



دیجیتال مارکتینگ و انواع روش های آن برای فروش بیشتر

تیم تحریریه اقیانوس آبی

دیجیتال مارکتینگ را وقتی می شنویم اولین چیزی که ممکن است به ذهن هر فرد برسد متفاوت است، برای مثال صاحبین مشاغل احتمالا با شنیدن این کلمه به یاد وب سایت ها می افتند، برخی افراد نیز به یاد شبکه های اجتماعی یا وبلاگ ها و... . تمامی موارد ذکر شده موارد درستی هستند و هر کدام در کنار هم مانند پازل یک مجموعه ای جامع و گسترده را در حوزه بازاریابی به وجود می آورند که ما آن را به نام دیجیتال مارکتینگ digital marketing (یا بازاریابی آنلاین، بازاریابی دیجیتال، بازاریابی اینترنتی) می شناسیم. برای این که یک کسب و کار بتواند جنبه های رقابتی خود را حفظ کند، باید بتواند حداقل بعضی از جنبه های دیجیتال مارکتینگ را در خود ایجاد کرده و از درست و به جا از آن ها استفاده کند.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اکیانوس آبی](#) سر بزنید.

یکی از ملزوماتی که هر کسب و کاری به آن نیاز دارد بازاریابی اینترنتی است. کسبوکار های هرچند کوچک با فعالیت در سطح محلی و حضور فعال و موثر در اینترنت، می توانند تخصص، محصول و حوزه کاری خود را به دیگران معرفی کرده و به مشتری های راغب جدیدی دست پیدا کنند.

دیجیتال مارکتینگ چیست؟

دیجیتال مارکتینگ یکی از انواع بازاریابی است. بازاریابی به هر فعالیتی که در راستای جذب و حفظ مشتری انجام گیرد گفته می شود. اما بازاریابی امروزی با بازاریابی سنتی تفاوت زیادی دارد، چرا که در گذشته کسب و کارها از طریق بازاریابی سنتی مانند چاپ بروشور، تبلیغ تلویزیونی، بیلبورد، و.. استفاده می کردند که هم چنان نیز ادامه دارد. اما با گسترش فضای اینترنتی و دیجیتالی، فعالیت جذب و حفظ مشتری در بستر اینترنت انجام می گیرد که به آن بازاریابی دیجیتال یا بازاریابی اینترنتی گفته می شود.

در digital marketing کسبو کارها می توانند با هزینه ای کمتر تبلیغات خود را اجرا و محصول خود را معرفی کنند، در هر مرحله کمپین تبلیغاتی خود را زیر نظر داشته باشند، آنالیز کنند و در هر مرحله که مایل بوند آن را تغییر دهند تا به نتیجه مطلوب و مورد نظر خود برسند.

بیشتر بخوانید: انواع روش های تبلیغات

دیجیتال مارکتینگ در واقع به هر ابزار، روش یا استراتژی گفته می شود که باعث معرفی و شناخته شدن نام کسبو کار در فضای آنلاین شود. با گسترش فضای وب و اینترنت و رایج شدن آن بین مردم، کسب و کارهای زیادی شروع به انواع

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقیانوس آبی](#) سر بزنید.



بازاریابی دیجیتال جهت گسترش برند خود کردند، تا بتوانند کاربران بسیار را محصول و خدمات خود آشنا کنند.

روش های بازاریابی اینترنتی زیاد هستند مثل ایمیل مارکتینگ، بهینه سازی موتور جستجو یا سئو، شبکه ها اجتماعی، تبلیغات آنلاین و ...

هدف بازاریابی دیجیتال چیست؟

هدف از بازاریابی دیجیتال این است که کسب وکارها توجه کاربران را هنگام استفاده از اینترنت، جستجو کردن، وب گردی، استفاده از شبکه های اجتماعی و.. متوجه خود کنند و بازدید کننده را به مشتری تبدیل کنند.

مزیت های دیجیتال مارکتینگ

بعد از تعریف و شناخت این نوع بازاریابی شاید هنوز برای برخی این سوال پیش بیاید که چرا اینقدر به دیجیتال مارکتینگ توجه می شود؟ برای پاسخ به این سوال باید مزایای آن را بررسی کرد.

۱. اندازه گیری تاثیر کانال های مختلف بازاریابی آنلاین

یکی از مزایای اصلی دیجیتال مارکتینگ این است که می توان بازدید کنندگان را دنبال کرد و راه هایی که کاربران برای رسیدن به وب سایت یا صفحه را طی می کنند را زیر نظر گرفت. همچنین با آنالیز می توان فهمید که کدام کانال های مارکتینگ بازدهی بیشتری دارند و باعث جذب مشتریان به کسبو کار می شوند.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

۲. قابليت بررسي رفتار مشتريان

با بررسي رفتار مشتريان و ويژگي‌هاي از قبيل سن، جنسيت و... از طريق ابزارهايي كه در بازاریابی دیجیتال موجود است، می توان مشتريانی را كه پتانسیل بالاتری برای خرید دارند پيدا کرد.

۳. دسترسي راحت و سريع مخاطبان به محصول شما

با گسترش اینترنت و فضای وب، اگر از بازاریابی آنلاین درست استفاده کنید، سبب می شود کاربران بتوانند به راحتی و با يك كليك با محصول شما آشنا شوند.

۴. هزینه اجرائی پایین در بازاریابی دیجیتال

يكي از مزایای مهمی بازاریابی اینترنتی صرفه جویی در زمان و هزینه ها است. برای مثال برای تولید بروشورهای تبلیغاتی باید زمان و هزینه زیادی را برای چاپ و پخش بروشور ها صرف کرد، اما در این نوع بازاریابی می توان برای مثال تنها با ارسال ایمیل یا ساخت كلیپ و انتشار آن پیام خود را به گوش مشتريان رساند.

۵. هدف گیری مشتری در دیجیتال مارکتینگ

در بازاریابی اینترنتی شما می توانید مشتريان خود را دسته بندی کنید و پیشنهاد های مختص هر دسته را در اختیار آن ها قرار دهید. دسته بندی هايی مانند سن، تحصیلات، علاقه مندی ها، جنسیت و...

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

ابزارهای دیجیتال مارکتینگ

برای حضور و فعالیت در حوزه بازاریابی دیجیتال باید ابتدا با ابزارهای دیجیتال مارکتینگ آشنا شویم. دیجیتال مارکتینگ دارای ۷ زیر شاخه اصلی است:

۱. سئو SEO یا بهینه سازی برای موتور های جستجو

۲. بازاریابی موتورهای جستجو یا SEM

۳. بازاریابی محتوایی

۴. بازاریابی شبکه های اجتماعی

۵. تبلیغات کلیکي یا PPC

۶. بازاریابی وابسته یا همکاری در فروش Affiliate Marketing

۷. بازاریابی ایمیلی یا ایمیل مارکتینگ

هر چقدر که فضای وب و کاربران آن افزایش پیدا می کند، رقابت بین کسب و کارها نیز شدیدتر می شود. با این وجود اگر کسب و کاری تحقیقات بازار انجام دهد و مشتری خود را به خوبی بشناسد، با داشتن استراتژی مناسب می تواند بازاریابی در فضای وب را به صورت موثر انجام دهد. بازاریابی دیجیتال فرصت های زیادی را پیش روی کسب و کارها قرار می دهد تا مشتریان بیشتری را جذب کنند.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.



digital marketing شامل مفاهیم و مباحث گسترده ای است و هر فعالیتی که مرتبط با بازاریابی باشد و در فضای اینترنت انجام شود، به عنوان زیر مجموعه ی آن شناخته می شود.

ابزارهای دیجیتال مارکتینگ

۱. سئو (SEO) یا بهینه سازی برای موتورهای جستجو

یکی از قدرتمند ترین کانال های بازاریابی دیجیتال، سئو است. سئو که مخفف عبارت Search Engine Optimization است به معنای بهینه سازی برای موتورهای جستجو است. سئو را به مجموعه فعالیت هایی که به افزایش کیفیت ترافیک ورودی سایت از طریق موتور جستجو کمک می کند گفته می شود که این فعالیت ها در نهایت افزایش بازدید سایت و افزایش فروش را به دنبال دارد.

SEO را با یک مثال برای شما توضیح می دهیم:

برای مثال شما در گوگل جستجو می کنید: “کسب و کار اینترنتی” و می خواهید در مورد راه اندازی آن اطلاعات کسب کنید. سایتی که در صفحه اول نتایج جستجو و یا در رتبه اول قرار دارد برای شما بسیار اطمینان بخش تر از سایر لینک ها است. به همین دلیل همه کسب و کارها تلاش می کنند که با سئوی درست در رتبه های مناسب قرار بگیرند.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقیانوس آبی](#) سر بزنید.

۲. بازاریابی موتور جستجو یا SEM

بازاریابی موتور جستجو که با کلمه اختصاری SEM شناخته می شود به منظور دسترسی بیشتر و راحت تر کاربران به وب سایت کسب و کارها است به خصوص موقع سرچ در موتورهای جستجو مانند گوگل. بازاریابی SEM با استفاده از تبلیغات پولی انجام می شود و هدف آن ارتقا وب سایت ها از طریق بیشتر دیده شدن آن ها در صفحات موتور های جست و جو است.

زمانی که شما چیزی را در وب جستجو می کنید، وب سایت هایی را در قسمت میانی مشاهده می کنید، حاصل یک سئو خوب هستند و در دسته استراتژی های رایگان دیجیتال مارکتینگ قرار دارند. وب سایت هایی که در قسمت بالا و پایین صفحه مشاهده می شوند، حاصل استراتژی پولی سئو است.

مردم آنچه را که می خواهند جستجو کرده و تبلیغ کننده ای که انتخاب کرده اید (مثلا گوگل ادوردز) کلمات مرتبط با جستجو ها را هدف قرار داده و شما تنها در صورتی باید به تبلیغ کنندگان پول بپردازید که مشتریان بالقوه بر روی لینک تبلیغ شما کلیک کنند.

۳. بازاریابی محتوایی

بازاریابی محتوایی بخشی از استراتژی بازاریابی و توسعه کسب و کار است که بر ایجاد و توزیع محتوای ارزشمند، مرتبط و یکپارچه تمرکز دارد. هدف کلی این نوع بازاریابی جذب مخاطبین جدید و حفظ مشتریان فعلی و قبلی است که مخاطب در این استراتژی به وسیله ارائه محتوای ارزشمند جذب می شود.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

بازاریابی محتوایی می تواند مطالبی که در وب سایت یا شبکه های اجتماعی خود منتشر می کنید یا مطالبی که به عنوان مهمان برای سایت های دیگر منتشر می کنید و در وبسایت آن ها به سایت خود لینک می دهید و یا اینفوگرافیک ها، ویدئو ها و.. که امکان به اشتراک گذاری در پلتفرم های شبکه های مجازی وجود داشته باشد.

انواع فرمت محتوا

محتوا می تواند در فرمت های زیر تولید شود:

- وبلاگ نویسی و انتشار محتوای متنی در وبسایت
- ایمیل
- عکس
- ویدئو
- کتابهای الکترونیکی (صوتی، متنی، تصویری) و...
- آیتمهای چاپی مانند بروشورها یا مجلات را نیز می توان به عنوان نوع سستی بازاریابی محتوایی قلمداد کرد.

مزیت بازاریابی محتوایی

بازاریابی محتوایی یکی از فرایندهایی است که به سئو سایت شما کمک شایانی می کند. محتوای مورد استفاده در وبسایت شما نمایش دهنده قدرت، اعتبار و شخصیت برند شما است. محتوا اگر بر اساس اصول بازاریابی آنلاین و متناسب با بیزینس شما تهیه و تنظیم شود، می تواند مانند یک آهنربای قدرتمند، مشتریان بالقوه و مخاطبان شما را به سمت کسب و کارتان جذب کند.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.



بيشتر بخوانيد: راهكارهاي حفظ و افزايش وفاداري مشتريان

۴. بازاریابی شبکه های اجتماعی (SSM)

يکي ديگر از روش هاي ديجيتال مارکتينگ بازاریابی شبکه های اجتماعی يا SSM است. با بازاریابی صحيح و مناسب در شبکه های اجتماعی می توان مخاطبين زيادی را جذب کرده و کسب و کار خود را رونق ببخشيد. با توجه به فعاليت بخش زيادی از جامعه در شبکه های اجتماعی، می توان گفت که حضور و بازاریابی در آن ها تقريباً برای هر کسب و کاری مفيد است. اين نوع بازاریابی هم شامل بازاریابی ارگانیک (بدون پرداخت هزينه) و هم شامل تبليغات هزينه ای است، مثل اينفلوئنسر مارکتينگ.

محبوب ترين شبکه های اجتماعی برای بازاریابی در ميان شبکه های محبوب مورد استفاده در ايران اينستاگرام و تلگرام هستند.

مزيت های بازاریابی شبکه های اجتماعی

حضور مخاطبين بالقوه بسيار و يادآوری نام کسب و کار شما به صورت پيوسته

جلب اعتماد مخاطب با معرفي درست کسب و کارتان

هدايت مخاطبان به سمت وب سايت و افزايش ترافیک ورودی

برای مشاهده ساير مقاله های ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.



چگونه بفهمید استراتژی‌تان در بازاریابی رسانه‌های اجتماعی به کمک نیاز دارد؟ شما می‌توانید در شبکه‌های اجتماعی خیلی فعال باشید یا فعالیت خاصی نداشته باشید. فعالیت در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به افزایش مخاطبان و در نتیجه افزایش فروش شما کمک کند. در اینجا سه علامت وجود دارد که نشان می‌دهد استراتژی بازاریابی شما در شبکه‌های اجتماعی تا چه اندازه ناکارآمد بوده است.

۱

شما هیچ نتیجه مفیدی از حضور در شبکه‌های اجتماعی مشاهده نمی‌کنید. موارد زیادی مثل افزایش آگاهی مردم از وجود برند شما، افزایش فروش، افزایش مذاکرات با مشتری، سرویس‌دهی مشتریان و ... می‌تواند به بهبود نتیجه کار شما کمک کنند. رسانه اجتماعی شما نمی‌تواند همه این عوامل را در یک‌زمان داشته باشد، پس سعی کنید برای شروع، روی یک یا دو هدف مهم تمرکز کنید و اولویت‌های خود را مشخص کنید.

۲

شما در حال شلیک کردن به هوا هستید. شاید شما از رسانه درستی استفاده نمی‌کنید. اگر شما شرکتی هستید که مخاطبین زیادی دارد، باید بدانید که اکثر مخاطبین شما از چه طریقی وارد سایت شما می‌شوند. نتایج گوگل آنالیتیکس را بررسی کنید تا ببینید ترافیک ورودی سایت شما از کجا است و سعی کنید تمرکز خود را روی آن بخش افزایش دهید تا مشتریان بیشتری جذب کنید.

۳

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنید.



لايك و اشتراك گذاري محتوای شما کم است.

اگر فالوئرهای شما علاقه ای به اشتراك گذاري محتوايتان نشان نمی دهند، سعی کنید برای آن ها ارزش ايجاد کنید. به راه‌هایی که محصول شما می‌تواند به مردم کمک کند فکر کنید و آن‌ها را به مردم نشان دهید تا بیشتر به اشتراك گذاشته شوید و بیشتر از شما خرید کنند.

۱۰ نکته کاربردی در بازاریابی اینستاگرامی

۵. تبلیغات کلیکي یا PPC

تبلیغات کلیکي (pay per click) به روشی در تبلیغات اینترنتی گفته می شود که در آن یک کسب و کار تبلیغ خود را توسط سرویس دهنده این نوع تبلیغات، در سایت و یا اپلیکیشنی قرار داده و به ازای هر کلیک و توجه کاربران به تبلیغ خود مبلغی را پرداخت می کند. مهارت تبلیغ نویسی و تدوین کمپین تبلیغاتی در این نوع بازاریابی می تواند بسیار به شما کمک کند.

۶. بازاریابی وابسته یا همکاری در فروش (Affiliate Marketing)

همکاری در فروش جزء روش هایی از بازاریابی است که می تواند تاثیر مستقیمی بر روی فروش محصولات داشته باشد. این نوع بازاریابی توسط افراد خارج از کسب و کار انجام می شود. به زبان ساده تر در بازاریابی وابسته یا بازاریابی پورساتی، فردی محصول شما را بر روی وب سایت، وبلاگ یا شبکه های اجتماعی خود تبلیغ می کند و اگر این تبلیغات منجر به فروش شود، مبلغی را از طرف صاحب محصول که شما باشید می گیرد.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

۷. بازاریابی ایمیلی یا ایمیل مارکتینگ

یکی از روش‌های بازاریابی مستقیم یا direct marketing، ایمیل مارکتینگ است که یکی از ابزارهای ضروری برای دیجیتال مارکتینگ به شمار می‌رود. به زبان ساده ایمیل مارکتینگ ارسال ایمیل گروهی به افراد برای معرفی خدمت یا محصول است. این روش اگر درست تحلیل شود و مداوم بهینه شود، تاثیر فوق العاده‌ای در فروش شما خواهد داشت.

بیشتر بخوانید: روش‌های جدید بازاریابی ۲۰۲۱

مزایای دیجیتال مارکتینگ

کم ریسک بودن

کم بودن هزینه‌ها

امکان نتیجه گرفتن سریع از کار، هم برای بازاریاب هم برای کاربر

امکان اندازه‌گیری و جمع‌آوری داده‌ها

فراهم بودن شرایط تعاملی

امکان شخصی‌سازی

به راحتی در معرض دید بودن

دسترسی بی‌حد و مرز جهانی

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اقیانوس آبی](#) سر بزنید.

معايب ديجيتال ماركتينگ

وابستگي به تكنولوژي

مشكلات مربوط به امنيت و حرِيم خصوصي

هزينه هاي نگهداري به دليل تحول مداوم ابزار كار

لزوم شفافيت در قيمت گذاري و افزايش رقابت در خصوص قيمت ها

وجود رقابت جهاني