



## دیجیتال مارکتینگ به زبان ساده

این مقاله فقط اشاره‌ای به نکات کلیدی مطرح‌شده در ویدیو است. برای مشاهده ویدیوی کامل، لطفاً بر دکمه بالا کلیک کنید.

دیجیتال مارکتینگ به عنوان یک ضرورت انکارناپذیر برای هر کسب‌وکاری تبدیل شده است. این استراتژی قدرتمند به شما کمک می‌کند تا با مخاطبانان ارتباط عمیق‌تر برقرار کنید، مشتریان جدید جذب کنید و در نهایت مشتریان وفادار خود را پیدا کنید. در این مقاله، به بررسی مراحل اصلی دیجیتال مارکتینگ خواهیم پرداخت و نکات کلیدی برای موفقیت در این حوزه را بررسی خواهیم کرد.

## تعریف دیجیتال مارکتینگ

دیجیتال مارکتینگ به هرگونه بازاریابی اطلاق می‌شود که با ابزارهای دیجیتال انجام می‌شود. این شامل وبسایت‌ها، موبایل‌ها و حتی تبلیغات دیجیتال در تلویزیون‌های شهری می‌شود. به عبارتی، هر بازاریابی که به نوعی از اینترنت استفاده

کند، دیجیتال مارکتینگ محسوب می‌شود.

## اولین گام دیجیتال مارکتینگ: کسب (Acquisition)

اولین گام دیجیتال مارکتینگ، Acquisition یا کسب است. در این مرحله، هدف ما هدایت افراد به وبسایت خود است. این کار می‌تواند با استفاده از روش‌های پولی مانند تبلیغات در گوگل ادز یا روش‌های غیرپولی مانند بهینه‌سازی موتور جستجو (SEO) انجام شود. در این مرحله، مهم است که بدانیم چه تعداد بازدیدکننده به وبسایت ما وارد می‌شود و هزینه هر بازدید چقدر است.

### روش‌های جذب ترافیک

- تبلیغات پولی: استفاده از پلتفرم‌های تبلیغاتی برای جذب بازدیدکننده.
- SEO: ایجاد محتوای باکیفیت و بهینه‌سازی آن برای موتورهای جستجو.

## دومین گام دیجیتال مارکتینگ: جذب (Activation)

پس از جذب بازدیدکنندگان، مرحله بعدی جذب است. در این مرحله، باید اقداماتی انجام دهیم که افراد وارد وبسایت ما، اقداماتی مانند پر کردن فرم اطلاعات تماس یا عضویت در سایت را انجام دهند. برای این کار، می‌توانیم از صفحات فرود (Landing Pages) ساده استفاده کنیم که در آن‌ها پیشنهادهای ویژه‌ای به بازدیدکنندگان ارائه می‌دهیم.

### استراتژی‌های جذب

- ایجاد صفحات فرود با پیشنهادات جذاب.
- استفاده از خودآزمایی یا کوئیز برای جذب اطلاعات تماس.

## سومین گام دیجیتال مارکتینگ: پولسازی (Monetization)

در این مرحله، هدف ما تبدیل بازدیدکنندگان به مشتریان است. باید پیشنهادهای خرید جذابی برای مشتریان ارائه دهیم. این پیشنهادهای باید به گونه‌ای باشند که مشتریان احساس کنند که در این معامله برنده هستند. برای مثال، می‌توانیم پیشنهادهای ویژه‌ای برای دوره‌های آموزشی با قیمت پایین ارائه دهیم.

### نکات کلیدی در پولسازی

- پیشنهادات رد نشدنی برای جذب مشتریان.
- ارسال پیام‌های تبلیغاتی به مشتریان قبلی.

## چهارمین گام دیجیتال مارکتینگ: حفظ (Retention)

آخرین مرحله در دیجیتال مارکتینگ، Retention یا حفظ مشتری است. در این مرحله، باید اقداماتی انجام دهیم که مشتریان قبلاً خرید کرده‌اند، دوباره به ما مراجعه کنند. این کار می‌تواند با ارسال پیام‌های خودکار، نظرخواهی از مشتریان و ارائه پیشنهادات ویژه انجام شود.

### استراتژی‌های حفظ مشتری

- ارسال ایمیل‌های پیگیری به مشتریان.
- برگزاری نظرسنجی برای ارزیابی رضایت مشتریان.

## جمع‌بندی

دیجیتال مارکتینگ یک فرآیند چند مرحله‌ای است که شامل جذب، فعال‌سازی، تبدیل و حفظ مشتریان می‌شود. با درک این مراحل و اجرای صحیح آن‌ها، می‌توانیم به رشد و موفقیت کسب‌وکار خود کمک کنیم. امیدوارم این مقاله به شما در فهم



بهتر دیجیتال مارکتینگ کمک کرده باشد و بتوانید از آن در کسب و کار خود بهره‌برداری کنید.