

دوره جامع دیجیتال مارکتینگ (با نگرش بازار ایران)

چطور به یک دیجیتال مارکتر تبدیل شویم؟

امروزه نقش اینترنت و ابزارهای دیجیتال در توسعه و موفقیت کسب و کارها بر کسی پوشیده نیست. کمتر کسی است که برای یافتن کالا و یا خدمات مورد نیاز خود به جستجو در فضای مجازی نپردازد. اما سؤال اصلی اینجاست که چگونه می توان از میان وب سایت ها و تبلیغات اینترنتی متعدد و گوناگون، راه را به سوی مخاطب و مشتری خود باز کرده و با وی ارتباط برقرار سازیم. این دوره آموزشی شما را با موثرترین راهکارهای بازاریابی و تبلیغات دیجیتال آشنا خواهد ساخت. دوره دیجیتال مارکتینگ پیش نیاز تحصیلی، دانش برنامه نویسی و دانش تخصصی فناوری اطلاعات ندارد استاد این دوره علاوه بر تحصیلات آکادمیک، مجری پروژه های دیجیتال مارکتینگ بوده و دوره را به صورت کاربردی، مهارتی و کارگاهی برگزار می کند.

- **مخاطبان:** مدیران و کارشناسان بازاریابی، ترویج، تبلیغات و روابط عمومی، مدیران توسعه بازار، مدیران عامل شرکت های کوچک و متوسط
- **مدت دوره:** ۶۴ ساعت، ۱۶ جلسه (ساعت: ۱۶ الی ۲۰)
- **شروع دوره:** ۱۳۹۸/۰۸/۰۶
- **مدرس:** مهندس مهدی فریبهی
- **شهریه ثبت نام:** ۳,۲۰۰,۰۰۰ تومان
- **گواهینامه:** گواهینامه رسمی آموزشگاه بازاریازان (ممهور به مهر برجسته، دو زبانه، دارای کد استعلام قابل پیگیری و با امضای رییس انجمن علمی بازاریابی ایران)
- **شرایط ثبت نام:**

- ثبت نام گروهی، شامل تخفیف می باشد: ۳ تا ۵ نفر: ۵٪ و بیش از ۶ نفر: ۱۰٪- بیشتر از ده نفر، نفر یازدهم رایگان
- پرداخت شهریه به حساب جاری ۸۰۲۵۳۳۸۵۶۱ و شماره کارت ۶۱۰۴۳۳۷۷۲۳۹۱۶۳۹۹ نزد بانک ملت (جام) شعبه وزارت کار به نام پرویز درگی
- آموزشگاه بازاریازان تلفن مشاوره آموزشی و ثبت نام: ۵-۶۶۰۲۸۴۰۱ و ۱۲-۶۶۰۲۸۱۱۱

عنوان کلی	سرفصل دوره
inbound M	بازاریابی ربایشی چیست؟ مزیت های این مدل بازاریابی چیست؟
	آشنایی با فرآیند بازاریابی ربایشی
	معرفی ابزارهای بازاریابی ربایشی
	آشنایی با بوم ارزش پیشنهادی و چگونگی تعیین شاخص برای هر بخش
content M	تفاوت بازاریابی محتوا و تبلیغات
	چرا شما هم به بازاریابی محتوا نیاز دارید؟
	بازاریابی محتوا برای کسب و کارهای B2B و B2C
	چند قانون کلیدی در بازاریابی محتوا
	آشنایی با استرژژی بازاریابی محتوا
	ابزارهای لازم برای اجرای بازاریابی محتوا
	انواع محتوای کارآمد در بازاریابی محتوا
	۴ مرحله اصلی تولید محتوا، در قیف بازاریابی
	۴ منبع تولید محتوا
	۵ اشتباه رایج در تولید محتوا
	چرخه عمر محتوا
	مهمترین شاخص های سنجش موفقیت بازاریابی محتوا
	آشنایی با وب و انواع آن
	راهکارهای جایگزین وب سایت چیست؟
web	انواع فروشگاه های اینترنتی
	۸ گام ضروری برای داشتن یک فروشگاه
	آشنایی با ساختار و عملکرد موتورهای جستجو
	باورهای غلط و اشتباهات رایج در سئو
seo	الگوریتم های گوگل با سایت ما چه می کنند؟
	کلمات کلیدی و نحوه آنالیز و انتخاب آنها
	آشنایی با نحوه به کارگیری کلمات کلیدی در متن
	آشنایی با آناتومی یک هایپرلینک
	انواع لینک بیلدینگ و روش های ساخت بک لینک
	شبکه های اجتماعی و تاثیر آن بر سئو
	فاکتورهای اصلی رتبه بندی سایت در گوگل
	۷ فاکتور مهم برای ارزیابی وب سایت
	آشنایی و نحوه استفاده از ابزارهای آنالیز و پایش وب سایت
	آشنایی با شاخص های مهم در تبلیغات بنری
	انواع تبلیغات بنری و ویژگی های هر مدل
	۱۲ گام برای داشتن یک بنر تاثیر گذار
	چگونه یک دکمه فراخوان خوب داشته باشیم؟
	۴ گام مهم برای داشتن یک صفحه فرود عالی
display AD	اشتباهات رایج در تبلیغات بنری
	بررسی و آنالیز چند بنر موفق و نا موفق
	ویدئو مارکتینگ و انواع آن
	چرا کسب و کار شما به ویدئو مارکتینگ نیاز دارد
	مزیت های بازاریابی ویدیویی
	راهکارهای بازاریابی ویدیویی برای رشد کسب و کار شما
	ویژگی های یک ویدیوی تبلیغاتی موفق
	ویدئو و شبکه های اجتماعی
	بررسی و آنالیز چند ویدیوی موفق و نا موفق

SEM	آشنایی با "SEM" و ساختار تبلیغات گوگل (AdWords)
	باورهای غلط و اشتباهات رایج در "AdWords"
	نحوه محاسبه و تخصیص بودجه
	آموزش گام به گام از ایجاد اکانت تا فعال سازی کمپین
	نحوه سنجش رقابت پذیری کلمات کلیدی و آنالیز رفتار رقبا
	چند تنظیم حرفه ای برای نتیجه گیری بهتر
	سنو بهتر است یا "AdWords"؟ (مقایسه سنو و تبلیغات گوگل)
email M	آشنایی با شاخص های مهم در ایمیل مارکتینگ
	روش های جمع آوری ایمیل
	۵ مدل ایمیل که ارسال آنها ضروری است
	۹ نکته طلایی که باید بدانید
	۱۲ گام برای ایمیل مارکتینگ موفق
	۵ راهکار ساده برای سازگاری ایمیل با موبایل
	راهکارهایی برای افزایش نرخ بازگشایی ایمیل
	چند پیشنهاد برای بهبود نرخ "CTR" و "CTA"
	اشتباهات رایج در ایمیل مارکتینگ
	فرکانس ارسال ایمیل
	آینده ایمیل مارکتینگ چگونه خواهد بود؟
	ابزارهای لازم برای اجرای ایمیل مارکتینگ
	بررسی موردی یک کمپین موفق ایمیلی
	آشنایی با فضای کلی شبکه های اجتماعی
social media	۱۰ قانون بازاریابی در شبکه های مجازی
	معرفی موثرترین و جدیدترین مدل بازاریابی شبکه های اجتماعی و ۵ گرایش اخیر این مدل
	۵ اشتباه رایج کسب و کارها در فضای مجازی
	آشنایی با مفهوم "Frequency Social Media"
	کارهای اولیه ضروری برای راه اندازی یک اکانت در شبکه های اجتماعی
	۹ موضوع، که مردم ایران در شبکه های اجتماعی دنبال می کنند
	اینستاگرام؛ آنچه هست و آنچه نیست
	معرفی کاربردی امکانات اینستاگرام
	هشتگ گذاری و روش درست انتخاب هشتگ
	۶ توصیه فعالان و بزرگان شبکه های اجتماعی در خصوص هشتگ گذاری
	آشنایی با لینکدین و قابلیت های آن
	سیاست های افزایش فالوور
	کاربرد ربات ها در اینستاگرام و تلگرام
	معرفی ابزارهای پایش و اندازه گیری عملکرد در اینستاگرام
online selling	بدون افزایش کاربران سایت، بیشتر بفروشید
	کاربران در سایت شما چه می کنند؟
	آشنایی با ابزارهای کارآمد برای شناخت سلیقه کاربران
	چگونه بر تردید کاربران در لحظه خرید غلبه کنیم؟
	۷ دلیل کاربران برای رها کردن خرید، در لحظه پرداخت
	۴ قانون طلایی برای معرفی بهتر محصولات
	چگونه یک پیشنهاد ویژه فروش بسازیم؟
	۴ مدل تخفیف در فروش اینترنتی
	۱۴ روش ارائه تخفیفات در فروش اینترنتی
	آشنایی و ارزیابی شاخص های کلیدی

آشنایی با مفهوم کمپین و مدل MO	digital campaigns
نحوه تعیین اهداف و طراحی پیام	
روش های رایج در تعیین بودجه	
چگونه آژانس های تبلیغاتی را ارزیابی کنیم؟	
تدوین عملی کمپین جامع دیجیتال در کلاس	
ارزیابی و پایش یک کمپین دیجیتال	