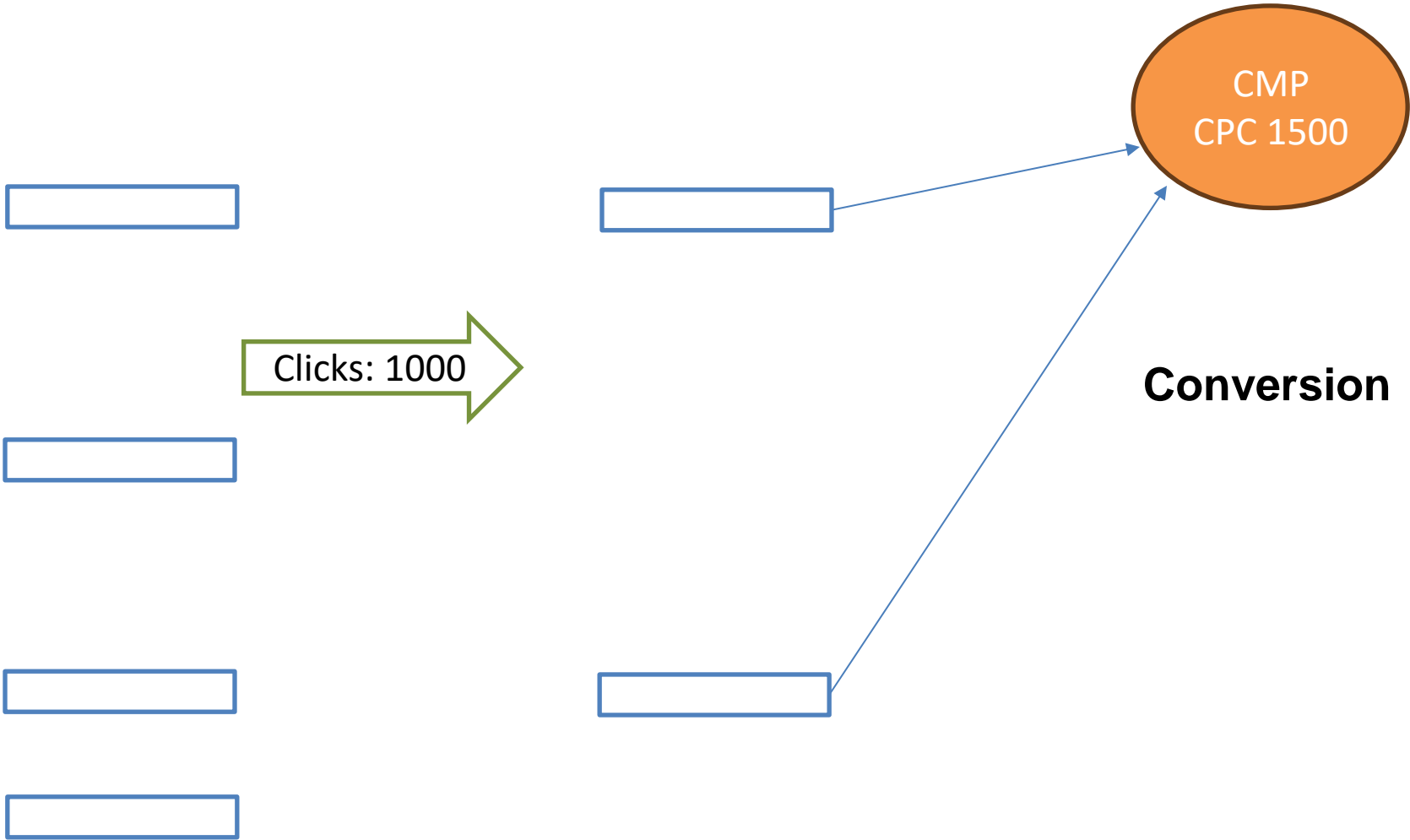
[Empty box]

CMP
CPC 1000

Conversion







یکی یکی یکی...



راه باید پیمود، تا بر فراز ابر ایستاد...



Google



عادل طالبی

عادل طالبی
عادل طالبی آپارات
عادل طالبی دیجیتال مارکتینگ
عادل طالبی بازاریابی دیجیتال
عادل طالبی
وبینار عادل طالبی
دکتر عادل طالبی
عادل طالبی متمم
عادل طالبی مارکتینگ
عادل طالبی بازاریابی

Google Search

I'm Feeling Lucky

[Report inappropriate predictions](#)

www.atalebi.com

info@atalebi.com

adel.talebi@gmail.com

@adeltalebi

https://t.me/kar_kasb

<https://www.linkedin.com/in/adeltalebi>

<https://www.pinterest.com/adeltalebi>

<https://www.facebook.com/adeltalebi>

<https://youtube.com/c/adeltalebi>

<https://instagram.com/adeltalebi>

https://instagram.com/kar_kasb

<https://slideshare.net/adeltalebi>

<https://aparat.com/adel.talebi>

<https://twitter.com/adeltalebi>

