

دوره آموزشی

بازاریابی اینترنتی

Internet Marketing

دکتر سید سعید حسینی نژاد

email: [shoseininejad@yahoo.com](mailto:shoseininejad@yahoo.com)

Instagram: dr.ss.hoseininejad

۰۹۱۶۶۲۳۰۸۰۰

خرداد ۱۴۰۰

## مهارت‌های کسب و کار :

کسب و کار مانند سایر امور زندگی اصولی دارد که باید در یک فرایند تدریجی آموخته شود. بدین منظور باید فرهنگی در جامعه بوجود بیاید که افراد علاوه بر داشتن مهارت‌های اصلی کسب و کار، "نگاه کسب و کارانه" نیز داشته باشند. یعنی شخص در مواجهه با محصولات اطراف خود، نام محصول، نام شرکت و نام بنیانگذار و مهارت‌های کسب و کار را آن را بداند. در حقیقت آشنایی با نام محصولات و نام شرکتها برای کسی که بخواهد کسب و کاری را راه اندازی کند لازم است.

مهارت های مورد نیاز مدیران را می توان به صورت فنی، انسانی و ادراکی طبقه بندی کرد. مهارت به توانایی های قابل پرورش شخص که در عملکرد و بقای وظائف منعکس می شود بنابراین منظور از مهارت توانایی به کار بردن مؤثر دانش و تجربه شخصی است. ضابطه اصلی مهارت داشتن، اقدام و عمل مؤثر در شرایط متغیر است.

### تعریف مهارت های سه گانه مدیریت به شرح زیر است.

۱- مهارت فنی یعنی دانایی و توانایی در انجام دادن وظایف خاص که لازمه آن ورزیدگی در کاربرد فنون و ابزار ویژه و شایستگی عملی در رفتار و فعالیت است. مهارت‌های فنی از طریق تحصیل، کارورزی و تجربه حاصل می شوند. مدیران معمولاً این مهارت ها را طی دوره های آموزشی یا کارآموزی فرا می گیرند نظیر دانش، فنون و روش های برنامه ریزی، بودجه بندی، کنترل، حسابداری، امور مالی، کارگزینی کارپردازی و غیره ویژگی بارز مهارت، فنی آن است که به بالاترین درجه شایستگی و خبرگی در آن

می توان دست یافت زیرا این نوع مهارت دقیق، مشخص، دارای ضوابط عینی و قابل اندازه گیری است .

از این رو، کنترل و ارزشیابی آن، هم در جریان آموزش و هم در مرحله کاربرد و عمل آسان است.

۲- مهارت انسانی یعنی داشتن توانایی و قدرت تشخیص در زمینه ایجاد محیط تفاهم و همکاری و

انجام دادن کار به وسیله دیگران، فعالیت مؤثر به عنوان عضو گروه، درک انگیزه های افراد و تأثیرگذاری

بر رفتار آنان .مهارت انسانی در نقطه مقابل مهارت فنی است .یعنی کار کردن با مردم در مقابل کار

کردن با اشیا و چیزها .داشتن مهارت های انسانی مستلزم آن است که شخص بیش از هر چیز خود را

بشناسد.

۳- مهارت ادراکی یعنی توانایی درک پیچیدگی های کل سازمان و تصور همه عناصر و اجزای تشکیل

دهنده کار و فعالیت سازمانی به صورت یک کل واحد (سیستم).

## مهارت بازاریابی

رقابت در بازار فوق العاده فشرده و شانه به شانه شده است. فرقی نمی کند که شما یک تولید کننده بزرگ یا صاحب یک بنگاه اقتصادی کوچک باشید. مشکلات امروز را نمی توان با راه حل های گذشته حل و فصل نمود. بنابراین به روز کردن دانش و مهارت های بازاریابی برای تمامی کسانی که فعالیت اقتصادی دارند ضرورت دارد.

مدیریت بازاریابی : عبارتست از تجزیه و تحلیل ، طرح ریزی ، اجرا و کنترل برنامه های تعیین شده برای فراهم آوردن مبادلات مطلوب با بازار های مورد نظر به منظور دستیابی به هدفهای سازمان .تاکید مدیریت بازاریابی بیشتر بر تعیین محصولات سازمان بر مبنای نیازها و خواسته های بازار مورد نظر و نیز استفاده از قیمت گذاری ، ارتباطات و توزیع موثر جهت آگهی دادن ، ایجاد محرک و ارایه خدمات بازار است . مردم و مشتریان مدیر بازاریابی را کسی می دانند که وظیفه اولیه او ایجاد تقاضا برای محصولات سازمان است .اما این یکی از انواع وظایف او می باشد و وظایف دیگری نیز بر عهده او قرار دارند که شامل منظم کردن سطح تقاضا و زمانبندی آن و ارائه مشخصات تقاضا برای دستیابی به اهداف سازمان است .

بعبارت ساده تر مدیریت بازاریابی مدیریت تقاضاست .

سازمان سطح مطلوبی از معاملات یا بازارها را در نظر می گیرد که در هر مقطعی از زمان ممکن است سطح تقاضای واقعی پایین تر یا بالاتر از این سطح مطلوب یا مساوی با آن باشد .این موضوع باعث شکل گیری ۸ نوع تقاضا و در نتیجه ۸ نوع بازاریابی می گردد که بشرح ذیل می باشند:

۱- تقاضای منفی: وضعیتی که در آن تقریبا بیشتر بخشهای مهم بازار بالقوه ، به محصول و خدمات تمایل ندارند .در این حالت وظیفه بازاریابی تبدیل تقاضا می باشد و نام رسمی آن بازاریابی تبدیلی است .

وظیفه مدیریت بازاریابی در چنین زمانی بویژه اگر عرضه مثبت باشد ، این است که با طرح ها و برنامه

های خود باعث شود تا با بالا بردن تقاضا آن را از حالت منفی به مثبت و سرانجام به سطحی مساوی با عرضه مثبت برساند.

۲- نبودن تقاضا: گاهی برای تعداد زیادی از محصولات و خدمات تقاضایی وجود ندارد و مردم نسبت به آنها بی اعتنا و بی توجهند. در این حالت 3 نوه گروه بندی وجود دارد که عبارتند از:

الف) محصولات ظاهرا بی ارزش، مانند ضایعات الکترونیکی و قطعات دسته دوم قدیمی

ب) محصولات با ارزش اما غیر قابل استفاده در محل، مانند کامپیوتر و یا سایر دستگاه های الکترونیکی در نقاطی که انرژی برق وجود ندارد.

ج) محصولات و خدماتی که جنبه نوآوری دارند و تقاضایی برای آنها وجود ندارد، زیرا بازار هدف درباره آنها اطلاع کافی ندارد. مانند خدمات پست الکترونیکی و یا اینترنت در اواسط دهه ۷۰. وظیفه مدیر بازاریابی در این زمان ایجاد تقاضاست و نام رسمی آن بازاریابی ترغیبی می باشد. این نوع بازاریابی کار دشواری است، در عین حال برای هریک از گروه بندی ها مزبور روشی وجود دارد.

۳- تقاضای پنهان: وضعیتی است که در آن عده زیادی از مردم نیاز شدیدی به محصولات یا خدماتی دارند که فعلا وجود ندارند یا محدود هستند. راه حل پرورش تقاضا است و نام رسمی آن بازاریابی پرورشی است.

۴- تقاضای تنزلی: هر نوع محصول، خدمات، مکان و سازمانی سرانجام روزی با تنزل یا کاهش تقاضا روبرو می شود. تقاضای تنزلی وضعیتی است که در آن تقاضا برای محصول یا خدمتی کمتر از سطح قبلی است و کاهش بیشتر آن نیز پیش بینی می شود. دلیل این امر عدم تلاش در جهت بهسازی و بازسازی بازار مورد نظر، محصولات یا فعالیتهای بازاریابی است. برای حل این مشکل وظیفه بازاریاب احیا و تجدید نظر از در روشهای بازاریابی و یا محصول از طریق بازاریابی احیایی است.

۵- تقاضای فصلی (نامنظم): اغلب سازمانها از داشتن سطح متوسط تقاضا راضی ترند تا تقاضای موقت. تقاضای نامرتب وضعیتی است که در آن الگوی زمانی تقاضا بر اثر تغییرات فصلی از الگوی زمانی عرضه جدا و دور می شود. وظیفه مدیر بازاریابی در این مواقع برطرف کردن تقاضای نامنظم از طریق تعدیل تقاضا است و به این نوع بازاریابی، بازاریابی تعدیلی گفته می شود، زیرا نقش آن همزمان کردن هرچه بیشتر تقاضا و عرضه با یکدیگر است.

۶- تقاضای کامل: مطلوبترین وضعیت برای هر فروشنده داشتن تقاضای متعادل است. در این حالت زمان و سطح تقاضا با زمان و سطح مطلوب عرضه برابر است. خدمات و محصولات گوناگون، هر از گاهی به این وضعیت می رسند. اما نکته مهم اینست که در چنین حالتی نباید بازاریابی را سرسری گرفت. وظیفه بازاریابی در این نوع تقاضای کامل، بازاریابی محافظتی و نگهداری کننده نامیده می شود و وظیفه آن حفظ تقاضا است.

۷- تقاضای بیش از حد: هر از گاهی، تقاضا برای محصول یا خدمت به طور چشمگیری بر عرضه پیشی می گیرد که آن را "تقاضای سرریز شده" می نامند و بیانگر وضعیتی است که در آن سطح تقاضا بیش از آن است که بازار بتواند یا برانگیخته شود تا جوابگوی آن باشد. وظیفه کاهش دادن تقاضای سرریز شده را بازاریابی تضعیفی می نامند یعنی در این حالت باید تضعیف تقاضا صورت گیرد. به این نوع بازاریابی "بازاریابی وارونه" نیز گفته می شود. در واقع بازاریابی تضعیفی تلاشی است برای دلسرد کردن مشتریان بطور عام یا گروهی از مشتریان بطور خاص، بطور موقت یا دائم.

۸- تقاضای ناسالم: محصولات و خدمات زیادی وجود دارند که تقاضای آنها برای رفاه مصرف کننده و رفاه عمومی و عرضه کننده مضر است. تقاضای ناسالم وضعیتی است که در آن هر نوع تقاضا زاید به نظر می رسد. هر نوع تقاضا با هدف احتکار، تقاضای انجام دادن خدمتی خارج از ضوابط یا تقاضایی

برای ورود محصولهای غیر مجاز به کشور از جمله تقاضاهایی به شمار می روند که برای از بین بردن آنها باید به "بازاریابی مقابله ای یا عدم فروش" اقدام کرد. وظیفه بازاریابی در این وضعیت تخریب تقاضا است.

در ادامه خلاصه ای از انواع تقاضا و وظیفه بازاریابی برای هر مورد ذکر شده است:

نوع تقاضا	وظیفه بازاریابی	نام رسمی
تقاضای منفی	تبدیل تقاضا	بازاریابی تبدیلی
نبودن تقاضا	ایجاد تقاضا	بازاریابی ترغیبی
تقاضای پنهان	پرورش تقاضا	بازاریابی پرورشی
تقاضای تنزلی	احیا و تجدید تقاضا	بازاریابی احیایی
تقاضای فصلی	تعدیل تقاضا	بازاریابی تعدیلی
تقاضای کامل	حفظ تقاضا	بازاریابی محافظتی
تقاضای بیش از حد	تضعیف تقاضا	بازاریابی تضعیفی
تقاضای ناسالم	تخریب تقاضا	بازاریابی مقابله ای

#### ابعاد گوناگون مارکتینگ

مارکتینگ دارای ابعاد گوناگونی به شرح زیر می باشد:

1-بازار گرایی -2 بازار شناسی -3 بازاریابی -4 بازار سازی

5-بازار گردی -6 بازار سنجی -7 بازاریابی -8 بازار گرمی

9-بازار گردانی

## مهارت برنامه ریزی و طراحی طرح کسب و کار (BP)

تعریف: طرح کسب و کار سندی مکتوب است که جزئیات کسب و کار پیشنهادی را مشخص میکند . این سند باید ضمن تشریح موقعیت کنونی ، نیازها ، انتظارات و نتایج پیش بینی شده را شرح دهد و کلیه جوانب آن را ارزیابی کند.



### طرح کسب و کار نشان دهنده چیست؟

آماده کردن یک طرح کسب و کار نتیجه نهایی روند طرح ریزی نیست ، بلکه تحقق طرح ، هدف نهایی است . با این وجود نوشتن طرح یک مرحله میانی مهم است. طرح نشان می دهد که بمنظور یک کسب و کار محرز ، بررسیهای دقیق در ایجاد کسب و کار انجام شده است و برای راه اندازی آن کارآفرین ، وظیفه اش را انجام داده است.



## هدف- طرح

وجود یک طرح کسب و کار رسمی ، صرفنظر از اندازه کسب و کار آن ، به همان اندازه که برای راه اندازی مهم است برای یک کسب و کار برقرار نیز مهم است.

### این طرح چهار عمل اصلی را بصورت زیر انجام می دهد:

۱- به مدیر یا کارآفرین کمک می کند که جوانب و پیشرفت پروژه یا کسب و کارش را مشخص ، متمرکز و بررسی کنند.

۲- یک چهارچوب منطقی و حساب شده ایجاد می کند تا در آن یک حرفه بتواند توسعه یابد و تدابیر مربوط به آن حرفه را در چند سال آینده دنبال می کند.

۳- بعنوان ماخذ و مبنایی برای مذاکره با اشخاص ثالث مانند سهامداران ، دفاتر نمایندگی ، بانکها ، سرمایه گذاران و ... بکار می رود.

۴- معیاری را برای سنجش وضعیت واقعی کسب و کار در برابر آنچه که باید باشد، ارائه می دهد. همانطور که دو شغل مثل هم وجود ندارد و بنابراین طرحهای کسب و کار مانند هم نیز وجود ندارد. از آنجائیکه ، برخی موضوعات در طرح به یک طیفی از کسب و کارها مرتبط هستند بنابراین این امر مهم است که مفاد و مندرجات طرح ها با امور فردی متناسب باشد. با این حال ، بیشتر طرح ها از یک ساختار آزموده شده و نظر عمومی بر روی ( در مورد ) آماده سازی طرحی ک بطور وسیعی قابل اجراست متابعت میکنند.

طرح کسب و کار می بایست نگرشی واقع بین از پیش بینی ها و مقاصد بلندمدت داشته باشد. این دید و نگرش چهارچوبی را به وجود می آورد که طرح باید در آن فعالیت کند و نهایتاً "یا موفق می شود

یا شکست می خورد. برای مدیران و یا کارآفرینانی که به دنبال حمایت خارجی هستند، آماده کردن یک طرح جامع، موفقیت را در افزایش بودجه ها یا تجهیز پشتیبان ضمانت نخواهد کرد. عدم وجود یک طرح منطقی، یقیناً شکست را حتمی خواهد کرد.

طرح هم برای صاحب آن و هم برای حمایت کنندگان مالی آن، به دلایل زیر لازم است:

۱- مهم آن است که مالک درباره هدف خود از کسب و کار و منابعی که برای آن نیاز دارد به دقت فکر کند. این موضوع در برآورد میزان سرمایه مورد نیاز، به وی کمک خواهد کرد.

۲- بعید به نظر میرسد که مالک کسب و کار، برای راه اندازی آن سرمایه کافی داشته باشد. حمایت کنندگان مالی-بانکها یا سرمایه گذاران ریسکی-باید متقاعد شوند که سرمایه گذاری در کسب و کار جدید، منطقی و درست است.

۳- فرض بر این است که اگر کسب و کار ایده خوبی نداشته باشد، هم برای صاحب آن و هم برای حمایت کنندگان مالی آن، باید این موضوع را در مرحله برنامه ریزی و قبل از هدر رفتن مقدار زیادی از زمان و هزینه، شناسایی کنند.

اجزای یک طرح کسب و کار:

۱- اهداف کلی؛

۲- مشخصات مجری طرح و همکاران؛

۳- تعریف و توصیف کسب و کار؛

۴- تحلیل استراتژی بازار؛

۵- تحلیل مالی؛

۶- خلاصه.

## اهمیت پروسه

ایجاد یک طرح کسب و کار رضایت بخش امری پردردسر ، اما ضروری است ، روند برنامه ریزی ، مدیران یا کارآفرینان را وادار می کند که کاملاً دریابند آنچه را که می خواهند بدست بیاورند و اینکه چطور و کی آنرا انجام دهند. حتی اگر هیچ حمایت خارجی هم نیاز نباشد ، طرح کسب و کار می تواند برای دوری گزیدن از اشتباهات یا تشخیص فرصتهای پنهانی نقش حیاتی را بازی کند.

برای عده بسیار زیادی از کارآفرینان و طراحان ، روند طرح ریزی ( فکر ، مذاکره ، تحقیق ، تجزیه و تحلیل ) به اندازه طرح نهایی و یا حتی بیشتر از آن مفید است.

بنابراین حتی اگر به یک طرح رسمی نیاز ندارید ، درباره روند طرح ریزی بطور دقیقی فکر کند. این کار می تواند سود زیادی برای طرح کسب و کار شما داشته باشد. هفته های بسیار زیاد کار سخت و پیش نویسهای متعدد را از زمان بروز طرح تا گرفتن حق کار پیش بینی کنید. یک طرح مکتوب واضح با بسته بندی جذاب سبب خواهد شد تا حامیان ، سرمایه گذاران و ... آسانتر به آن گرایش پیدا کنند . یک طرح کسب و کار کاملاً آماده نشان خواهد داد که مدیران یا کارآفرینان، کار را می شناسند و آنها را برای پیشرفت طرح بر حسب فرآوریهها ، مدیریت ، سرمایه ها و مهمتر از همه بازارهای اقتصادی و رقابت اندیشیده اند.

## مشاغل رو به زوال و مشاغل نوظهور

گزارش‌ها نشان می‌دهند در آینده نزدیک، موقعیت‌های شغلی بسیاری از سراسر جهان به خطر می‌افتند. نمونه‌ی این تغییر سریع در دو ساله اخیر با فراگیری اپلیکیشن‌های تاکسی اینترنتی در شهرهای بزرگ ایران دیده شده است. به نظر می‌رسد بی‌توجهی به این تحولات رسماً اضافه شدن آگاهانه به جرگه‌ی فقرا محسوب می‌شود.

### در ده سال آینده برخی مشاغل رو به زوال عبارتند از:

۱- رانندگی تاکسی

۲- بنگاه ملک

۳- انواع مغازه‌داری‌های کوچک

۴- آنتیک‌فروشی و لوازم خانگی

۵- آموزگاری و خدمات مدرسه و دانشگاه

۶- خیاطی هنرهای دستی به روش تولید سنتی

۷- کارگران صنعتی و ساده

۹- انواع دلالی و واسطه‌گری

۱۰- مشاغل اداری مربوط به امور اداری و تحویل داری

۱۱- اکثر کارمندان بانک

۱۲- بخشی از مشاغل کشاورزی

۱۳- پلیس راهنمایی

۱۴- خدمات پست و تلفن

۱۵- دکه‌های روزنامه‌فروشی و کتابفروشی‌ها

۱۶- کارمندان و هنرمندان شبکه‌های تلویزیونی

۱۷- انواع مشاغل صنایع کاغذسازی

۱۸- خدمات حفاظتی و مراقبتی و انتظامات

۱۹- کارهای معدنی به ویژه در حوزه معادن رو به زوال

۲۰- صنعت نفت و صنایع مرتبط سوخت‌های فسیلی

**در مقابل، برخی مشاغل که کسب و کارهای اصلی چند ساله آینده محسوب**

**می‌شوند، بدین شرح‌اند:**

۱- خدمات نگهداری از سالمندان و بیماران روانی

۲- مشاغل حوزه گردشگری

۳- اپلیکیشن‌نویسی و خدمات شبکه

۴- توزیع شبکه‌ای کالا و خدمات

۵- صنعت بیمه و ضمانت مالی و تامین اعتبار

۶- انواع مشاغل تاسیساتی

۷- تعمیرکاری و خدمات پس از فروش

۸- صنایع دستی لوکس

۹- فراوری میوه

۱۰- موشن‌گرافی و طراحی تبلیغات الکترونیک

۱۱- طراحی و اجرای آبرسانی زیر سطحی کشاورزی

۱۲- سرمایه‌گذاری آب (انتقال، شیرین کردن، تصفیه و...)

۱۳- پزشک از راه دور

۱۴- صنعت نیروگاه‌های خانگی

۱۵- خدمات حقوقی دولت الکترونیک

۱۶- پیشخوان‌های سایبری دولت

۱۷- تبلیغات شبکه‌ای و فروش مجازی

۱۸- ناظر شبکه‌ی مشاغل بزرگ

۱۹- خدمات GIS

۲۰- خدمات پایش و احیای محیط زیست

- یکی از شاخصه‌های دیگر عصر ارتباطات، کوچک شدن و کم اثر شدن دولت‌هاست. بنابراین داشتن یک شغل دولتی نیز حاشیه امنی برای هیچکسی محسوب نمی‌شود.
- وقتی تا چند سال آینده بسیاری از وظایف ادارات دولتی و عمومی و بانک‌ها حذف می‌شوند، بی‌شک حدود دو-سوم مشاغل اداری دولتی و عمومی (شهرداری) در ده سال آینده به مخاطره می‌افتند.
- بنابراین اگر کسی برای آینده خود و فرزندانش اهمیت قائل است، حتی اگر در حال حاضر شغلی دارد، باید با آموزش مجدد خود یا سرمایه‌گذاری جدید به فکر کسب و کاری مطابق با شرایط جدید باشد.



## بازاریابی اینترنتی

آموزش بازاریابی اینترنتی یکی از مهمترین و شیرین ترین بخش راه اندازی کسب و کار اینترنتی است. اگر کسب و کار اینترنتی دارید و یا می خواهید راه اندازی کنید و در نهایت قصد کسب درآمد اینترنتی را دارید باید اصول بازاریابی اینترنتی را یاد بگیرید.

در این مقاله بازاریابی اینترنتی مرحله به مرحله ، بازاریابی آنلاین و دیجیتال مارکتینگ آموزش داده می شود با توجه به اینکه بسیاری از افراد بعد از راه اندازی کسب و کار اینترنتی مان نمی توانند به درآمد مناسبی برسند این است که اصول بازاریابی اینترنتی را رعایت نمی کنند .بازاریابی اینترنتی مهمترین وظیفه شماست.

اگر فروش مناسبی در اینترنت ندارید و یا نمی توانید به خوبی محصولات و خدماتتان را بفروشید این است که به درستی بر روی محصولات و خدماتتان بازاریابی نمی کنید.

خیلی از افراد در راه اندازی کسب و کار اینترنتی بعد از مدتی به این مشکل می خورند که چرا نمی توانند محصولات و خدماتشان را به درستی بفروشند. هرچقدر هم شما در اینترنت حضور داشته باشید اما نتوانید به درستی بر روی محصولات و خدماتتان بازاریابی انجام بدهید نمی توانید فروش مناسبی داشته باشید.

## چرا باید بازاریابی اینترنتی را یاد بگیریم؟

اگر قصد راه اندازی کسب و کار اینترنتی و کسب درآمد از اینترنت را داشته باشید باید اصول اینترنت مارکتینگ را به صورت کامل یاد بگیرید تا بتوانید محصولات و خدماتتان را در اینترنت بفروشید.

آموزش بازاریابی اینترنتی یکی از مهم‌ترین مهارت و تخصص‌هایی است که باید یاد بگیرید. خیلی از افراد وقتی کسب و کار اینترنتی‌شان را راه اندازی می‌کنند نمی‌توانند محصولات و خدماتشان را به سادگی بفروشند چون مهارت و تخصص در زمینه بازاریابی اینترنتی ندارد.

بحث بازاریابی اینترنتی بسیار جدی است. اگر می‌خواهید در کسب و کارهای اینترنتی موفق شوید و درآمدهای زیادی را کسب کنید باید اصول بازاریابی اینترنتی را رعایت کنید. یادگیری مباحث بازاریابی اینترنتی کار سخت و دشواری نیست فقط نیاز به زمان و یادگیری دارید. بعد از این که مباحث یاد گرفته شده را در کسب و کارتان پیاده سازی کنید کم کم نتایجی را خواهید گرفت که شما را متحیر می‌کند. شاه کلید اصلی برای موفق شدن در کسب و کارهای اینترنتی بازاریابی اینترنتی است.

.

# آموزش بازاریابی اینترنتی



بازاریابی اینترنتی چیست؟ بازاریابی اینترنتی به هر نوع فعالیتی که برای معرفی برند، محصولات و خدمات تان انجام می دهید تا بتوانید محصولات و خدماتتان را در اینترنت بفروشید را بازاریابی اینترنتی میگویند. تفاوت بازاریابی با بازاریابی اینترنتی این است که در بازاریابی اینترنتی شما از طریق اینترنت به صورت آنلاین محصولات و خدماتتان را به دیگران می فروشید.

اصلا فرقی نمی کند که چه محصولات و خدماتی دارید، محصولاتتان دانلود است یا فیزیکی، برای اینکه بتوانید در فروش محصولات و خدماتتان در اینترنت موفق شوید باید اصول بازاریابی اینترنتی یاد گرفته شود.

با وجود اینترنت و شبکه‌های اجتماعی فروش محصولات به صورت آنلاین مثل بیلبوردها و تابلوها و یا بروشورها کار بسیار سخت شده است. زیرا با وجود اینترنت و گوشی‌های موبایل بیشتر افراد در حال جستجو در شبکه‌های اجتماعی و یا اینترنت هستند. این یک موقعیت عالی برای کسانی است که می‌خواهند محصولات و خدماتشان را در دنیای اینترنت به صورت آنلاین به فروشند.

خیلی از افراد فکر می‌کنند فروش محصولات و خدمات در اینترنت غیر ممکن است و کسی حاضر نیست محصولی از طریق اینترنت خرید کند. افراد زیادی از من مشاوره می‌گیرند و به دلیل اینکه اصول بازاریابی اینترنتی را کامل نمی‌دانند و رعایت نمی‌کنند چون فروش خوبی ندارند فکر می‌کنند که اینترنت فضای مناسبی برای فروش محصولات و خدمات نیست.

اما اگر به اطرافمان نگاه کنیم می‌بینیم که بسیاری از کسب و کارها به سمت کسب و کارهای آنلاین و اینترنتی کشیده شده‌اند. مثل تاکسی‌های اینترنتی و یا فروشگاه‌های اینترنتی. به این نکته مهم توجه کنید که اگر کسب و کاری دارید اما از روش سنتی استفاده می‌کنید یک موقعیت پولساز را از دست داده‌اید. چون اغلب کسب و کارها به سمت کسب و کارهای اینترنتی و آنلاین کشیده شده‌اند و همین مورد باعث شده که بسیاری از افراد برای برطرف کردن نیازشان از اینترنت استفاده کنند.

در هر زمینه‌ای که فعالیت می‌کنید می‌توانید کسب و کار اینترنتی‌تان را راه‌اندازی کنید. به عنوان مثال اگر فروشنده کیف و کفش هستید می‌توانید با ساخت فروشگاه اینترنتی محصولات تان را به صورت اینترنتی در سراسر ایران بفروشید. پس قبل از اینکه وارد مباحث اصلی آموزش بازاریابی اینترنتی شوید

پیشنهاد می شود حتما کسب و کار اینترنتی خودتان را راه اندازی کنید. و اگر هم کسب و کار اینترنتی دارید می توانید مباحث آموزش بازاریابی اینترنتی را شروع کنید.

## چرا بازاریابی اینترنتی ؟



شاید اولین سوالی که پیش بیاید این باشد که چرا بازاریابی اینترنتی؟

همان طور که گفتیم با وجود اینترنت در دنیای مجازی اکثر کسب و کارها به سمت کسب و کارهای اینترنتی کشیده شده اند. امروز افراد زیادی هستند که از طریق کسب و کارهای اینترنتی و راه اندازی کسب و کار در خانه توانستیم به درآمدهای چند ده میلیونی و یا حتی چند صد میلیونی در ماه برسند.

شاید فکر کنید که رسیدن به چنین درآمد غیر ممکن است ولی با استفاده از بازاریابی اینترنتی و یادگیری مباحث آموزش دیجیتال مارکتینگ می توانید خیلی راحت به چنین فروشی دست پیدا کنید. کسب درآمد

بالای ۱۰۰ میلیون تومان در ماه با استفاده از بازاریابی اینترنتی غیرممکن نیست است و امکان پذیر است.

چنین درآمدهای زیادی فقط با استفاده از بازاریابی اینترنتی امکان پذیر است.

به این نکته توجه کنید که اگر تا به حال فروش مناسبی در اینترنت نداشته اید به این دلیل بوده که اصول

بازاریابی آنلاین را رعایت نکرده اید.

## آموزش بازاریابی اینترنتی قدم به قدم



## ۱- راه اندازی و ساخت وب سایت



اولین ابزار برای بازاریابی اینترنتی راه اندازی و ساخت سایت است. یکی از دلایلی که باعث می شود بسیاری از افراد در راه اندازی کسب و کار اینترنتی شان نتوانند به درآمدهای بالایی در ماه برسند و نتوانند محصولات و خدماتشان را در اینترنت بفروشند این است که برای کسب و کارشان سایت راه اندازی نکردند.

راه اندازی و ساخت سایت یکی از مهم ترین و کلیدی ترین ابزارها در بازاریابی اینترنتی است. اگر سایت ندارید انتظار نداشته باشید که می توانید به درآمدهای میلیونی زیادی در ماه برسید. خیلی از افراد ترس راه اندازی و ساخت وب سایت را دارند و فکر می کنند که راه اندازی سایت کار بسیار سخت و دشواری است در صورتی که اصلا اینطور نیست!

می توانید به شرکت های طراحی سایت مراجعه کنید تا برای شما سایت راه اندازی کنند.



## ۲- سئو سایت برای موتورهای جستجوگر (SEO)



سئو یا **SEO** به معنی بهینه سازی سایت برای موتورهای جستجوگر بخصوص گوگل است. در بازاریابی اینترنتی سئو مخفف کلمه **Search Engine Optimitation** است. بعد از اینکه سایت تان را راه اندازی کردید برای این که کاری کنید که مخاطبان و کاربران تان وارد سایت تان شود و شما را خیلی راحت پیدا کنند باید سایت تان را بهینه سازی کنید.

یکی از مهارت هایی که در آموزش بازاریابی اینترنتی باید یاد بگیرید و تسلط کافی پیدا کنید مبحث سئو و بهینه سازی سایت است.

مبحث سئو یکی از مباحث اصلی در بازاریابی اینترنتی است. بسیاری از افراد سایت دارند اما نمی توانند فروش خوبی داشته باشند این است که نمیدانند چگونه سایتشان را بهینه سازی و سئو کنند. اگر سایت

داشته باشید اما سایت تان را بهینه سازی نکنید هرگز نمی توانید کاری کنید که مخاطبان و کاربران تان شما را در اینترنت پیدا کنند.

پس مهمترین کاری که بعد از راه اندازی و ساخت سایت باید انجام دهید این است که سایت تان را بهینه سازی کنید.

سئو سایت شامل سه مرحله است:

۱. انتخاب کلمات کلیدی

۲. سئو داخلی یا **on page seo**

۳. سئو خارجی یا **off page seo**

۱- اولین مرحله برای بهینه سازی سایتتان، باید کلمات کلیدی مناسبی را برای سایت تان انتخاب کنید. کلمات کلیدی همان عباراتی هستند که مخاطبان و کاربران تان در گوگل و بقیه موتورهای جستجوگر تا نیازشان برطرف شود.

در هر حوزه که فعالیت میکنید باید بهترین کلمات کلیدی را پیدا کنید. راه و روش های زیادی برای انتخاب کلمات کلیدی وجود دارد.

۲- دومین مرحله در سئو و بهینه سازی سایت سئو داخلی یا **on page seo** است. منظور از سئو داخلی به مجموعه کارهایی که باید داخل سایت انجام دهید تا سایت تان برای گوگل و بقیه موتورهای

جستجوگر بهینه‌سازی شود را سئو داخلی می‌گویند. مثل تولید محتوای سئو شده، بهینه‌سازی تصاویر، انتخاب هاست مناسب، استفاده مناسب از تگ‌ها و...

۳- سومین مرحله در سئو سایت خارجی یا **off page seo** است. منظور از سئو خارجی به مجموعه کارهایی که باید خارج از سایت انجام دهید تا سایت تان برای موتورهای جستجوگر بهینه‌سازی شود را سئو خارجی می‌گویند مثل ساخت بک‌لینک در سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی.

وقتی سایت تان را بهینه‌سازی کنید باعث افزایش رتبه سایت در گوگل میشود وقتی در گوگل بهترین جایگاه را کسب کنید مخاطبان و کاربران زیادی وارد سایت تان می‌شوند همین موضوع تاثیر مستقیمی بر روی فروش سایت تان می‌گذارد.

### ۳- تولید محتوای حرفه ای برای سایت



یکی دیگر از مهمترین ابزارها در آموزش بازاریابی اینترنتی مبحث تولید محتوا است. تولید محتوا مهمترین وظیفه برای جذب مخاطبان و کاربران است.

البته بحث تولید محتوا با بهینه سازی سایت و سئو یک رابطه مستقیم دارد. یعنی بعد از اینکه محتوای حرفه ای برای سایتتان تولید کردید باید آن را سئو کنید. یعنی محتوایی که تولید می کنید باید تمام فاکتورها و اصول سئو در آن رعایت شده باشد تا بتوانید با استفاده از آن محتوا در نتایج اول گوگل دیده شوید.

برای تولید محتوای حرفه ای برای سایت اصلاً نیازی به خلق یک محتوا نیست. با جمع آوری اطلاعات از طریق اینترنت، کتاب ها، شبکه های اشتراک ویدیو و شبکه های اجتماعی می توانید باکیفیت ترین محتوا را برای سایتتان تولید کنید.

## ۴- آموزش بازاریابی اینترنتی با ایمیل مارکتینگ Email Marketing



یکی دیگر از روش های بازاریابی اینترنتی استفاده از سیستم ایمیل مارکتینگ است. راه اندازی سیستم ایمیل مارکتینگ بسیار مهم است. بسیاری از افراد فکر می کنند که سیستم ایمیل مارکتینگ در ایران جواب نمی دهد ولی سخت در اشتباه هستند. هنوز هم ایمیل مارکتینگ یکی از قدرتمندترین ابزارهای بازاریابی اینترنتی است که اگر سایتی دارید برای سایتتان سیستم ایمیل مارکتینگ راه اندازی کنید.

ممکن است ندانید که اصلا ایمیل مارکتینگ در بازاریابی اینترنتی چیست؟ . با استفاده از ابزار ایمیل مارکتینگ شما قادر خواهید بود که ایمیل مخاطبان تان را جمع آوری کنید و با برگزاری کمپین ها و ارسال محتوای رایگان با کیفیت مخاطبانتان را جذب کسب و کارتان کنید تا به شما اعتماد کنند.

ایمیل مارکتینگ بهترین ابزار بازاریابی اینترنتی برای افزایش فروش سایت بدون تبلیغات و حتی نمایش در گوگل است. یعنی اگر بخواهید با استفاده از سیستم ایمیل مارکتینگ محصولات و خدماتتان را

بفروشید اصلاً نیازی به این نیست که حتماً در نتایج اول گوگل قرار گرفته باشید. با استفاده از سیستم ایمیل مارکتینگ خیلی ساده و سریع می‌توانید فروش سایت تان را ده‌ها برابر افزایش دهید.

یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های سرویس‌های ایمیل مارکتینگ این است که قابلیت اتوماسیون کردن ایمیل را دارد. یعنی شما می‌توانید به صورت کاملاً اتوماتیک به کاربران تان ایمیل ارسال کنید. با برگزاری کمپین‌های اتوماتیک می‌توانید فروش سایت تان را چندین و چند برابر افزایش دهید.

برای استفاده از ایمیل مارکتینگ فقط باید کاری کنید که کاربران تان وارد سایت تان شوند و ایمیل شان را وارد کنند. دریافت ایمیل کاربران به تنهایی کار سخت و دشواری است اما راه‌های بسیار ساده‌ای وجود دارد که می‌توانید ایمیل کاربران تان را خیلی ساده بگیرید.

ساده‌ترین راه برای دریافت ایمیل کاربران تان دادن هدیه رایگان به آنهاست. برای این کار باید یک صفحه یا لندینگ پیج داخل سایتتان راه‌اندازی کنید و به سرویس‌های ایمیل مارکتینگ متصل کنید. برای گرفتن و دریافت ایمیل کاربران بهترین راه دادن یک هدیه رایگان است که می‌تواند یک کتاب، دوره آموزشی، فایل صوتی و ویدیویی باشد. از کاربران تان بخواهید که ایمیلشان را در صفحه لندینگ پیج وارد کنند و برای آنها هدیه‌ای که قرار دادین را ارسال کنید.

بعد از این که کسی ایمیل را وارد کرد به صورت اتوماتیک فایل هدیه به ایمیلش ارسال میشود. بعد از اینکه ایمیل مخاطبانتان را دریافت کردید می‌توانید به صورت هفتگی برای آنها محتواهای رایگان سایتتان را به صورت کاملاً اتوماتیک بفرستید. این کار باعث اعتمادسازی بین مخاطبان تان می‌شود. به این نکته

توجه کنید تا مخاطبان و کاربران تان تا به شما اعتماد نکنند هرگز از سایت شما محصولی را خرید نمی کنند. برای اعتماد سازی بهترین کار این است که با کاربران سایت تان در ارتباط باشید.

## راه اندازی کمپین ایمیل مارکتینگ برای ارتباط با کاربران



در بازاریابی اینترنتی برای دریافت ایمیل کاربران تان باید پیشنهاد های رایگان به مخاطبان تان بدهید. ارائه پیشنهاد رایگان یا محصول رایگان به ازای دریافت ایمیل یکی از راه های جذب ایمیل کاربران تان است.

از ساده ترین کارهایی که می توانید انجام دهید در هر حوزه ای که فعالیت میکنید این است که یک کتاب pdf در زمینه کسب و کارتان بنویسید و به مخاطبان و کاربرانی که وارد سایتتان می شوند به آنها

پیشنهاد دهید که این کتاب را دریافت کنند و برای دریافت این کتاب از آنها بخواهید که ایمیلشان را وارد کنند. این کار یکی از ساده ترین کارهایی است که می توانید انجام دهید.

سعی کنید از پیشنهاد های ترغیب کننده استفاده کنید تا مخاطبان و کاربران حاضر شوند ایمیل شان را وارد کنند. برای راه اندازی ایمیل مارکتینگ داخله سایتتان سایت های زیادی هستند که این خدمات را ارائه می کنند.



## ۵- بازاریابی محتوا Content Marketing



بازاریابی محتوا یا کانتنت مارکتینگ یکی از روش های کاملا رایگان بازاریابی اینترنتی محسوب می شود. بازاریابی محتوا با تولید محتوا یک رابطه مستقیم دارد. در تولید محتوا شما برای سایتتان محتوا تولید می کنید اما با بازاریابی محتوا سعی می کنید که با استفاده از محتوای که تولید کردید کاربرانی که وارد سایت تان می شوند را به مشتری تبدیل کنید یا آنها را وادار به انجام کاری داخل سایت تان کنید. بازاریابی محتوا یک استراتژی بسیار قدرتمند از بازاریابی اینترنتی است. با استفاده از این مدل بازاریابی اینترنتی شما مخاطبان و کاربران زیادی را وادار به انجام کاری در سایت تان می کنید. به عنوان مثال از آنها می خواهید که داخل محصولاتان شرکت کنند یا ایمیل شان را برای دریافت هدیه رایگان وارد کنند.

در بازاریابی محتوا برای اینکه بهترین نتیجه را بگیرید در هر حوزه ای که فعالیت میکنید باید مشکلات و نیازهای کاربران تان را پیدا کنید و در آن زمینه شروع به تولید محتوای حرفه‌ای و هدفمند کنید. اگر محتوایی که تولید می کنید هدفمند باشد و با استفاده از بازاریابی محتوا بتوانید نیاز مخاطبان تان را برطرف کنید مطمئن باشید که آنها به شما اعتماد خواهند کرد و با اعتماد کردن مخاطبان تان به شما خیلی ساده تر می توانیم محصولات و خدماتتان را بفروشید.

با استفاده از بازاریابی محتوا و تولید محتوای هدفمند می توانید به صورت نامحدود مخاطبان و کاربران زیادی را وارد سایت تان کنید و از آنها بخواهید که اقدامی را انجام بدهند. بحث بازاریابی محتوا یا کانتنت مارکتینگ را در بازاریابی اینترنتی بسیار جدی بگیرید زیرا این روش یکی از بهترین و رایگان ترین روش هاست.

وقتی در راستای نیاز و مشکلات مخاطبانتان شروع به تولید محتوا کنید و از تکنیک های بازاریابی محتوا استفاده کنید تا نیاز مخاطبان تان حل شود باعث می شود افرادی که وارد سایت تان می شوند یک حس وفاداری نسبت به شما پیدا کنند و به شما و کسب و کارتان اعتماد کنند و در نهایت محصولتان را تهیه کنند.

## ۶- بازاریابی اینترنتی با شبکه های اجتماعی



یکی دیگر از روش های بازاریابی اینترنتی ، بازاریابی در شبکه های اجتماعی است. بسیاری از افراد در شبکه های اجتماعی مثل ایتا، اینستاگرام، تلگرام فعالیت می کنند. کمتر کسی را می بینید که در شبکه های اجتماعی حضور ندارد. با توجه به محبوبیت یکسری از شبکه های اجتماعی در ایران و یا حتی دنیا فعالیت در شبکه های اجتماعی می تواند بسیار تاثیرات مثبتی بر روی کسب و کارتان بگذارد. شبکه های اجتماعی سریع ترین روند گسترش را در تاریخ جهان داشته اند. با توجه به حضور بسیاری از افراد در شبکه های اجتماعی این کار باعث شده که خیلی ساده تر بتوانید کسب و کارتان را رشد دهید. شبکه های اجتماعی زیادی وجود دارند که می توانید در آن ها فعالیت کنید و فعالیت تان را شروع کنید.

در هر زمینه ای که فعالیت میکنید میتوانید یک پیج اینستاگرام برای کسب و کارتان را راه اندازی کنید و شروع به تولید محتوای جذاب در اینستاگرام کنید.

البته علاوه بر اینستاگرام می توانید در شبکه های اجتماعی مثل تلگرام، توئیتر هم فعالیت تان را شروع کنید. مطمئن باشید با تولید محتوای جذاب داخل شبکه های اجتماعی تان بعد از مدتی می توانید ترافیکی زیادی را برای کسب و کارتان جذب کنید.

## ۷- کپی رایتینگ و تبلیغ نویسی



یکی دیگر از ابزارهای بسیار قدرتمند در بازاریابی اینترنتی تبلیغ نویسی یا کپی رایتینگ است. آموزش بازاریابی اینترنتی و یادگیری تبلیغ نویسی می تواند یکی از مهارت های مهم می باشد که بتوانید فروش محصولاتتان را در اینترنت افزایش بدهید.

یکی از دلایلی که باعث می شود فروش محصولاتتان پایین باشد این است که تبلیغ نویسی صفحه محصولتان ضعیف است. در حقیقت صفحه محصول مانند فروشنده عمل میکند. وب سایت های زیادی

وجود دارد که ورودی های بسیار زیادی دارند اما فروش محصولاتشان بسیار کم است. با بررسی این وبسایت ها مشخص می شود که تبلیغ نویسی صفحه محصول ضعیفی دارند.

اگر صاحب کسب و کاری که هستید که محصول و خدماتی را می فروشید باید در زمینه تبلیغ نویسی مهارت زیادی را کسب کنید. بهترین راه برای یادگیری حرفه ای تبلیغ نویسی و کپی رایتینگ بررسی تبلیغات سایت های پر فروش است. چنین سایتهایی را پیدا کنید و صفحه محصولاتشان را کامل بررسی کنید.

## ۸- تبلیغات گوگل google adwors



یکی دیگر از روش های بازاریابی اینترنتی تبلیغات گوگل یا **google adwors** است. البته این روش یک روش پولی برای بازاریابی اینترنتی است که در این روش ممکن است هزینه های زیادی را به گوگل بدهید.

در این روش از بازاریابی اینترنتی برای اینکه به نتایج اول گوگل برسید به گوگل پول می دهید تا شما را در کلمات کلیدی مدنظرتان به نتایج اول گوگل بیاورد.

البته ماندگاری در نتایج اول گوگل با استفاده از این روش همیشگی نیست و بعد از اینکه شارژ گوگل ادوردزتان به پایان رسید گوگل شما را به جایگاه قبلیتان میبرد.

برای همین است که توصیه می شود به جای استفاده از گوگل ادوردز از سئو و بهینه سازی سایت استفاده کنید و سایت تان را برای موتورهای جستجو بهینه سازی کنید تا به صورت کاملاً رایگان در نتایج اول گوگل دیده شوید.

## ۹- ویدیو مارکتینگ (video marketing)



یکی دیگر از قدرتمند ترین روش های بازاریابی اینترنتی ، بازاریابی اینترنتی به روش ویدیو مارکتینگ است. همانطور که میدانید ویدیو تاثیرگذاری بیشتری نسبت به محتوای متنی دارد.

اگر در هر زمینه ای که فعالیت می کنید می توانید با تولید ویدیو حرفه ای مخاطبان و کاربران زیادی را جذب کسب و کارتان کنید.

متن تاثیر گذاری ویديو نسبت به بقيه فرمت ها مثل فرمت های متنی و صوتی بسیار بیشتر است. تولید ویديو اصلاً کار سخت و دشواری نیست و می توانید در زمینه کاریتان ویديو های متنوع و گوناگون تولید کنید.

وقتی اسم تولید ویديو می آید بسیاری از افراد فکر می کنند که حتماً باید از تجهیزات حرفه ای استفاده کنند. ولی واقعاً اینطور نیست! برای تولید ویديو اصلاً نیازی به دوربین های حرفه ای نیست. با همین گوشی موبایل هم می توان ویديوهای حرفه ای و درجه یک تولید کرد.

تنها وسایل مورد نیاز برای تولید یک ویديو حرفه ای تنها یک موبایل و یک سه پایه است. با همین امکانات ساده می توانید ویديوهای در حد استودیو های حرفه ای تولید کنید. شاید در ابتدا صحبت کردن جلوی دوربین برایتان کمی سخت و دشوار باشد اما به مرور زمان اگر چندین ویديو جلوی دوربین ضبط کنید این کار برای شما بسیار ساده می شود.

حتماً ویديوهایی که تولید می کنید را در شبکه های اشتراک ویدئو مثل یوتیوب، آپارات، نماشا، تماشا و... به اشتراک بگذارید. این کار باعث می شود ترافیک زیادی را به صورت کاملاً رایگان از شبکه های اشتراک ویديو دریافت کنید. بحث تولید محتوای ویدیویی را بسیار جدی بگیرید و سعی کنید در هر زمینه که فعالیت میکنید ویديو های متنوع حوزه کسب و کارتان تولید کنید.