

کمپین دیجیتال مارکتینگ

Digital marketing campaign



کمپین دیجیتال مارکتینگ چیست و چطور اجرا می شود؟

در عصر مدرن با توجه به تغییراتی که سبک کسب و کارها صورت گرفته است بخش بزرگی از کمپین تبلیغاتی کسب و کارها را کمپین دیجیتال مارکتینگ تشکیل می دهد. مصرف کنندگان همواره آنلاین هستند و مشاغل باید بتوانند به آن ها دسترسی داشته باشند تا فروش بیشتری را تجربه کنند. بنابراین طراحی و پیاده سازی کمپین دیجیتال مارکتینگ نقش مهمی در پیشرفت کسب و کارها دارد.

برای آشنایی بیشتر با کمپین دیجیتال مارکتینگ، مزایای و نحوه اجرای موثر آن تا پایان این مطلب با شرکت اقیانوس آبی همراه باشید. هم چنین می توانید برای طراحی کمپین تبلیغاتی کسب و کار خود از ما مشاوره بگیرید و طراحی هر نوع کمپینی که در نظر دارید را به ما بسپارید:



طراحی کمپین تبلیغاتی

برای کسب و کار شما + مشاوره رایگان

کلیک کنید

کمپین دیجیتال مارکتینگ چیست؟

پیش از آنکه به بررسی کمپین دیجیتال مارکتینگ و مراحل طراحی آن بپردازیم بهتر است که با مفهوم کلمه کمپین آشنا شویم و ببینیم کمپین چیست. کمپین در لغت به معنی عملیات نظامی است که بر

روی یک جامعه هدف مشخص و در یک محدوده مشخص انجام می شود و دارای نتیجه و هدفی از پیش تعیین شده است.

کمپین دیجیتال مارکتینگ شامل مجموعه فعالیت های تبلیغاتی یا ارتباطی است که در یک بازه زمانی و با جامعه هدف و بودجه مشخصی انجام می شود تا پیام مد نظر را به مخاطب هدف ارسال نماید. در این روش با استفاده از ابزارهای بازاریابی دیجیتال و فعالیت در شاخه های مختلف آن یک کمپین اجرا می کنید تا به هدف خود برسید. این کمپین ها در فضای مجازی و آنلاین برگزار می شوند و موجب افزایش فروش محصولات کسب و کارها می شوند.

برای اجرا و پیاده سازی کمپین دیجیتال از انواع رسانه های دیجیتالی مانند شبکه های اجتماعی، وب سایت ها و تبلیغات پوستر و بنری و ... استفاده می شود. لازم به ذکر است یک کمپین باید به صورت اصولی اجرا شود تا بتواند شما را به نتایج دلخواه برساند.

مزایای اجرای کمپین دیجیتال مارکتینگ

اجرای کمپین تبلیغاتی دیجیتال مارکتینگ می تواند مزایای بسیاری برای کسب و کارها به دنبال داشته باشد که از جمله مهم ترین آن ها می توان به موارد زیر اشاره نمود.

1. دسترسی جهانی

فضای وب قابلیت یافتن بازارهای جدید و امکان تجارت در سطح جهانی را فقط با یک سرمایه اولیه کوچک برای افراد فراهم می سازد. در واقع دیجیتال مارکتینگ به کمپین های تبلیغاتی اجازه می دهد که در تمامی نقاط جهان مشاهده شود.

2. تبدیل شدن به یک حالت رقابتی

به طور کلی بازاریابی دیجیتال مشخص می کند که هر کسب و کاری در حال حاضر دارای چه وضعیتی است و عملکرد آن در آینده چگونه خواهد بود. در صورتی که کسب و کار شما در زمان فعلی در رقابت دیجیتال قرار ندارد به این معنی است که از جایگاه مناسبی برخوردار نیستید. اما با استفاده از

استراتژی بازاریابی در حوزه دیجیتال کسب و کار شما یک حالت رقابتی پیدا کرده و به جایگاه خوبی در میان کسب و کارها دست می یابد.

3. هزینه کم و مقرون به صرفه

اگر از کمپین دیجیتال مارکتینگ با برنامه ریزی و هدفمند و موثر استفاده شود، می توان با هزینه بسیار کمتری در مقایسه با روش های بازاریابی سنتی مشتریان بیشتری را جذب نمود.

4. افزایش سوددهی

از دیگر مزیت های کمپین دیجیتال مارکتینگ می توان به استفاده از تکنیک ها و ابزارهای آن برای رسیدن به سوددهی بیشتر کسب و کار اشاره نمود.

5. به اشتراک گذاری آسان

عمدتا کانال های دیجیتال دارای قابلیت به اشتراک گذاری هستند و می توانید مقالاتی را به اشتراک بگذارید و یک اثر چندگانه ایجاد کنید. این بستر دارای ظرفیت فوق العاده ای برای بهبود نتایج فروش به دنبال دارد که از مزیت های کمپین دیجیتال مارکتینگ محسوب می شود.

6. بهبود نرخ تبدیل

اگر برای کسب و کار خود یک وب سایت راه اندازی کنید مشتریان شما از تکمیل خرید تنها به اندازه چند کلیک فاصله دارند. این در حالی است که در روش های سنتی و استفاده از رسانه های دیگر برای این منظور نیازمند افزایش تعداد پرسنل، بازاریابی تلفنی و یا رفتن به یک مغازه هستید. اما دیجیتال مارکتینگ به صورت یکپارچه و فوری عمل می کند و امکان فروش بیشتر را برای کسب و کارها فراهم می کند تا صاحبان کسب و کارها بتوانند تلاش بیشتری برای ارائه تبلیغات بهتر داشته باشند و وضعیت خود را بهبود بخشند.

مراحل طراحی کمپین دیجیتال مارکتینگ

برای طراحی کمپین دیجیتال مارکتینگ باید به فاکتورهایی توجه داشته باشید و مراحل را طی کنید تا بتوانید یک کمپین موفق و موثر را پیاده سازی نمایید. در ادامه این مراحل را بیشتر مورد بررسی قرار می دهیم:

1. مشخص کنید هدف کسب و کار شما از راه اندازی کمپین چیست؟
2. چگونه می خواهید کمپین را مورد سنجش قرار دهید؟
3. مخاطبان هدف شما چه افرادی هستند؟ (تحقیقات بازار)
4. مفهوم این کمپین چیست و بازاریابی در آن چگونه انجام خواهد شد؟
5. چگونه می توانید به مخاطبان خود دسترسی پیدا کنید؟
6. چگونه و در چه بازه زمانی برای پیشبرد فعالیت های خود اقدام می کنید؟
7. چگونه از فعالیت های بازاریابی برای دست یابی به اهداف خود استفاده می کنید؟
8. معیارهای کمپین دیجیتال مارکتینگ شما کدامند؟
9. چگونه به این موضوع پی ببرید که کمپین موفقیت آمیز عمل نموده یا خیر؟
10. از اطلاعاتی که از کمپین به دست آمده چگونه می خواهید استفاده کنید؟

با پاسخگویی به این سوالات و یافتن بهترین راه حل ها برای آن ها می توان یک کمپین دیجیتال مارکتینگ طراحی نمود.

cta در کمپین دیجیتال مارکتینگ

CTA (Call to action) به معنی دعوت به فراخوانی در واقع یک اصطلاح بازاریابی است که به صورت گسترده در حوزه تبلیغات و فروش و در کمپین های دیجیتال مارکتینگ مورد استفاده قرار می گیرد. به عبارتی cta روشی است که مخاطب را به انجام یک عمل ترغیب و دعوت می کند.

مهم ترین کلید تبدیل مخاطبان هدف به مشتریان خود استفاده از تکنیک cta است که می توانید از طریق یک لینک، عکس لینک دار و افزودن توضیحات و ... و کلیک مخاطب بر روی آن صورت گیرد . cta در واقع همانند یک عنصر راهبر و هدایت کننده کاربر در سایت عمل می کند که در نهایت مشتری

را به خرید یک محصول و یا عضویت در سایت تشویق می کند و ضمن رسیدن به هدف خود کاربر را از گمراهی نجات می دهد.

CPC در کمپین دیجیتال مارکتینگ

در کمپین دیجیتال مارکتینگ منظور از CPC مقدار هزینه ای است که شما برای هر کلیک در تبلیغات گوگل صرف می کنید. در روش تبلیغات آنلاین با هر کلیک کاربر بر روی تبلیغات کلیکی یک بازدید و تعامل با مشتری محسوب می شود. به عبارتی هر کلیک در کمپین ها نشان می دهد که تبلیغات به چه میزان کاربران را تحت تاثیر قرار داده و مورد توجه قرار گرفته است.

این فاکتور نشان می دهد که موفقیت مالی تبلیغات شما در چه حدی است و اینکه آیا برای تبلیغات خود به درستی و اندازه کافی هزینه کرده اید یا خیر و به این ترتیب می توانید از میزان موفقیت مالی کمپین های اجرایی خود مطلع شوید.

CTR در کمپین دیجیتال مارکتینگ

CTR در واقع همان نرخ کلیک است که تاثیر بسزایی در نتایج کمپین ها و تبلیغات دارد. به عبارتی نرخ کلیک میزان اثر بخشی کمپین تبلیغاتی را نشان می دهد و شامل تعداد کل کلیک هایی است که بر روی یک تبلیغ در مقایسه با تعداد کل دفعات نمایش تبلیغ است. به بیانی دیگر می توان گفت که CTR نسبت بین کلیک ها و بازدیدها است که ابزارهای سئو مثل سرچ کنسول و آنالیتیکس به صورت درصد نشان می دهند.

با توجه به میزان درصد CTR می توان میزان موفقیت کمپین مارکتینگ را به دست آورد. برای آنکه بتوانیم نرخ کلیک را افزایش دهیم باید اهداف خود را بشناسیم، مخاطبان هدف را بشناسیم و با آن ها صحبت کنیم، به بررسی استراتژی رقبای خود بپردازیم و ... تا در نهایت بتوانیم در اجرای کمپین ها نیازهای کسب و کار خود را تامین کنیم و موفقیت و فروش بیشتری را تجربه کنیم.

KPI در کمپین دیجیتال مارکتینگ

یکی از مهم ترین مزایای دیجیتال مارکتینگ در مقایسه با بازاریابی غیر دیجیتال امکان اندازه گیری راحت عملکرد و تبدیل نتایج به ارقام قابل فهم است. در واقع همین اعداد و نتایج هستند که تعیین می کنند آیا مسیر درستی را برای رسیدن به موفقیت کسب و کار خود انتخاب کرده اید یا خیر؟ در دیجیتال مارکتینگ به این اعداد که برای سنجش موفقیت یا عدم موفقیت تلاش ها به کار می روند شاخص های کلیدی عملکرد یا KPI های کمپین دیجیتال مارکتینگ می گویند.

در واقع KPI اهداف کمی هستند که کمک می کنند با تلاش های بازاریابی که انجام می دهید در مسیر موفقیت حرکت کنید و موفقیت خود را اندازه گیری نمایید. انتخاب این شاخص ها بسیار مهم هستند و باید شاخص هایی را به عنوان KPI انتخاب کنید که پنج ویژگی مشخص بودن، قابل اندازه گیری، قابل دستیابی، مرتبط، محدود به زمان را داشته باشند تا به خوبی بتوانید از میزان موفقیت کمپین خود آگاه شوید.

ROI در کمپین دیجیتال مارکتینگ

معمولا وقتی که صحبت از دیجیتال مارکتینگ و اجرای یک کمپین مارکتینگ می شود نخستین معیارهای موفقیتی که از آن ها یاد می شود نرخ تعامل و میزان بازدید و بازنشر محتوا است. اما این موارد به تنهایی نمی توانند شفاف سازی خوبی در مورد نتیجه کمپین های تبلیغاتی داشته باشند و باید ROI یا همان نرخ بازگشت سرمایه دیجیتال مارکتینگ نیز توجه داشته شود.

در واقع این فاکتور میزان سودآوری کسب و کار شما را نشان می دهد. هر چقدر این عدد مثبت و از عددی که هزینه کرده اید بیشتر باشد به این معنی است که کمپین موفق تری با سودآوری بیشتر داشته اید.

چگونه ROI کمپین دیجیتال مارکتینگ را اندازه گیری کنیم؟

شاید در نگاه اول فکر کنید محاسبه ROI کار بسیار ساده ای است و می توان با کم کردن میزان سود کمپین از هزینه ها این عدد را به دست آورد. کاملا اشتباه است، زیرا یک کمپین تنها هدف فروش را دنبال نمی کند و برخی از آن ها با هدف برندینگ و جذب مشتری پیاده سازی می شوند و شیوه

ارزیابی نتایج آن ها نیز با یکدیگر متفاوت خواهد بود. بهتر است برای اندازه گیری ROI در دیجیتال مارکتینگ از گوگل آنالیتیکس استفاده کنید و به معیارهای زیر توجه داشته باشید.

- نرخ تبدیل
- هزینه بر اساس هر لید
- نرخ تبدیل لید به مشتری
- هزینه کسب هر مشتری
- میانگین ارزش سفارش
- ارزش طول عمر مشتری

در کمپین های دیجیتال مارکتینگ تکنیک های مختلفی برای محاسبه ROI وجود دارد که با استفاده از آن ها می توان میزان نرخ بازگشت سرمایه و موفقیت کمپین و سوددهی آن را ارزیابی نمود.

SEO در کمپین دیجیتال مارکتینگ

دیجیتال مارکتینگ در واقع یک تکنیک بازاریابی مدرن است که موتورهای جستجو، اینترنت، رسانه و شبکه های اجتماعی برای برقراری ارتباط با مشتریان هدف و معرفی محصولات و خدمات خود استفاده می کند. از طرفی در استراتژی های بازاریابی بهینه سازی موتورهای جستجو بسیار اهمیت دارد. بنابراین سئو بخش مهم و جدایی ناپذیر در کمپین های دیجیتال مارکتینگ است و موجب می شود که مشتریان بالقوه به راحتی به وب سایت شما دسترسی داشته باشند و در نهایت رشد و موفقیت چشمگیر تجارت شما را به دنبال دارد.

UTM در کمپین دیجیتال مارکتینگ

لینک های UTM توانایی آنالیز و اثر بخشی فعالیت های دیجیتال مارکتینگ را در اختیار دیجیتال مارکترها قرار می دهد و از مهم ترین معیارها در کمپین های تبلیغاتی محسوب می شود. در واقع استفاده از این لینک ها میزان ورودی هایی را که از طریق کمپین صورت گرفته است را نشان می دهد و معمولا از آن ها برای اینکه تشخیص دهند کدام کانال تبلیغاتی بیشترین ورودی را برای شما داشته است استفاده می کنند.

انواع کمپین های دیجیتال مارکتینگ

کمپین دیجیتال مارکتینگ نیز همانند کمپین تبلیغاتی دارای انواع مختلفی است که در ادامه به مهم ترین آن ها اشاره می کنیم.

- بازاریابی محتوا
- موبایل مارکتینگ
- بازاریابی SEO
- شبکه های اجتماعی
- کمپین پرداخت به ازای کلیک (PPC)

بازاریابی محتوا

یکی از انواع کمپین تبلیغاتی دیجیتال مارکتینگ types of digital marketing campaign بازاریابی محتوا است. اولین معرفی کمپین های دیجیتال مارکتینگ توسط بازاریابی محتوایی انجام می شود و در آن اقداماتی برای تولید و انتشار محتوای مفید با هدف آموزش و جذب کاربران هدف انجام می شود.

موبایل مارکتینگ

منظور از موبایل مارکتینگ مجموعه فعالیت هایی است که با هدف بازاریابی از طریق تلفن های همراه در کمپین های مارکتینگ انجام می شود. از جمله این فعالیت ها می توان به بازاریابی پیامکی، بازاریابی از طریق اپلیکیشن های موبایلی و ... اشاره نمود.

سئو seo

سئو شامل مجموعه اقداماتی است که در جهت بهینه سازی سایت برای موتورهای جستجو انجام می شود و افزایش ورودی ارگانیک سایت را در پی دارد. لازم است که اشاره کنیم سئو از جمله مواردی است که در طولانی مدت می تواند برای کمپین دیجیتال مارکتینگ موثر باشد.

بازاریابی شبکه های اجتماعی

به مجموعه اقدامات و فعالیت هایی که در شبکه های اجتماعی انجام می شود بازاریابی شبکه اجتماعی می گویند. به عنوان مثال فعالیت در اینستاگرام با هدف افزایش آگهی مخاطبان هدف از برند، جلب اعتماد و تشویق آن ها به خرید محصول می تواند یکی از انواع کمپین های دیجیتال مارکتینگ باشد.

کمپین پرداخت به ازای کلیک

اگر بودجه ای برای بازاریابی دیجیتال دارید، پرداخت به ازای هر کلیک یا همان تبلیغات گوگل ادز می تواند کمپین بسیار مناسبی برای کسب و کار شما باشد. این کار به وب سایت شما اجازه می دهد تا در بالای نتایج گوگل قرار گیرد و کسب و کارها باید برای این تبلیغات پول بپردازند. گوگل این نتایج جستجو را بر اساس کلمات کلیدی خاصی است که افراد در اینترنت در رابطه با کسب و کار، محصول یا خدمات شما جستجو می کنند.

یکی از راه های رقابت با رقبای خود این است که برای به دست آوردن نتایج بیشتر هزینه بیشتری بپردازید، اما گزینه دیگری نیز وجود دارد. اگر نمی خواهید بیشتر بپردازید استفاده از کلمات کلیدی دم دراز (long tail key words) نتایج بهتری به شما می دهد. پرکاربردترین قالب تبلیغات پرداخت به ازای کلیک، تبلیغات ویدیویی است که کسب و کارها به طور موثر و موفقیت آمیزی از آن استفاده می کنند.

نمونه کمپین دیجیتال مارکتینگ

در سراسر دنیا کمپین های دیجیتال مارکتینگ متعددی اجرا و پیاده سازی شده اند که در این میان برخی از آن ها نتایج شگفت انگیزی داشته اند و بسیار موفق بوده اند. از این رو با ایده گرفتن از آن ها و رعایت استراتژی های دیجیتال مارکتینگ می توان یک کمپین موفق راه اندازی نمود و تحولاتی اساسی در کسب و کارها ایجاد کرد. در ادامه به معرفی چند نمونه کمپین دیجیتال مارکتینگ می پردازیم. هر کدام را که در گوگل جستجو کنید می توانید تصاویر مربوطه را ببینید:

1. روز McDelivery مک دونالد
2. نیمه پر لیوان کوکاکولا
3. کمپین دیجیتال اسپاتیفای و استفاده هوشمندانه از میم ها در آن
4. کمپین دیجیتال مارکتینگ Airbnb
5. چالش سطل یخ نمونه کمپین موفق دیجیتال

سخن پایانی

در پایان می توان گفت دیجیتال مارکتینگ به خوبی راه خود را در صنعت تبلیغات و بازاریابی در جهان را باز کرده است و کسب و کارها با راه اندازی کمپین های تبلیغاتی می توانند به راحتی با مخاطبان خود ارتباط برقرار کنند. طراحی کمپین تبلیغاتی و اجرای آن می تواند تاثیر بسزایی در موفقیت برنامه های تبلیغاتی کسب و کارها داشته باشد. بنابراین به شما نیز پیشنهاد می کنیم که آموزش دیجیتال مارکتینگ را جدی بگیرید و با کسب مهارت در این زمینه وارد بازار رقابتی شوید و جایگاه کسب و کار خود را ارتقا دهید تا بتوانید به سود دهی رویایی دست یابید.

0

امتیاز بدهید

اینستاگرام اقیانوس ابی را دنبال کنید.