

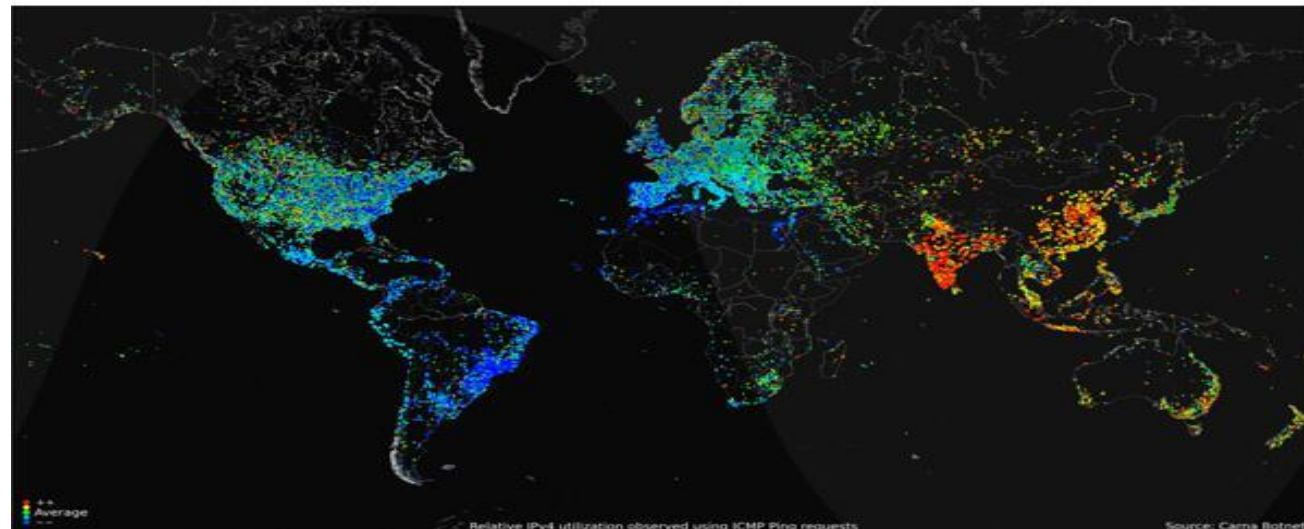
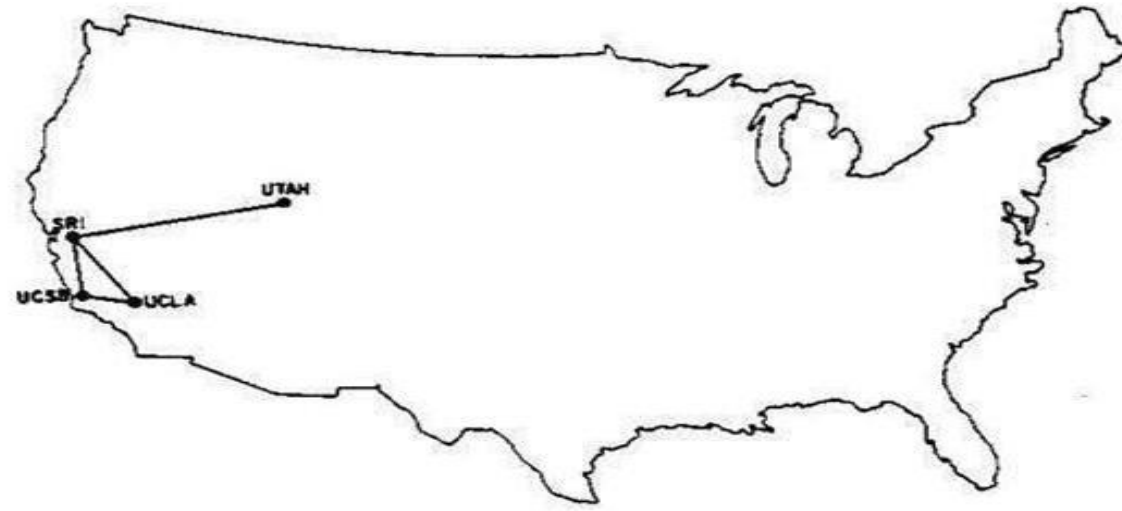


بازاریابی محتوا در شبکه‌های اجتماعی

ابزارهای روابط عمومی مدرن

۱. وب سایت سازمانی
۲. وبلاگ رسمی
۳. **رسانه‌های اجتماعی**
۴. **بازاریابی محتوا و بازاریابی رسانه‌های اجتماعی**
۵. سنو
۶. محتوای ویروسی (متن، عکس، ویدیو)
۷. مانیتورینگ آنلاین و لحظه‌ای رسانه‌های آفلاین و آنلاین
۸. ویدیو آنلاین
۹. پادکست آنلاین
۱۰. تحلیل شبکه‌های اجتماعی اینفوگراف‌ها، نیوزگراف‌ها و دیتاگراف‌ها
۱۱. فکت شیت‌ها (اعیاد، مناسبت‌ها و غیره، تاریخچه اطلاعات سازمانی و آمارها)
۲۱. روابط عمومی موبایل
۳۱. روابط رسانه‌ای
۴۱. خبرنامه آنلاین
۵۱. آگهی رسانه‌های آفلاین و آنلاین
۶۱. لیست ایمیل دسته‌بندی شده
۷۱. تحقیقات و آموزش‌ها
۸۱. ستون‌های مهمان در رسانه‌ها
۹۱. رویدادها و مراسم‌های اختصاصی، سخنرانی‌های عمومی و تخصصی در همایش‌ها
۱۰۲. حمایت از همایش‌ها و سمینارهای مرتبط
۱۲. پکیج مطبوعاتی (نشست‌های خبری)
۲۲. مسوولیت اجتماعی

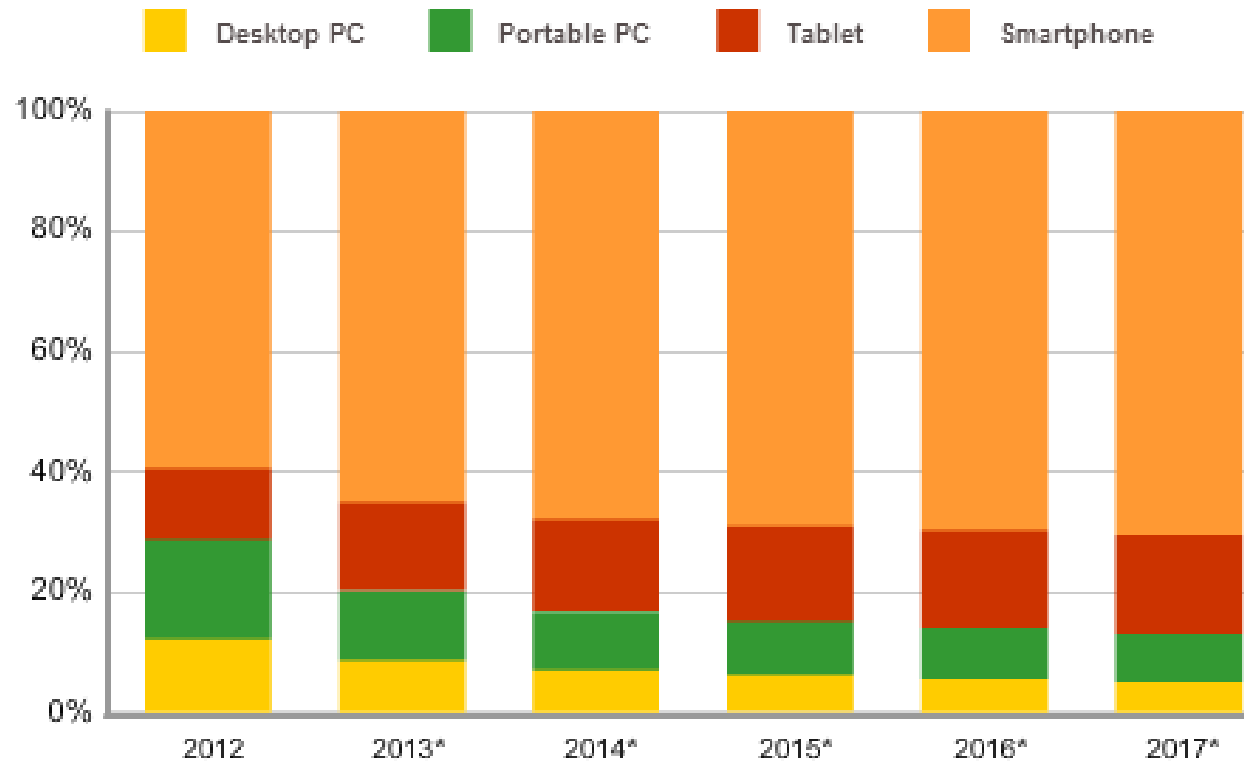
اینترنت از کجا آمد؟



مقایسه تکنولوژی‌ها



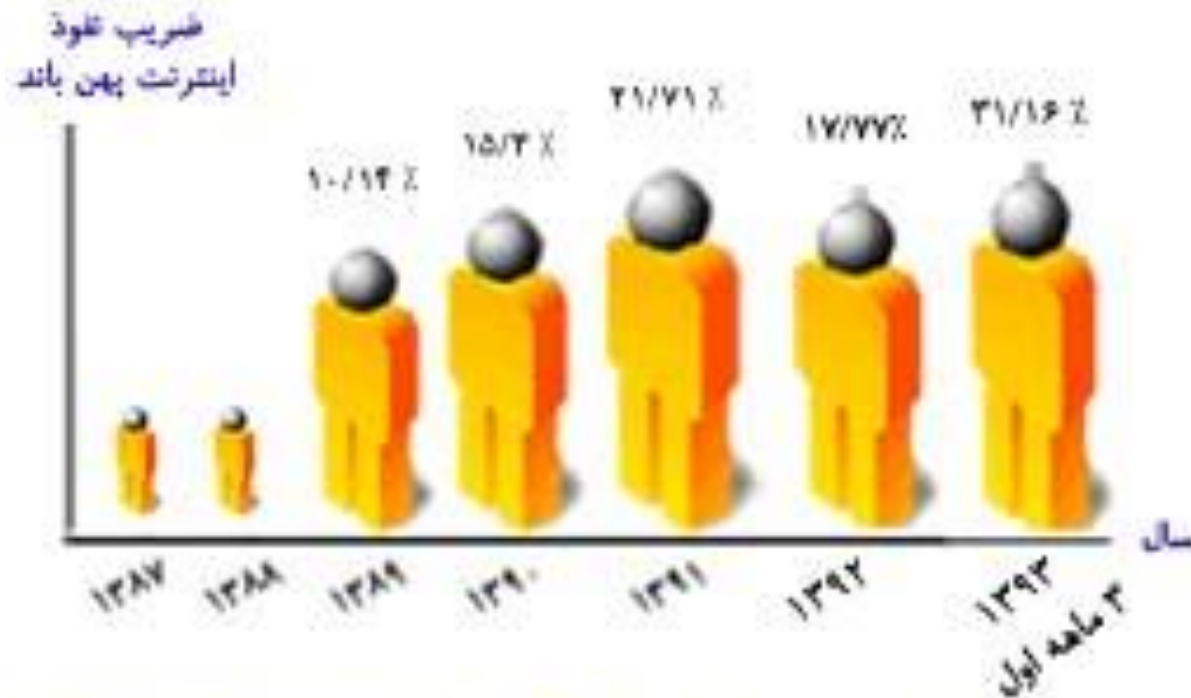
Worldwide Smart Connected Device Forecast*
Market Share by Product Category, 2012-2017



وضعیت اینترنت در جهان و ایران

Everything!

The Internet Of Everything



ADSL + WiMAX + Fiber + 3G = اینترنت پهن باند

<http://iriu.ir/matma/>

رسانه‌های اجتماعی



انواع رسانه‌های اجتماعی



بازاریابی محتوا؟

- فرایند تولید و به اشتراک گذاری محتوایی (هرنوع) که باعث حفظ مشتریان قبلی و بدست آوردن مشتریان جدید
- «تکنیک خلق و پخش کردن محتوا جذاب، ارزشمند و مرتبط با نیاز مشتری و یا مخاطب هدف»

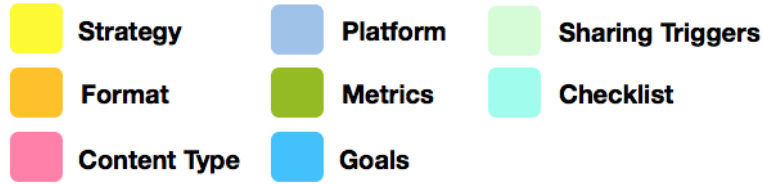
**CONTENT
MARKETING**



The Periodic Table of Content Marketing

An overview of the key elements of content marketing

1 Cs Content strategy	
2 Ar Article	10 Sh Slideshow
3 V Video	11 Vi Visualisation
4 Im Image	12 Pr Press release
5 Ev Event	13 Wb Webinar
6 Gm Game	14 Ap App
7 To Tool	15 Eb Ebook
8 P Print	16 So Social
9 Ei E-learning	17 Em Email



A seven-step guide to success

1. Take some time to define a **strategy**.
2. Figure out the **formats** you plan on using.
3. Think about the **content types** that will appeal to your audience. Do your research. Brainstorm ideas. Create.
4. Share your content across the key content distribution / social **platforms**.
5. Track the key **metrics**, and map these to your **goals**.
6. Be aware of the main sharing **triggers**. Be sure to work the emotions.
7. Always **double check** your work.

68 Pv Page views	76 Uv Unique visitors	84 Nv New visitors	91 Br Bounce rate	99 Tf Traffic
69 Nl New leads	77 Do Downloads	85 Cl Cost per lead	92 Kp Key pages	100 Le Leads
70 Bm Brand metrics	78 Rp Reputation metrics	86 Pm PR metrics	93 Dg Demographic metrics	101 Br Branding
71 Of Offline media	79 Mi Microsite	87 Am Acquisition metrics	94 Rm Retention metrics	102 Sa Sales
72 Li Linkedin	80 Pi Pinterest	88 Is Instagram	95 Sc Search metrics	103 S Search
73 Gp Google+	81 Fo Forums	89 Tu Tumblr	96 Nm New members	104 Me Members
74 Vn Vine	82 Sl Slideshare	90 Fl Flickr	97 Sm Social metrics	105 Sh Shares
75 Ps Partner sites	83 Ad Advertising		98 Eg Engagement metrics	106 En Engagement

107 Fu Funny	108 Sx Sexy	109 Sg Shocking	110 Mv Moving	111 Un Unbelievable	112 Cv Controversial	113 Co Cool	114 Ig Illuminating	115 Rd Random	116 Zg Zeitgeist	117 Aw Cute	118 Up Uplifting	119 Di Disgusting
120 Sq Search queries	121 Se Search optimisation	122 Ce Copy editing	123 Fm Formatting	124 Hd Headline optimisation	125 Tv Tone of voice	126 Gd Brand guidelines	127 Pe Plain English	128 Do Device optimisation	129 Fc Fact-checking	130 Cd Credit sources	131 Ct Calls to action	132 Fd Invite feedback

Devised & designed by Chris Lake (@lakey).

You may share it around, embed it on your website, print it out or tear it up, with appropriate credit.

Copyright Econsultancy Ltd.

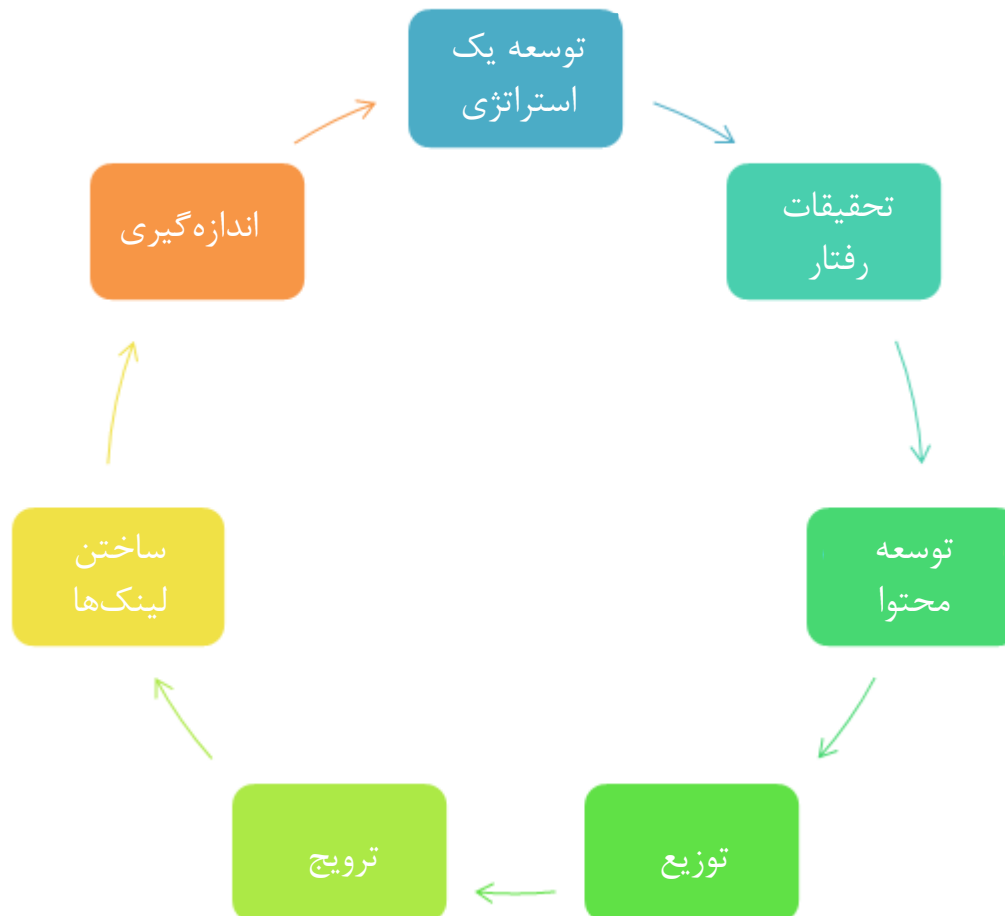


استراتژی محتوا؟

- استراتژی محتوا، اشاره به برنامه‌ریزی، توسعه و مدیریت محتوا
- استراتژی محتوا عمل برنامه‌ریزی ایجاد، تحویل و نظارت محتوا است.
- هدف استراتژی محتوا، دستیابی به اهداف کسب‌وکار با حداکثر تاثیر محتواست.



سیکل بازاریابی محتوا



بازاریابی رسانه‌های اجتماعی؟

- بازاریابی رسانه‌های اجتماعی، فرمی از بازاریابی اینترنتی است که از رسانه‌های اجتماعی برای دستیابی به ارتباطات بازاریابی و برندسازی استفاده می‌کند. بازاریابی رسانه‌های اجتماعی در درجه اول شامل به اشتراک‌گذاری اجتماعی محتوا، ویدیوها و عکس‌ها برای اهداف بازاریابی است.
- بازاریابی رسانه‌های اجتماعی، بازاریابی است که تمرکز آن به روی مردم است نه روی محصولات



اهداف بازاریابی رسانه‌های اجتماعی

افزایش ترافیک وب سایت و مخاطب

WEB TRAFFIC

A Conversation

اهداف بازاریابی رسانه‌های اجتماعی



مکالمه درباره محصول یا خدمات و دریافت بازخورد

اهداف بازاریابی رسانه‌های اجتماعی

افزایش خوشنامی و آگاهی از نام تجاری



اهداف بازاریابی رسانه‌های اجتماعی

ایجاد هویت برای نام تجاری و ارتباط با نام تجاری مثبت



مراحل بازاریابی رسانه‌های اجتماعی

۱- مخاطب شناسی



مراحل بازاریابی رسانه‌های اجتماعی



۲- تعیین اهداف

مراحل بازاریابی رسانه‌های اجتماعی

CONTENT



۳- ایجاد محتوا

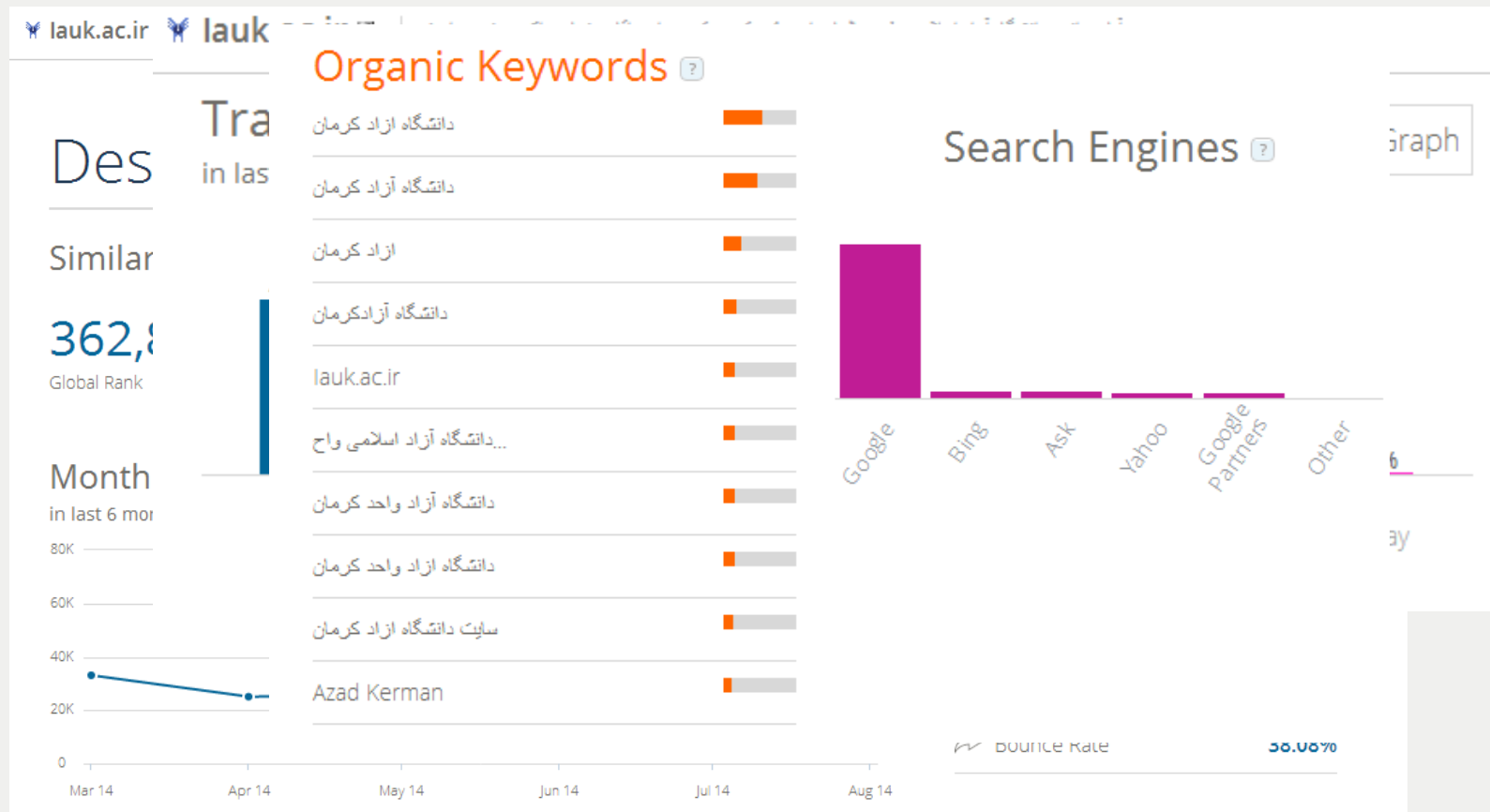
مراحل بازاریابی رسانه‌های اجتماعی



۴- اشتراک‌گذاری (تکنیک و زمان)

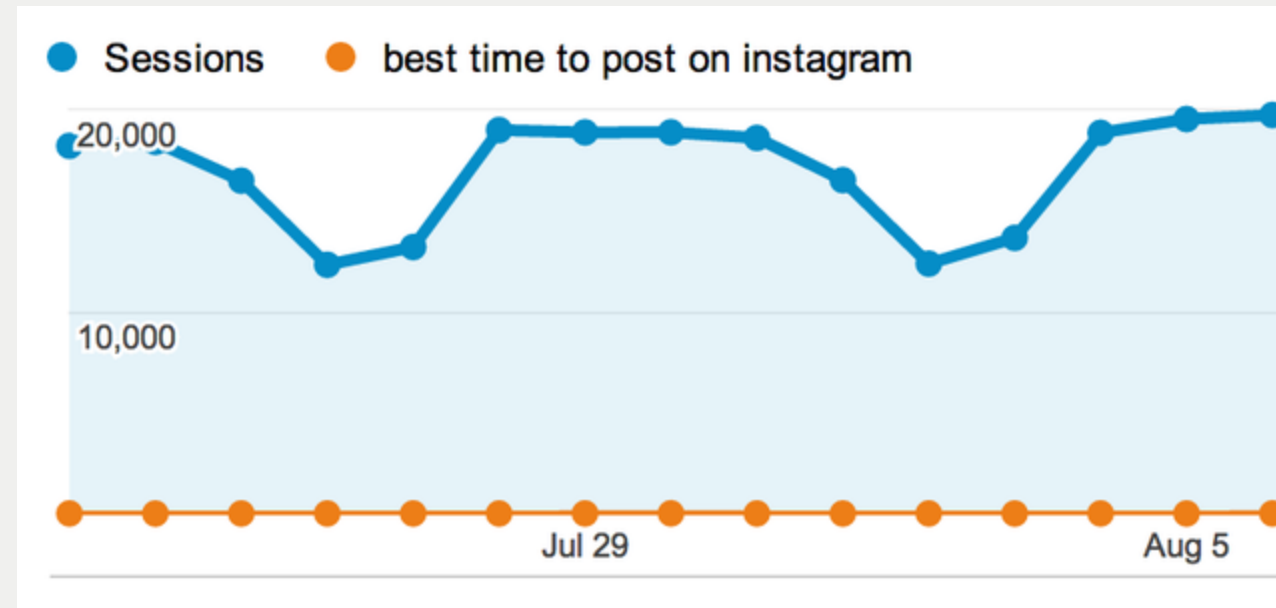
مراحل بازاریابی رسانه‌های اجتماعی

- [SimilarWeb](#)



مراحل بازاریابی رسانه‌های اجتماعی

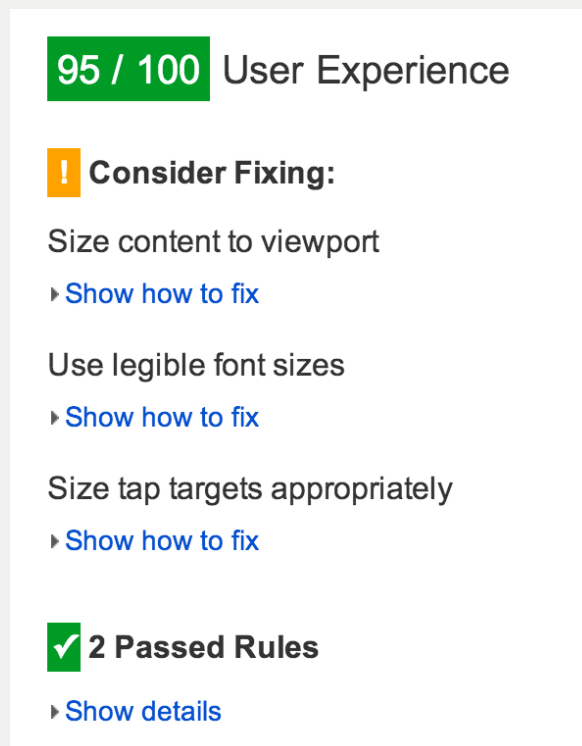
- [Google Analytics](#)



۵- مانیتورینگ و اندازه‌گیری

مراحل بازاریابی رسانه‌های اجتماعی

- [Google PageSpeed Insights](#)



95 / 100 User Experience

! Consider Fixing:

- Size content to viewport
‣ [Show how to fix](#)
- Use legible font sizes
‣ [Show how to fix](#)
- Size tap targets appropriately
‣ [Show how to fix](#)

✓ 2 Passed Rules

‣ [Show details](#)

۵- مانیتورینگ و اندازه‌گیری

مراحل بازاریابی رسانه‌های اجتماعی

- [PageRank Status Chrome SEO Toolbar](#)

The screenshot displays the PageRank Status Chrome SEO Toolbar interface. It features a sidebar on the left with navigation options: SEO Stats, Traffic Stats, Site Info, Page Info, Links Stats, Page Speed, Tools, Update History, Options, and Donate. The main content area is divided into several sections:

- Rank:** A table listing various ranking metrics: Alexa Traffic Rank (188,775), Compete Traffic Rank (Unranked), and Google PageRank (5, shown with a green progress bar). It also includes a link to "Add PageRank button to your site".
- Cached:** A table showing search engine cache dates: Archive.org (June 30, 2002) and Google (Sep 11, 2014 15:00:26).
- Backlinks:** A table listing backlinks from Alexa (291), Google (39), Open Site Explorer, and Sogou (0).
- Pages indexed:** A table showing the number of pages indexed by various search engines: Ask, Baidu (0), Bing (1,570), Goo (200), Google (713), Sogou (0), Yahoo, and Yandex (N/A). It also shows 360 pages indexed by a search engine with a magnifying glass icon.
- Geolocation information:** A table showing IP (185.3.201.197), City (N/A), and Country (Iran, Islamic Republic of).

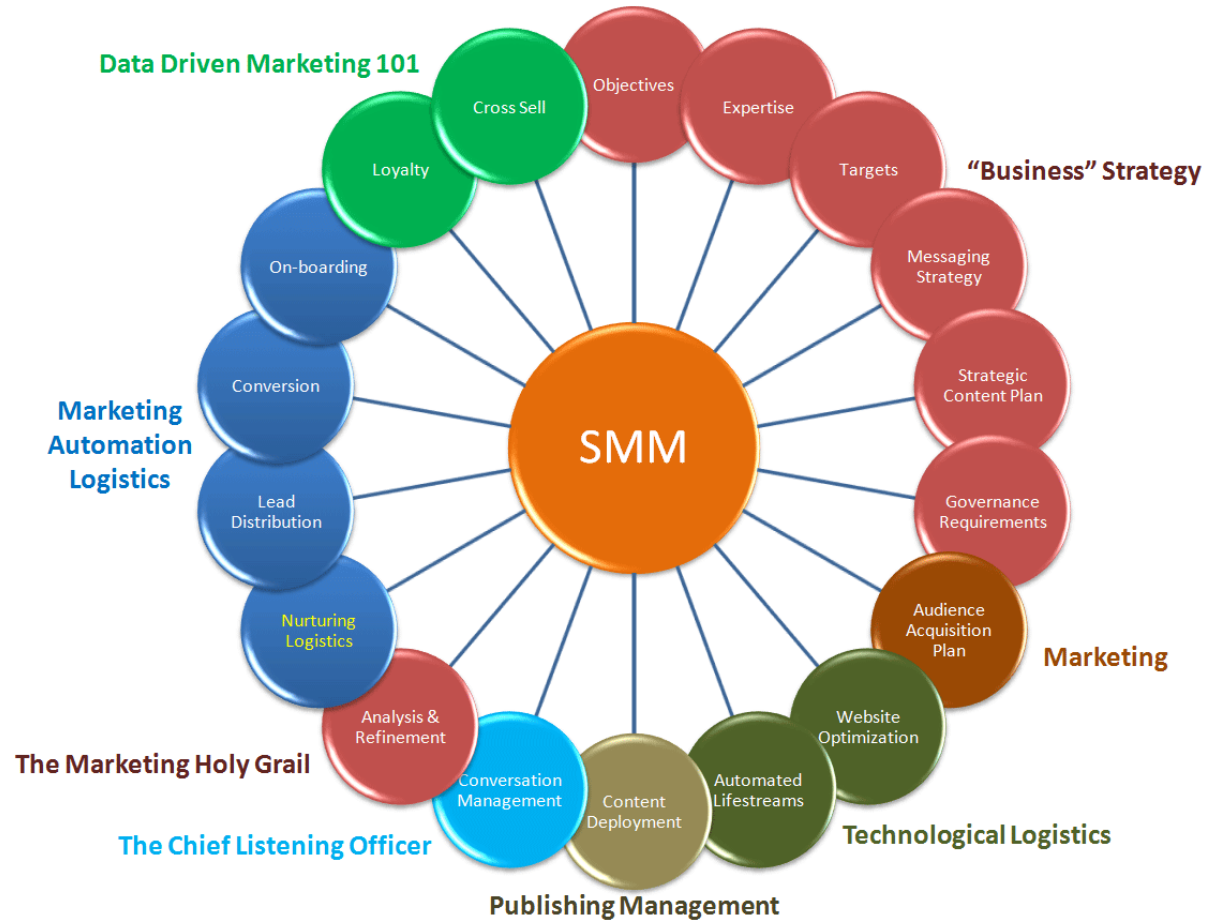
At the bottom of the toolbar, there are social media links (Facebook, Twitter, etc.), a contact email (pr@chromefans.org), a "Like this extension? Rate it!" prompt, and advertisements for Bluehost Unlimited Hosting and Green Web Hosting.

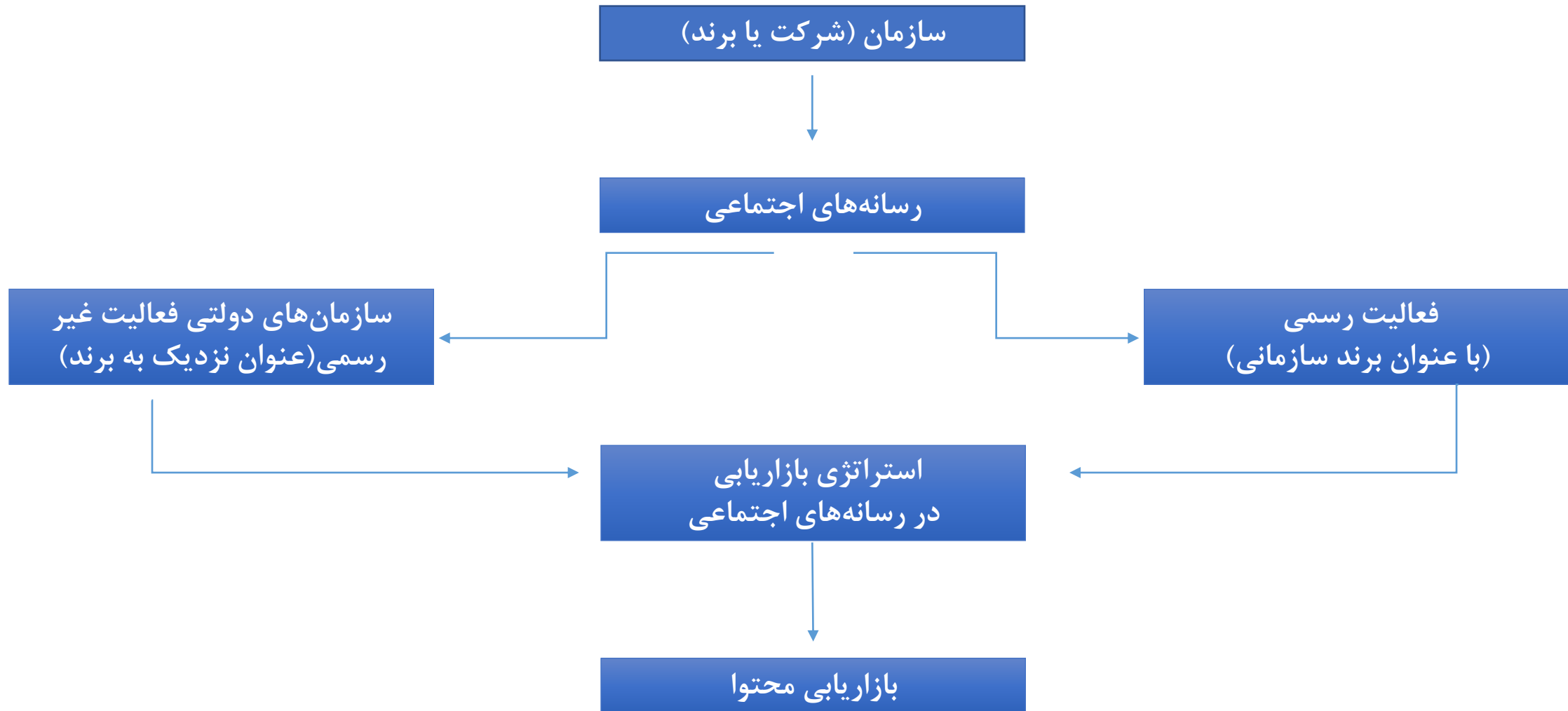
۵- مانیتورینگ و اندازه‌گیری

در نهایت؟

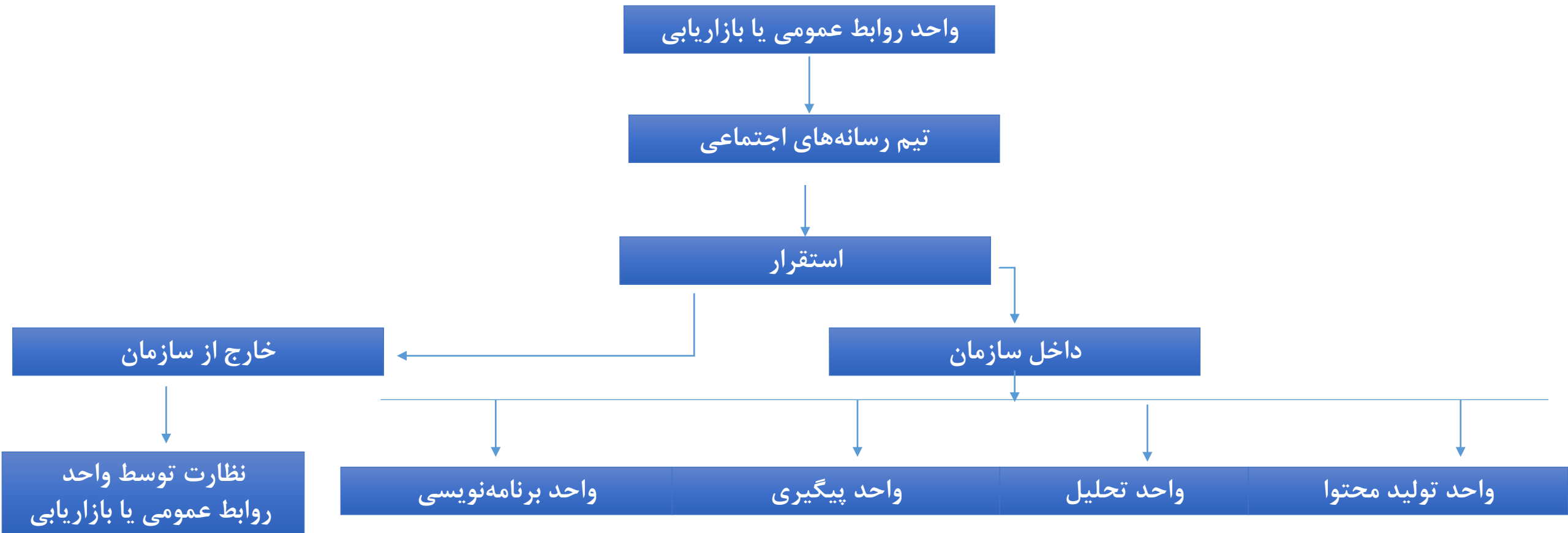
تدوین استراتژی بازاریابی رسانه‌های اجتماعی

The Benefits of a Strategy Plan for Social Media Marketing (SMM)





مدل فعالیت شرکت‌های ایرانی در رسانه‌های اجتماعی



مدل استقرار واحد رسانه‌های اجتماعی در شرکت‌ها

تکنیک‌های تولید محتوا رسانه های اجتماعی

- کوتاه بنویسید، اما محاوره ننویسید! به زبان دنیا سخن بگویید.
- زمان بندی تعیین کنید. (صبح و شب با اسکوجئول)
- به سوالات پاسخ دهید.
- قبل از انتشار چندین بار بازخوانی کنید!
- تبلیغ ننویسید! محتوا انتشار دهید.
- لوگو سوشیال، لوگوی برند باشد.
- محتوای خوب و مرتبط را به اشتراک بگذارید.
- محتوای زرد منتشر نکنید.
- محتوای متناسب با ساختار هر رسانه منتشر کنید.
- روی یک بازار تخصصی تمرکز کنید و بازار عمومی را فراموش نکنید.
- کاربران فعال هر شبکه را بشناسید. با آنها ارتباط برقرار کنید.
- اگر اشتباه کردید، عذرخواهی کنید. پاک نکنید.

مهارت‌های تولید محتوا در فیس‌بوک

- برای برندها (سازمان‌ها، شرکت‌ها و افراد معروف) صفحه بسازید. به هیچ عنوان پروفایل نسازید.
- برای شروع، محتوایی تولید کنید و سپس به دنبال دعوت کردن افراد باشید
- کاور مناسبی انتخاب و عوض کنید.
- اگر شخص، برند یا غیره مورد نظر متن صفحه داشت به آن منشن بزنید.
- آنالیز صفحه را بررسی و طبق آن محتوا تولید کنید
- در صورت امکان در فیس بوک تبلیغات بدهید!

مهارت‌های تولید محتوا در تویتر

- به دنبال تایید رسمی اکانت خود باشید.
- #هشتگ لازم در توییت ارائه شود. هشتگ بی‌مورد قرار نگیرد.
- توییت با عکس مرتبط انجام شود.
- اگر شخص، برند یا غیره مورد نظر توییت اکانت داشت به آن منشن بزنید.
- اگر خبر رسانی می‌کنید، منبع آن را ذکر کنید. حداقل امکان لینک آن را هم قرار دهید.
- دنبال کردن اکانت‌های مرتبط و معتبر
- از تبلیغات تویتر برای ترویج محتوای خود استفاده کنید

مهارت‌های تولید محتوا در اینستاگرام

- شبیه ساز اندروئید [bluestacks](#) برای ویندوز نصب کنید و با آن حرفه‌ای عکس شیر کنید.
- برای برند خود هشتگ اختصاصی تولید و معرفی کنید. مثال هشتگ `#tourismiran` و `#توریسم_ایران`
- با دوربین حرفه‌ای عکاسی کنید (عکس مربع بگیرید)
- برای عکس‌ها هشتگ فارسی و انگلیسی بگذارید.
- در صفحه‌ها تپ‌طرفدار مرتبط ریپورتاژ بدهید
- اکانت‌های مرتبط را دنبال کنید.
- عکس‌های مرتبط را لایک کنید و برای برخی از بهترین‌ها کامنت بگذارید

اپیکیشن‌های پیام‌رسان شخصی یا عمومی؟

- اپلیکیشن‌های پیام‌رسان مانند وایبر اپلیکیشن‌های شخصی است نه شبکه اجتماعی
- تبلیغات و اخبار سازمان را در گروه منتشر نکنید! ضد تبلیغ است.
- اطلاعیه فوری و مهم را در برخی گروه‌های مرتبط با موضوع منتشر کنید.
- برند سازمانی یا شخصی را با جک و محتوای بی ارزش خراب نکنید

محتوای خلاق و جذاب؟

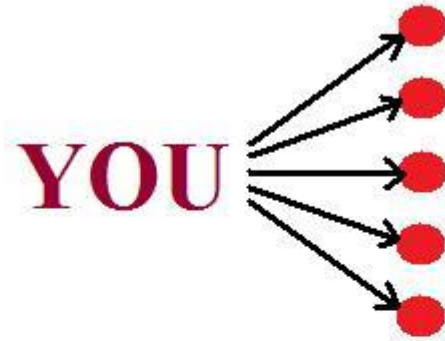


روش های موفقیت محتوای ویروسی

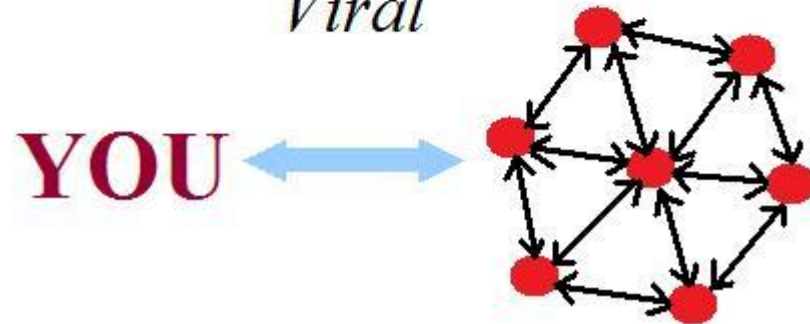
۱. محتوای ویروسی باید شادی بخش باشد تا تصویر سازی صورت گیرد.
۲. محتوای ویروسی در بلاهای طبیعی می تواند از عنصر غم به عنوان برترین حس در این زمان استفاده کند
۳. محتوای های ویروسی مبتنی بر خشم عموماً در مقابل یک بی عدالتی منتشر می شوند
۴. محتوای ویروسی همراه با ترس باید خیلی بادقت تهیه شود.
۵. محتوای ویروسی مبتنی بر نفرت با اثر بد عموماً تاثیرگذار بر قشر جوان است.
۶. نفوذ فرهنگ در محتوای ویروسی یک اصل اساسی است.

محتوای ویروسی

Traditional



Viral



محتوای ویروسی

- دانشکده کسب و کار دانشگاه اندینا طی تحقیقی معتقد است: محتوای ویروسی نیاز به عنصر تعجب دارد و باید حاوی یکی از شش احساس اولیه باشد (تعجب، شادی، غم، خشم، ترس و نفرت)





ویژگی های محتوای ویروسی

- محتوای ویروسی باید راحت ارسال و فوروارد شود.
- محتوای ویروسی باید جذاب و منحصر به فرد باشد.
- احساسات کلید هدایت محتوای ویروسی است
- تعجب، احساس غالب در محتوای ویروسی است.

روش های موفقیت محتوای ویروسی

۱. محتوای ویروسی باید شادی بخش باشد تا تصویر سازی صورت گیرد.
۲. محتوای ویروسی در بلاهای طبیعی می تواند از عنصر غم به عنوان برترین حس در این زمان استفاده کند
۳. محتوای های ویروسی مبتنی بر خشم عموماً در مقابل یک بی عدالتی منتشر می شوند
۴. محتوای ویروسی همراه با ترس باید خیلی بادقت تهیه شود.
۵. محتوای ویروسی مبتنی بر نفرت با اثر بد عموماً تاثیرگذار بر قشر جوان است.
۶. نفوذ فرهنگ در محتوای ویروسی یک اصل اساسی است.

تکنیک‌های بازاریابی محتوا و سئو

- ۱. ال‌کسا همه چیز نیست. اما مهم هم هست. (رتبه ال‌کسا قابل دستکاری است)
- ۲. رتبه گوگل (گوگل رنک) مهم است. (Site map)
- ۳. لینک‌های بازگشتی (back links) اثرگذار است.
- ۴. محتوا پادشاست.
- ۵. محتوا باید هدف داشته باشد



۶. محتوا باید کاربردی باشد

Not available on the
App Store

۷. محتوا باید کاربر محور باشد

۸. محتوا باید خلاصه و صریح باشد

تکنیک‌های بازاریابی محتوا و سئو

۰۱. برچسب‌گذاری (تگ‌گذاری) فراموش نشود
۱۱. محتوا مزاحم نیست، بلکه جذاب است
۲۱. محتوا، هزینه بر و زمان‌بر است
۳۱. محتوای تصویری جذابیت بیشتری دارد (عکس برچسب داشته باشد)
۴۱. اینفوگرافیک را فراموش نکنید
۵۱. وب‌سایت باید ریسپانسیو باشد
۶۱. شما برای انسان‌ها می‌نویسید نه موتورهای جستجو
۷۱. رسانه‌های اجتماعی در رتبه‌تاثیرگذار است
۸۱. تحلیل کلمات کلیدی و استفاده صحیح از آنها
۹۱. محتوا باید لایک‌پذیر باشد
۰۲. محتوا باید اسکن‌یبل باشد.

اندازه‌های عکس و کاور در سوشیال‌ها

640 pixels x 640 pixels



735 pixels x 1100 pixels



940 pixels x 788 pixels



800 pixels x 600 pixels



1024 pixels x 512 pixels



پیشنهادها

برگزاری کمپین‌ها در رسانه‌های اجتماعی



پیشنهادها

برگزاری مسابقات و جشنواره‌های تحت شبکه‌های اجتماعی



راهنمای ارسال عکس:

ارسال مستقیم عکس و فیلم کوتاه به ایمیل fcstival@tourismiran.ir آپلود بر روی صفحه شبکه اجتماعی خود در اینستاگرام با هشتگ **#tourismiran** و **توریسم_ایران** و **#kurdistanmiras** و



نام شهر #

آپلود بر روی صفحه شبکه اجتماعی خود در **لنزور** و **آپارات** با هشتگ **توریسم_ایران**



آپلود بر روی بخش ویژه جشنواره توریسم ایران در پرتال جامع گردشگری به آدرس: www.toutismitan.ir



درج هشتگ شهری که عکس یا فیلم در آنجا گرفته شده است در ذیل هر اثر الزامی است. بدین منظور هزار هشتگ با عناوین شهرهای ایران در این شبکه‌ها تعریف شده است.

نتیجه

- استراتژی بازاریابی محتوای خود را تدوین کنید و بعد به تولید محتوا بپردازید!
- توسعه و اصلاح فعالیت سازمان در رسانه‌های اجتماعی
- سازمان‌ها در رسانه‌های اجتماعی بیشتر به جای حرف زدند، گوش می‌کنند!
- هر رسانه اجتماعی ساختار و پلتفرم خاص خود را دارد (چند پیام چند کانال)
- تحلیل رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی برای دریافت بازخورد جهت تصمیم‌گیری‌های آتی

پایان