

# بازاریابی و فروش آنلاین

مقدمه - معماری وبسایت - تحقیقات بازار آنلاین  
راهکارهای جذب مخاطبان  
و افزایش بازدید

قسمت دوم

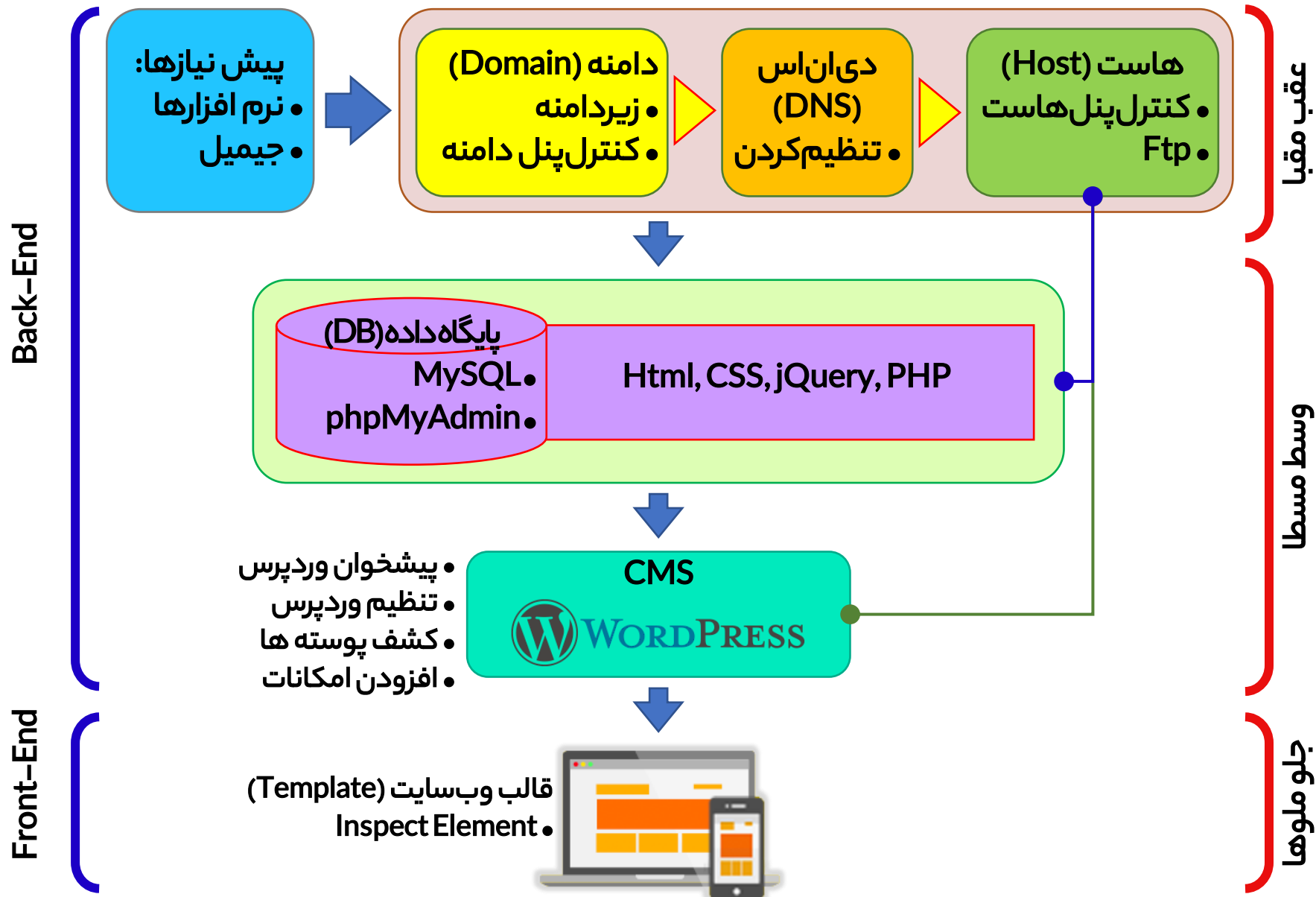
تابستان ۱۴۰۱

امین  
نامجو



AminNamjoo.com

# اجزای اصلی وبسایت



# اجزای اصلی وبسایت

- **دامنه (Domain)** – آدرس اینترنتی وبسایت را اصطلاحاً دامنه می‌گویند.
- **هاست (Host)** – فضایی که فایل‌ها و دیتابیس وبسایت در آن ذخیره می‌شوند.
- **سیستم مدیریت محتوا (CMS)** – قالب، محتوا، و عملکرد وبسایت شما را مدیریت می‌کند.
- **قالب (Template)** – ظاهری است که کاربر وبسایت مشاهده می‌کند.

# آنالیز محتوا، درک موضوع و کیفیت محتوا

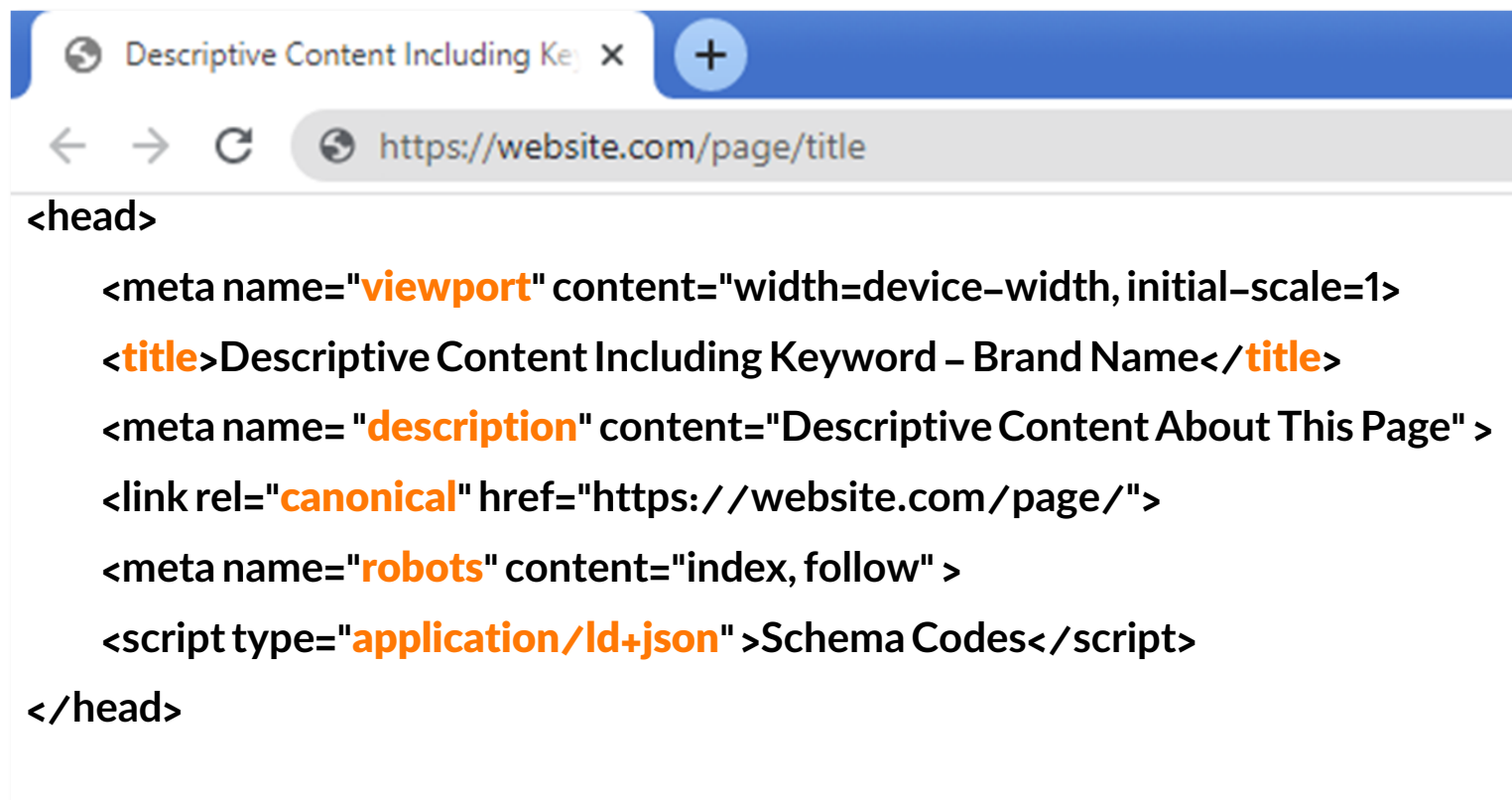
ریبتهای گوگل؛ هنگام بازدید از صفحات وب با استفاده از الگوریتمهای مختلف موضوع و کیفیت محتوا را بررسی می کنند.

```
<head>  
Title, Description, Canonical, Schema, Language, Index, ...  
Meta Tags  
</head>
```

```
<body>  
HTML Tags, Headings, Text, Media, Links, Comments , ...  
</body>
```

# سربرگ صفحه Head

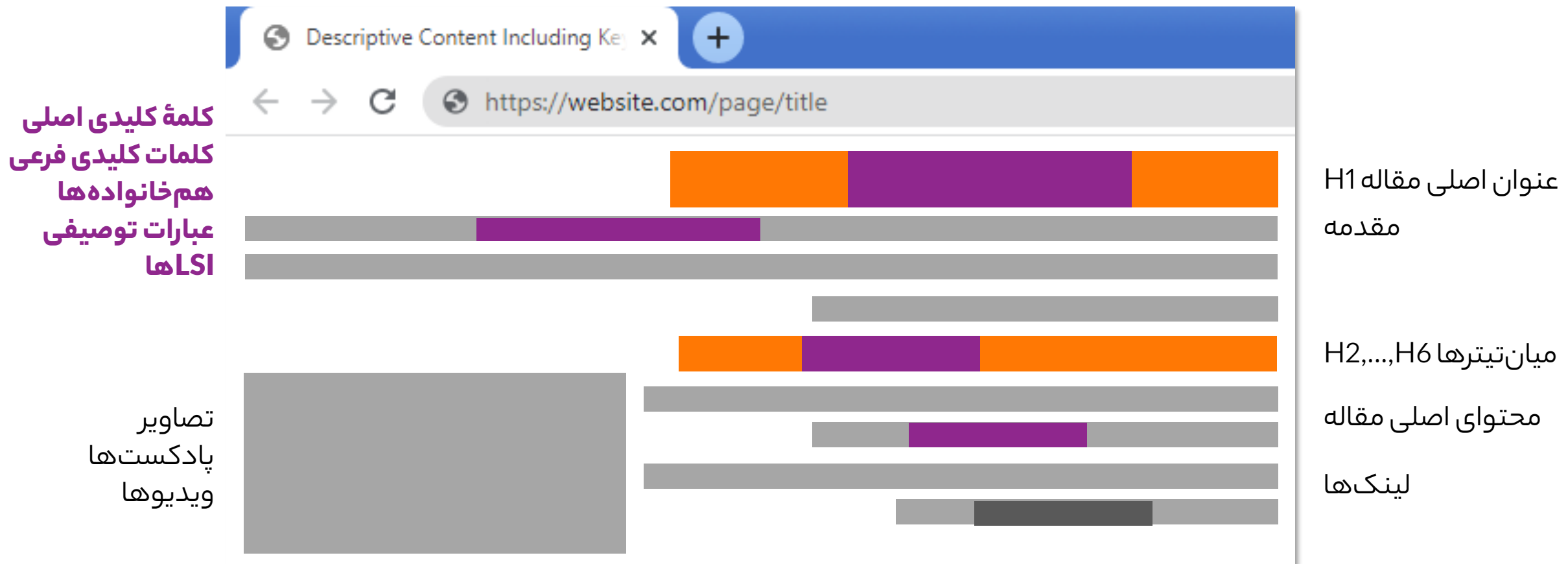
اولین بررسی گوگل؛ بر روی تگ ها و محتویات قرار گرفته در Head صفحه است.



```
<head>
  <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1">
  <title>Descriptive Content Including Keyword - Brand Name</title>
  <meta name="description" content="Descriptive Content About This Page" >
  <link rel="canonical" href="https://website.com/page/">
  <meta name="robots" content="index, follow" >
  <script type="application/ld+json" >Schema Codes</script>
</head>
```

# بدنه صفحه یا محتوای اصلی Body

محتوای بدنه؛ برای کاربران در دسترس بوده و ملاک اصلی گوگل برای تعیین کیفیت و موضوع است



# دامنه وبسایت

آدرس اینترنتی وبسایت شما که منحصر به فرد است.

۳ بخش اساسی دارد

Sub-domain  
زیردامنه

top-level domain (TLD)  
پسوند دامنه

www.example.com

نام دامنه

Domain

# هاست و هاستینگ

هاست، یک دیتاسنتر با صدها سرور

هر سرور یک کامپیوتر همیشه روشن و

همیشه در دسترس است.

با خرید هاست، شما یک سرور یا بخشی از یک

سرور را اجاره می‌کنید.

این هاست، فضای میزبانی (Host) از مخاطبان

شماست.





# ویژگی های مهم یک **هاست**

- فضای هاست: میزان حجم موجود
- قدرت پردازش: مشخصات سخت افزاری
- پهنای باند: ترافیک ماهانه شما
- تعداد وبسایت: چند وبسایت در یک هاست
- کنترل پنل: سیستم مدیریت هاست
- ۳ سیستم محبوب مدیریت هاست: Plesk، DirectAdmin، CPanel و ...
- بک آپ گیری: پشتیبان گیری از اطلاعات

# سایر مشخصات مهم در خرید هاست

نوع هاست

اشتراکی - فضایی در یک سرور

اختصاصی - تمام فضای سرور

ابری - قدرت به میزان مورد نیاز

دانلود - پهنای باند بالا

مجازی (VPS) - یک شبه سرور در یک سرور

وردپرس - فضایی هماهنگ با وردپرس

لینوکس / ویندوز

داخلی (ایرانی) / خارجی

نوع تکنولوژی هارد

Apache، Litespeed یا NginX

حافظه NVME یا SSD

نسخه PHP

مدت اجاره و قیمت

تعداد دامنه، ساب دامنه، دیتابیس و ...

SSL و دامین رایگان

# معیارهای انتخاب شرکت

پشتیبانی: پاسخگویی سریع و درست

خدمات: ارائه ابزارها و امکانات

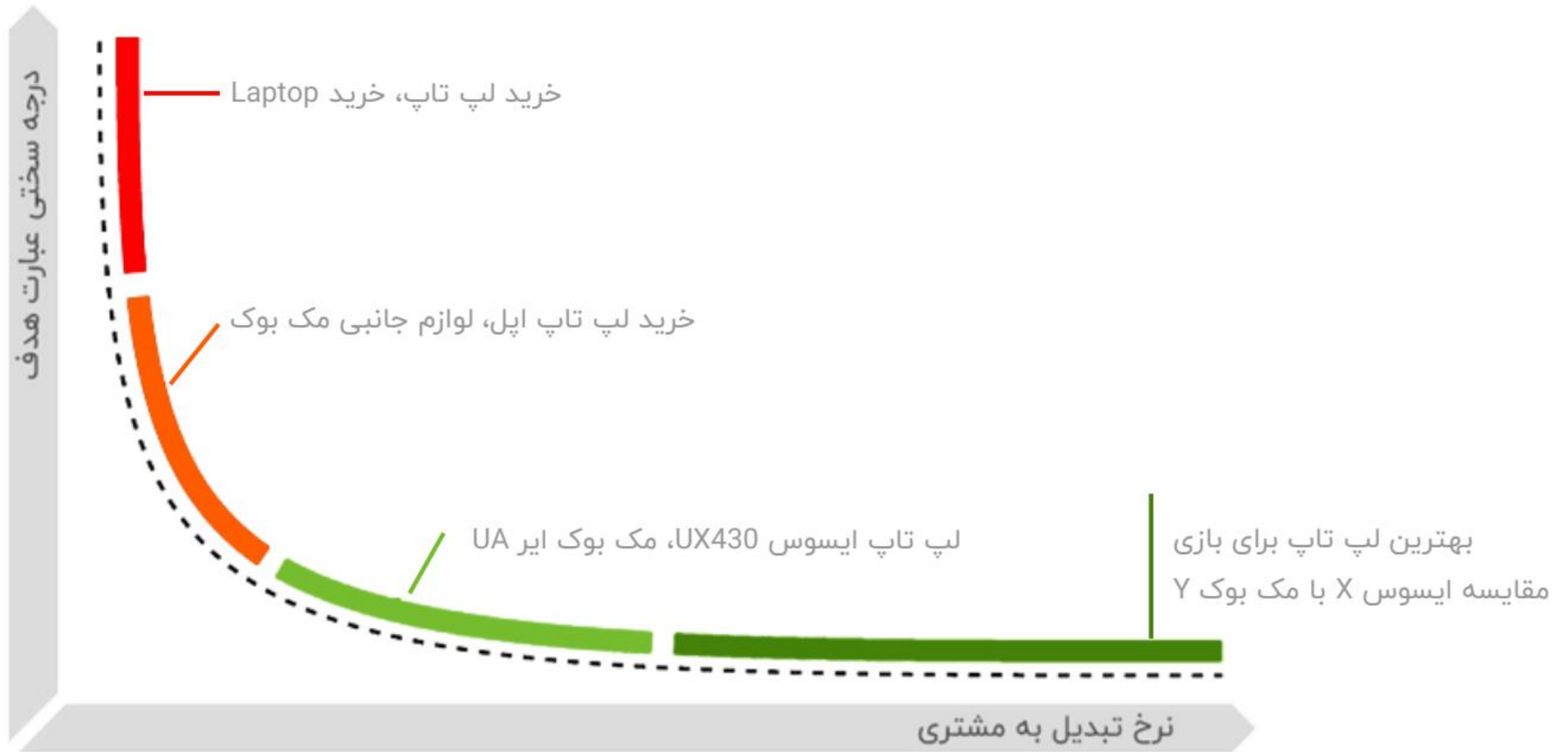
آپتایم: درصد عدم قطعی و اختلال

امنیت: جلوگیری از حملات احتمالی



# هدف‌گیری کلمات کلیدی

# انواع کلمات کلیدی



# کلمات کلیدی اصلی و فرعی

- کلمات کلیدی اصلی (کانونی): کلمه کلیدی کوتاه‌تر یا با میزان جستجوی بیشتر
- در آپدیت محتوا، براساس سرچ کنسول، میزان جستجوی بیشتر را می‌توان دقیق تعیین کرد.
- هر دو به یک اندازه در SEO مهم و مؤثر هستند.
- در محتوا، لینک داخلی و بک‌لینک و ... از هر دو استفاده می‌کنیم.
- سئوی محتوا در عنوان نویسی بیشتر از ۱ تا ۲ کلمه کلیدی به کار نمی‌بریم.
- در گرفتن بک‌لینک، می‌بینیم که همه کلمات کلیدی را نمی‌توانیم به کار ببریم.
- هدف از اصلی و فرعی کردن:
- مشخص کردن کلمه کلیدی مهم‌تر است؛ وگرنه فرعی‌ها هم مهم هستند.

# اهمیت LSI (Latent Semantic Indexing)

ماشین‌ها... کدام ماشین‌ها؟! 

کارگردان / پیکسار / دوبله و... 

افزایش قیمت / پژو / تعمیر و... 

بهترین راه تشخیص و پیاده‌سازی: بررسی متن رقبا و فروم‌ها 

گوگل: از طریق تکرار کلمات خاص (نه کلمات عمومی) در وبسایت‌های برتر 

LSI، کلمات کلیدی، کلمات کلیدی فرعی و Related Search نیست! 

# کلمه کلیدی در فروشگاه اینترنتی

به مشکلاتی که محصول شما راه حل آن‌هاست توجه کنید.

اهمیت کلمات با کانسپت دسته‌بندی محصول

تک تک روی محصولات تمرکز کنید (مثلاً پاوربانک، بعد فلش و ...)

اگر تعداد حوزه‌ها یا تعداد محصولات زیاد است، در هر حوزه تکه تکه جلو می‌رویم

و سپس با سرچ کنسول بهترین کلمات را در هر حوزه پیدا و تارگت می‌کنیم.



# انواع کلمات کلیدی از نظر میزان جستجو و سختی

## ۱- کلمات پر جستجو و دشوار

برای هر سایت نهایتاً ۱ یا ۲ کلمه پر جستجو می‌توان در نظر گرفت که بر روی صفحه اصلی سایت هدف گذاری می‌شوند.

## ۲- همچنان پر جستجو ولی نسبتاً دشوار هستند.

عموماً بر روی صفحات دسته‌بندی، برچسب‌ها، آرشیو محصولات/مقالات و ... هدف‌گذاری می‌شوند. عباراتی که می‌توان چندین محتوای مرتبط با آن‌ها در طول زمان تولید کرد.

عبارت‌های ۳ تا ۶ کلمه‌ای با رقابت کم

## ۳- این عبارات عموماً مقصود نهایی کاربر هستند و بر روی صفحاتی مانند

محصول، مقاله، خبر و ... هدف‌گذاری می‌شوند.

مسیر صحیح موفقیت در SEO

کاهش درجه سختی

# انواع هدف کاربر و انواع کانسپت کلمه کلیدی

۴ هدف کاربر یا مخاطب از جستجو    انواع کانسپت کلمه کلیدی براساس محتوا

**Know** (دانستن اطلاعات)

**Buy** (خرید کالا/خدمات)

**Do** (انجام دادن کاری)

**Go** (رفتن به مکانی)

هدف (شما) از سئو هر کلمه چیست؟

افزایش فروش

بازاریابی محتوایی

۱- مقاله

۲- مقالات کوتاه

۳- دسته بندی یا آرشیو

۴- محصول

۵- گالری

۶- ویدیو

۷- صفحات اصلی

# انواع صفحات در وبسایتها

۱- صفحات اصلی Main Pages

صفحه اصلی، بلاگ، آرشیو محصولات، لندینگ پیجها

۲- لیستها و تکسونومیها Taxonomies & Listing

دسته بندی، برچسب، برند، فیلترها (رنگ، سایز و...)

۳- پستهای تکی Single Posts

مقاله، محصول، خبر

۴- صفحات عمومی General Pages

درباره ما، تماس با ما، جستجو، قوانین و مقررات

# انواع ماهیت صفحات وبسایت‌ها

۱- دسترسی (تجربه کاربری)

صفحه اصلی وبسایت

۲- دسترسی (تجربه کاربری) + سرخ (Lead) یا فروش

فیلتر محصولات

۳- سرخ (Lead) یا فروش

صفحه محصول یا خدمت

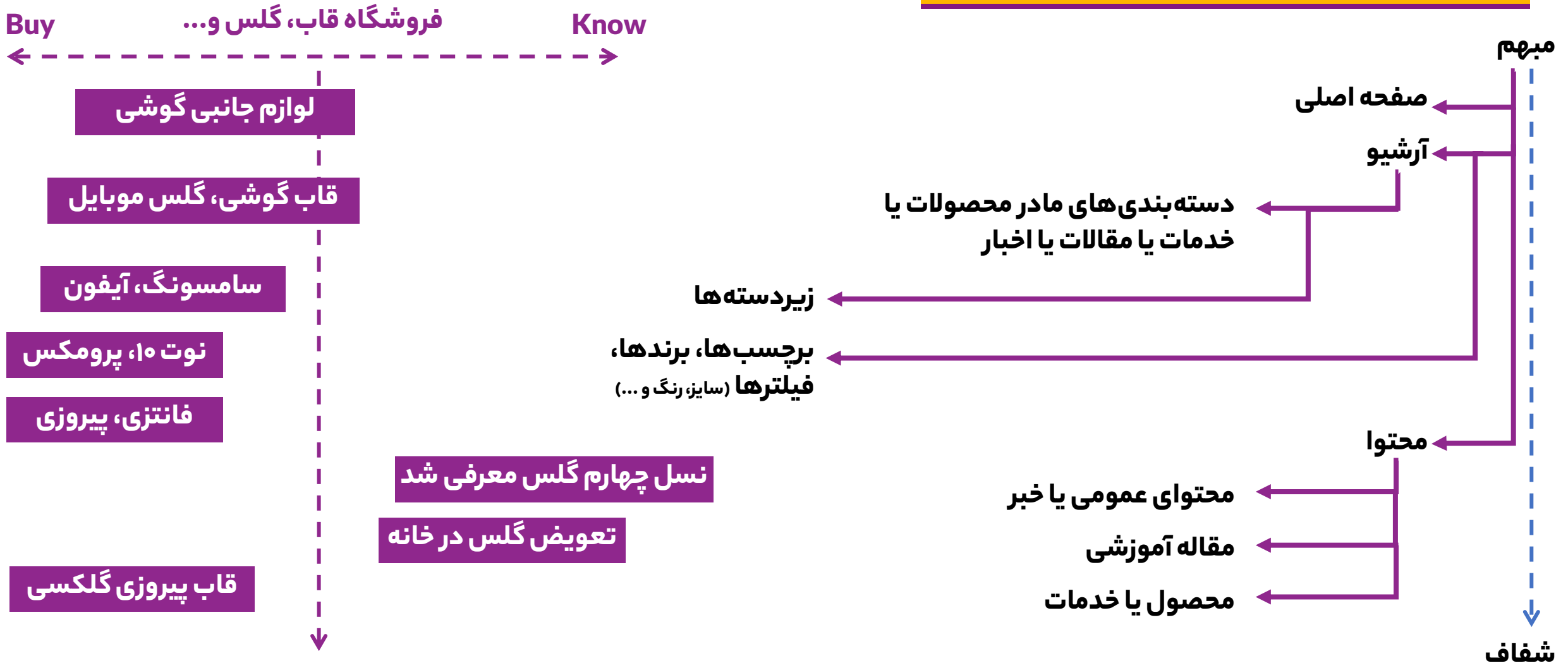
۴- سرخ (Lead) یا فروش + ارائه محتوا

صفحه محصول پرتقاضا

۵- ارائه محتوا

مقاله یا خبر

# نحوه هدف‌گیری کلمات کلیدی



# نحوه هدف‌گیری کلمات کلیدی



# نحوه هدف‌گیری کلمات کلیدی

● کلمه‌ای که بین کلمات هم‌کانسپت کوتاه‌تر است (سرچ بیشتری دارد)، **کلمه کلیدی**

**اصلی** (کانونی / مفهوم کلیدی) است و سایر کلمات، **کلمات کلیدی فرعی** هستند.

● هرچه نیت کاربر از جستجوی کلمه کلیدی **مبهم‌تر** باشد (کلمات کلیدی کوتاه‌تر) در

صفحات اصلی و دسته‌بندی هدف گرفته می‌شود.

● هرچه نیت کاربر از جستجوی کلمه کلیدی **شفاف‌تر** باشد (کلمات کلیدی بلندتر) در

صفحات مقاله یا محصول **تارگت** می‌شود.

● هر صفحه، **فقط روی یک مفهوم کلیدی (کانسپت)** باید تارگت شود.

# انواع استراتژی هدف‌گیری

## متفاوت باش

وقتی هدف در نتایج جستجو یکسان است، ولی هدف کاربر ممکن است چیز دیگری باشد.

## فرصت طلب باش

وقتی هدف در نتایج جستجو متفاوت است و یکی از نتایج جستجو (با هدف مشخص) ضعیف به نظر می‌رسد.

## ترکیب کن

وقتی دو هدف از جستجوی کلمه برداشت می‌شود و هرکدام از رقبا فقط به یکی توجه کرده‌اند.

## وفادار باش

وقتی یک هدف مشخص از دید گوگل و کاربر وجود دارد، تلاش کن تا بهترین باشی.





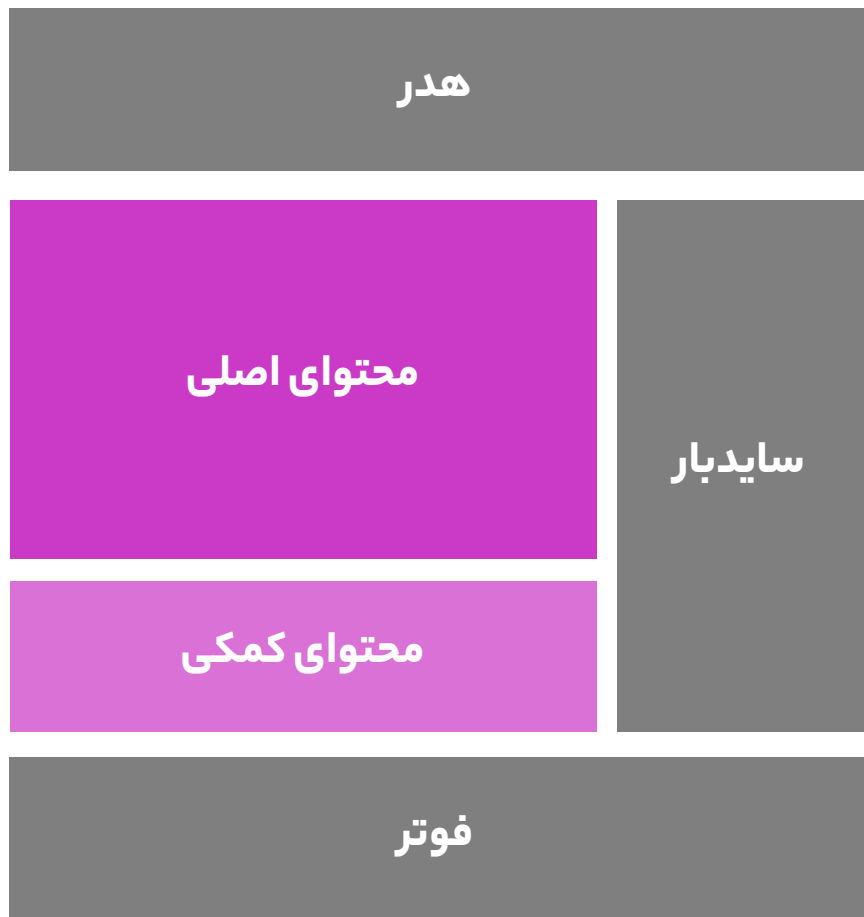
# معماری وبسایت و محتوای صفحات

# معماری وبسایت

سند استراتژی SEO: ترسیم ساختار درختی وبسایت – راهنمای تولید محتوا



# معماری محتوای صفحات



هدر، فوترو سایدبار تأثیری بر ماهیت صفحه ندارند.

محتوای اصلی؛ بیشترین نقش را در تعیین ماهیت دارد.

محتوای کمکی؛ تقویت ماهیت اصلی یا افزودن ماهیت جدید.

لندینگ‌ها معمولاً سایدبار ندارند.

در صفحات اصلی شفافیت هدف کاربر، پایین است.

اینترنت‌گردی بهترین راه برای پیدا کردن ایده در معماری محتوا است.

سفر مشتری (Customer Journey) را در نظر بگیرید.

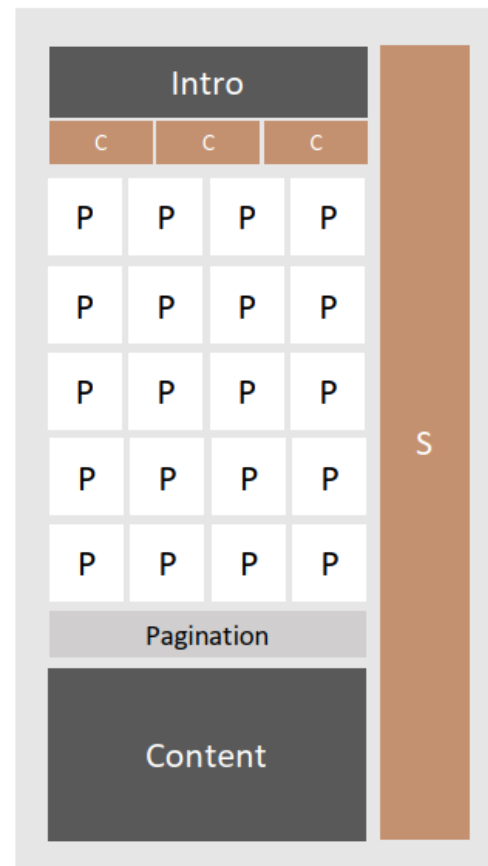
مثال‌های معماری محتوا

معماری وبسایت و محتوای صفحات

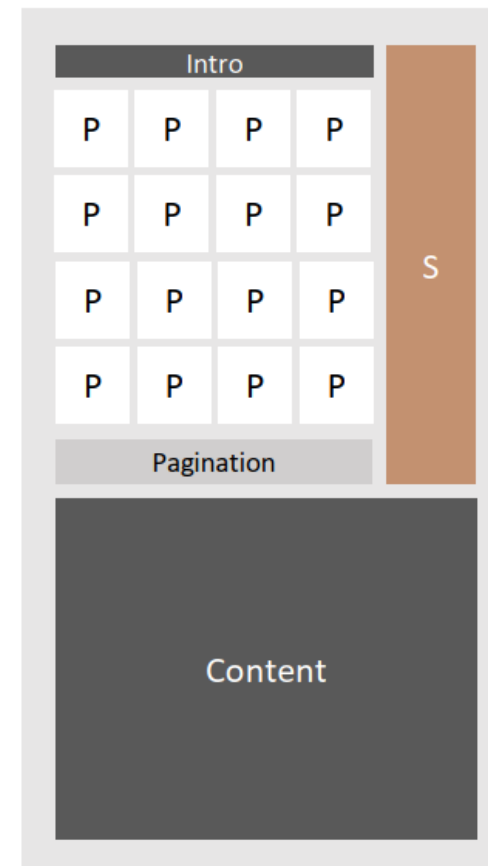
# معماری صفحات آرشیو فروشگاهی



Parent Category



Middle Category

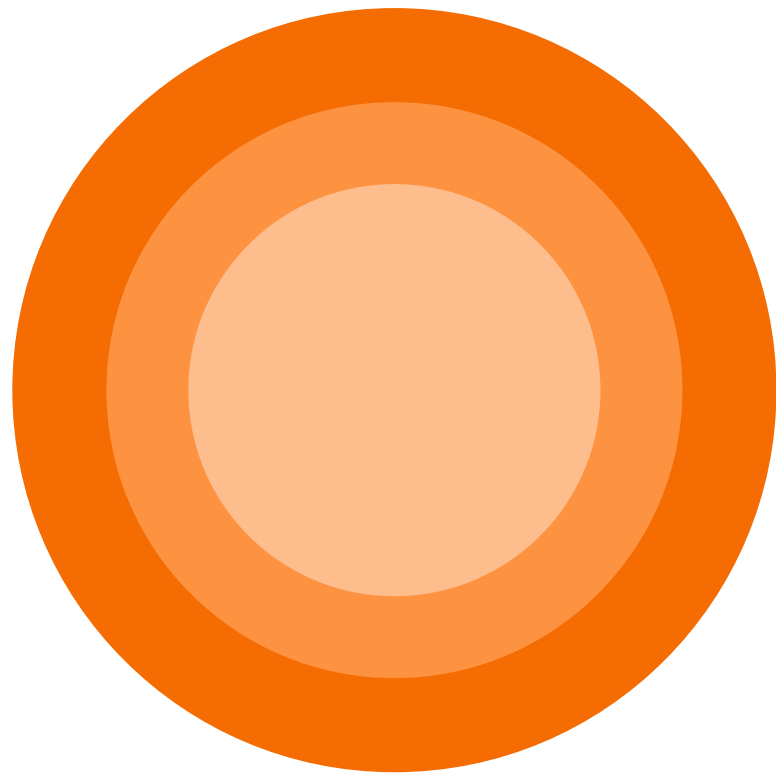


Child Category



# برنامه اجرایی Action Plan

# مدیریت منابع



مسیر کسب  
نتیجه



صفحه اصلی و لندینگ 

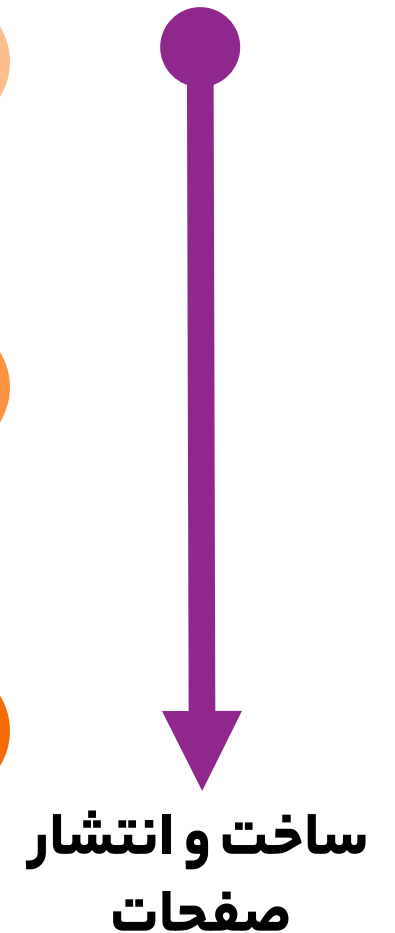
زمان رسیدن به نتیجه 

آرشیو و دسته‌بندی 

هزینه‌های لینک‌سازی 

محصول، مقاله و خبر 

تیم تولید محتوا 



# حفظ تعادل

## و تخصص گرایي

در یک حوزه متخصص باشید.

قانون ۲۰-۸۰: معمولاً ۸۰ درصد از درآمد توسط ۲۰

درصد از محصولات و خدمات تأمین می‌شود.

آرشیو  
و دسته‌بندی

دسته‌بندی و برچسب‌گذاری  
اشتباه

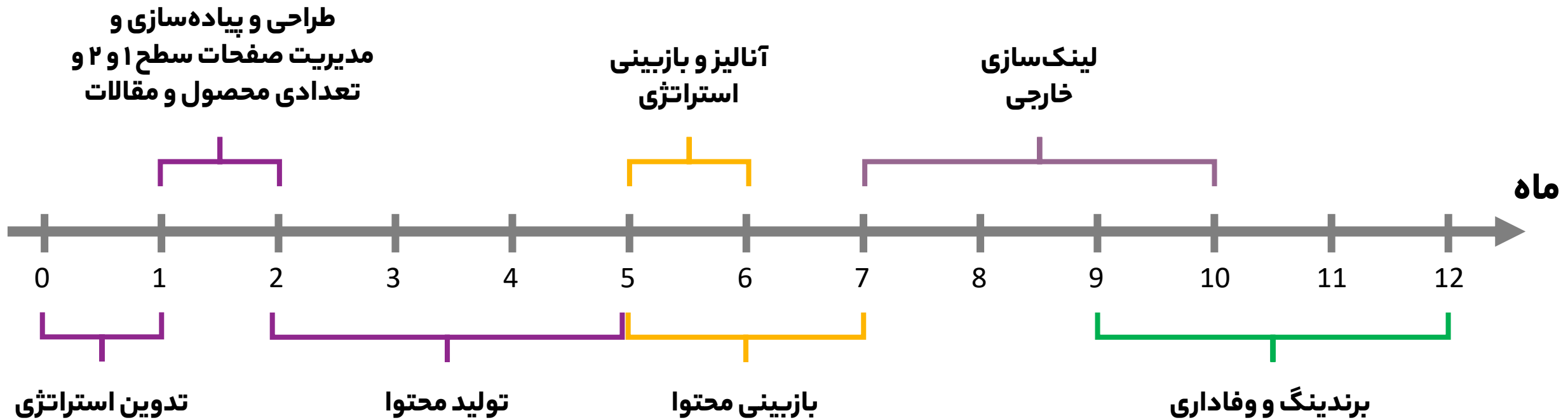
محصول، مقاله،  
خبر

اعتیاد به تولید محتوا

صفحه اصلی و  
لندینگ

تمرکز نکردن بر منبع درآمد

# برنامه اجرایی سال اول

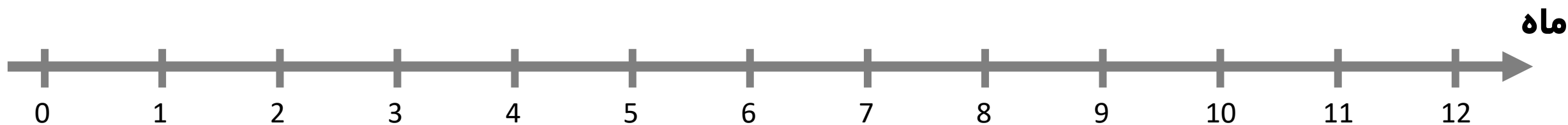




# انتظار منطقی از پیشرفت

کسب جایگاه و افزایش بازدید  
در LTKW

کسب جایگاه در عبارات پر جستجو  
و پرقابث (سخت)



فعالیت حداکثری و سریع،  
کسب نتایج حداقلی و کند

موفقیت در صفحات آرشیو و  
دسته‌بندی

# گوش فرا دهید

# کلمات کلیدی

## را بشناسید!

استخراج عبارتهای کلیدی و

اطلاعات آنها، اصطلاحاً تحقیق کلمات

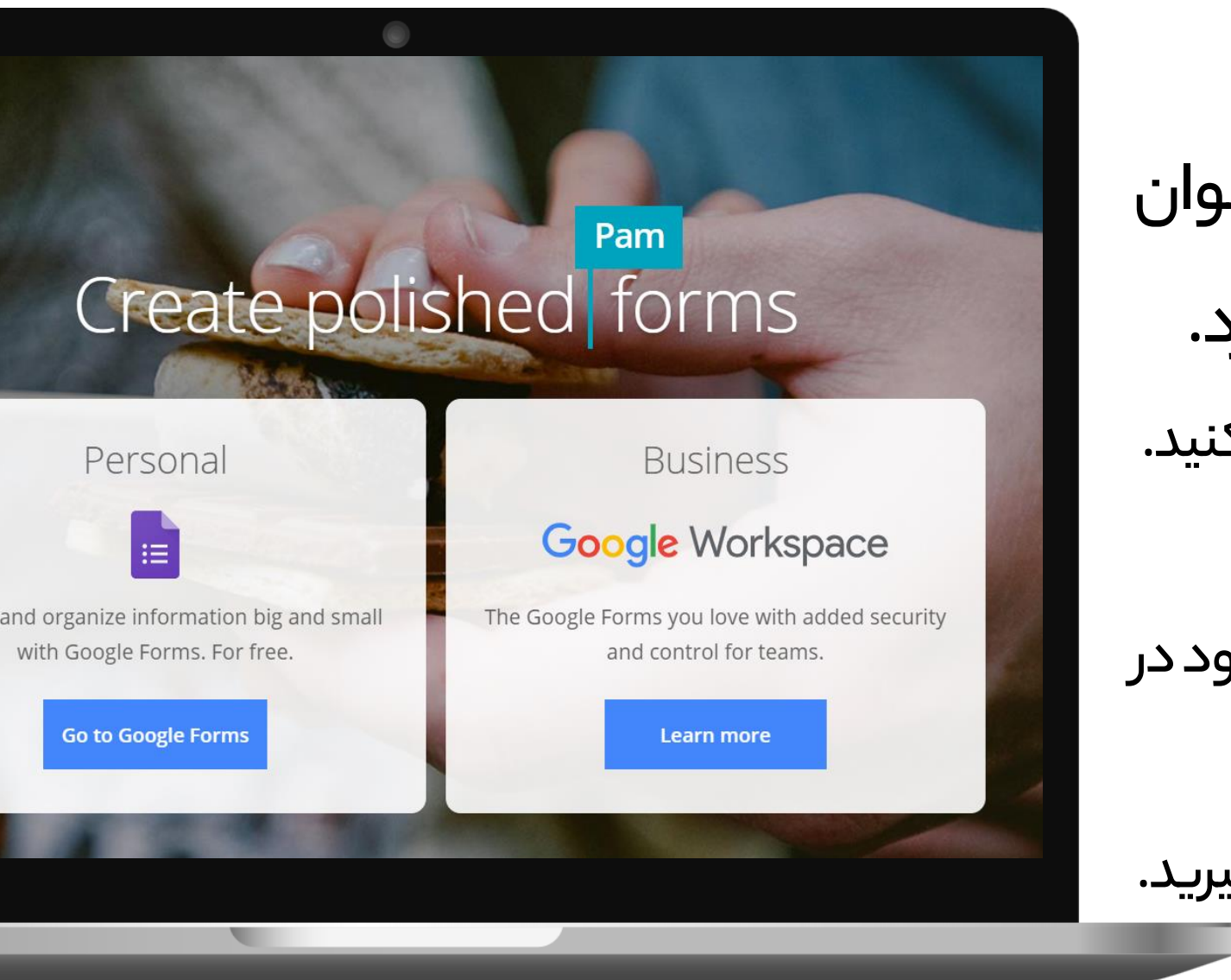
کلیدی نامیده می شود.

حتماً لیستی کامل از کلمات کلیدی

مرتبط و اطلاعات را جمع آوری کنید.

The screenshot shows the Google Ads Keyword Planner interface. The search term is 'فصل دیجیتال' (Digital Season). The interface displays various filters and a table of keyword ideas. The table includes columns for 'Keyword (by relevance)', 'Avg. monthly searches', 'Competition', 'Ad impression share', 'Top of page bid (low range)', and 'Top of page bid (high range)'. The first row shows 'فصل الکترونیکی سامسونگ' with 590 monthly searches and low competition. Other keywords include 'فصل دیجیتال', 'فصل رمزی', 'قیمت فصل دیجیتال', 'فصل هوشمند سامسونگ', 'فصل هوشمند درب', 'فصل دیجیتال سامسونگ', 'فصل هوشمند درب خانه', 'قیمت فصل رمزدار درب ضد سرقت', 'روش باز کردن گاز صندوق رمزدار دیجیتال', 'فصل دیجیتال درب ضد سرقت', and 'خرید فصل دیجیتال'.

Keyword (by relevance)	Avg. monthly searches	Competition	Ad impression share	Top of page bid (low range)	Top of page bid (high range)
فصل الکترونیکی سامسونگ	590	Low	-	-	-
فصل دیجیتال	40	Low	-	-	-
فصل رمزی	40	Low	-	-	-
قیمت فصل دیجیتال	10	Low	10%	-	-
فصل هوشمند سامسونگ	20	Low	-	-	-
فصل هوشمند درب	20	Low	-	-	-
فصل دیجیتال سامسونگ	20	Low	-	-	-
فصل هوشمند درب خانه	10	Low	10%	-	-
قیمت فصل رمزدار درب ضد سرقت	10	Low	-	-	-
روش باز کردن گاز صندوق رمزدار دیجیتال	10	Low	-	-	-
فصل دیجیتال درب ضد سرقت	10	Low	-	-	-
خرید فصل دیجیتال	10	Low	-	-	-



# برگزاری نظرسنجی

- با ابزارهایی مثل گوگل فرم می‌توان خیلی سریع و ساده، نظرسنجی برگزار کرد.
- سوالات را تا جای ممکن بی‌طرفانه طراحی کنید.
- آدم‌ها را از یکدیگر متمایز کنید.
- پرسش‌نامه را از طریق تمام رسانه‌های خود در اختیار کاربران بگذارید.
- یک مشوق برای تکمیل این فرم در نظر بگیرید.

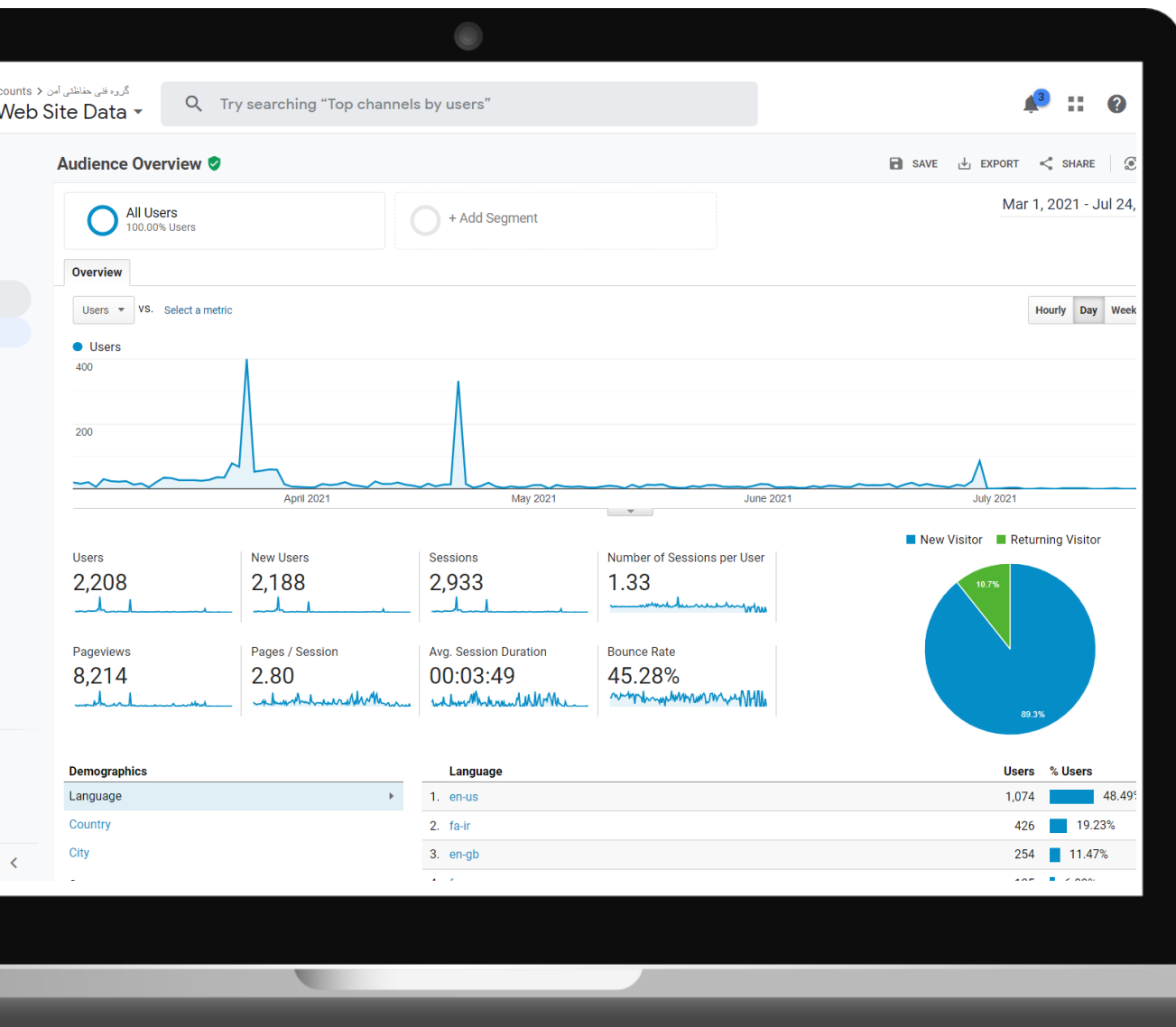


# گزارش دیگران را بررسی کنید

از گزارش رسانه‌های داخلی و خارجی

برای شناخت بهتر بازار استفاده کنید.





# آمارهای

# رسانه های شما

مخاطبان شما چه کسانی هستند؟

از کدام کانال ها شما را پیدا می کنند؟

چگونه رفتار می کنند؟

و ...

# رقبای خود را تحلیل کنید



● هر کدام چقدر موفق است؟

● در کدام رسانه‌ها حضور دارند؟

● روش‌های بازاریابی آن‌ها چیست؟

● کیفیت خدمات آن‌ها چقدر است؟

● چه نقاط ضعف و قوتی دارند؟

● بودجه تبلیغاتی آن‌ها چقدر است؟

● و ...



# ابزارهای تحلیل

## وبسایت رقبا

یک ابزار مفید برای تحلیل اطلاعات

وبسایت‌های مختلف





# سایر ابزارهای

## تحقیق بازار آنلاین

گوگل SERP

گوگل ترندز (Google Trends)

اچرفز (Ahrefs)

کی دبلیو فایندر (kwfinder)

keywordtool.io

# جذب مخاطب



## در ابتدا پرنده **پرنمی زند!**

شما نمی‌توانید تا ابد منتظر پیدا شدن توسط مشتری‌ها باشید.

به جای این کار باید از هر روشی که می‌توانید آن‌ها را هدف قرار داده و جذبشان کنید.





بازاریابی ربایشی

Inbound  
Marketing

جایی هستیم که مشتری  
آنجا دنبال ما می‌گردد.



بازاریابی برون‌گرا

Outbound  
Marketing

جایی می‌رویم که  
مشتری آنجا است.

## ۲ راه بازاریابی آنلاین

در مجموع ۲ رویکرد مختلف برای بازاریابی  
در دنیای دیجیتال وجود دارد.



بلندمدت

Long-Term

در بلندمدت به دنبال ساخت رسانه‌ها و کانال‌های طبیعی برای جذب مشتری هستیم.



کوتاه‌مدت

Short-Term

برای شروع باید در سریع‌ترین زمان ممکن، بیشترین تعداد مشتری ممکن را جذب کنیم.

# رویکردهای جذب مشتری

به زبان بسیار ساده، ۲ استراتژی جذب مختلف وجود دارد.

# رسانه‌های بازاریابی

در مجموع ۳ نوع رسانه برای بازاریابی و تبلیغات وجود دارد



رسانه‌های شخصی

Owned Media

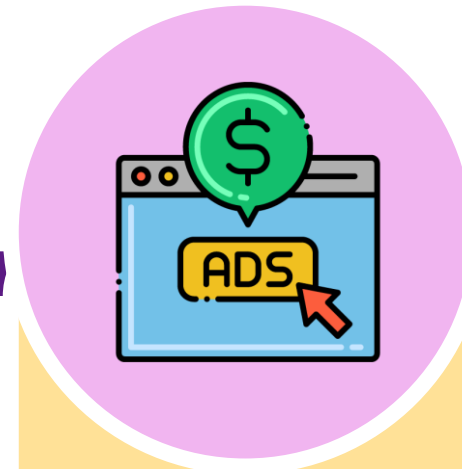
خود شما یک رسانه دارید  
و از طریق آن با مخاطب در  
ارتباط هستید.



رسانه‌های اکتسابی

Earned Media

انعکاس صدای شما  
توسط مخاطب، شنیده  
خواهد شد.



رسانه‌های پولی

Paid Media

مخاطبان رسانه‌های  
دیگران را با تبلیغات  
هدف می‌گیرد.

# لیست‌ها

لیست‌ها و دایرکتوری‌ها، راهی سریع برای

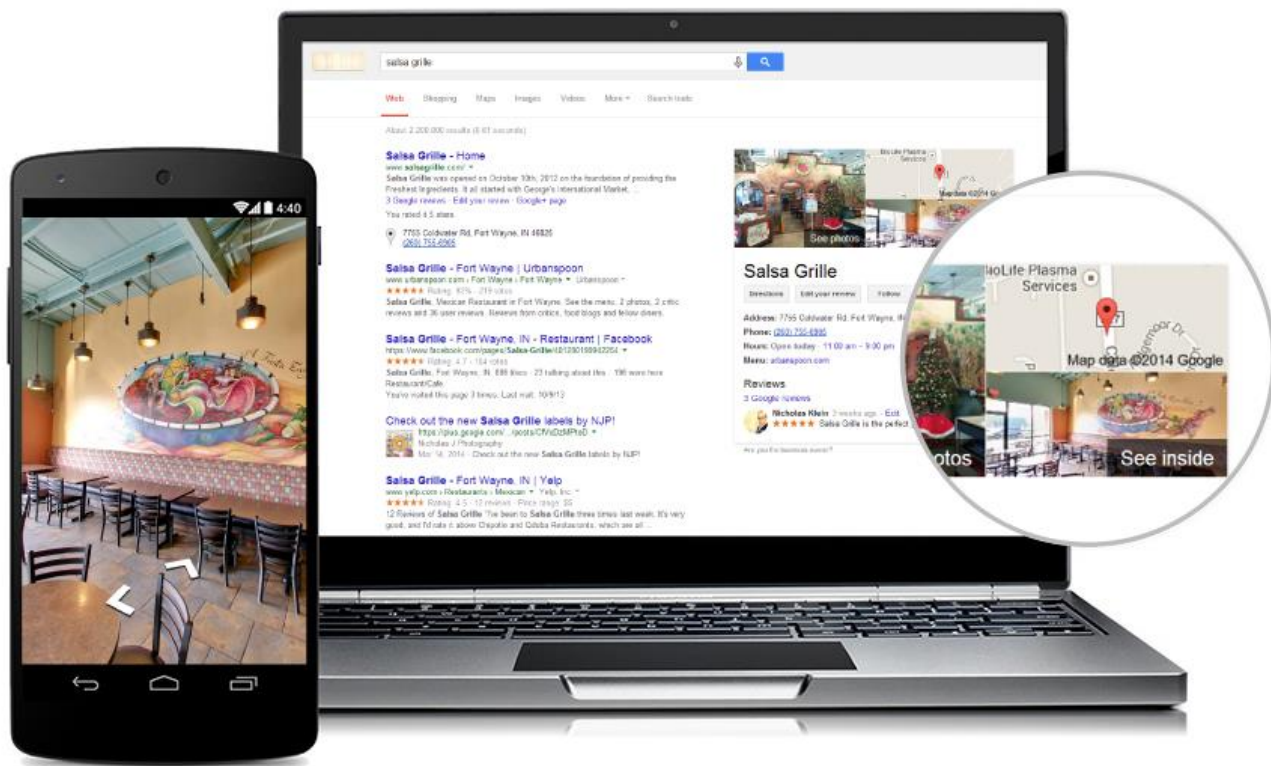
دیده شدن هستند.

حضور در بسیاری از آن‌ها بدون هزینه هم

ممکن است.

پس برای شروع به سراغ لیست‌های مرتبط و

پرمخاطب بروید.





# تعامل داشته باشید

تمام روابط انسانی بر پایه تعامل شکل گرفته‌اند.

دیگران را دنبال کنید.

علاقه خود را به آن‌ها نشان دهید.

نظر خود را به اشتراک بگذارید.

و ...

INTERACTION

جذب مخاطب و افزایش بازدید



# تبلیغات کنید

تبلیغات خیلی سریع می‌تواند شما را در مسیر جذب مخاطب و فروش قرار دهد، به شرط آنکه **درست** این کار را انجام دهید.

هدف شما از تبلیغ چیست؟

مخاطبان تبلیغ چه کسانی هستند؟ رفتار خرید آن‌ها چیست؟

مخاطبان خود را با کدام رسانه‌ها می‌توانید هدف بگیرید؟

پیام تبلیغ شما چیست؟ در چه فرمتی ارائه می‌شود؟

چقدر بودجه برای تبلیغ دارید؟

چگونه می‌خواهید نتایج را اندازه‌گیری کنید؟



ADVERTISING (ADS)

جذب مخاطب و افزایش بازدید



امروزه ما ابزارها و فناوری های متنوعی  
برای تبلیغات در اختیار داریم.  
ما می خواهیم درک کلی و کاربردی از آن ها پیدا کنیم.

# روش‌های هدف‌گیری

شما می‌توانید براساس معیارهای  
مختلفی کاربران را هدف بگیرید.







کلیک

Click

(CPC و PPC)



نمایش

Impression

(CPM)



زمان

Time



نصب

CPI



بازگشت سرمایه

ROAS



تبدیل

Conversion

(CPA)

# روش‌های پرداخت

هزینه تبلیغ را هم می‌توان براساس  
معیارهای مختلف پرداخت کرد.

# تبلیغات گوگل

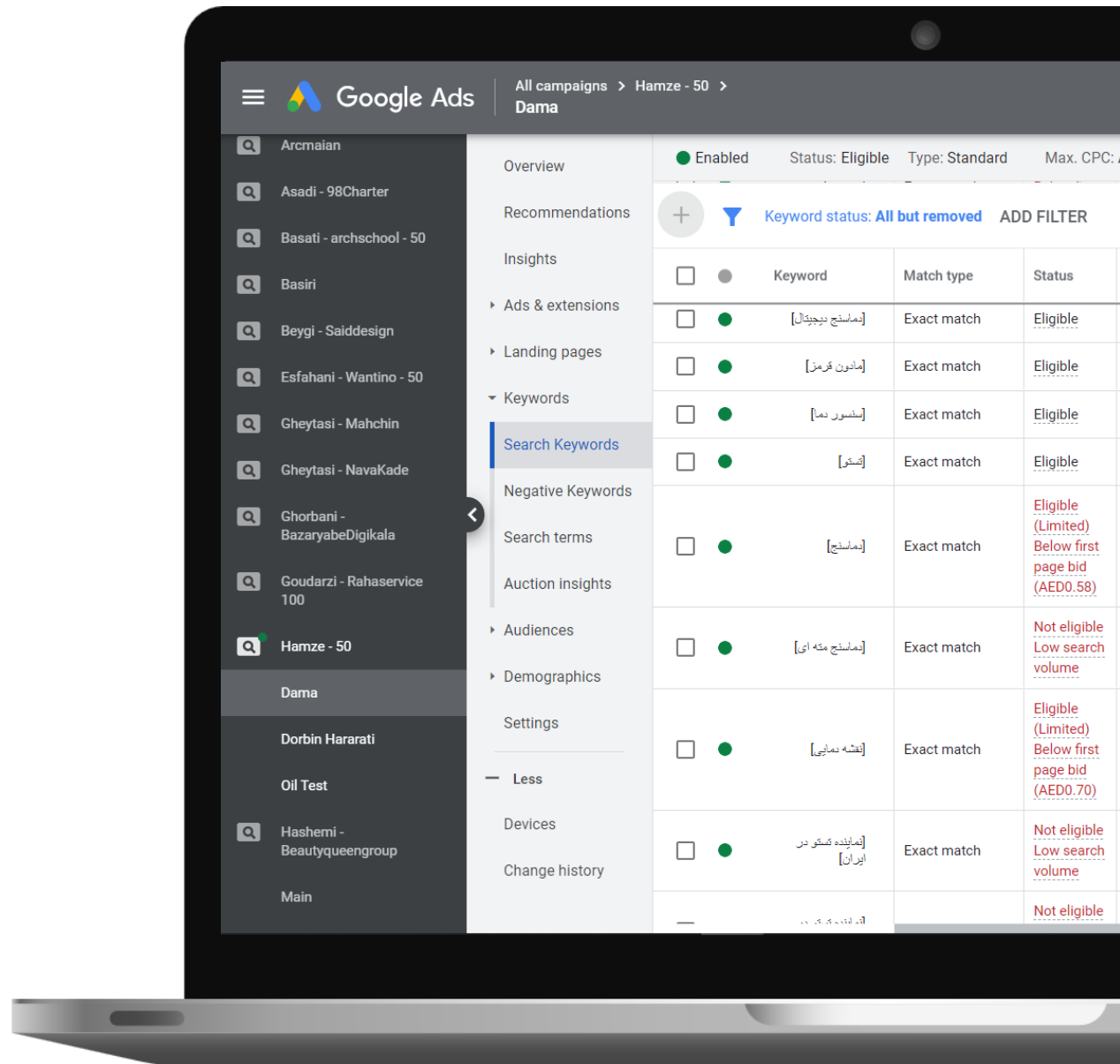
## وارد می شود

گوگل ادز یک شبکه تبلیغاتی با میلیون ها رسانه (وبسایت و اپلیکیشن) است.

جستجوی گوگل، یوتیوب، جیمیل، گوگل پلی و گوگل مپ برخی از آن ها هستند.

این سرویس از روش های هدف گیری و پرداخت متنوعی پشتیبانی می کند.

البته به دلیل تحریم ها، محدودیت هایی در استفاده از این سرویس وجود دارد.



Google

خرید بلیط هواپیما

All Books Images Videos News More Tools

About 32,800,000 results (0.31 seconds)

Ad • <https://www.flightio.com/>

رزرو پرواز - خرید بلیط هواپیما

7,067 1,889 13

بلیط پرواز هواپیما را از فلائیو خریداری کنید و از پشتیبانی حین سفر بهره‌مند شوید. جستجوی سریع بین متنوع‌ترین پروازها و مناسب‌ترین قیمت بلیط هواپیما...

Deal: Up to 50% off هزار تومان تخفیف 100 - Code FL99

<p><b>بلیط هواپیما چارتر</b></p> <p>162,600,092 1,889 13</p> <p>بهترین قیمت پروازهای چارتر پشتیبانی همه‌روزه و ۲۴ ساعته</p>	<p><b>بلیط هواپیما داخلی</b></p> <p>بهترین قیمت پروازهای داخلی رزرو در سریع‌ترین زمان ممکن</p>
<p><b>بلیط هواپیما خارجی</b></p> <p>162,600,092 1,889 13</p> <p>بهترین قیمت پروازهای خارجی بیشترین تنوع پروازها</p>	<p><b>بلیط ارزان هواپیما</b></p> <p>بهترین نرخ بلیط هواپیما داخلی بهترین نرخ بلیط هواپیما خارجی</p>

Ad • <https://www.eligasht.com/>

خرید اینترنتی بلیط هواپیما - بلیط هواپیما ارزانترین قیمت

17,472 N/A 13

الی گشت، برترین سایت خرید بلیط هواپیما، پرواز داخلی و خارجی با بهترین قیمت برای شما. مرجع آنلاین خرید بلیط هواپیما خارجی، خرید بلیط پرواز داخلی و خارجی...  
خرید بلیط هواپیما خارجی - خرید بلیط هواپیما کیش - خرید بلیط هواپیما دبی

# تبلیغات در

## جستجوی گوگل

یکی از مهم‌ترین و بهترین کانال‌های

جذب مشتری است.

شما کسانی را هدف می‌گیرید که به

دنبال محصولات/خدمات شما هستند.

# مزایده آغاز می شود

در تبلیغات گوگل، هزینه هر کلیک براساس **مزایده** حساب می شود.

هزینه کلیک شما براساس **قیمت** + **کیفیت** مشخص خواهد شد.

مزایده گوگل از نوع **قیمت دوم** است.



# نکاتی در زمینه تبلیغات گوگل

ترجیحاً فرآیند ساخت حساب و شارژ آن را به یک آژانس تبلیغاتی بسپارید.

مدیریت اکانت گوگل ادز نیاز به مهارت دارد.

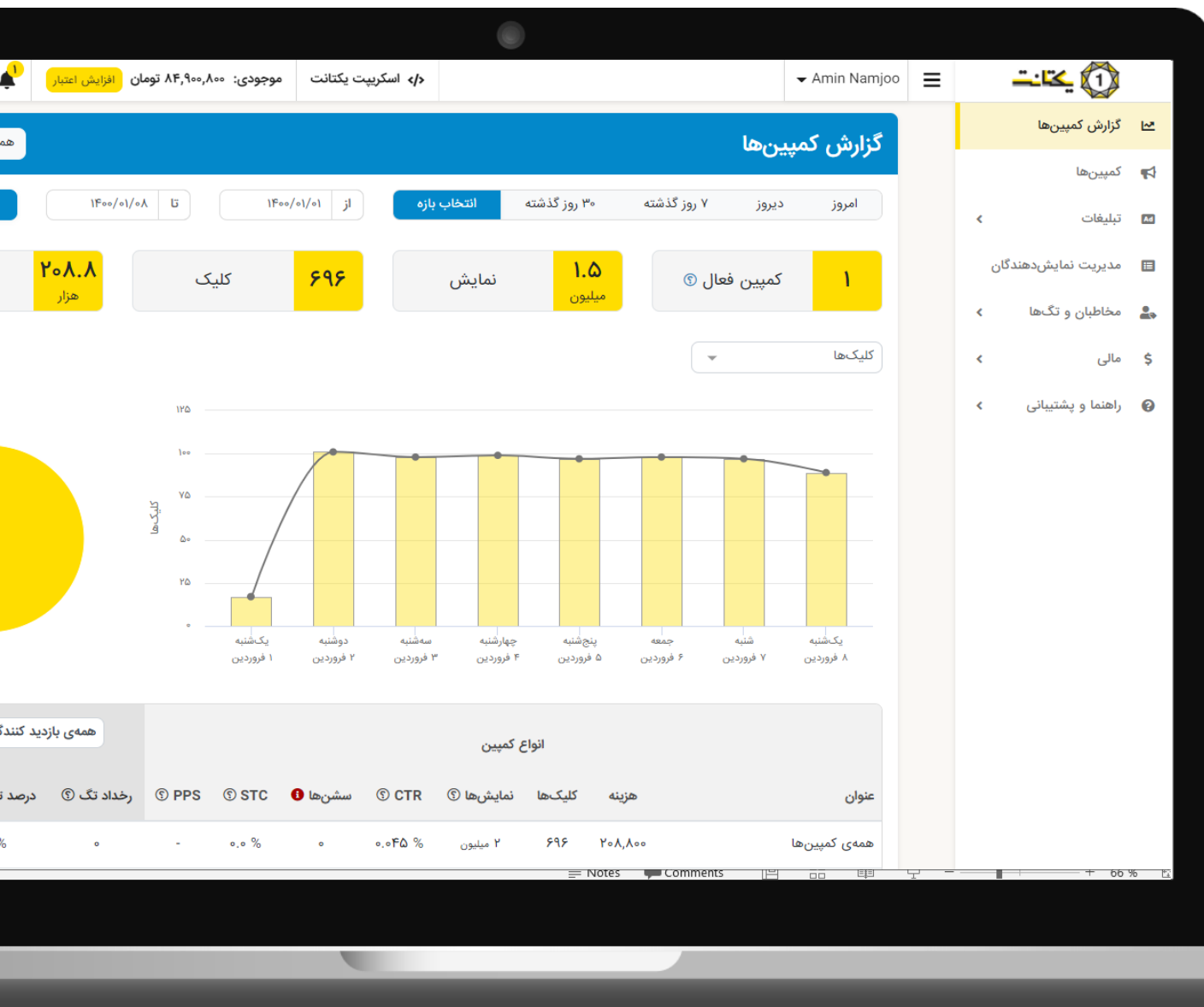
در صورت امکان، آمار تبدیل + مبلغ فروش خود را در این سرویس ثبت کنید.





# یکتانت

- از نظر فناوری و تنوع رسانه‌ها، بهترین شبکه تبلیغاتی ایرانی است.
- امکان هدف‌گیری براساس وبسایت، موضوع، شهر، کلیدواژه، رفتار کاربر و بازاریابی مجدد وجود دارد.
- اجازه اندازه‌گیری نرخ تبدیل را می‌دهد.





# سایر پلتفرم های

## تبلیغات

مدیا آد + تپسل

سنجاق

کاپریلا

صبا ویژن

و ...

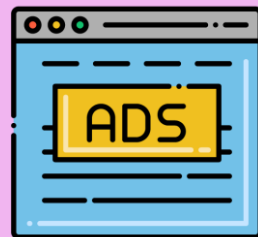
# روش‌های دیگر برای تبلیغات

روش‌ها و رسانه‌های گوناگونی  
برای تبلیغات وجود دارد.



شبکه‌های  
اجتماعی

تبلیغات در صفحات مرتبط



بنرهای  
تبلیغاتی

برندینگ + رتبه گوگل



رپورتاژ  
خبری

تبلیغات + رتبه گوگل



اسپانسرشیپ

حمایت از محتوا،  
رویداد و ...



ابزارهای  
ارتباطی

پیامک، ایمیل و نوتیفیکیشن



اینفلوئنسرها

افراد میکرو و ماکرو

جذب مخاطب و افزایش بازدید ▶



هرچی بخوای... اسنپ فود!

غذا میوه نان شیرینی

گوشت تازه کالای سوپرمارکتی

# کمپین‌های تبلیغاتی

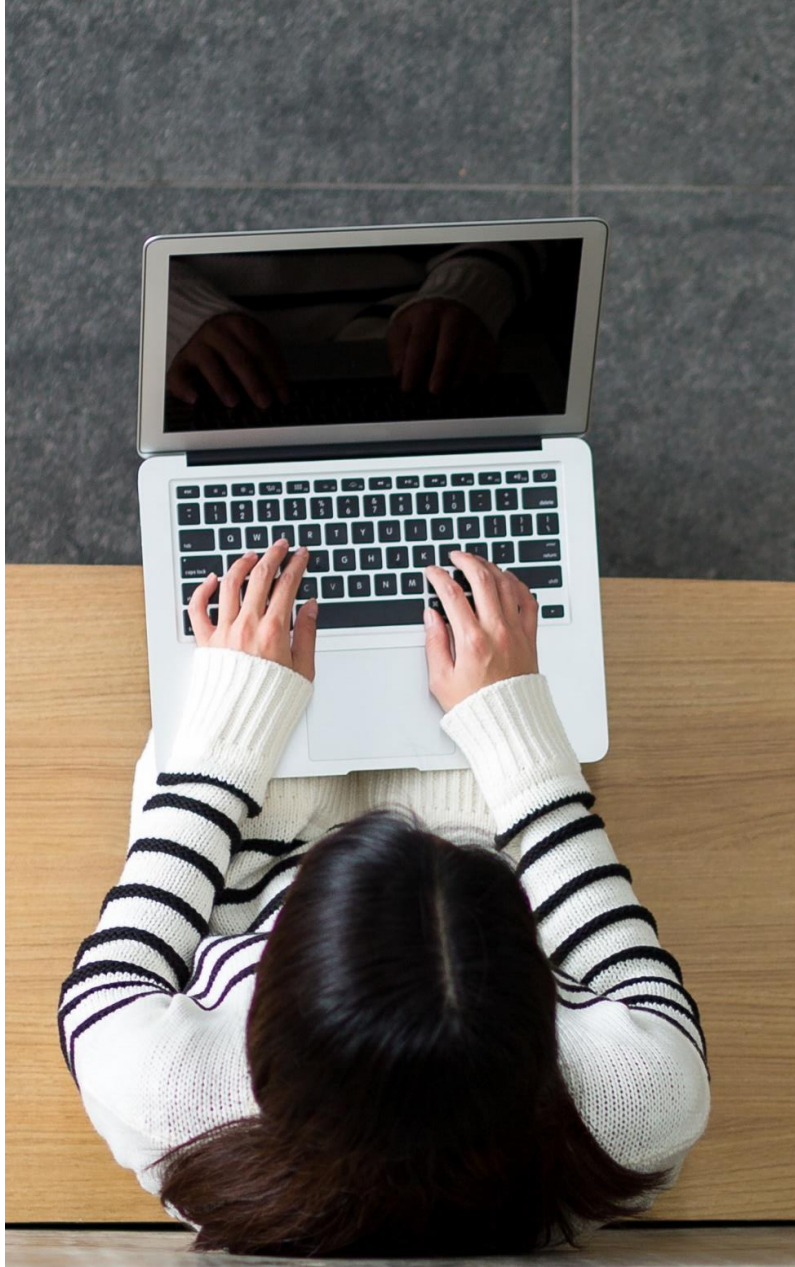
کمپین به معنی مجموعه‌ای از اقدامات است

که با یک هدف مشخص انجام می‌شوند.

در یک کمپین تبلیغاتی، ما از ابزارها و

رسانه‌های مختلف برای ارسال پیام خود

استفاده می‌کنیم.



# بازاریابی محتوایی

تولید محتوای رایجی برای مبادله ارزش با مشتری است.

با تولید محتوای با کیفیت و هدفمند، رسانه‌های شما به صورت طبیعی رشد خواهند کرد.

CONTENT MARKETING

جذب مخاطب و افزایش بازدید ▶



# تولید محتوای وبسایت

- کلمات کلیدی را هدف بگیرید؛  
موضوعاتی که جستجوی بالایی دارند.
- با پاسخ به سوالات کاربران، تبدیل به  
مرجع صنعت خودتان شوید.
- مقالات خود را در شبکه‌های اجتماعی و  
سایر رسانه‌ها معرفی کنید.

The screenshot shows the homepage of alibaba.ir. At the top, there is a navigation bar with the following items: 'خانه' (Home), 'ایران‌گردی' (Iran Travel), 'جهان‌گردی' (World Travel), 'کتاب سفر' (Travel Books), 'رادیو دور دنیا' (World Radio), 'دانستنی‌ها' (Facts), 'داستان‌های علی‌بابا' (Alibaba Stories), and 'اخبار گردشگری' (Travel News). The main content area features several articles:

- جهان‌گردی**: **راهنمای جامع سفر زمینی به ایران / ارمستان** (Comprehensive guide to land travel in Iran / Ardestan) by Babak Khadost, dated 16 Tir 1400.
- مشهد**: **سرزمین موج‌های آبی مشهد؛ بزرگ‌ترین مرکز تفریحات آبی شهر** (Land of blue waves in Mashhad; the largest water recreation center in the city) by Farzaneh Ahmadi, dated 22 Tir 1400.
- ارومیه**: **سوغات ارومیه توقع شما را بالا می‌برد** (Arumiyeh gifts raise your expectations) by Farhad 1400.
- جلفا**: **کلیسای سنت استپانوس، یادگاری از حواریون** (St. Stepanos Church, a relic of the apostles) by Marziyeh Moqaddas, dated 3 Mehr 1400.
- پربازدیدترین مطالب**: **خبرگزاری یوراسانت؛ تزریق واکسن کرونا برای گردشگران خارجی در ارمستان** (Yurasant news agency; COVID-19 vaccine injection for foreign tourists in Ardestan).
- بهترین چشمه‌های آب گرم**: **سرعین که سفرتان را می‌سازد** (Best hot springs: Sarayin that makes your trip).
- راهنمای خرید از قشم برای یک بازاریابی ایده‌آل** (Shopping guide in Qeshm for an ideal marketing).

# بازهم

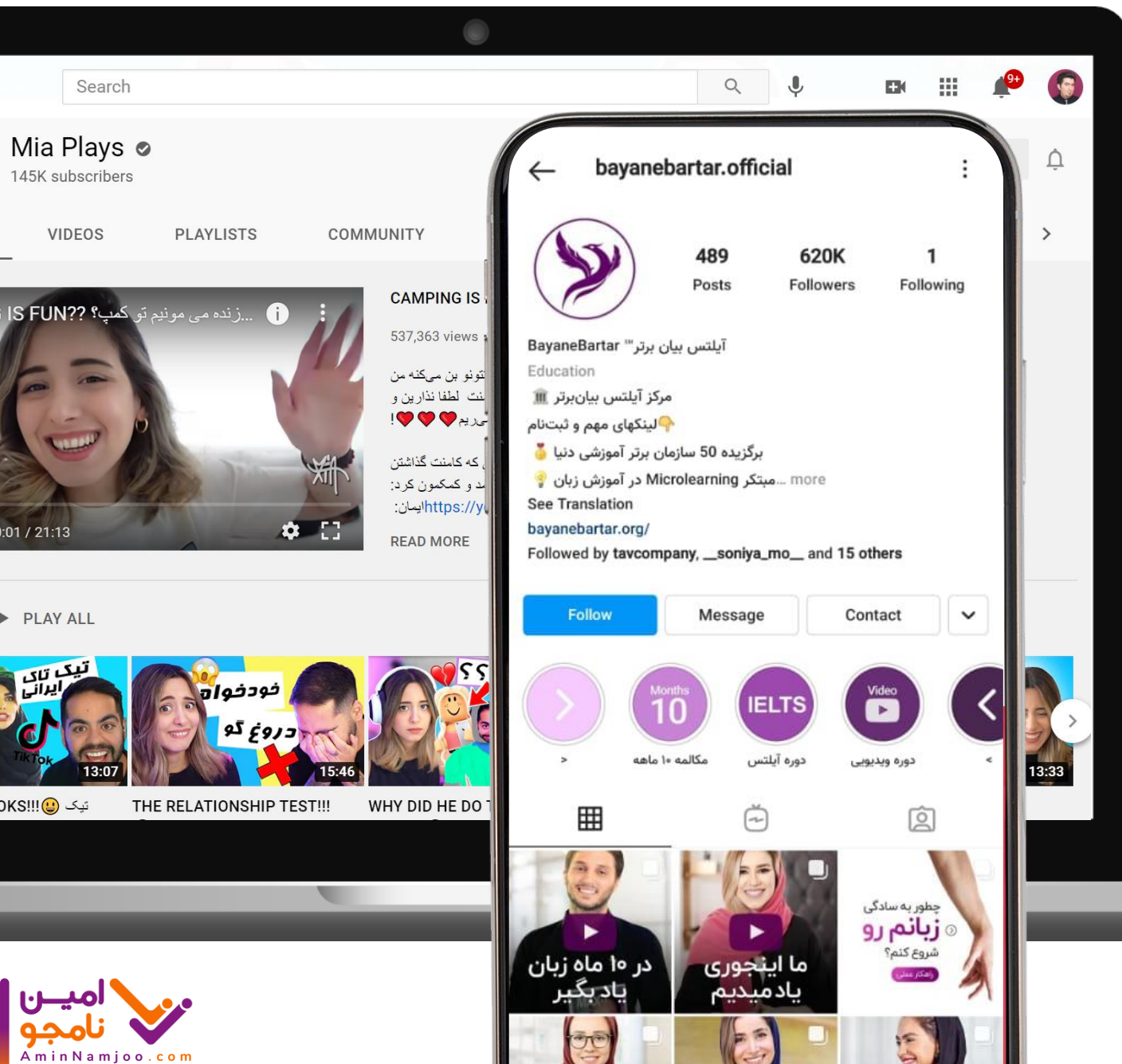
## تولید محتوا

از پتانسیل پلتفرم‌های مختلف برای تولید محتوا و جذب مخاطب استفاده کنید.

محتوای چندرسانه‌ای (بخصوص ویدئو) را جدی بگیرید!

برگزاری رویدادهای آنلاین و آفلاین، می‌تواند فرصت معرفی بهتر را به شما بدهد.

جذب مخاطب و افزایش بازدید



# نکاتی دربارهٔ تولید محتوا



● کمال‌گرایی را فراموش کنید.

● هدف‌تان را فراموش نکنید.

● برای مخاطب هدف، محتوا تولید کنید.

● مفید و سرگرم‌کننده باشید.

● استمرار داشته باشید.

● مدام در حال مشاهده باشید.





# شبکه‌های اجتماعی

● الهام‌بخش باشید. سرگرم کنید. داستان بگویید.

● با دیگران تعامل داشته باشید تا شناخته شوید.

● از هشتگ‌ها به درستی استفاده کنید.

● قالب‌های آماده طراحی کنید تا سریع‌تر شوید.

● درگیری (Engagement) بیشتر = دسترسی (Reach) بیشتر

# سئو (SEO)

- هر ثانيه، ۶۳ هزار نفر در گوگل جستجو مي‌کنند.
- کاربران به طور متوسط، روزانه ۳ تا ۴ جستجو انجام مي‌دهند.
- سئو و وبسایت با هدف کسب رتبه‌های بهتر در گوگل و جذب ترافیک بیشتر از این کانال انجام مي‌شود.
- این یک فرآیند زمان‌بر، اما پایداری و ارزشمند است.

جذب مخاطب و افزایش بازدید ▶

SEARCH ENGINE OPTIMIZATION



# نکات مهم برای شروع سئو



گوگل به دنبال رفع نیاز کاربر به بهترین شکل است.

هر صفحه اینترنتی که گوگل به آن دسترسی دارد، قابل سئو شدن (بهینه‌سازی) است.

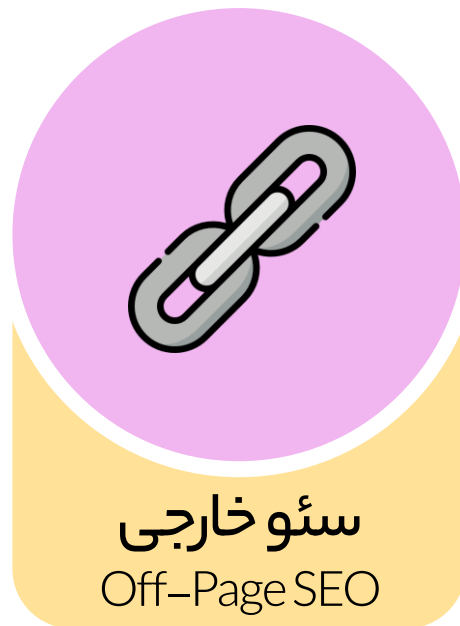
سئو با تحقیق کلمات کلیدی آغاز می‌شود.

# شاخص‌های سئو

در مجموع ۳ معیار مختلف در بهینه‌سازی وب سایت برای جستجو وجود دارد.



**پاسخ مناسبی می‌دهید؟**  
محتوای شما باید پاسخ یک جستجو را بدهد؛ پس باید هدف از جستجو را درک کنید.



**شناخته شده هستید؟**  
آیا وب‌سایت شما لینک‌های با کیفیت از صفحات معتبر و مورد اعتماد گوگل دارد؟



**کیفیت دارید؟**  
صفحه و محتوای شما چقدر کیفیت دارد؟ آیا سرعت وب‌سایت شما بالا است؟ برای موبایل بهینه هستید؟ و...

جذب مخاطب و افزایش بازدید ▶

# اصول سئو

- از کیفیت کلی وبسایت خود مطمئن شوید.
- مشخص کنید که هر صفحه قرار است در چه جستجوهای حضور داشته باشد.
- مطمئن شوید که صفحه شما بهترین تجربه را به مخاطب ارائه می‌دهد.
- هیچ وقت دست رد به یک لینک نزنید.







# راه‌های لینک‌سازی

رپورتاژ خبری

خرید بک‌لینک

لینک‌سازی دستی

لینک‌سازی با تعامل

# روابط عمومی

رابطه‌های شما نقشی اساسی در رشدتان ایفا می‌کنند.

رابطه با چه کسی؟ رسانه‌ها + افراد تأثیرگذار و سرشناس صنعت + سایر کسب و کارها

همیشه به دنبال ایجاد روابط و گسترش شبکه خود باشید

دوستی‌های ماندگار شکل دهید که به سود طرفین هستند.

جذب مخاطب و افزایش بازدید ▶



PUBLIC RELATIONS

# نکاتی در زمینه

## روابط عمومی



• همواره در دسترس باشید و باروی بازار  
سؤالات استقبال کنید.

• مجموعه / افراد خودتان را به عنوان  
متخصص در یک حوزه معرفی کنید.

• با حضور پررنگ، اعتبار و اعتماد کسب کنید.

• افراد سرشناس و تأثیرگذار را درگیر کنید.





# همکاری های مشترک

فرصت همکاری با کسب و کارهای مکمل خود را نادیده نگیرید.

این همکاری ها می تواند به هم افزایی و

خلق ارزش بیشتر برای مشتری کمک کند

و امکان رشد با هزینه ای به مراتب کمتر را در

اختیار شما قرار دهد.

# سرمایه اجتماعی بسازید



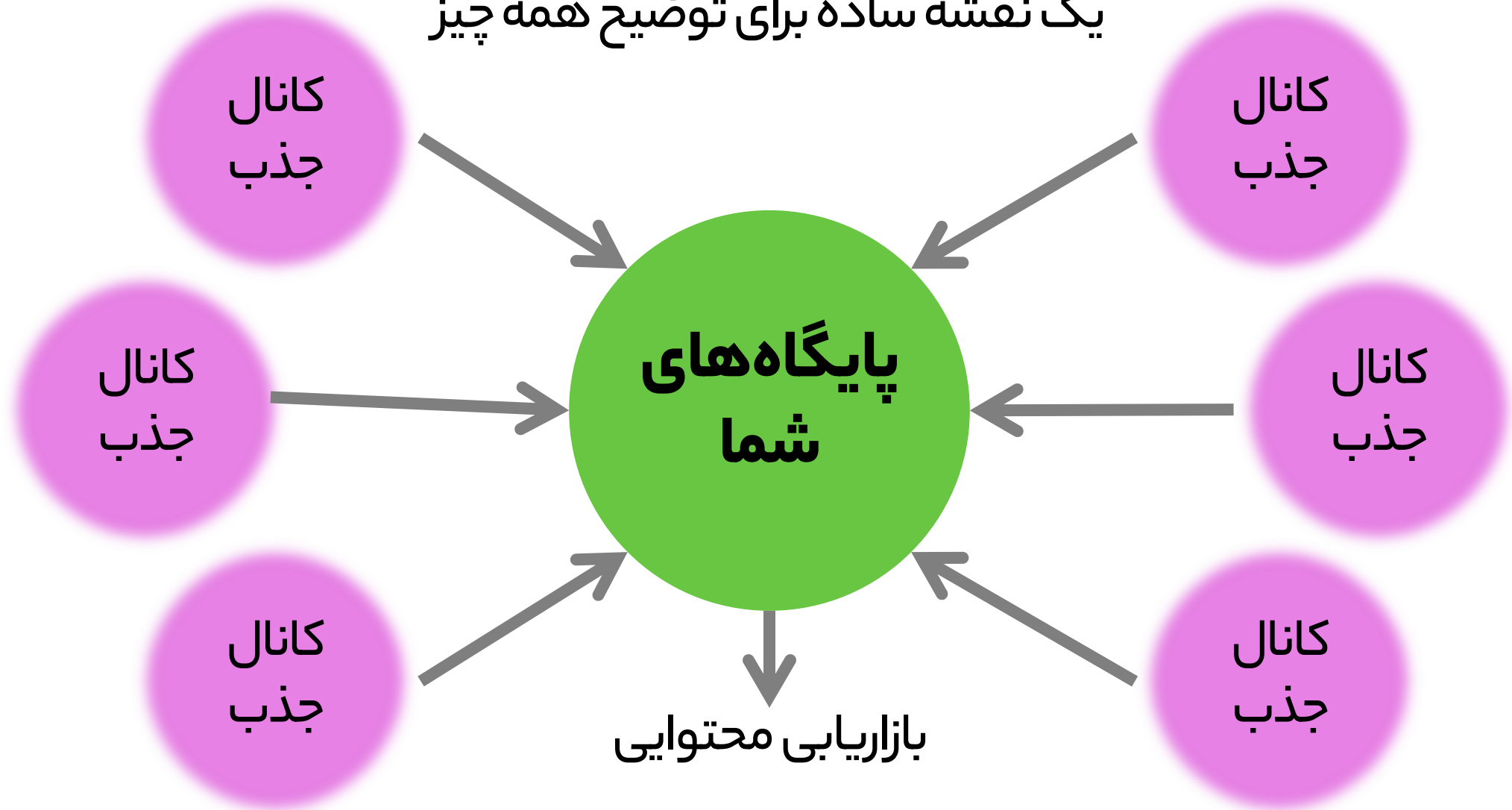
● سرمایه اجتماعی، از تمایل آدم‌ها برای کمک به یکدیگر به وجود می‌آید.

● همیشه و به هر نحوی که می‌توانید از دیگران پشتیبانی کنید.

● مهربان و بخشنده باشید و از طرف مقابل انتظار نداشته باشید.

# جذب به زبان ساده

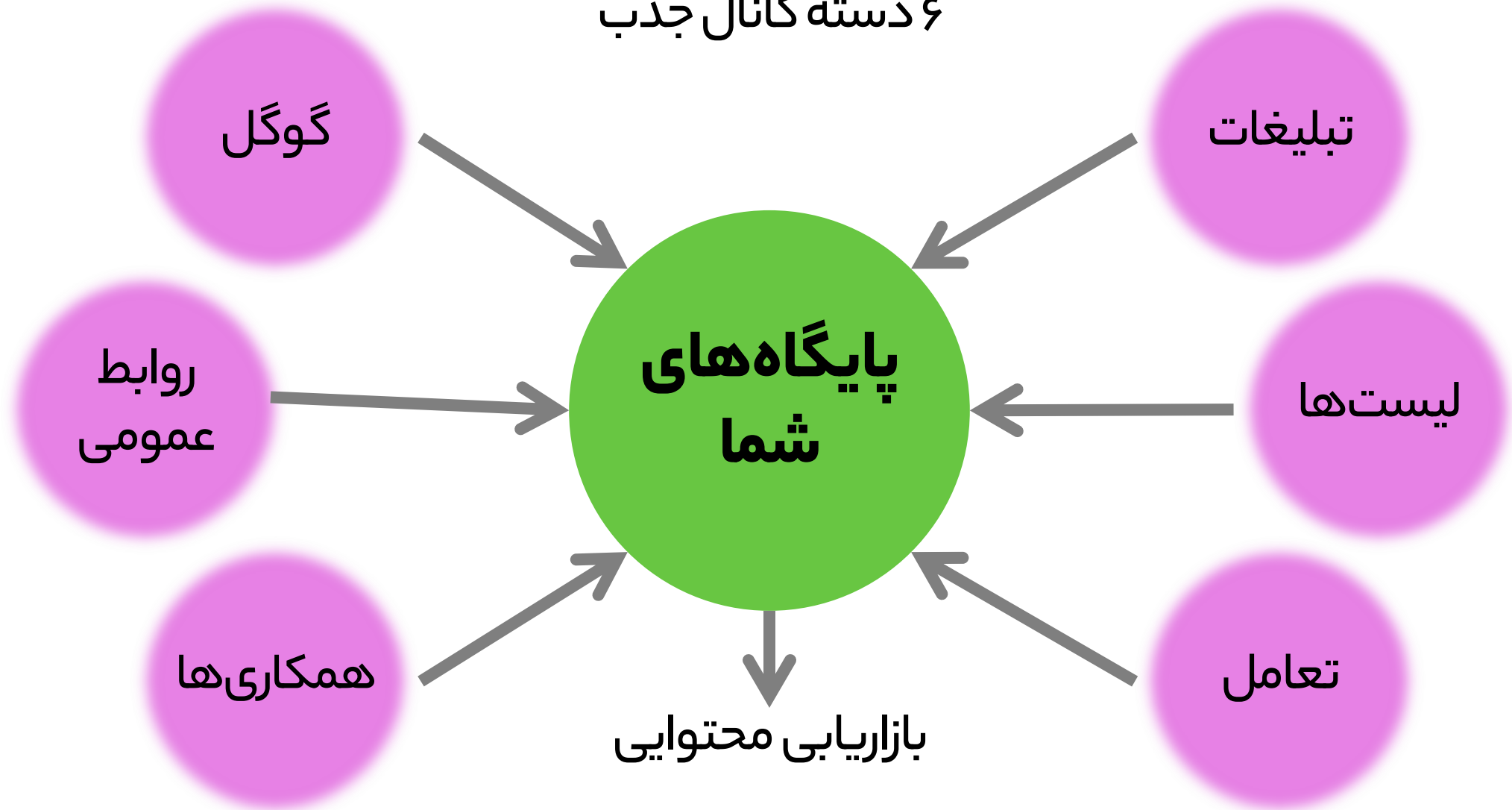
یک نقشه ساده برای توضیح همه چیز



جذب مخاطب و افزایش بازدید

# جذب به زبان ساده

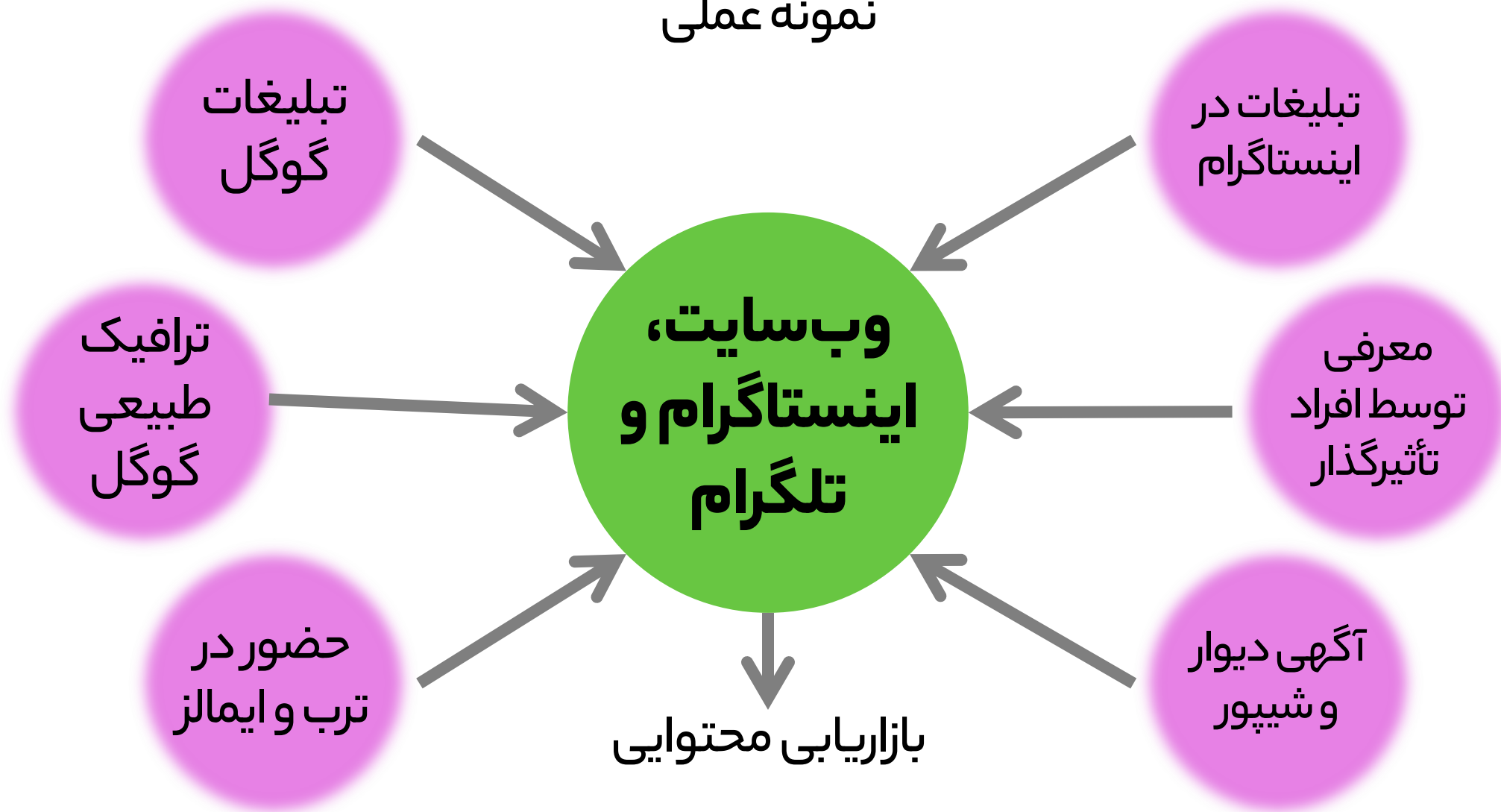
۶ دسته کانال جذب



جذب مخاطب و افزایش بازدید ▶

# جذب به زبان ساده

نمونه عملی



جذب مخاطب و افزایش بازدید

امین  
نامجو



# با سپاس از توجه شما

 [AminNamjoo.com](http://AminNamjoo.com)

 [namjooamin@gmail.com](mailto:namjooamin@gmail.com)

 [linkedin.com/in/aminnamjoo](https://www.linkedin.com/in/aminnamjoo)

 [instagram.com/aminnamjoo\\_com](https://www.instagram.com/aminnamjoo_com)