



بهترین روش‌های دیجیتال مارکتینگ (بازاریابی
دیجیتال) کدامند؟

دیجیتال مارکتینگ یا بازاریابی دیجیتال، یکی از اصطلاحاتی است که اکثر ما فکر می‌کنیم معنی آن را به خوبی می‌شناسیم اما زمانی که می‌خواهیم آن را توضیح دهیم، دچار دردسر می‌شویم. وجود تعریف‌های متعدد باعث سردرگمی در فهم این موضوع شده است. بنابراین اگر می‌خواهید بدانید که دیجیتال مارکتینگ چیست و انواع مفید آن کدامند، مقاله ما را تا انتها دنبال کنید. در این مقاله هرچیزی که نیاز است درباره دیجیتال مارکتینگ بدانید، برای شما شرح داده می‌شود.

دیجیتال مارکتینگ چیست؟

روش‌های بازاریابی دیجیتال مانند بهینه‌سازی موتورهای جستجو (SEO)، بازاریابی موتورهای جستجو (SEM)، بازاریابی محتوا، بازاریابی تأثیرگذار یا اینفلوئنسر مارکتینگ، بازاریابی داده محور، بازاریابی رسانه‌های اجتماعی، بازاریابی ایمیلی، تبلیغات ویدئویی و خیلی از موارد دیگر به خوبی جای خود را در میان انواع روش‌های بازاریابی و مارکتینگ یافته‌اند. در واقع، دیجیتال مارکتینگ، بازاریابی محصولات یا خدمات با استفاده از فناوری‌های دیجیتال، عمدتاً در فضای وب و همچنین با تلفن‌های همراه، تبلیغات تلویزیونی و هر رسانه دیجیتال دیگر است. بازاریابی دیجیتال یک اصطلاح عمومی است که به تکنیک‌های تبلیغاتی مختلف و متفاوت برای دستیابی به مشتریان از طریق فناوری‌های دیجیتالی اشاره دارد. این بازاریابی خود را به اینترنت محدود نمی‌کند و همین موضوع باعث تفاوتش نسبت به بازاریابی اینترنتی می‌شود.

این بازاریابی از دهه ۱۹۹۰ و ۲۰۰۰ به گونه‌ای تغییر کرده است که برندها و کسب‌وکارها از ابزارهای گوناگون تکنولوژیک برای بازاریابی استفاده می‌کنند.

سیستم عامل‌های دیجیتال به‌گونه‌ای در زندگی روزمره گنجانده شده‌اند و مورد استقبال مردم قرار گرفته‌اند که به مرور زمان بازاریابی دیجیتال شایع‌تر و کارآمدتر نیز خواهد شد.



انواع دیجیتال مارکتینگ کدام است؟

بازاریابی دیجیتال انواع مختلفی دارد که ما در این مقاله چند نوع شناخته‌شده‌تر آن را به شما معرفی می‌کنیم:

۱- بیلبردهای تبلیغاتی

بیلبردهای تبلیغاتی یکی از انواع دیجیتال مارکتینگ هستند که در هر نقطه کشور می‌توانید آنها را ببینید. شاید روزانه با بیشتر از ۱۰۰ نمونه از این تبلیغات روبه‌رو شوید اما تنها تعداد محدودی در خاطر شما می‌مانند. تبلیغات بیلبوردی می‌تواند نسبتاً ارزان باشد، البته قیمت آنها با توجه به محل و اندازه آنها متفاوت است.

در تبلیغات بیلبوردی باید به این نکته توجه کنید که افراد پیاده یا سوار بر ماشین، سریع از خیابان‌ها رد می‌شوند، بنابراین اگر بیلبوردها نوشته‌های زیادی داشته باشند، خواندن آنها بسیار دشوار خواهد بود. با توجه به این موضوع، اطلاعات روی بیلبوردها باید مختصر و مفید باشد و خوانندگان را تشویق کند که به دنبال اطلاعات بیشتری بروند.

۲- تبلیغات تلویزیونی

با وجود اینکه روش‌های تبلیغات بسیار زیادی وجود دارد اما کسب‌وکارهای بسیاری، تبلیغات تلویزیونی را مفید می‌دانند و معتقد هستند که این نوع تبلیغات می‌تواند بسیار مؤثر و کارآمد باشد. یک تبلیغ تلویزیونی، میان یک برنامه یا سریال پر بیننده، می‌تواند نظر افراد بسیاری را در سراسر کشور به خود جلب کند. هزینه تبلیغات تلویزیونی در مقایسه با سایر انواع تبلیغات بیشتر است، در عوض می‌تواند بسیار موثرتر عمل کند. اغلب تبلیغات تلویزیونی چیزی حدود ۱۵ تا ۶۰ ثانیه زمان می‌برند. این مدت زمان بر پایه یک دلیل بزرگ تعیین شده است و آن هم این است که تبلیغ در این زمان کوتاه می‌تواند اطلاعات لازم را به بینندگان منتقل کند و باعث خستگی و بی‌حوصلگی بیننده نشود.

۳- تبلیغات ماهواره‌ای

رونق کانال‌های ماهواره‌ای در کشور نیز نقش مهمی در محبوبیت تلویزیون ایفا کرده است. مردم می‌توانند برنامه‌های مورد علاقه خود را به زبان‌های محلی خود تماشا کنند.

رقابت سرسخت بین کانال‌ها، موجب بروز انقلابی بزرگ در دنیای تبلیغات شد، چرا که هزینه تبلیغات در آن نسبت به تلویزیون بسیار کمتر است. بنابراین، اکنون صاحبان کسب‌وکارهای کوچک نیز می‌توانند از طریق این رسانه، تبلیغات خود را پخش کنند و به موفقیت دست یابند.

۴- تبلیغات رادیویی

تبلیغات رادیویی، هنوز هم جایگاه خود را حفظ کرده‌اند. در این تبلیغات، باید بدانید که شنونده در چه زمانی و به چه دلیل به تبلیغات رادیویی گوش می‌دهد. با دانستن این موضوع می‌توانید تبلیغ رادیویی مفیدتری تولید کنید. درست است که در تبلیغات رادیویی نمی‌توان با استفاده از تصاویر، بر روی مخاطب تأثیر گذاشت اما این امر به هیچ عنوان از اهمیت و تأثیر این نوع تبلیغ نمی‌کاهد. در تبلیغات رادیویی باید بتوان با استفاده از متن آگهی بسیار گیرا و تأثیرگذار، کاری کرد که شنونده در ذهن خود، محصول یا خدمات تبلیغ شده را تجسم کند. یکی از مهم‌ترین مسائل در تبلیغات رادیویی این است که باید مخاطب خود را خوب بشناسید و بدانید که با چه لحنی و چه کلماتی با او صحبت کنید تا به تبلیغات شما جذب شود و بتواند آن را تجسم کند.

۵- بازاریابی آنلاین

بازاریابی دیجیتال به دو شکل آنلاین و آفلاین صورت می‌گیرد. فعالیت‌ها و تبلیغاتی که با استفاده از اینترنت انجام می‌شوند، در بخش بازاریابی آنلاین قرار می‌گیرند. اگر بخواهیم به زبان ساده بازاریابی آنلاین را تعریف کنیم، می‌توانیم بگوییم که بازاریابی آنلاین، به ایجاد ارتباط با مشتری با استفاده از

بازار آنلاین گفته می‌شود. این نوع بازاریابی برای افزایش آگاهی از کسب‌وکار خاص، تولید محصولات و یافتن مشتری‌های جدید مورد استفاده قرار می‌گیرد. بازاریابی آنلاین دارای مزایایی از قبیل برقراری ارتباط مؤثر با مشتری، تجزیه و تحلیل داده‌ها، کاهش قیمت تبلیغات، انعطاف‌پذیری و موارد دیگری است. در ادامه انواع بازاریابی آنلاین را برای شما شرح می‌دهیم:

۱- بازاریابی رسانه‌های اجتماعی

اولین بازاریابی دیجیتالی که می‌خواهیم به شما معرفی کنیم، بازاریابی رسانه‌های اجتماعی است. رسانه‌های اجتماعی توانسته‌اند بالاترین امتیاز را به خود اختصاص دهند و در جایگاه اول لیست ما قرار بگیرند. بازاریابی رسانه‌های اجتماعی، به معنای استفاده از پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی و وبسایت‌ها برای ارتقاء یک محصول یا خدمات است.

به بیان ساده‌تر، تمامی عکس‌ها و ویدئوها و در کل اطلاعات به اشتراک گذاشته شده با فالوورها، طرفداران، دوستان، شرکا یا رقبا در پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی، با هدف ارتقاء محصولات و خدمات، بخشی از بازاریابی دیجیتال است. در اصل، بازاریابی رسانه‌های اجتماعی، استفاده هدفمند از این رسانه‌ها برای افزایش آگاهی از نام تجاری یا محصولات و خدمات یک کسب‌وکار است.

توجه داشته باشید که برای موفقیت در بازاریابی رسانه‌های اجتماعی، شما باید شبکه اجتماعی که می‌خواهید برای بازاریابی کسب‌وکار خود استفاده کنید را به طور کامل بشناسید و طرز کار با آن را بدانید. هر شبکه اجتماعی دارای ویژگی‌های منحصر به فرد، شیوه ارتباطی و محتوایی خاص خود است. بعضی از شبکه‌های اجتماعی برای وضعیت، محصول و محتوای شما بسیار مناسب

هستند اما ممکن است برخی از این شبکه‌ها به هیچ عنوان مناسب کسب و کار شما نباشند. بنابراین، باید مراقب باشید و پس از تحقیق گسترده در مورد این شبکه‌ها، شبکه اجتماعی مناسب خود را انتخاب کنید.

۲- بازاریابی محتوا

به هنر استفاده از داستان‌سرایی و ارائه اطلاعات ارزشمند جهت افزایش آگاهی از برند، با هدف جذب مخاطب و سودآوری، بازاریابی محتوا می‌گویند. بازاریابی محتوا به شدت به توزیع محتوا وابسته است. هدف بازاریابی محتوا، ایجاد ارتباط با مشتریان بالقوه و همراه شدن با آنها است، نه اینکه صرفاً یک تبلیغ باشد و به هیچ عنوان قصد گول زدن مخاطب را ندارد. لازمه این بازاریابی، تولید محتوا به صورت استاندارد و حرفه‌ای است که خود به دو دسته زیر تقسیم می‌شود:

۱- تولید محتوا سایت

۲- تولید محتوا شبکه‌های اجتماعی

۳- بهینه‌سازی موتور جستجو (SEO)

SEO روند بهینه‌سازی وبسایت است و هدفش این است که یک وبسایت خاص، در نتایج موتورهای جستجوگر مانند گوگل نشان داده شود. موتورهای جستجو تصمیم می‌گیرند که کدام وبسایت‌ها را برای عبارت موردنظر نشان دهند. این امر بر اساس لینک‌هایی که به این وبسایت‌ها اشاره دارند و کلمات کلیدی ذکر شده در آنها خواهد بود.

این امر بدین معنا است که وبسایت‌ها می‌توانند با استفاده از کلمات کلیدی و لینک‌های مناسب، امتیاز خوبی به خود اختصاص دهند و رتبه الکسا خود را تا حد زیادی کاهش دهند.

۴- بازاریابی موتورهای جستجو (SEM)

در حالی که SEO، روند دریافت امتیاز و نشان دادن وبسایت‌ها بر اساس امتیاز آنها بدون پرداخت هرگونه مبلغی به موتورهای جستجو را توصیف می‌کند، SEM به مبلغ پرداختی به موتورهای جستجو برای نشان دادن یک وبسایت با توجه به کلمه کلیدی خاص، اشاره دارد. در SEM، بازاریاب معمولاً مبلغ از پیش تعیین شده‌ای را برای نشان دادن پیام بازاریابی در قسمت‌های مختلف در نتایج جستجو برای کلمات کلیدی یا عبارات مشخص، به موتور جستجو می‌پردازد.

۵- تبلیغات کلیک یا پرداخت به ازای هر کلیک (PPC)

در این نوع تبلیغ، بازاریاب به ازای هر کلیک بر روی لینک مربوط به وبسایت خود باید مبلغی را پرداخت کند. به غیر از موتورهای جستجو، تقریباً تمام شبکه‌های اجتماعی فرصت پرداخت به ازای هر کلیک را به کاربران خود ارائه می‌دهند. توجه داشته باشید که بسیاری از این فعالیت‌ها را نمی‌توان به راحتی جدا کرد. خطوط بین انواع مختلف بازاریابی دیجیتال (آنلاین) اغلب مبهم هستند.

۶- بازاریابی وابسته

بازاریابی وابسته یک نوع بازاریابی دیجیتال مبتنی بر عملکرد است. در مقایسه با تبلیغات پرداخت به ازای هر کلیک، تبلیغ کننده به ازای هر کلیک بر روی لینک وبسایت خود، مبلغی را پرداخت نمی کند، بلکه صاحب کسب و کار تنها، مبلغی را به عنوان کمیسیون پرداخت می کند. نرخ این نوع بازاریابی در مقایسه با PPC معمولاً بیشتر است اما ریسک آن خیلی کمتر است چرا که صاحبان کسب و کار تنها در صورتی باید مبلغی را پرداخت کنند که محصولاتشان به فروش برسد. این بدان معنی است که وبلاگ نویسان و صاحبان وبسایت های پر بازدید، محصولات و خدمات سایر کسب و کارها را در وبسایت خود تبلیغ می کنند و اگر بتوانند خریداران را به خرید از کسب و کار مورد نظر خود متقاعد کنند، از صاحبان این کسب و کار مبلغی را به عنوان حق کمیسیون دریافت می کنند.

۷- بازاریابی ایمیلی یا ایمیل مارکتینگ

بازاریابی ایمیلی یکی از بهترین کانال های بازاریابی است. با ارسال منظم به روزرسانی ها به مشترکین خود، می توانید با آنها ارتباط برقرار کنید و این ارتباط را پرورش دهید. با استفاده از این نوع بازاریابی شما می توانید اعتماد افراد را به دست آورید. در نهایت درصد زیادی از مخاطبان را به مشتریان وفادار خود تبدیل کنید.

توجه داشته باشید که بازاریابی ایمیلی فراتر از بمباران کردن مخاطبان با پیام‌های تبلیغاتی است. بهترین نتایج از بازاریابی ایمیلی را می‌توانید با به دست آوردن ایمیل مخاطبان، برقراری ارتباط و پرورش دادن این ارتباط به مرور زمان کسب کنید. در نهایت، لیست ایمیل شما به راحتی می‌تواند به بهترین دارایی بازاریابی دیجیتال شما تبدیل شود.



۸- روابط عمومی آنلاین (Online PR)

روابط عمومی آنلاین بسیار شبیه به روابط عمومی سنتی است و به تأثیر گذاشتن بر روی مردم تمرکز می‌کند. تأثیر آن می‌تواند منجر به یک داستان در مجله، روزنامه یا وبلاگ شود. به طور معمول هنگامی که مردم در مورد روابط عمومی سنتی صحبت می‌کنند، به رسانه‌های سنتی مانند: روزنامه‌ها، تلویزیون، رادیو و مجلات اشاره دارند.

با وجود روابط عمومی آنلاین، برندهای رسانه‌های سنتی هنوز هم ممکن است مورد استفاده قرار گیرند. روابط عمومی آنلاین به رسانه‌های آنلاین، همراه با مجموعه‌ای از سیستم عامل‌ها و شبکه‌های دیگر (از موتورهای جستجو گرفته تا رسانه‌های اجتماعی)، اشاره دارد. این رویکرد آنلاین، بر روی موارد زیر تأثیر می‌گذارد:

- نویسندگان سنتی (درست مثل روابط عمومی سنتی)
- وبلاگ نویسان: شخصی و حرفه‌ای
- وبسایت‌ها
- کاربران توییتر (بر اساس دوستان و علاقه‌مندی‌های آنها)
- کاربران رسانه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام
- سازمان‌ها
- موتورهای جستجوگر

۹- اتوماسیون بازاریابی

اتوماسیون بازاریابی، به نرم‌افزارهایی اطلاق می‌شود که هدف آنها خودکارسازی اقدامات بازاریابی است. بسیاری از بخش‌های بازاریابی باید کارهای تکراری مانند فرستادن ایمیل، رسانه‌های اجتماعی و سایر فعالیت‌های وبسایت‌ها را خودکار کنند. تکنولوژی اتوماسیون بازاریابی، این وظایف را ساده‌تر می‌کند.

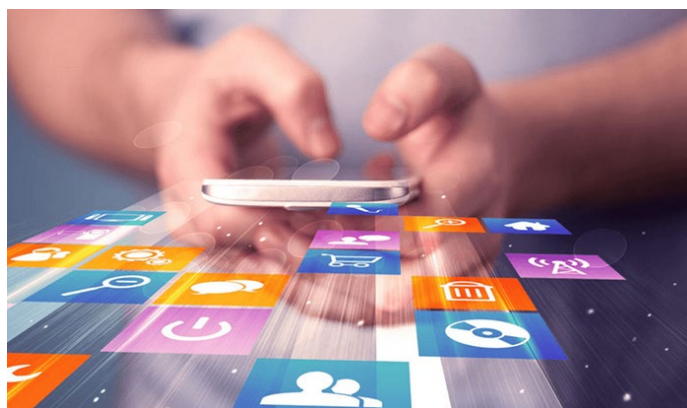
استفاده از یک پلتفرم اتوماسیون بازاریابی برای ساده‌کردن فروش و بازاریابی سازمان‌ها با جایگزین کردن فرآیندهای دستی لمسی، تکراری با راه‌حل‌های خودکار است.

اتوماسیون بازاریابی یک پلتفرم است که بازاریابان برای برنامه‌ریزی، هماهنگی، مدیریت و اندازه‌گیری تمام کمپین‌های بازاریابی خود، چه آنلاین و چه آفلاین از آن استفاده می‌کنند.

۱۰- تبلیغات تلفن همراه

با توجه به موارد بیان شده، بسیاری از انواع بازاریابی دیجیتال می‌توانند بر روی تلفن همراه شما انجام شوند. احتمالاً از ایمیل، اینستاگرام و گوگل بر روی تلفن همراه خود استفاده می‌کنید. با این وجود، انواع دیگری از بازاریابی بر روی موبایل وجود دارند که در هیچ یک از این دسته‌بندی‌ها جای نمی‌گیرند. به عنوان مثال، تبلیغات پیامکی (SMS) مدت‌ها است که مورد استفاده کسب‌وکارهای بسیاری قرار می‌گیرد. با این وجود که تکنولوژی‌هایی مانند بلوتوث وجود دارند و می‌توانند بسیار کارآمد باشند اما هنوز هم بسیار مورد توجه قرار نگرفته‌اند.

اکنون با ۱۰ نوع بسیار کارآمد بازاریابی دیجیتال آشنا شده‌اید و می‌دانید که چطور می‌توانید به کسب‌وکار خود رونق ببخشید. با این حال، آیا فکر می‌کنید خودتان می‌توانید کار بازاریابی دیجیتال کسب‌وکار خود را انجام دهید؟ شاید پاسخ‌تان مثبت باشد و شاید منفی. اگر فکر می‌کنید پاسخ‌تان به این سؤال منفی است، با اختصاص دادن زمانی برای مشاوره، خیلی راحت بازاریابی دیجیتال مناسب کسب‌وکار خود را انتخاب کنید و هر چه سریع‌تر آن را راه بیاندازید.



مزایای بازاریابی آنلاین

حال که مطالب بالا را خواندید و تا حدودی با این بازاریابی و انواع آن آشنا شدید، نوبت به این رسیده که از خود پرسید:

۱- چرا بازاریابی دیجیتال تا این اندازه مهم تلقی می‌شود؟

۲- چرا هر کسب‌وکاری برای موفقیت باید به سراغ بازاریابی دیجیتال برود؟

در این قسمت خواهیم در مورد مزایای بازاریابی دیجیتال و دلایل اهمیت آن صحبت کنیم. با ما همراه باشید و ۱۰ مزیت بازاریابی دیجیتال را بشناسید.

• بازاریابی دیجیتال، قوی‌ترین شکل بازاریابی است.

بازاریابی دیجیتال، پتانسیل این را دارد که همه‌چیز را به نفع شما تغییر دهد و بتوانید به مشتریان بالقوه خود دست پیدا کنید و با آنها در تعامل باشید. همانطور که خودتان می‌بینید، اینستاگرام به یکی از محبوب‌ترین‌های حال حاضر تبدیل شده و کسب‌وکارهای زیادی محصولات و خدمات خود را در آن تبلیغ می‌کنند و از این طریق رونق زیادی به کار خود بخشیده‌اند. با استفاده از استراتژی‌های مناسب و اجرای مؤثر، کسب‌وکارهای کوچک می‌توانند در عرض چند ماه، موفقیت‌های چشمگیری به دست آورند.

• استفاده از تاکتیک‌های بازاریابی دیجیتال، ارزان‌ترین راه برای موفقیت در کسب‌وکار شما است.

یکی از مهم‌ترین مزایای بازاریابی دیجیتال این است که این روش ارزان‌ترین راه برای تبلیغ و فروش محصولات شما است. هنگامی که در مورد بازاریابی سنتی صحبت می‌کنیم، رقابت کسب‌وکارهای کوچک با بودجه‌های محدود با

کسب و کارهای بزرگ‌تر بسیار دشوار خواهد بود. البته با تاکتیک‌های بازاریابی دیجیتال مقرون به صرفه، کسب و کارهای کوچک می‌توانند بودجه خود را پس‌انداز کنند و با هزینه بسیار کم، به تبلیغ کار خود بپردازند. تصور کنید که یک کسب و کار کوچک می‌تواند بیش از ۱۰۰۰ نفر را با مبلغی ناچیز و با استفاده از رسانه‌های اجتماعی و طراحی سایت اختصاصی، به سمت محصولات و خدمات خود جذب کند. در حالی که اگر بخواهد از روش‌های سنتی استفاده کند، برای جذب همین تعداد مشتری باید مبلغی سه برابر یا حتی چهار و پنج برابر هزینه بازاریابی دیجیتال پرداخت کند. گرچه تاکتیک‌های بازاریابی سنتی اغلب با هزینه‌های پنهان مختلفی همراه است، تنها هزینه قابل توجه و پراهمیت برای بازاریابی دیجیتال، زمان است. SEO، بازاریابی محتوا و مشارکت در رسانه‌های اجتماعی در صرفه جویی در زمان نیز به صاحبان کسب و کارها کمک می‌کنند. با این حال، هنوز هم تاکتیک‌های بازاریابی دیجیتال، مانند پرداخت به ازای هر کلیک و تبلیغات در رسانه‌های اجتماعی وجود دارد که می‌توانند نتایج بهتر و سریع‌تری تولید کنند.

• بازاریابی دیجیتال نوع قابل اندازه‌گیری بازاریابی است.

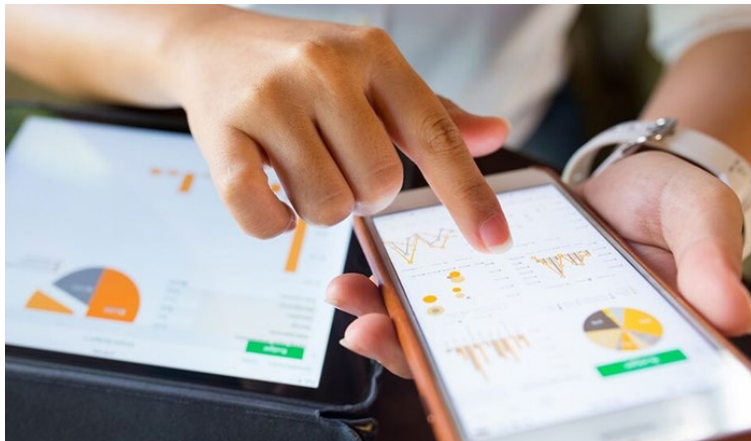
از کجا متوجه می‌شوید که آیا بازاریابی شما مؤثر است یا خیر؟ تنها راه اطلاع از این موضوع این است که در طول زمان، درصد موفقیت خود را اندازه‌گیری کنید. در حالی که اندازه‌گیری موفقیت یک بازاریابی سنتی بسیار دشوار است، شما می‌توانید موفقیت هر تاکتیک دیجیتال مارکتینگ را

مورد اندازه گیری قرار دهید. این گزینه یکی از مهم‌ترین مزیت‌هایی است که می‌تواند شما را متقاعد کند در بازاریابی دیجیتال، سرمایه‌گذاری کنید.

تجزیه و تحلیل بازاریابی دیجیتال به شما کمک می‌کند تا متوجه شوید که آیا بازاریابی انتخابی شما، مؤثر است یا خیر. با اندازه‌گیری بازاریابی دیجیتال خود در زمان واقعی، می‌توانید ببینید که کدام تاکتیک‌ها مؤثر هستند و کدام یک به درد کسب‌وکار شما نمی‌خورند. پس از آن، می‌توانید بازاریابی خود را طوری برنامه‌ریزی کنید که روزبه‌روز بر موفقیت حاصل از آن افزوده شود.

به عنوان مثال، تصور کنید که می‌خواهید روش بازاریابی رسانه‌های اجتماعی را برای یک محصول جدید، مورد استفاده قرار دهید. تصمیم می‌گیرید یک سری پست برای رسانه اجتماعی موردنظر خود طی دو هفته، ایجاد و منتشر کنید. با تجزیه و تحلیل رسانه اجتماعی، می‌توانید متوجه شوید مخاطبان موردنظر شما کدام پست‌ها را بیشتر دوست دارند و کدام پست بیش‌ترین فروش را نصیب شما کرده است. در ادامه می‌توانید این تجزیه و تحلیل را مورد استفاده قرار دهید تا بتوانید این موفقیت را در آینده نیز تکرار کنید.

تجزیه و تحلیل دیجیتال مارکتینگ برای شما این امکان را فراهم می‌کند تا به طور مؤثر از منابع خود استفاده کنید و با کم‌ترین هزینه به بیش‌ترین سود ممکن دست یابید. از آنجا که شما نمی‌توانید حدس بزنید کدام روش مؤثر خواهد بود و کدام یک به درد کسب‌وکار شما نمی‌خورد، می‌توانید هزینه‌های غیرضروری را کاهش دهید و تلاش‌های خود را بر روی استراتژی‌هایی متمرکز کنید که احتمال می‌دهید بیشتر به موفقیت شما کمک خواهند کرد.



• یکی از بزرگ ترین مزایای بازاریابی دیجیتال این است که شما می توانید خریداران موردنظر خود را هدف قرار دهید.

هنگامی که از یک بیلبرد یا مجله برای تبلیغ محصولات خود استفاده کنید، این تنها رها کردن تیری در تاریکی است و نمی توانید مطمئن باشید که حتماً مخاطبان موردنظر آگهی شما را می بینند یا خیر. اگرچه راههایی برای افزایش شانس موفقیت شما در استفاده از تاکتیک‌های بازاریابی سنتی وجود دارد، اما این روش‌ها قابلیت هدف قرار دادن مخاطبان را در مقایسه با بازاریابی دیجیتال ارائه نمی دهند.

در بازاریابی دیجیتال، می توانید اطمینان حاصل کنید که مصرف کنندگان، محتوای شما را مشاهده می کنند. SEO به شما اجازه می دهد تا به مشتریانی دسترسی پیدا کنید که در موتورهای جستجو به دنبال محتوا و موضوعات مرتبط با کسب و کار شما می گردند. با این حال، تبلیغات پرداخت به ازای هر کلیک و تبلیغات در رسانه‌های اجتماعی به شما این امکان را می دهد تا افرادی را که احتمالاً به محصولات و خدمات شما علاقه مند هستند بر اساس اطلاعات جمعیت شناختی و ویژگی‌های عمومی، هدف قرار دهید.

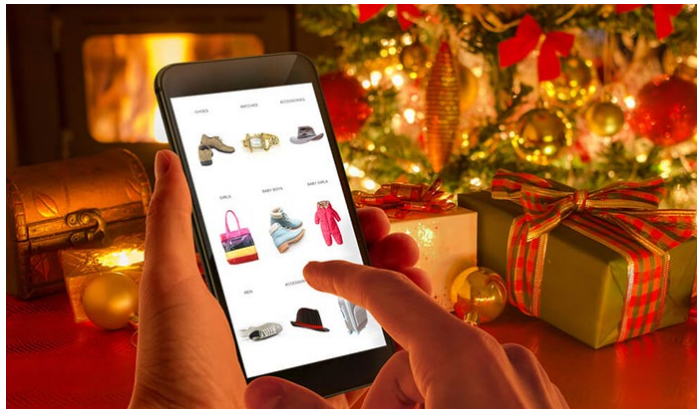
با بهبود هدف قرار دادن مشتریان، می‌توانید بودجه خود را افزایش داده و مشتریان بیشتری را به خود جذب کنید. با بازاریابی دیجیتال، دیگر نگران این مسأله نخواهید بود که بودجه خود را صرف تبلیغاتی می‌کنید که اصلاً نمی‌دانید آیا افرادی که باید این تبلیغات را می‌بینند یا خیر. تاکتیک‌های بازاریابی دیجیتال با استفاده از توانایی‌های پیچیده هدف قرار دادن مشتریان، خیال شما را از این بابت راحت می‌کنند که تلاش‌های بازاریابی خود را بر روی استراتژی‌هایی متمرکز کرده‌اید که در واقع مؤثر هستند.

• اکثر مردم، خرید آنلاین را دوست دارند.

برای چند دقیقه به این مسأله فکر کنید که چقدر به گوگل یا سایر موتورهای جستجو سری می‌زنید تا به اطلاعات مورد نیاز خود دست یابید. مشتریان زمانی که می‌خواهند اطلاعاتی در مورد محصولات یا خدمات شما در موتورهای جستجو پیدا کنند دیگر فرقی با هم ندارند و وجه اشتراک آنها این است که مشتریان شما خواهند بود.

در واقع، ۹۳ درصد تجربه‌های خرید آنلاین با موتورهای جستجو آغاز می‌شوند. مصرف‌کنندگان قبل از اینکه بدانند چه محصولات یا خدماتی نیاز دارند، به موتورهای جستجو سر می‌زنند تا به پرسش‌های خود پاسخ دهند و در مورد چالش‌های خود اطلاعات بیشتری به دست بیاورند.

این امر فرصتی عالی برای کسب و کارهای کوچک جهت ارتباط با مشتریان بالقوه و آموزش آنها در مراحل ابتدایی سفر خرید خود ایجاد می‌کند. با ایجاد محتوای مرتبط و جذاب که برای موتورهای جستجو بهینه‌سازی شده است، می‌توانید بازدید به صورت آنلاین خود را افزایش داده و به مشتریان بالقوه خود دست یابید.



• مشتریان شما در رسانه‌های اجتماعی حضور دارند و بازاریابی دیجیتال به شما کمک می‌کند به آنها دسترسی داشته باشید.

شاید مهم‌ترین مزیت در لیست مزایای بازاریابی دیجیتال همین مورد باشد. مهم نیست که کسب و کار شما چیست، شانس خوبی برای شما وجود دارد و آن هم این است که خریداران شما زمان خود را در کانال‌های رسانه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام یا توییتر صرف می‌کنند. طبق آمار به دست آمده، ۲,۳۴ میلیارد نفر یا حدود یک سوم جمعیت زمین، از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند.

بازاریابی دیجیتال به شما کمک می‌کند تا به این مصرف‌کنندگان دسترسی داشته باشید. شما نه تنها قادر به انتشار و ارتقاء مطالب منحصر به فرد خود در این رسانه‌های اجتماعی هستید، بلکه همچنین می‌توانید از طریق تبلیغات، به مصرف‌کنندگان خود دسترسی داشته باشید. سیستم عامل‌های رسانه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام گزینه‌های پیچیده‌ای برای هدف قرار دادن مشتریان ارائه می‌دهند که به شما کمک می‌کنند به مصرف‌کنندگانی دسترسی داشته باشید که به محصولات یا خدمات شما علاقه‌مند هستند.

علاوه بر این، رسانه‌های اجتماعی همچنین یک پلتفرم مؤثر برای برقراری ارتباط با مخاطبان هدف به شما ارائه می‌دهند. به جای اینکه فقط محتوای موردنظر خود را پست کنید و اطلاعی از مخاطبان خود نداشته باشید، می‌توانید با مخاطبان خود به طور مستقیم ارتباط داشته باشید و محصولات یا خدمات خود را در اختیار آنها قرار دهید. با این وجود، تبلیغات سنتی، امکان داشتن مکالمه با مشتریان را به شما ارائه می‌دهند.

• SEO و SEO محلی به شما کمک می‌کند تا به مشتریان مناسب به صورت آنلاین دسترسی پیدا کنید.

SEO یکی دیگر از تاکتیک‌های بازاریابی دیجیتال است که مزایای مختلفی را ارائه می‌دهد. با بهینه‌سازی محتوای سایت خود برای موتورهای جستجو، می‌توانید تلاش خود را بیشتر کنید تا به مشتریان آنلاین دست یابید. با استفاده از کلمات کلیدی مرتبط که به توصیف محصولات یا خدمات شما کمک می‌کنند، می‌توانید به بازدید بیشتری از سایت خود دست یابید، که در طول

زمان باعث افزایش فروش و موفقیت شما می‌شود. SEO تنها برای کسب‌وکارهای ملی نیست. بسیاری از مصرف‌کنندگان به صورت آنلاین به دنبال شرکت‌های محلی هستند و این جستجوها در نهایت منجر به خرید می‌شوند. در واقع، طبق آمار گوگل، ۲۸ درصد جستجوها برای کسب‌وکارهای نزدیک، منجر به خرید می‌شوند. SEO محلی یا بهینه‌سازی وبسایت خود برای دستیابی به نتایج جستجوی محلی، همچنین می‌تواند یک تاکتیک ارزشمند بازاریابی دیجیتال برای کسب‌وکارهایی باشد که در مکان‌های جغرافیایی خاصی مانند فروشگاه‌های آجر و ملات، رستوران‌ها و سایر کسب‌وکارهای مبتنی بر سرویس کار می‌کنند.



• دیجیتال مارکتینگ، به شما در برقراری ارتباط با مشتریان تلفنی کمک می‌کند.

یکی دیگر از مزایای بازاریابی دیجیتال این است که برای شما این امکان را فراهم می‌آورد تا با مشتریانی ارتباط برقرار کنید که محتوای مربوط به کسب‌وکار شما را در تلفن همراه خود مشاهده می‌کنند. بیش از نیمی از کاربران آنلاین، از یک دستگاه تلفن همراه متصل به اینترنت استفاده می‌کنند. بازاریابی

دیجیتال می‌تواند به شما در دسترسی به افرادی کمک کند که از تلفن همراه، تبلت، کامپیوتر یا لپ‌تاپ استفاده می‌کنند.

• شما می‌توانید به راحتی و به سرعت، استراتژی و تاکتیک خود را برای به دست آوردن بهترین نتایج تغییر دهید.

با تاکتیک‌های بازاریابی سنتی مانند تبلیغات تلویزیونی یا روزنامه‌ها، باید منتظر بمانید تا نتایج را ببینید و خود نمی‌توانید نتایج را مورد سنجش قرار دهید. اگرچه می‌توانید از آنچه که یاد می‌گیرید برای تنظیم تاکتیک‌های بعدی استفاده کنید اما نمی‌توانید در لحظه استراتژی خود را تغییر دهید تا به نتایج بهتری دست یابید.

در حالی که در صورت استفاده از تاکتیک‌های بازاریابی سنتی ممکن است مجبور باشید هفته‌ها یا حتی ماه‌ها صبر کنید تا متوجه شوید که کدام استراتژی مؤثر است. بازاریابی دیجیتال به شما این امکان را می‌دهد تا نتایج واقعی را مشاهده کنید و تاکتیک‌های خود را در صورت نیاز برای به دست آوردن نتایج بهتر تغییر دهید.

همچنین می‌توانید با تجزیه و تحلیل بازاریابی دیجیتال، تعداد بازدید کنندگانی که بر روی لینک وبسایت شما کلیک می‌کنند را مشاهده کنید و ببینید که آنها چه مدت زمانی را در وبسایت حضور دارند. در ادامه می‌توانید بالاترین نرخ بازدید از وبسایت خود را محاسبه کنید. همه این اطلاعات به شما کمک می‌کند تا بتوانید کسب‌وکار و بازاریابی خود را در طول زمان بهبود ببخشید. به عنوان مثال، تصور کنید که شما مجموعه‌ای پست برای وبلاگ خود به

عنوان بخشی از استراتژی بازاریابی محتوا نوشته‌اید. می‌خواهید متوجه شوید که آیا باید همین روند را ادامه دهید یا روی موضوعات دیگری تمرکز کنید. می‌توانید به سرعت و به راحتی تجزیه و تحلیل وبلاگ خود را بررسی کنید تا ببینید که چند نفر محتوای وبلاگ شما را می‌خوانند و چند نفر از شما خرید می‌کنند. پیگیری موفقیت در این نوع بازاریابی محتوا در زمان واقعی، به شما این امکان را می‌دهد که در صورت نیاز استراتژی خود را تغییر دهید.

• بازاریابی دیجیتال باعث می‌شود تجارت شما رقابتی تر شود.

معمولاً رقابت کسب‌وکارهای کوچک با رقبای بزرگ‌تر به دلیل محدودیت بودجه و منابع بسیار دشوار است. با این حال، بازاریابی دیجیتال محیط رقابتی را تعدیل می‌کند و به کسب‌وکارهای کوچک کمک می‌کند تا در عرصه رقابت باقی بمانند.

استراتژی‌های بازاریابی سنتی مانند تبلیغات چاپی بسیار گران هستند و به بودجه تجاری بزرگی برای نتیجه‌ای مؤثر نیاز دارند. با این حال، استراتژی‌های بازاریابی دیجیتال مقرون به صرفه‌تر هستند و به این ترتیب برای تمامی کسب‌وکارها با هر بودجه‌ای، امکان تبلیغات آنلاین را فراهم می‌آورند.

با استفاده از بازاریابی دیجیتال، کسب‌وکارهای کوچک نیز می‌توانند محصولات و خدمات خود را در سطح ملی یا حتی بین‌المللی به فروش برسانند. اگر کسب‌وکار شما به یک مکان خاص محدود نمی‌شود. می‌توانید از بازاریابی دیجیتال برای رسیدن به مخاطبان موردنظر خود در سراسر جهان استفاده کنید. این امر به کسب‌وکارهای کوچک اجازه می‌دهد که افراد، مخاطبان

جدیدی را برای محصولات و خدمات خود پیدا کنند. همچنین زمانی که به معرفی کسب و کارها می‌رسیم نیز بازاریابی دیجیتال عرصه رقابت را تعدیل می‌کند. در حالی که خرده‌فروشان کوچک‌تر ممکن است قادر به تأمین وسایل گران‌قیمت، تصاویر و ویدئوهای منحصر به فرد و سایر مواد مورد نیاز برای معرفی کسب و کار خود نباشند، می‌توانند به آسانی یک وبسایت پرکاربرد و جذاب ایجاد کنند که مشتریان را به خود جذب می‌کند.



آیا بازاریابی دیجیتال به بودجه زیادی نیاز دارد؟

مانند هر کار دیگری، هزینه این کار نیز به مواردی بستگی دارد که می‌خواهید به استراتژی دیجیتال مارکتینگ خود اضافه کنید. اگر شما بر روی تکنیک‌های محصور در حدود معین مانند موتورهای جستجو، رسانه‌های اجتماعی و ایجاد محتوا برای یک وب-سایت تمرکز دارید، خبر خوب این است که به هیچ‌وجه نیازی به بودجه زیاد ندارید. با بازاریابی محدود، تمرکز اصلی بر روی ایجاد محتوای با کیفیت بالا خواهد بود که مورد نیاز مصرف‌کنندگان و مخاطبان شما است، مگر اینکه بخواهید فراتر بروید.

شما می‌توانید با ایجاد یک وبسایت و تولید محتوا برای آن، کار خود را شروع کنید. کسانی که نمی‌خواهند هزینه زیادی صرف این کار کنند، می‌توانند به طراحی سایت با وردپرس فکر کنند. در مقابل، اگر می‌خواهید فراتر از این محدودیت‌ها بروید. به عنوان مثال از تبلیغات آنلاین استفاده کنید، بدون شک هزینه‌ای هم باید در این راه خرج کنید.

به طور کلی، بازاریابی دیجیتال خیلی کم هزینه‌تر از بازاریابی سنتی مانند تبلیغات تلویزیونی یا تبلیغات رادیویی است اما با این وجود بازاریابی دیجیتال انواع مختلفی دارد که هزینه هر کدام با دیگری فرق می‌کند. می‌توانید انواع کم هزینه‌تر را انتخاب کنید اما مطمئن باشید که در هر صورت به کسب و کار خود رونق خواهید بخشید.

چالش‌های بازاریابی دیجیتال

بازاریابی دیجیتال، چالش‌های خاصی را برای مخاطبان خود ایجاد می‌کند. کانال‌های دیجیتال به سرعت در حال گسترش هستند و بازاریابان دیجیتال باید بصورت مدام اطلاعات خود را بروزرسانی کنند و بدانند که این کانال‌ها چگونه کار می‌کنند. باید بدانند مخاطبان چگونه این کانال‌ها را مورد استفاده قرار می‌دهند و چگونه می‌توان از این کانال‌ها استفاده کرده و به طور مؤثر محصولات و خدمات یک کسب و کار را تبلیغ کرد.

علاوه بر این، جلب توجه مخاطبان بسیار دشوار شده است، زیرا فضای رقابتی بسیار گسترده‌تر شده و هر کسب‌وکاری سعی دارد تا با تبلیغات نوین، مخاطبان را به سمت خود جذب کند. بازاریابان دیجیتال همچنین باید داده‌های گسترده و بسیار زیاد به دست آمده را تجزیه و تحلیل کرده و بتوانند از اطلاعات آنها برای موفقیت بیشتر استفاده کنند.

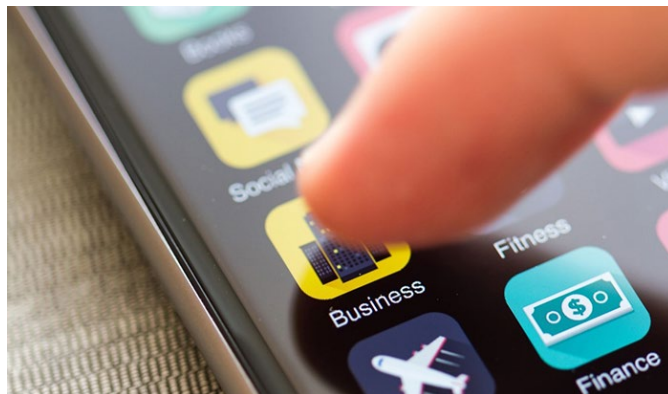
چالش به‌دست آوردن و استفاده مؤثر از داده‌ها نشان می‌دهد که بازاریابی دیجیتال به روشی جدید برای بازاریابی بر اساس درک جدیدی از رفتار مصرف‌کننده نیاز دارد. به عنوان مثال، ممکن است یک شرکت مجبور شود که علاقه‌مندی‌های مخاطبان خود را در اینستاگرام دنبال و تجزیه و تحلیل کند. برای اینکه بتوانید تمامی چالش‌های دیجیتال مارکتینگ را پشت سر بگذارید، باید ابتدا خوب تحقیق کنید و با اطلاع قبلی از همه جنبه‌های این نوع بازاریابی کار خود را شروع کنید.

چطور می‌توان از مزایای بازاریابی آنلاین استفاده کرد؟

همانطور که می‌بینید، بازاریابی دیجیتال مزایای بسیار زیادی دارد که می‌تواند به شما در رسیدن به بازار و مشتریان هدف خود کمک کند. بازاریابی دیجیتال بهترین راه برای دستیابی به مشتریان موردنظر و خاص شما است، درست زمانی که آنها در موتورهای جستجو یا رسانه‌های اجتماعی به دنبال برندهایی مانند برند شما و کسب‌وکار شما می‌گردند.

حال ممکن است این سؤال برای تان پیش بیاید که چطور می‌توانم بازاریابی دیجیتال خود را شروع کنم؟

قبل از اینکه بخواهید ایجاد و توزیع محتوا یا راه‌اندازی کمپین‌های تبلیغاتی دیجیتال خود را شروع کنید، باید یک استراتژی بازاریابی دیجیتال دقیق و درست داشته باشید. اهداف کلی کسب‌وکار خود را در نظر بگیرید و اهداف بازاریابی دیجیتال را که با این اهداف مطابقت دارند، ایجاد کنید. سپس، باید لوگوی خود را طراحی کنید، تعیین کنید که کدام استراتژی‌های بازاریابی دیجیتال مناسب کسب‌وکار شما هستند و برنامه‌ای برای کارهایی که باید انجام دهید ایجاد کنید و موفقیت بازاریابی را خود را بسنجید.



نتیجه‌گیری

استفاده از تمامی مزایای دیجیتال مارکتینگ ممکن است دشوار باشد و شاید زمان کافی برای یادگیری تمامی راهکارهای مؤثر را نداشته باشید. اگر برای ایجاد یک استراتژی یا ایجاد محتوا به کمک نیاز دارید، می‌توانید از کارشناسان بازاریابی دیجیتال کمک بگیرید یا با انجام مشاوره با متخصصان این حوزه، تصمیم خود را به بهترین شکل بگیرید.