



به نام خدا

بازاریابی شبکه های اجتماعی برای کسب و کارهای کوچک

مؤلفان:

شاهین حسین پور

فرزاد یونسیان



هرگونه چاپ و تکثیر از محتویات این کتاب بدون اجازه کتبی ناشر ممنوع است. متخلفان به موجب قانون حمایت حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.

◀ عنوان کتاب: **بازاریابی شبکه های اجتماعی برای کسب و کارهای کوچک**

◀ مولفان: **شاهین حسین پور - فرزاد یونسین**

◀ ناشر: **موسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران**

◀ ویراستار: **نرگس مهربد**

◀ صفحه آرای: **فرنوش عبدالهی**

◀ طراح جلد: **داریوش فرسای**

◀ نوبت چاپ: **اول**

◀ تاریخ نشر: **۱۴۰۱**

◀ چاپ و صحافی: **صدف**

◀ تیراژ: **۱۰۰ جلد**

◀ قیمت: **۱۱۰۰۰۰۰ ریال**

◀ شابک: **۹۷۸-۶۲۲-۲۱۸-۶۴۴-۹**

نشانی واحد فروش: تهران، خیابان انقلاب، خیابان دانشگاه

-تقاطع شهدای ژاندارمری - پلاک ۱۵۸ ساختمان دانشگاه -

طبقه دوم - واحد ۴ تلفن ها: ۶۶۹۶۵۷۴۹ - ۲۲۰۸۵۱۱۱

فروشگاههای اینترنتی دیباگران تهران :

WWW.MFTBOOK.IR

www.dibagaran-tehran.com

سرشناسه: حسین پور، شاهین، ۱۳۶۳-

عنوان و نام پدیدآور: بازاریابی شبکه های اجتماعی برای کسب و

کارهای کوچک / مولفان: شاهین حسین پور، فرزاد یونسین؛

ویراستار: نرگس مهربد.

مشخصات نشر: تهران: دیباگران تهران: ۱۴۰۱

مشخصات ظاهری: ۱۳۶ ص: مصور.

شابک: ۹-۶۴۴-۲۱۸-۶۲۲-۹۷۸

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

موضوع: بازاریابی اینترنتی internet marketing

موضوع: شبکه های اجتماعی پیوسته - بازاریابی

موضوع: online social networks-marketing

موضوع: شبکه های اجتماعی پیوسته - جنبه های اقتصادی

موضوع: online social networks-economic aspects

موضوع: کسب و کار خرد - بازاریابی

موضوع: small business marketing

شناسه افزوده: یونسین، فرزاد، ۱۳۶۹-

رده بندی کنگره: ۵۴۱۵/۱۲۶۵ HF

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۸۷۲

شماره کتابشناسی ملی: ۹۱۰۸۵۷۰

نشانی اینستاگرام دیبا dibagaran_publishing نشانی تلگرام: @mftbook

هر کتاب دیباگران، یک فرصت جدید علمی و شغلی.

هر گوشه همراه، یک فروشگاه کتاب دیباگران تهران.

از طریق سایتهای دیباگران، در هر جای ایران به کتابهای ما دسترسی دارید.

فهرست مطالب

فصل ۱ / تحلیل و آنالیز اولیه شرایط: چطور باید یک مهمانی برگزار کنیم؟..... ۱۱

- ۱۲ لزوم استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای کسب‌وکارهای کوچک
- ۱۳ آیا حضور در شبکه‌های اجتماعی همیشه مفید است؟
- ۱۸ چرا بازاریابی شبکه‌های اجتماعی؛ مانند برگزاری یک مهمانی است؟
- ۱۹ هدف‌گذاری در برگزاری مهمانی را فراموش نکنید.
- ۲۰ مرحله اول: برنامه‌ریزی
- ۲۴ مرحله دوم: تعیین اهداف و KPI (شاخص‌های کلیدی عملکرد)
- ۲۵ مرحله سوم: مستندسازی

فصل ۲ / بازاریابی محتوایی، مقدمات برگزاری یک مهمانی باشکوه ۳۱

- ۳۲ ساختار شبکه‌های اجتماعی را درک کنید.....
- ۳۲ ساختار شبکه‌های اجتماعی.....
- ۳۳ توسعه و پیشرفت موتورهای توصیه‌گر
- ۳۴ فرآیند بازاریابی محتوایی چگونه است؟
- ۳۶ بخش اول: هدف‌گذاری
- ۴۱ بخش دوم: بازاریابی (سگمنت).....
- ۴۲ بخش سوم: شناخت پتانسیل‌های تولید محتوا
- ۴۳ بخش چهارم: مخاطب‌شناسی (پرسونای مخاطبان).....

بخش پنجم: تیم‌سازی ۴۶

بخش ششم: استراتژی محتوایی ۴۹

فواید تقویم محتوایی ۵۲

فصل ۳ / لینکدین: برگزاری یک مهمانی رسمی ۵۳

اجتماع حرفه‌ای‌ها ۵۴

صفحه لینکدین خود را بسازید. ۵۵

تعیین استراتژی محتوایی در لینکدین ۵۸

انتشار محتوا در SLIDESHARE لینکدین ۶۰

انتشار محتوا در بخش فید ۶۱

گروه‌های لینکدین ۶۱

فصل ۴ / ترب: موتور جستجوی کالا، تکمیل حلقه کسب‌وکار ۶۳

اهمیت ابزارهای تکمیل‌کننده شبکه فروش برای کسب‌وکار کوچک ۶۴

تشریح روند عضویت ۶۵

تکمیل اطلاعات فروشگاه ۶۸

ثبت‌نام نهایی در ترب ۶۸

چطور در ترب بیشتر دیده شویم و بهتر بفروشیم؟ ۷۱

فصل ۵ / فیس‌بوک: بزرگ‌ترین مهمانی که می‌توانید برگزار کنید. ۷۳

بزرگ‌ترین اجتماع اینترنتی ۷۴

فیس‌بوک چگونه کار می‌کند؟ ۷۴

شروع فعالیت در فیس‌بوک ۷۶

- ۷۷ صفحه کسب و کار شما چه ویژگی‌هایی باید داشته باشد؟
- ۸۰ ساخت گروه در فیس‌بوک
- ۸۲ الگوریتم فیس‌بوک
- ۸۴ قالب‌های محتوایی فیس‌بوک
- ۸۷ اندازه‌گیری نتایج در فیس‌بوک

فصل ۶ / اینستاگرام: یک مهمانی خانوادگی ۹۶

- ۹۷ اینستاگرام
- ۹۸ الگوریتم اینستاگرام چیست؟
- ۹۸ چند نکته از الگوریتم جدید اینستاگرام
- ۱۰۱ بازاریابی اینستاگرام چیست؟
- ۱۰۲ نحوه راه‌اندازی اینستاگرام برای بازاریابی
- ۱۰۲ برنامه‌ریزی ۱۰ مرحله‌ای برای بازاریابی در اینستاگرام

فصل ۷ / یوتیوب: مهمانی همراه با سرگرمی ۱۱۰

- ۱۱۱ آیا بازاریابی در یوتیوب برای کسب و کار شما مناسب است؟
- ۱۱۲ بازاریابی یوتیوب واقعاً چیست؟
- ۱۱۳ دسته‌بندی کاربران یوتیوب
- ۱۱۴ برنامه بازاریابی در یوتیوب
- ۱۱۵ انواع ویدیوهای بازاریابی
- ۱۱۸ مراحل ایجاد یک کانال در یوتیوب

فصل ۸ / چگونه یک محتوای مؤثر در شبکه‌های اجتماعی تولید کنیم؟ ۱۲۲

۱۲۳..... آناتومی و ساختار پست خود را بشناسید.

۱۲۴..... پست حرفه‌ای بسازید.

۱۲۶..... محتوای موجود را مدیریت و هدف‌گذاری مجدد کنید.

فصل ۹ / اصطلاحات رایج در بازاریابی شبکه‌های اجتماعی ۱۲۷

خط‌مشی انتشارات مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران در عرصه کتاب‌هایی با کیفیت عالی است که بتواند
خواسته‌های به روز جامعه فرهنگی و علمی کشور را تا حد امکان پوشش دهد.
هر کتاب دیباگران تهران، یک فرصت جدید شغلی و علمی

حمد و سپاس ایزد منان را که با الطاف بی‌کران خود این توفیق را به ما ارزانی داشت تا بتوانیم در راه ارتقای دانش عمومی و فرهنگی این مرز و بوم در زمینه چاپ و نشر کتب علمی و آموزشی گام‌هایی هرچند کوچک برداشته و در انجام رسالتی که بر عهده داریم، مؤثر واقع شویم.

گسترده‌گی علوم و سرعت توسعه روزافزون آن، شرایطی را به وجود آورده که هر روز شاهد تحولات اساسی چشمگیری در سطح جهان هستیم. این گسترش و توسعه، نیاز به منابع مختلف از جمله کتاب را به عنوان قدیمی‌ترین و راحت‌ترین راه دستیابی به اطلاعات و اطلاع‌رسانی، بیش از پیش برجسته نموده است.

در این راستا، واحد انتشارات مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران با همکاری اساتید، مؤلفان، مترجمان، متخصصان، پژوهشگران و محققان در زمینه‌های گوناگون و مورد نیاز جامعه تلاش نموده برای رفع کمبودها و نیازهای موجود، منابعی پُر بار، معتبر و با کیفیت مناسب در اختیار علاقمندان قرار دهد.

کتابی که در دست دارید تألیف "جناب آقایان: شاهین حسین پور - فرزاد یونسیان" است که با تلاش همکاران ما در نشر دیباگران تهران منتشر گشته و شایسته است از یکایک این گرامیان تشکر و قدردانی کنیم.

با نظرات خود مشوق و راهنمای ما باشید

با ارائه نظرات و پیشنهادات و خواسته‌های خود، به ما کمک کنید تا بهتر و دقیق‌تر در جهت رفع نیازهای علمی و آموزشی کشورمان قدم برداریم. برای رساندن پیام‌هایتان به ما از رسانه‌های دیباگران تهران شامل سایتهای فروشگاهی و صفحه اینستاگرام و شماره‌های تماس که در صفحه شناسنامه کتاب آمده استفاده نمایید.

مدیر انتشارات

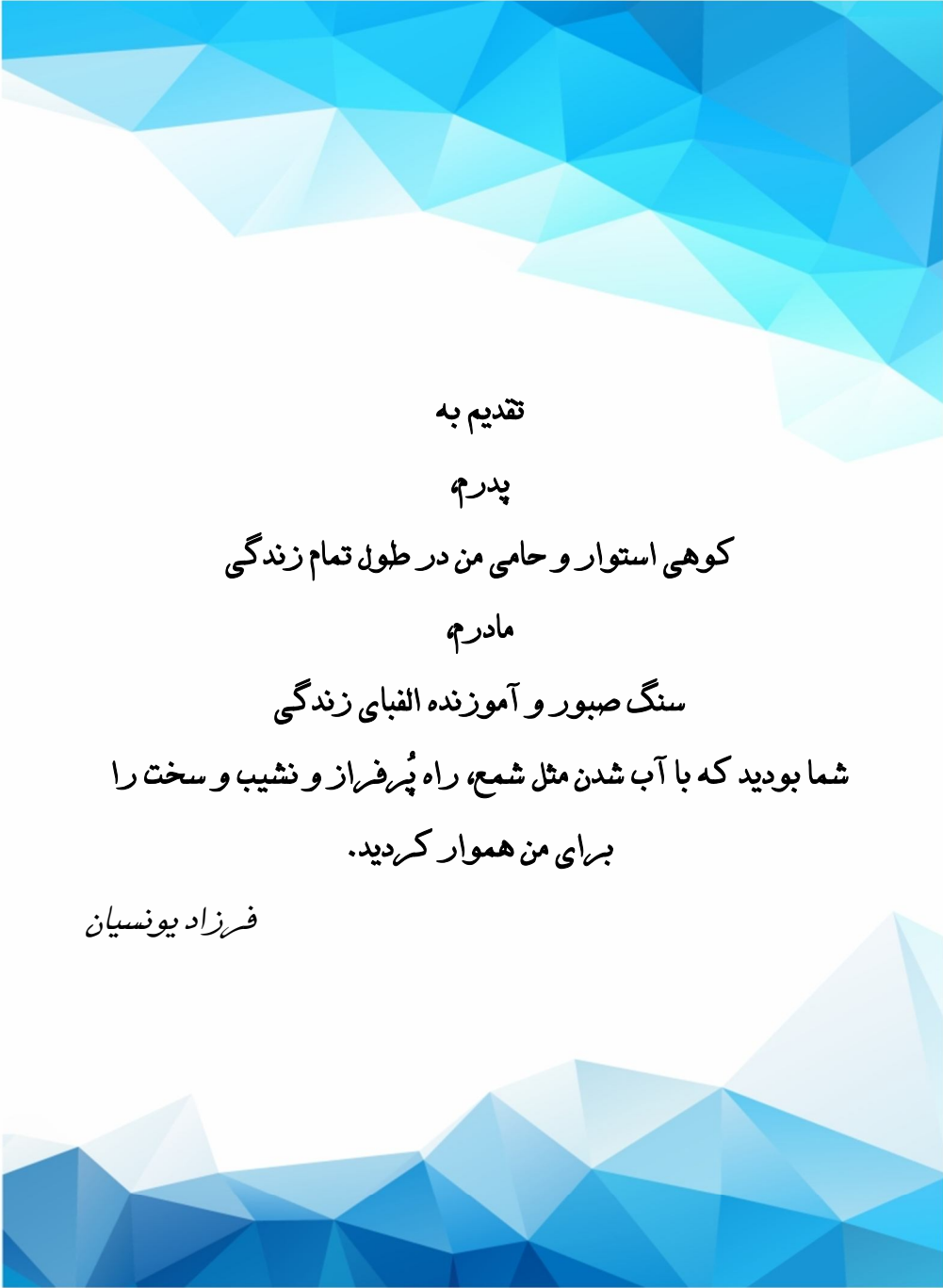
مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران
dibagaran@mftplus.com

مقدمه مؤلفین

توسعه روزافزون دسترسی به اینترنت در سراسر دنیا، تأثیرات شگرفی در کسب و کارهای کوچک و متوسط داشته است. کاهش هزینه‌های تبلیغات به واسطه اینترنت، دسترسی به جامعه مخاطبین میلیونی به واسطه شبکه‌های اجتماعی مختلف، بهره‌مندی از روش‌ها و کانال‌های مختلف تبلیغاتی از جمله این موارد هستند. در این میان، گسترش ابزارهای تحلیل و پایش شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های تبلیغاتی باعث ایجاد کیفیت بالاتر در نوع بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی شده است. در اینجا مالک کسب و کار کوچک می‌تواند نسبت به هزینه‌هایی که در پروسه تبلیغات انجام می‌دهد، نظرات کافی داشته باشد. این کتاب حاصل تجربیات عملی و تئوری مؤلفان در حوزه‌های بازاریابی دیجیتال و سنتی است. در مباحث پیش رو سعی شده است، که روایت تجربی در کتاب حفظ گردد.

شاهین حسین‌پور

فرزاد یونسیان

The background of the page is a light blue geometric pattern composed of various sized triangles and polygons, creating a low-poly effect. The pattern is centered and extends across the width of the page.

تقدیم به

پدرم

کوهی استوار و حامی من در طول تمام زندگی

مادرم

سنگ صبور و آموزنده الفبای زندگی

شما بودید که با آب شدن مثل شمع، راه پُرفراز و نشیب و سخت را

برای من هموار کردید.

فرزاد یونسیان

پیش‌گفتار

ما در این کتاب راهنمای شما در راه‌اندازی کسب‌وکار خود در اینترنت و شبکه‌های اجتماعی خواهیم بود و در طول این مسیر به شما چارچوبی برای درک بهتر بازاریابی شبکه‌های اجتماعی ارائه خواهیم داد. برای اینکه موضوع را بهتر درک کنید، بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی را به عنوان یک مهمانی بزرگ در نظر بگیرید، که شما برگزارکننده آن هستید و همه کاربران شبکه‌های اجتماعی را دعوت کرده‌اید.

ما در این کتاب نکات اساسی و ساختاری را برای راه‌اندازی کسب‌وکار خود در شبکه‌های اجتماعی خواهیم گفت. در طی این مسیر بارها و بارها به بحث «بازاریابی محتوایی» خواهیم گشت. فراموش نکنید که نبض شبکه‌های اجتماعی با محتوا می‌زند.

در کنار بحث محتوا، شناخت ماهیت هر شبکه اجتماعی و ابزارهای مفید برای عملکرد بهتر را معرفی خواهیم کرد. درباره نحوه استفاده از هر پلتفرم برای بازاریابی بینش دقیقی ارائه خواهیم داد و بررسی می‌کنیم، که چه محتوایی کار می‌کند و چه محتوایی اتلاف وقت است. مثل همه بخش‌های بازاریابی به موضوع تبلیغات و کمپین‌های تبلیغاتی خواهیم پرداخت.

سعی ما بر این است، که شما شبکه‌های اجتماعی را از دیدگاه یک متخصص (نه فقط یک مصرف‌کننده) درک کنید و کسب‌وکار خود را پیاده‌سازی نمایید. در این کتاب به صورت مرحله به مرحله راز رمز برگزاری یک مهمانی باشکوه را به شما خواهیم گفت.

این کتاب برای چه کسانی مفید است؟

این کتاب چارچوبی برای نحوه «فکر کردن» در مورد بازاریابی شبکه‌های اجتماعی و همچنین توصیه‌های مشخص در مورد نحوه «انجام» بازاریابی شبکه‌های اجتماعی در هر شبکه خاص را ارائه می‌دهد.

هدف از نگارش این کتاب، کمک به صاحبان کسب‌وکارهای کوچک، مدیران بازاریابی و حتی کسانی است، که قصد راه‌اندازی یک کسب‌وکار را دارند. این کتاب برای شما مناسب است اگر:

- شغل شما مرتبط به موضوعات تبلیغات، بازاریابی یا برندسازی است.
- شما یک کسب‌وکار کوچک هستید، که بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی را یک فرصت می‌بینید.
- شغل شما بازاریابی آنلاین یک کسب‌وکار یا سازمان در فضای دیجیتال و آنلاین است.