

# بازاریابی بر خط

راهنمای جامع

بازاریابی در اینترنت

لوری توماس  
ترجمه‌ی بهمن فروزنده



۱۳۹۶

## فهرست مطالب

۹	پیشگفتار مترجم
۱۱	درباره‌ی نویسنده
۱۲	پیشگفتار نویسنده
۱۵	مقدمه
۱۷	فصل اول: ساخت بنیان بازاریابی بر خط
۴۵	فصل دوم: برنامه‌ریزی وب‌سایت
۶۹	فصل سوم: ساخت وب‌سایت
۹۵	فصل چهارم: بازاریابی محتوا
۱۲۳	فصل پنجم: وبلاگ‌نویسی
۱۶۵	فصل ششم: بازاریابی با رسانه‌های اجتماعی
۱۹۵	فصل هفتم: تحلیل آماری وب
۲۲۱	فصل هشتم: بهینه‌سازی موتور جست‌وجوگر
۲۵۳	فصل نهم: تبلیغات بر خط/بازاریابی با موتور جست‌وجوگر
۲۷۹	فصل دهم: بازاریابی با ایمیل
۳۰۷	فصل یازدهم: روابط عمومی بر خط
۳۳۳	فصل دوازدهم: مدیریت بازاریابی با وب‌چندکاره

## پیشگفتار مترجم

بی تردید هم‌زمان با ظهور اینترنت، شکل و ماهیت کسب‌وکار نیز دچار تغییر شد. این فناوری جدید، دنیای کسب‌وکار را دگرگون کرد؛ روابط دنیای کسب‌وکار را تغییر داد؛ شیوه‌های خرید و فروش را دگرگون ساخت؛ رقابت را فزونی بخشید؛ قدرت و حق انتخاب مشتریان را گسترده‌تر کرد؛ و در یک کلام کسب‌وکار و تجارت را از همی قید و بندهای دنیای فیزیکی کسب‌وکار رها کنید و به آن شکلی جدید بخشید.

اینک برای کسب‌وکارها حضور جدی در فضای اینترنت، نه یک مزیت رقابتی که یک الزام رقابتی به شمار می‌رود. همی کسب‌وکارها به ناچار بایستی جایگاه و پایگاهی در فضای مجازی برای خود دست و پا کنند. ممکن است این حضور با هدف فروش، معرفی، اطلاع‌رسانی و یا دسترسی به مشتریان بیشتر باشد. هر چه که باشد این حضور، اینک به‌عنوان یک «الزام» و «باید» در فضای کسب‌وکار مطرح است.

فناوری‌های نوین علاوه بر دنیای کسب‌وکار، سبک زندگی همی افراد را نیز دچار تغییر کرده‌اند. پاساژگردی جای خود را به وب‌گردی داده و حراج‌های فصلی جای خود را به تخفیف‌های همیشگی و رقابتی داده‌اند. «جنس فروخته شده پس گرفته نمی‌شود» جای خود را با «تضمین بازگشت کالا» عوض کرده و فاصله‌ی میان دو رقیب نه کیلومترها که تنها چند کلیک شده است.

اکنون استفاده از اینترنت به عنصری جداناپذیر در فرآیند تصمیم‌گیری خرید تبدیل شده است. از مرحله‌ی شناخت نیاز تا جست‌وجوی اطلاعات و ارزیابی گزینه‌ها و در نهایت خرید، اینترنت به‌عنوان ابزاری حیاتی و تأثیرگذار مورد استفاده قرار می‌گیرد. اینترنت مشتریان را قادر ساخته است بهترین خرید ممکن را در کمترین زمان و با کمترین قیمت ممکن انجام دهند.

خود کسب‌وکارها نیز از مزایای این فناوری نوپا اما همه‌گیر بی‌نصیب نیستند. اینک وب‌سایت هر فروشگاه و شرکت از خوش‌مکان‌ترین فروشگاه و دفتر کار فیزیکی در سطح شهر نیز اثربخشی بیشتری دارد. کسب‌وکارها با استفاده از اینترنت می‌توانند به گستره‌ی وسیع‌تری از مشتریان دست یابند و راحت‌تر از گذشته خود را معرفی کنند.

اطلاع‌رسانی رویدادها و اخبار و همچنین معرفی کالاها و خدمات اینک پویاتر، سریع‌تر و ساده‌تر از گذشته شده و همه‌ی این‌ها مدیون این فناوری نوین و فراگیر است.

از سوی دیگر نباید از این نکته غافل شد که مشتریان نسبت به کسب‌وکارها از قدرت بیشتری برخوردار شده‌اند و این به معنای افزایش شدت رقابت میان کسب‌وکارها برای تصاحب سهم بیشتری از این مشتریان است. شدت رقابت به حدی است که بعضی از آن به‌عنوان رقابت مرگبار یاد می‌کنند و معتقدند رقابت چنان شدید است که دست آخر در هر حوزه تنها یک کسب‌وکار شایسته باقی می‌ماند و سایر رقبای کلی نابود و حذف می‌شوند.

در این فضای به شدت رقابتی کسانی پیروز خواهند شد که به خوبی از اصول کار آگاه باشند و خلاقانه این اصول را به‌کار گیرند. آگاهی از این اصول و شیوه‌ها به شما کمک می‌کند فاصله‌ی خود را روزبه‌روز با رقبای بیشتر کنید و به انتخاب اول کاربران تبدیل شوید.

لوری توماس نویسنده، سخنران، کارشناس، مربی و مدیر موفق در حوزه‌ی بازاریابی اینترنتی تلاش کرده در کتاب «بازاریابی برخط» همه‌ی آن چیزی را که برای موفقیت در این حرفه نیاز است، در اختیار مخاطب قرار دهد. وی با اذغان به اینکه موفقیت در حوزه‌ی بازاریابی اینترنتی لزوماً نیازمند تحصیلات دانشگاهی نیست، مجموعه‌ای بی‌نظیر، کامل و کاربردی را به مخاطب عرضه کرده است که می‌تواند برای هر کسی در این حوزه مفید واقع شود.

آنچه باید به یاد داشته باشید این است که شیوه‌ها و ابزارهای بازاریابی و به‌ویژه بازاریابی برخط همواره در حال تغییر است، آنچه همواره یکسان خواهد بود اصول کار است. از این رو، بهترین دستاورد شما از مطالعه‌ی این کتاب، یادگیری و به‌کارگیری خلاقانه‌ی اصول بازاریابی برخط است. شانس شما این است که لوری توماس این اصول را با نثری شیوا، گیرا و روان همراه با مثال‌هایی واقعی و کاربردی در اختیار شما می‌گذارد.

امید است تلاش لوری توماس در معرفی مفاهیم و اصول و همچنین شیوه‌ها و ابزارهای کاربردی این حوزه مثمر ثمر باشد و مترجم نیز توانسته باشد به‌نوبه‌ی خود پیام ناب این اثر ارزشمند را به خوبی منتقل کند. با وجود این، مترجم صمیمانه در انتظار دیدگاه‌های شما گرامیان خواهد بود.

بهمن فروزنده

بهار ۱۳۹۵

## درباره‌ی نویسنده

لوری توماس<sup>۱</sup> سخنران، مربی، کارشناس بازاریابی و مدیرعامل Web Marketing Therapy یک آژانس تخصصی بازاریابی با وب و یک موسسه‌ی آموزشی تشخیصی و تجویز و راهنمای راه‌حل‌های سالم بازاریابی است. رویکرد موفق خانم لوری توماس نسبت به بازاریابی با وب، متخصصین را برای ارائه‌ی راه‌حل‌های توسعه‌پذیر با هدف برندسازی، راه‌اندازی و رونق کسب‌وکار توانمند می‌سازد. وی مسئول آموزش کارگاه‌های آموزشی در دانشگاه کالیفرنیا در برکلی (UC Berkely) نیز هست. او درباره‌ی موضوعات مختلف بازاریابی همایش‌های سراسری برگزار می‌کند و نویسنده‌ی چند نشریه‌ی برخط است. خانم لوری توماس دارای دانش وسیع و عمیق کارشناسی در صنعت بازاریابی وب‌بنیان، مشتمل بر توسعه‌ی راهبرد بازاریابی با وب، بهینه‌سازی وب‌سایت‌ها، بازاریابی با موتور جست‌وجوگر، بهینه‌سازی موتور جست‌وجوگر، بازاریابی وابسته، خرید و فروش تبلیغات برخط، آموزش دانشجویان و اهالی کسب‌وکار در موضوعات گوناگون در حوزه‌ی بازاریابی با وب است. خانم توماس یکی از بنیان‌گذاران ValueClick Media است. رهبری فکورانه‌ی او به‌عنوان یک کارشناس بازاریابی برخط در رسانه‌ها و از جمله The Associated press, Inc, forbes, DM News, Emtre preneur, eCommerce times و tech News world انعکاس داشته است. شرکت‌های وابسته به خانم توماس از جنبش ۱٪ برای حفاظت از زمین (جنبش جهانی و رو به گسترش شرکت‌هایی که یک درصد فروش خود را به شبکه‌ی مؤسسات بین‌المللی حمایت از محیط‌زیست هدیه می‌کنند) حمایت و پشتیبانی می‌کنند. می‌توانید با گوگل کردن<sup>۲</sup> و یا بازدید از وب‌سایت‌های [www.webmarketingtherapy.com](http://www.webmarketingtherapy.com)، [www.themarketingtherapist.com](http://www.themarketingtherapist.com) و [www.lorriethomas.com](http://www.lorriethomas.com) درباره‌ی این نویسنده بیشتر بدانید.

1. Lorrie Thomas

2. Googling