

زرافه Giraffe

شماره سوم ■ مهرماه ۱۳۹۴ ■ رایگان
اولین ماهنامه تخصصی خلاقیت در اینترنت، بازاریابی، تبلیغات



رقابت سنگین غولهای کلیکی



vs



With ❤️
WEBSIMA.

WEBSIMA
CREATIVE AGENCY
آژانس خلاقیت وب سیما

زرافه Giraffe



زرافه Giraffe

شماره سوم . مهر ۱۳۹۴ . رایگان

ماهنامه خلاقیت تجاری زرافه

ارائه شده توسط واحد محتوای آژانس خلاقیت وبسیما

صاحب امتیاز : آژانس خلاقیت وبسیما

سرمدیر : محمد امین اسماعیلی

مدیر اجرایی : شادی پناهی

طراحی و صفحه بندی : محمد بنایی

محتوا :

امین حمیدی

الهه قنبری

شادی پناهی

محمد بنایی

آربی سرکیسیان

مهسا امانی جو

رضوانه فرجی

تمامی حقوق این ماهنامه محفوظ است.

www.Websima.com





آنالیز وب سایت شما توسط کارشناس رسمی Woorank



درخواست مشاوره





بهترین بازاریابی شبکه های اجتماعی

بازاریابی شبکه های اجتماعی یا سوشیال مارکتینگ یکی از جدیدترین و بهترین راهکارهای بازاریابی در فضای مجازی است. بازاریابی تکنیکی در فضایی بی واسطه، سریع و با کمترین محدودیت. استفاده از این متد بازاریابی می تواند برای شما مخاطبان بسیاری را به همراه داشته باشد و تجارت شما را در کوتاه ترین زمان زیر و رو کند. جذب مخاطب، طرفدار و دریافت فوری بازخوردهای مستقیم آنها میتواند شما را از رقبا کاملاً جدا نموده و افق های جدیدی را به روی شما بگشاید.

درخواست مشاوره



مشاوره رایگان ۹ صبح الی ۶ بعدازظهر از شنبه تا ۴شنبه

22019286 22015851



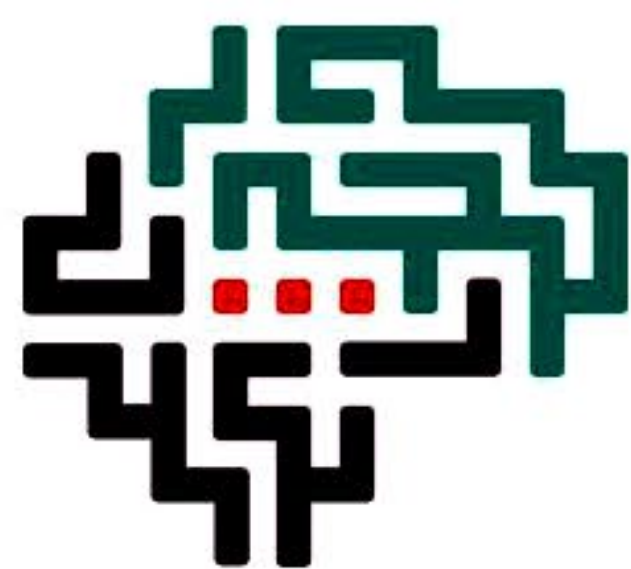


یک فنجان اسپرسو دبل شات
+ مدیریت کسب و کار

مازلو باهدف مبدل شدن به مرجع کاملی از مقالات مفید و کاربردی در زمینه های بازاریابی، مدیریت، تبلیغات و فروش شروع به فعالیت نموده تا با تهیه مطالب کاربردی و متناسب با شرایط بازار داخلی کشور، راه را برای تمامی علاقه مندان به بهبود و ارتقا تجارت هموار سازد و افراد را با مباحث تخصصی مدیریت آشنا کند...

با اختصاص دادن حداقل زمان، حداکثر کارایی را کسب کنید

Mazlo.ir



فهرست

۷	۱۲ راهکار کلیدی برای بهبود ارتباط مشتری و برند	۱۰	۱۰
	برند شخصی شدن (قسمت دوم)	۱۱	۱۱
۱۵	۱۱ راهکار برای افزایش جهت یابی در وبسایتهای تلفن همراه	۲۰	۲۰
۲۵	۲۰ منبع عالی برای یادگیری آنلاین برنامه نویسی		
۳۳	طراحی سایت برای برند تجاری		
	معرفی کتاب		
	ناگفته های تبلیغات کلیک		
	آورد ، بهترین وب سایت های ماه		
۳۷	راهکارهای پس انداز پول		
۴۲	بررسی وب سایت فروشگاه زنجیره ای رفاه		
	خلاقانه		
	ویگشت		



دوازده

راهکار کلیدی برای بهبود ارتباط مشتری و برند



شما به عنوان یک فروشنده و فردی که به ارائه خدمات می پردازد باید به نیاز های مشتریان خود توجه کنید و در راستای رفع نیاز های مشتریان قدم بردارید. در حقیقت روند بازاریابی به سوی مشتری مداری پیش می رود. به عنوان مثال با گسترش استفاده از شبکه های اجتماعی ارتباط مستقیم بین مشتری و فروشندگان افزایش یافته است. و اساسا مشتریان به عنوان سازندگان محصول به حساب می آیند. امروزه 80% از محتوای ایجاد شده در مورد محصول بر مبنای مشتریان شکل گرفته است و اهمیت مشتری مداری روز بروز افزایش می یابد. ارتباط بین فروشنده و مشتری بر مبنای اعتماد و صداقت شکل می گیرد. و با توجه به این امر در این مقاله 12 راهکار کلیدی برای بهبود ارتباط مشتری و برند را ارائه می دهیم.

1 اعتماد مشتریان را جلب کنید

خریداران از برند تجاری انتظار دارند تا برند با آن ها ارتباط برقرار کند و در هنگام خرید و ارسال محصول و حتی پس از خرید به ارتباط خود با برند ادامه دهند. مشتریان از برند تجاری انتظار دارند که مانند انسان رفتار کند و با مشتریان ارتباط برقرار کند. این ارتباط منظم و مداوم سبب می شود اعتماد مردم نسبت به آن برند افزایش یابد. همچنین مشتریان دوست دارند در رسانه های اجتماعی با آن ها ارتباط برقرار شود.

2 با مشتریان گفت و گو داشته باشید

سعی کنید در رسانه های اجتماعی مشارکت داشته باشید و در گفت و گو های دیگر افراد شرکت کنید و فقط در صفحه اجتماعی خود پاسخ دهنده نباشید چراکه گفتگو ماندگار است و مشارکت در گفتگو ها علاوه بر اینکه چشم انداز شما را در بازار عوض می کند سبب می شود افراد مختلف و مشتریان به شما اعتماد کنند و وفاداری خود را نسبت به مشتری گسترش دهید.

3 مشتریان خود را بشناسید

شما باید مشتریان بالقوه خود را بشناسید تا در یابید مشتریان شما جزئی از کدام دسته هستند. شناخت مشتریان خود سبب می شود بهتر روی استراتژی های فروش خود برنامه ریزی کنید و کالا های متناسب با مشتریان تولید کنید. برای این کار شما می توانید از طریق نظر سنجی در شبکه های اجتماعی و یا پرسش مستقیم از مشتریان علایق اکثر مشتریان را بسنجید.

4 شخصیت برند خود را نشان دهید

سعی کنید با ایجاد محتوای جدید و تازه شخصیت برند تجاری خود را به تصویر بکشید، برای برند تجاری خود کاراکتر و تصویری در نظر بگیرید و سعی کنید به این طریق شخصیت برند تجاری خود را تثبیت کنید. سعی کنید با شناخت مشتریان و ایجاد محتوای جدید برای آن‌ها پیام خود را به مشتریان برسانید و حرفه خود را به آن‌ها معرفی کنید البته این محتوا باید تا حد امکان کوتاه و جذاب باشد و باعث خستگی نشود.

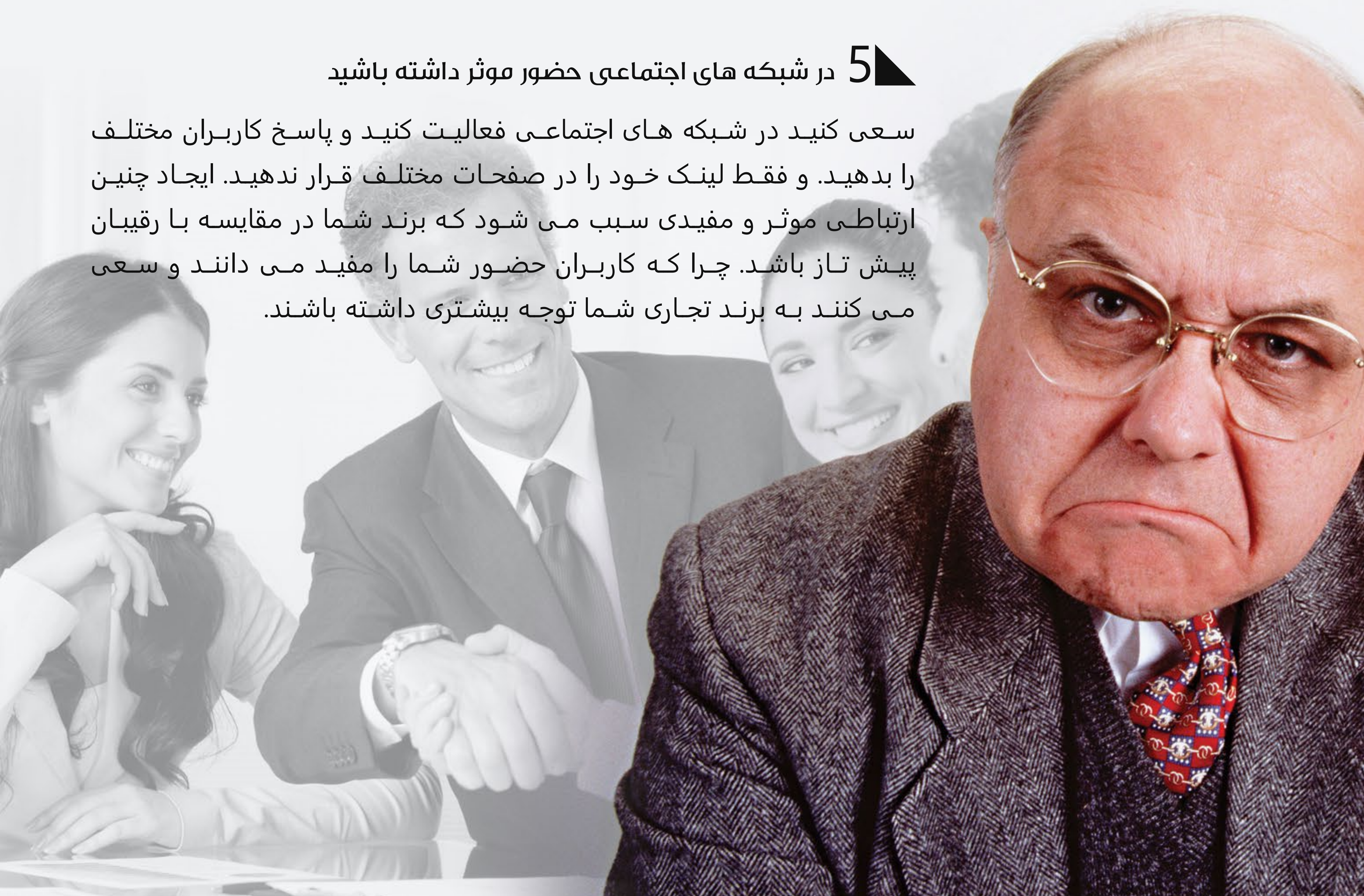
5 محتوای مناسب ایجاد کنید

سعی کنید با شناخت مشتریان و مخاطبان خود محتوایی مناسب ایجاد کنید. محتوایی که علاوه بر اینکه معیارهای برند شما را در بر دارد پاسخ‌گوی نیازهای کاربران نیز باشد. برای ایجاد محتوا وقت صرف کنید و متن محتوای شما بگونه‌ای باشد که مستقیماً با مشتریان صحبت کند.

در این مورد باید مکانی را که محتوای خود را منتشر می‌کنید در نظر بگیرید و در آن شبکه اجتماعی به فعالیت پردازید به طور مثال در ایران اکثر افراد در اینستاگرام عضو هستند و فعالیت می‌کنند.

5 در شبکه‌های اجتماعی حضور موثر داشته باشید

سعی کنید در شبکه‌های اجتماعی فعالیت کنید و پاسخ کاربران مختلف را بدهید. و فقط لینک خود را در صفحات مختلف قرار ندهید. ایجاد چنین ارتباطی موثر و مفیدی سبب می‌شود که برند شما در مقایسه با رقیبان پیش‌تاز باشد. چرا که کاربران حضور شما را مفید می‌دانند و سعی می‌کنند به برند تجاری شما توجه بیشتری داشته باشند.



قسمت دوم

برند شخصی شدن



PRIVATE LABEL
INCENTIVE TECHNOLOGY



در قسمت دوم می خوانیم که :

3 هر روز در صفحات با ارزش خود پست ارسال کنید

چگونه دیگران را با خود و برند خود آشنا کنیم. اولین قدم قابل دسترس بودن و قدم بعدی به اشتراک گذاشتن تخصص و تجربه خود با دیگران است. ایجاد نقش فعال در کانال های اجتماعی باعث تاثیر گذار بودن و بدست آوردن پیروان می شود. بررسی در پیروان تویتر نشان داده است که یکی از عوامل مهم در افزایش طرفدارها ارسال منظم و مداوم پست می باشد.

- ▲ کاربرانی که به طور معمول 1 الی 1000 توییت ارسال کرده اند به طور معمول 51 تا 100 طرفدار دارند.
- ▲ کاربرانی که بیشتر از 10000 توییت ارسال کرده اند فالوور و طرفدارانی حدود 1000 تا 5000 دارند.
- ▲ تخمین زده شده است که کاربرانی که دارای 15000 توییت باشند دارای فالوور هایی حدود 100000 تا 1 میلیون می باشند.

تحقیقات زیر دفعات ایده آل ارسال پست در رسانه های اجتماعی را که مربوط به برند شرکت ها می باشد را نشان می دهد که شروع خوبی برای مطلع شدن از دستورات عمل های به اشتراک گذاری پست می باشد.

▲ Facebook ۲ بار در روز

▲ Twitter ۵ بار در روز

▲ LinkedIn ۱ بار در روز

▲ instagram ۱/۵ بار در روز

▲ google+ ۲ بار در روز

▲ Pinterest ۵ بار در روز

برای ارسال به طور مداوم، می توان از ابزار مدیریت رسانه های اجتماعی Buffer، که به ما اجازه می دهد یک صف از پست ها را ایجاد کنیم و پست ها را با توجه به برنامه زمانی ارسال کنیم استفاده کنیم.

پرسش؟؟؟

در چه تعداد رسانه اجتماعی باید فعالیت کنیم؟

بستگی به توانایی شما در کنترل کردن صفحات اجتماعی دارد به طوری که انسجام صفحات حفظ شود.

4 به گروه های چت و انجمن ها متصل شوید تا با دیگران ارتباط برقرار کنید.

چگونه با دیگران ارتباط برقرار کنیم؟

به اشتراک گذاری مداوم در رسانه های اجتماعی منجر به جذب دیگران به شما و نام تجاری شما می شود. همراه با این، شما می توانید یک رویکرد فعال در رسانه های اجتماعی در تعامل با دیگر افراد انجمن کسب کنید. Barry Feldman دارای راهنمایی های بسیاری در این جنبه از برند شخصی می باشد.

- ▲ در شبکه خود با افراد در ارتباط باشید.
- ▲ خود را با مردم درجه یک احاطه کنید.
- ▲ اجازه ندهید چیزی شما را متوقف کند اعتماد به نفس داشته باشید تا به بهترین ها برسید.
- ▲ شبکه ای از دوستان خود و رهبران موفق را دنبال کنید.
- ▲ مربیان را مشاهده کنید و مانند آن ها عمل کنید.
- ▲ از همه مشاوره بگیرید .
- ▲ هرچه می توانید را انجام دهید.
- ▲ از افرادی که با شما در ارتباط اند بپرسید که آیا به کمک احتیاج دارند یاخیر.
- ▲ سوال های زیادی بپرسید و گوش دهید.
- ▲ به مردم بگویید که شما خوشحال می شوید که داستان های آن ها را بشنوید.
- ▲ همیشه در دسترس همسالان و سازمان خود باشید.

این یک لیست بزرگ از راهنمایی است. و چندین راه عملی برای استفاده از این راهنمایی ها در رسانه اجتماعی برند شخصی وجود دارد.

- ▲ خود را با مردم درجه یک احاطه کنید.
- از ابزاری مانند JustUnfollow استفاده کنید تا ارتباط افراد را درتویتر مشاهده کنید و با چند کلیک به آن ها متصل شوید و آن ها را follow کنید.

- ▲ مربیان را بیابید ، از همه مشاوره بگیرید.
- هرچه می توانید انجام دهید گروه ها و انجمن ها مانند فیس بوک گوگل پلاس و...همگی یک نمونه از اتصال به این نحو را فراهم می کند.

- ▲ همیشه در دسترس همسالان و سازمان خود باشید.

با اتصال به تویتر چت و هشتگ اینستاگرام می توانید به انجمن ها نزدیک تر شوید.

5 مواردی که شما mention مخاطب قرار داده می شوید را مشاهده و سریع پاسخ دهید.

بهترین راه برای پیگیری کسانی که شما را مخاطب قرار داده و به شما پیام می فرستند چیست؟ یک آمار تعجب آور در رسانه های اجتماعی در حیطه برند شرکت ها انتظار سریع پاسخ از نظر کاربران است. مطالعه Lithium Technologies نشان داده است که 53 درصد از افرادی که برند سازمانی را توییت می کنند انتظار پاسخی کمتر از 1 ساعت را دارند. این درحالیست که باید انتظار زمان پاسخی به مدت کمتر از 24 ساعت برای برند های شخصی و برای شبکه های مختلف اجتماعی را داشت. راهکارهای پاسخ سریع در مواقعی که مخاطب واقع می شویم:

▲ پیگیری موارد مخاطب واقع شده با ابزار مانیتورینگ

مواردی را که مورد مخاطب واقع می شوید را دنبال کنید. شما می توانید مواردی که مورد مخاطب واقع می شوید را در لیستی مشاهده کنید و با پاسخ دادن به آن ها ارتباطات خود را افزایش دهید. نهایت استفاده از ایمیل را انجام دهید.

همه شبکه های بزرگ اجتماعی ارتباطات با ایمیل را به خوبی پشتیبانی می کنند. شما می توانید تنظیمات اطلاع رسانی خود روی مواردی مانند پیروان، نظرات جدید، اشاره، پیام ها، و...تنظیم کنید. هنگامیکه ایمیلی به صندوق پستتان وارد می شود شما میتوانید ایمیل ها را به پوشه ها انتقال دهید و برچسب به آن ها اضافه کنید به عنوان مثال در Gmail، این امکان وجود دارد یک صندوق پستی رنگی درست کنید که به شما هنگام مورد اشاره شدن و مخاطب قرار گرفتن در رسانه های اجتماعی هشدار می دهد. یک قدم بالاتر این است که می توان ایمیل خود را به یکی دیگر از خدمات مانند پیام کوتاه و یا آگاه شدن از طریق دسکتاپ متصل کنید به طوری که شما می توانید اطلاعیه ها را در فوری ترین زمان ممکن دریافت کنید در اینجا چند ایده برای سفارشی کردن اطلاعیه ها وجود دارد.

علاوه بر این، اطلاعیه های تلفن همراه هم می تواند برای نظارت بر مواردی که مورد مخاطب قرار می گیریم بسیار مفید باشد. با دانلود نرم افزار رسمی برای کانال های اجتماعی (به عنوان مثال، برنامه فیس بوک و یا برنامه توییت) شما می توانید انتخاب های خوبی داشته باشید.





خلاصه

امیدوارم این راهنمایی‌ها در مورد نحوه ارائه آنلاین برند شخصی در رسانه‌های اجتماعی برایتان مفید بوده باشد. Pam Moore یادآوری بزرگی در مورد اهمیت برند تجاری شخصی به اشتراک گذاشته است.

یکی از جنبه‌های کسب و کارهای اجتماعی و رسانه‌های اجتماعی قدرت نام برند شخصی است. بسیاری از بازاریابان و رهبران کسب و کار به اشتباه فرض می‌کنند که نام تجاری شخصی فقط برای کسانی است که به دنبال معروفیت هستند.

ایجاد نام تجاری شخصی در رسانه‌های اجتماعی را هر فردی می‌تواند انجام دهد.

- ▶ 1 الی 3 حوزه از تخصص خود را مشاهده و تعریف کنید
- ▶ یک شخصیت ثابت در همه پروفایل‌های اجتماعی بسازید.
- ▶ 1 الی 2 بار در روز در رسانه‌های اجتماعی پرکاربرد پست به اشتراک بگذارید.
- ▶ با پیوستن به انجمن‌های چت و گروه‌ها با افراد دیگر ارتباط برقرار کنید.
- ▶ مواردی که مورد مخاطب واقع می‌شوید شناسایی کنید و پاسخ نظرات آن‌ها را بدهید.

کدام راهنمایی را برای مدیریت نام تجاری شخصی خود در رسانه‌های اجتماعی را انتخاب کرده‌اید و فکر می‌کنید کدام برای شما سودمند است.



۱۱ راهکار برای افزایش جهت یابی
در وبسایت های تلفن همراه

جهت یابی در سایت های تلفن همراه بخش مرکزی برای کاربران می باشد. کاربران می خواهند به راحتی هرچیزی را روی سایت های تلفن همراه پیدا کنند. اگر کاربران با گزینه های منو درگیر شوند و به موانع متعدد برخورد کنند نا امید شده و به صفحات رقیبان شما مراجعه می کنند. گزارش های جدید در تجارت های تلفن همراه نشان داده است که از نظر کاربران تلفن همراه، استفاده از وب یک تجربه کاربری ضعیفی را به وجود آورده است.

بیش از 3/1 (37%) از پاسخ دهندگان در نظر سنجی EPIserver با این موافقت کرده اند که بسیاری از وب سایت های تلفن همراه به سختی جهت یابی می شوند و در سال 2011 این روند به 32% رسیده است. با در نظر گرفتن این مسائل این مقاله 11 نکته برای بهبود جهت یابی وب سایت را ارائه می دهد.

▲ محدود کردن لایه های جهت یابی

کاربران تلفن به کم تحملی و بی صبری معروف هستند. بنابراین شما باید تعداد کلیک هایی که کاربران انجام می دهند را کاهش دهید. این مسائل در مواقعی که کاربران از اینترنت کندی استفاده می کنند شدت می یابد. اگر کاربران در هنگام لود شدت منوها از اینترنت با سرعت کمی استفاده کنند در لود شدن هر لایه باید صبر کنند و وقت زیادی از آن ها گرفته می شود. بنابراین بهتر است سایت خود را به سه لایه از منوهای جهت یابی تقسیم کنید در غیر این صورت شما درخواست بیش از حدی از کاربران خود داشته اید.

▲ استفاده از جهت یابی تودرتو

امروزه دکمه های جهت یابی سه خطی (علامت آن 3 خط زیر هم می باشد) در همه جای سایت های تلفن همراه در دسترس هستند. این منوها یک ابزار عالی برای مخفی کردن گزینه های جهت یابی در یک منو کشویی می باشند که مزایایی مانند آزاد کردن فضای صفحات وب را دارند.



در خرده فروشان عمومی موقعیت دکمه های سه خطی در بالای صفحه باعث می شود منو ها برای کاربران در دسترس باشند. این دکمه ها یک سطح آرامش و ثبات را برای کاربر ایجاد می کنند. Best Buy و Nike هر دو از دکمه های سه خطی که تاثیر گذار است استفاده می کنند. همچنین ابزار جستجو Best Buy در جای مناسب قرار داده شده است.

▲ استفاده از جهت یابی تودرتو

متن روی منو های جهت یابی، بخشی است که باید واضح باشد تا کاربران بدانند با کلیک بر روی آن قسمت به کجای صفحه هدایت می شوند. اغلب در سایت های تجارت الکترونیکی عمومی از زبان های ساده و روان استفاده شده است در حالی که خرده فروشان لوکس و رده بالا اغلب متهم به ساختن سایت های پیچیده هستند. به عنوان مثال در سایت Abercrombie 2 مورد از 5 مورد گزینه های منو به شما اطلاعات مبهم می دهد و در سایت Louis Vuitton's اینکه با کلیک بر روی گزینه Gallant Love به کجای صفحه هدایت می شوید نا مشخص است.

▲ قرار دادن آیکن در کنار لیست

شواهد زیادی بر اثبات اینکه گزینه ها و منو ها موثر تر هستند وجود ندارد ولی می توان گفت آیکن ها بسیار زیباتر، جذابتر و کاربر پسندتر می باشند. آیکن ها باید به اندازه یک بند انگشت باشند که باعث می شود طراحان شما خلاقانه تر عمل کنند. لیست های ساده متنی معمولا رایج هستند ولی این لیست ها برند تجاری را از تثبیت سبک و هویت خود دور می کند. این تفاوت ها را می توان در دو سایت Tesco و House of Fraser مشاهده کرد.

▲ محدود کردن گزینه های منو در هر صفحه

توصیه های متفاوتی در تعداد گزینه های منو های جهت یابی سایت های تلفن همراه وجود دارد. برخی 5 گزینه را مناسب می دانند در حالی که بعضی دیگر بیشتر از 7 مورد را مناسب مناسب نمی بینند. گزارش منتشر شده در مجله Personality and Social Psychology پیشنهاد می کند که افراد هنگام برخورد با گزینه هایی بیش از 6 عدد دچار سردرگمی می شوند. بنابراین بحث در مورد تعداد گزینه ها همیشه وجود دارد. پیشنهاد می شود که برای هر صفحه یک محدودیت روی حداکثر گزینه ها قرار دهید تا کاربران سردرگم نشوند و سایت را ترک نکنند.

▲ فیلتر کردن منو های جهت یابی

اکثر سایت های بزرگ تجارت الکترونیکی دارای محدوده وسیعی از محصولات می باشند. پس این نکته برای کاربر بسیار مهم است که مطالبی را که احتیاج ندارد را حذف کند. تعداد زیادی از معیار های بالقوه مانند نام تجاری، اندازه، قیمت و رنگ وجود دارد که می توانید یک مورد را با توجه به نیاز های خود انتخاب کنید.

▲ اجتناب از ذکر شماره صفحه

هیچ راهی برای دور شدن از این واقعیت وجود ندارد که نمایش صدها گزینه از محصولات در تلفن همراه یک فرایند دشوار است. بنابراین فروشندگان باید هوشمندانه عمل کنند و از بی حوصله کردن مردم جلوگیری کنند. یکی از راه های این روش عدم نمایش صفحات مختلف در نتایج جستجو می باشد. در عوض یک اسکرول بدون پایان و یا گزینه های به نام نمایش موارد بیشتر قرار دهید.

▲ با یک کلیک پرداخت کنید

آمازون در حال حاضر روند پرداخت را در دست دارد ولی خیلی از رقبای آمازون هم به مشتریان خود اجازه می دهند که جزئیات کار خود را برای خرید های بعدی ذخیره کنند و خرید با چند کلیک انجام دهند. با بررسی روند پرداخت مشاهده می شود که John Lewis, M&S و ASOS روند برگشت پول به مشتریان را آسان تر کرده اند. این ابزار ابزاری ارزشمند برای مشتریان تلفن همراه است ولی دو عامل تکمیل فرم و نگرانی های امنیتی در وارد کردن اطلاعات مانع اصلی در تجارت الکترونیکی تلفن همراه می باشد.

▲ پیروی از قاعده ۴۴*۴۴

همه دکمه ها و CTA (دکمه ای که با فراخوانی آن عملی اتفاق می افتد) در صفحات شما باید به اندازه کافی بزرگ و قابل لمس باشد تا کاربران به راحتی بتوانند در سایت شما جهت یابی کنند و به مسیر مربوط خود هدایت شوند. دکمه های CTA باید به اندازه انگشت شصت بزرگ باشد که و همچنین فضای کافی و مناسب در اطراف دکمه وجود داشته باشد تا از کلیک های اتفاقی جلوگیری شود. نمونه های زیر که هر دو از طراحی ریسپانسیو استفاده کرده اند دارای دکمه CTA می باشند که حالتی برجسته داشته و آسان کلیک می شود.

▲ کادر جستجو مناسب

به گفته مایکروسافت 71% از جستجو هایی که توسط تلفن همراه انجام می شود در حدود یک ساعت انجام می شود در صورتی که جستجو های مربوط به کامپیوتر های رو میزی طولانی تر بوده و حد اکثر به یک هفته می رسند. بنابراین این کاربران تلفن همراه به وضوح می دانند که دنبال چه هستند و احساس فوریت در کار خود دارند. بنابراین بهتر است یک ابزار جستجو برجسته و قابل لمس برای کاربران خود در سایت های تلفن همراه تهیه کنید. تا کاربران زمان بیهوده ای را در جستجو دسته های متفاوت هدر ندهند. مهمترین نکات در جستجو سایت های تجارت الکترونیکی عبارتند از:

- ▲ کادر جستجو را در جایی قرار دهید که قابل تشخیص باشد مکان آن در بالای صفحه مناسب تر است.
- ▲ موقعیت کادر جستجو در تمام صفحات سایت در جای ثابت قرار دهید.
- ▲ در جاهایی که ممکن است جستجو پیش بینی شده فراهم کنید
- ▲ لینک به گزینه جستجو پیشرفته را در سایت خود قرار دهید

همان طور که در استفاده از گوشی تلفن همراه با استفاده از دکمه بازگشت می توان به قسمت های مختلف از تلفن همراه دسترسی پیدا کرد. بنابراین استفاده از این ویژگی در سایت های تلفن همراه نیز انتظار می رود. خوشبختانه اکثر خرده فروشان از این ویژگی پشتیبانی می کنند در این حال بعضی ها با این ویژگی کنار نمی آیند و هنگام بازگشت به عقب در سایت های تلفن همراه از هر ابزاری بجز ابزار داخل سایت استفاده می کنند و وارد بحران می شوند.

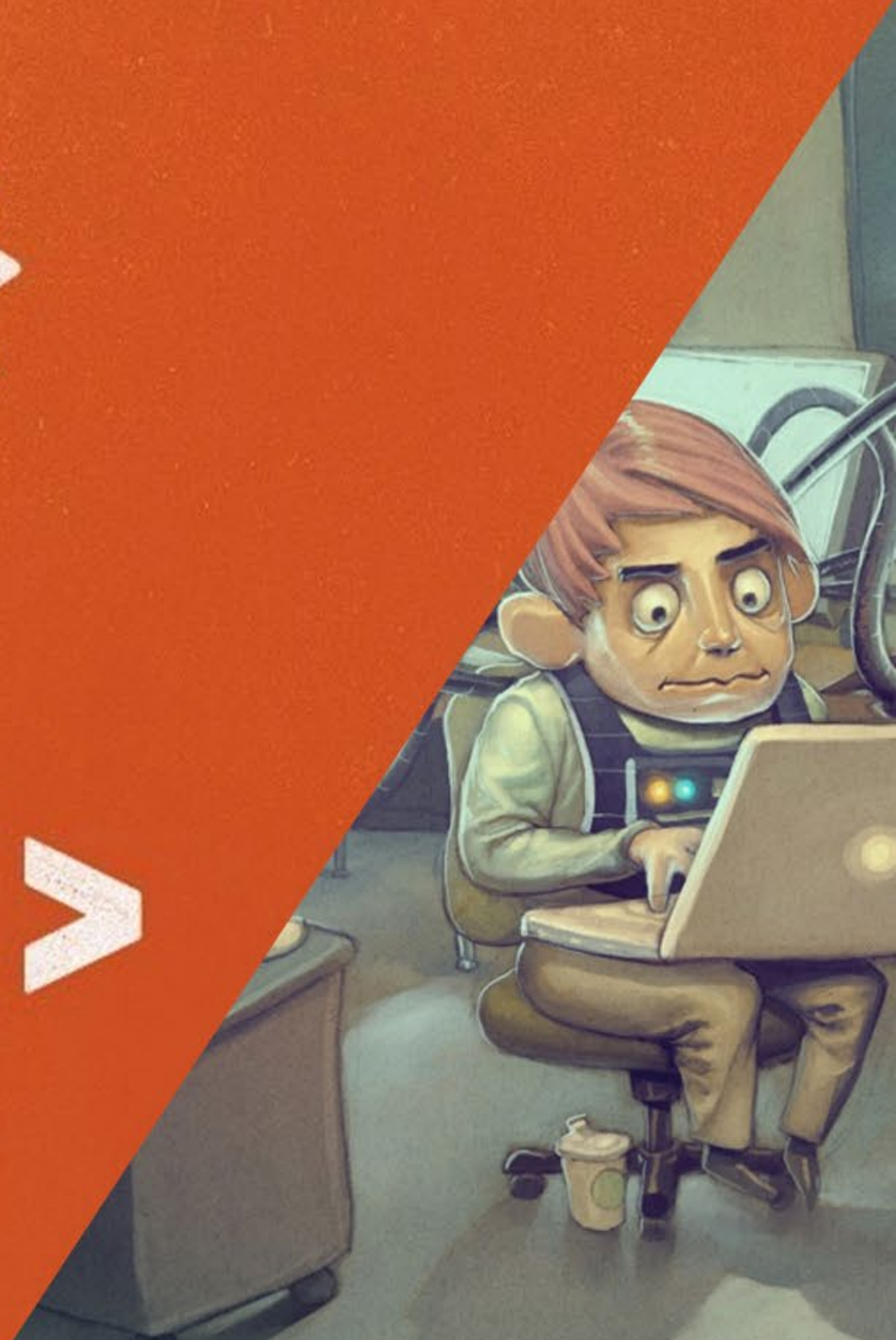
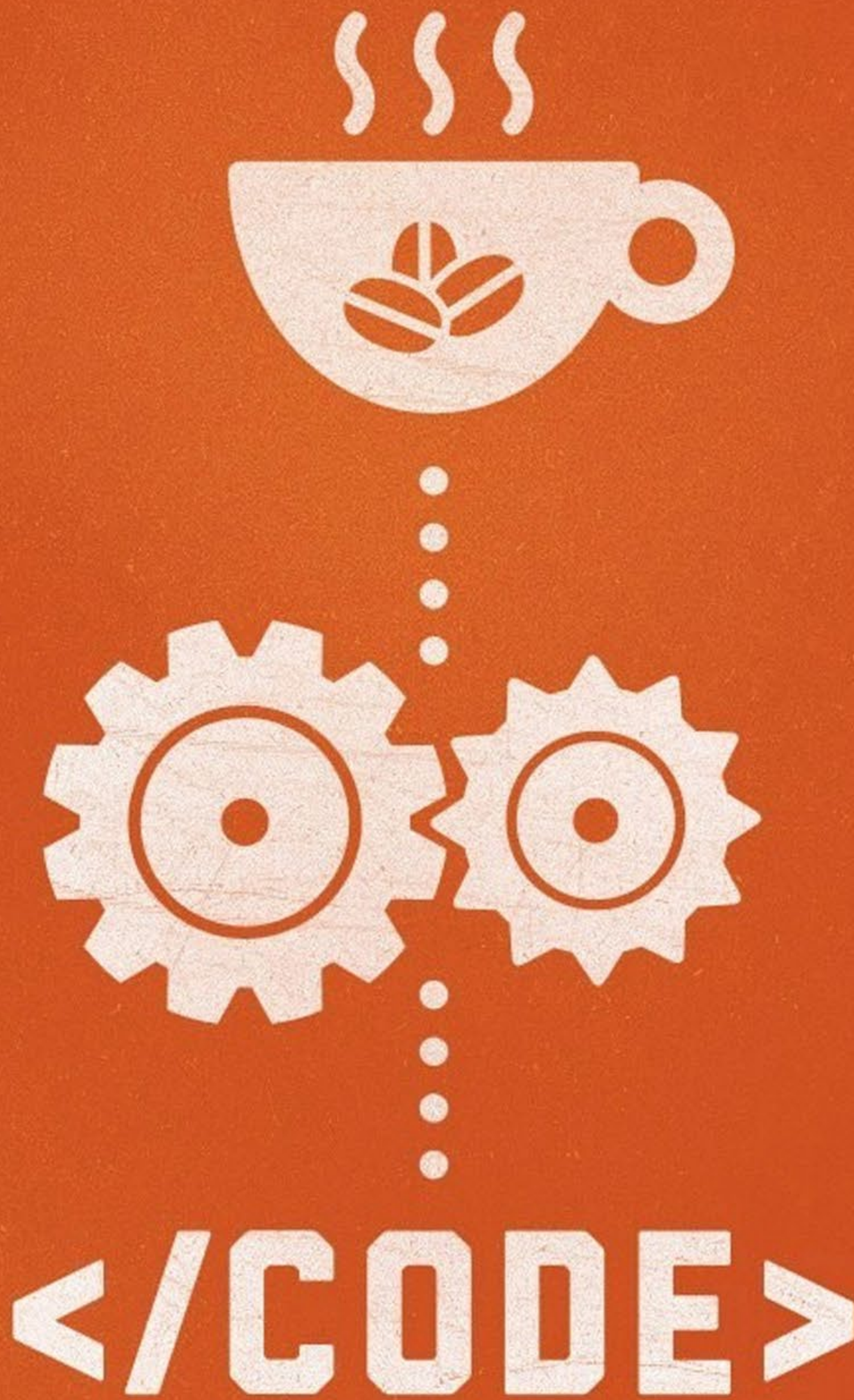
یک نمونه از این سایت ها سایت ASOS است که دارای این مشکل است. اگر شما می خواهید به جهت یابی در دسته های محصولات پردازید به این مسائل برخورد می کنید که هنگام استفاده از دکمه برگشت تلفن همراه به صفحه اصلی سایت هدایت می شوید و یا از سایت خارج می شوید.

به طور مثال اگر شما به دنبال خرید یک تی شرت هستید و می خواهید نتایج جستجو را بهبود بخشید به یک صفحه دیگر می روید و دوباره می خواهید با فشردن دکمه برگشت گوشی به صفحه قبل برگردید متوجه می شوید که به جای برگشت به صفحه قبل به صفحه اصلی سایت هدایت شده اید.

شخصاً گسترش سایت ها را با توجه به رفتار کاربران موجود را یکی از نقص های عمده UX می دانم. و همچنین این را درک می کنم که همه کاربران شبیه به هم نیستند.



۲۰ منبع عالی برای یادگیری آنلاین برنامه نویسی



10 سال پیش تعداد کمی از مردم بیش از دو زبان برنامه نویسی می دانستند و یک کدنویس عمدتاً با یک گیک همراه بود. امروزه، وضعیت به طور چشمگیری تغییر کرده است. تعداد افرادی که بیش از دو زبان برنامه نویسی می دانند به طور غیرقابل مقایسه بالاتر است. همچنین پیکره کدنویسی نیز تکامل یافته است. کسی که کارشناس وب تلقی شده و همچنین بسیاری از افراد جوان می خواهند که یک کدنویس، توسعه دهنده یا طراح شوند. مسلماً، کدنویس به طور قابل توجهی کمک کننده به تکامل اینترنت

است. تصویر بزرگ بسیار جالب است زیرا در آن یک رابطه یک به یک وجود دارد. این درست است که کدنویسان صفحات وب را بزرگتر و زیباتر درست می کنند، اما اینترنت هم به آنها آموزش می دهد که وب سایت ها را بهتر درست کنند. هر کسی می تواند تن ها منبع آنلاین به منظور یادگیری زبان برنامه نویسی پیدا کند. در نتیجه، بیشتر برنامه نویسانی که وجود دارد، بهتر از اینترنت هستند و، اینترنت بهتر از بیشتر برنامه نویسان خواهد بود. دستیار معلم چیزی بی ارزش است، اما دوره های آنلاین مدرن جبران فقدان یکی از آن را مدیریت می کند. بسیاری از کد نویسان و طراحان که کارشناسان مشهوری هستند حرفه شان را آنلاین آموختند و از این رو این امکان وجود دارد که به خودتان آموزش تبدیل شدن به یک مدیر سایت با استعداد را بدهید. اگر شما علاقه مند به آموزش آنلاین برنامه نویسی هستید، بنابراین شما خوش شانسید زیرا ما 20 منبع عالی برای کمک به شما در یادگیری آنلاین برنامه نویسی انتخاب کرده ایم.

حکایت

Google Developers University Consortium ▲

گوگل یک برند بزرگ است و کسی پشت آن نمی تواند موجب پیشنهاد دوره های کیفیت ضعیف برای توسعه دهنده ها "luxury" شود. google developers university consortium جای است که باید با هر توسعه دهنده bookmark شده باشد زیرا، در فواصل معین، دوره های خیلی جالب در اینجا اضافه می شوند. هنوز، متأسفانه، من فکر می کنم که به اندازه کافی فضا برای پیشرفت وجود دارد. ولی به هر حال، دوره ها خیلی به خوبی بیان شده و دقیق هستند. در حال حاضر، دوره ها به سه دسته تقسیم می شوند: موبایل، توسعه دهنده وب و زبان های برنامه نویسی.

Learn to Code ▲

امروزه، طراح وب کسی است که تظاهر می کند که متخصص html و css بودن، چیزی خارج از حالت متداول نیست. در حقیقت اجباری است. این دوره آن هایی را که دنبال یادگیری html و css هستند را راهنمایی میکند، بنابراین برای طراحان وب با تجربه لازم نیست، با اینکه برای یک تکرار کوچک هر از گاهی، طلایی است.

JavaScript Garden ▲

هنگامی که یک طراح وب، یک متخصص html و css می شود، گام بعدی javascript است. اگر شما میخواهید دانش javascript را یاد بگیرید یا به آسانی دانشتان را به روز کنید، بنابراین این دوره برای شما عالی است. طراحی سایت از لحاظ بصری خیلی جذاب است، اما محتوا خیلی مهم است و شما دلایل خیلی محکمی برای دیدن این دوره های آنلاین دارید.

udemy ▲

udemy صنعت واقعی است که در آن بسیاری از مردم مقدار قابل توجهی از پول صرف می کنند در حالی که دیگران دوره هایی که نیاز دارند را پیدا می کنند. خصوصیات udemy این واقعیت است که آنها به شدت به ایده ها برای تبدیل شدن به یک معلم اهمیت می دهند. ایده ساده و موثر است یادگیری از بهترین ها و تدریس به دیگران.

Lynda ▲

من فکر می کنم که هر توضیحی در مورد فیلم آموزشی بیهوده است زیرا هر کس باید در مورد دوره های کامل و با کیفیت بالا که تحت این نام تجاری منتشر شده شنیده باشد. درست است که اکثر دوره های رایگان نیستند، اما این مقدار مطابق با هزینه سرمایه گذاری شده است.

Treehouse ▲

treehouse یکی دیگر از منبع شناخته شده از دوره های آنلاین است. دو سیستم پرداخت وجود دارد و شما 14 روز به صورت آزمایشی میتوانید رایگان از آن استفاده کنید. اگر شما library را چک کنید، پیدا نکردن دوره مورد علاقه شما غیر ممکن به نظر می رسد.

ityudac مجموعه بزرگی از دوره ها است، از دانش اطلاعات و مهندسی نرم افزار تا اندروید و ios. به عبارت دیگر، برای همه دوره هایی وجود دارد، مهم نیست که افراد چقدر می توانند مهارت دارند. متأسفانه، هزینه ها خیلی بالا هستند.

Code School ▲

تیم code school دوره ها را در مسیرهایی برای تجربه کاربری بهتر تقسیم می کنند. شما ممکن است دوره هایی را چک کنید که در 6 دسته تقسیم شده اند: html, javascript, rudy, و elective, git, ios, css. همه دوره ها بسیار حرفه ای ساخته شده اند و مطمئناً شما مشکلاتی در یادگیری تکنیک های کد جدید ندارید.

O'reilly School ▲

اگر شما آموزش به سبک رسمی را ترجیح می دهید، بنابراین o'reilly school قطعاً یک انتخاب خیلی خوبی است. مقدار زیادی از دوره ها وجود دارد، دربرگیرنده تعداد زیادی از حوزه ها، بنابراین اگر شما می خواهید یک زبان برنامه نویسی از صفر تا ماهر شدن یاد بگیرید باید این منابع آنلاین را چک کنید.

Code Cademy ▲

code cademy یکی از منابع مورد علاقه من است. نگاه کردن به ویدیو برای 10 دقیقه ممکن است کسل کننده باشد و در این زمینه قدرت تاثیر آن روی دانشجو نزدیک صفر است. معلمان code cademy از این حقیقت مطلع هستند و دوره های آنها بسیار تعاملی است، "مجبور کردن" کاربر که متمرکز بماند. من فکر می کنم که این روش تدریس به دانشجویان خیلی کمک می کند و آن ها سریع تر یاد می گیرند.

Code Avengers ▲

avengers code هم دوره های جالب و مفید دارد. ممکن است مقایسه با هدفشان مهم نباشد، اما شما نمی توانید از طراحی خوب وب سایت چشم پوشی کنید. آن را چک کنید و لطفاً به من اجازه دهید نظرتان را درباره آن بدانم.

Programmr ▲

من فکر می کنم رقابت بهترین منبع انگیزه برای هر دانشجو است.

programmr هر چیز ضروری برای ایجاد انگیزه در یادگیری زبان های برنامه نویسی مختلف را دارد، شامل ++ python, c, javascript یا ساختن بازی. منابع به خوبی توضیح داده شده اند، پر از مثال و شما ممکن است با دوستانتان رقابت کنید. اگر شما می خواهید درجه 1 باشید بنابراین باید بهتر و سریع تر یاد بگیرید. بنابراین رقابت فرآیند یادگیری را بر می انگیزد.



hs code پتانسیل هر دانشجو را به وسیله کیفیت منابع تحت تاثیر قرار خواهد داد. ویژگی های برجسته آن این است که معلمان نمایش داده می شوند- در این روش ارتباط با دانشجو - ناظر درس دانشجویان بطور قابل توجهی بهبود یافته است.

PHP Academy ▲

php یک زبان های برنامه نویسی رایج است و هر طراح وب باید حداقل دانش سطحی درباره آن را داشته باشد. php academy جایی است که شما می توانید مهارت های php خودتان را قوی کنید. تنها نقطه ضعفش طراحی ضعیف وب سایت است. آیا من حسود هستم یا درست می گویم؟

Android Developer ▲

مسئله اندروید سیستم عامل های آینده در دستگاه های دستی است. دیر یا زود، طراحان وب باید دستشان را به آن آلوده کنند. این منبع بسیار مفید، به صورت حرفه ای ایجاد شده و کامل است. بنابراین شما هیچ دلیلی برای یاد نگرفتن اسرار اندروید نخواهید داشت.

iOS Developer ▲

البته نه تنها اندروید آینده سیستم عامل موبایل است، ios هم سهم بازار خودش را دارد که نمی توان نادیده گرفته شود. اگر شما میخواهید نرم افزارهایی بر اساس ios ایجاد کنید این منبع را چک کنید.

Bento ▲

bento یک منبع خیلی جالب و مبتکر است. اینجا شما یک زبان برنامه نویسی خاصی را یاد خواهید گرفت، اما شما اصول محیط وب را یاد خواهید گرفت. دوره ها روی اصول، نرم افزار نهایی و پایگاه داده ساخته شده است ... من فکر می کنم که شما الان درباره آن کنجکاو شده باشید.

Dash ▲

dash یک منبع واقعاً عالی برای چگونگی ساختن یک وب سایت خوب می باشد، اما شما نمی توانید به محتوا دسترسی داشته باشید مگر اینکه ثبت نام کرده باشید. به هر حال، من فکر می کنم ارزش صرف وقت برای مراحل ثبت نام را دارد چون دوره ها بسیار تعاملی و روند یادگیری خیلی لذت بخش است.

Envato ▲

envato یک شبکه عالی از صورت های مختلف مربوط به وبلاگ ها از محیط www ایجاد کرده است (wordpress ، طراحی وب ، photoshop beoda، Illustrator) و سپس تصمیم گرفت همه آن ها را با هم در یک وبلاگ بزرگ بیاورد. همچنین، آن ها یک فروشگاه برای فروختن دوره ها ایجاد کردند که در طول زمان ثابت کرده است که یک جای خوب برای تماشای ویدیو دوره ها به منظور یادگیری طراحی وب سایت می باشد.

Designmodo ▲

designmodo برای چهار سال در حال حاضر آنلاین بوده است و یکی از معروفترین وبلاگ های طراحی وب است. مقالات زیادی وجود دارد (خوانده شده به عنوان GBS) و اگر شما به صورت دوره ای آن را چک کنید، بدون شک به آخرین اخبار در مورد زبان های برنامه نویسی به روز خواهید ماند.



طراحی سایت برای برند تجاری



ایا قصد ایجاد وب سایت برای برند تجاری خود را دارید و یا می خواهید تجارت الکترونیکی را تجربه کنید. در این مقاله با باید ها و نباید ها در طراحی وب سایت برای برند تجاری خود آشنا می شوید. در گذشته مردم برای جستجوی کالا از صفحات تبلیغاتی استفاده می کردند ولی امروزه به راحتی با جستجو در اینترنت اطلاعات تکمیلی در خصوص کالا و خدمات و نیاز های تجاری خود کسب می کنند. وب سایت ها قطب اصلی در تجارت الکترونیکی و رونق کسب و کار شما می باشند. وب سایت برند تجاری شما در نگاه اول باید ویژگی هایی داشته باشد تا کاربران در سایت شما باقی بمانند و به خرید محصول ترقیب شوند. این ویژگی های شامل موارد زیر می باشند :

- ▲ ظاهر مناسب سایت باعث جذب کاربران می شود. وب سایت شما باید در نگاه اول دارای ظاهر مناسب باشد تا کاربران را به جستجو بیشتر در سایت ترقیب کند.
- ▲ منوهای در دسترس و جستجو آسان سبب می شوند کاربران به راحتی به بخش های مختلف سایت دسترسی پیدا کنند.
- ▲ اطلاعات مفید و کاربردی برای کاربران امری ضروری می باشد. محتوای سایت باید به گونه ای باشد که اطلاعات جامع در مورد محصول و یا خدمات شما در اختیار کاربران بگذارد تا آن ها از سایت شما به عنوان منبعی حرفه ای یاد کنند.

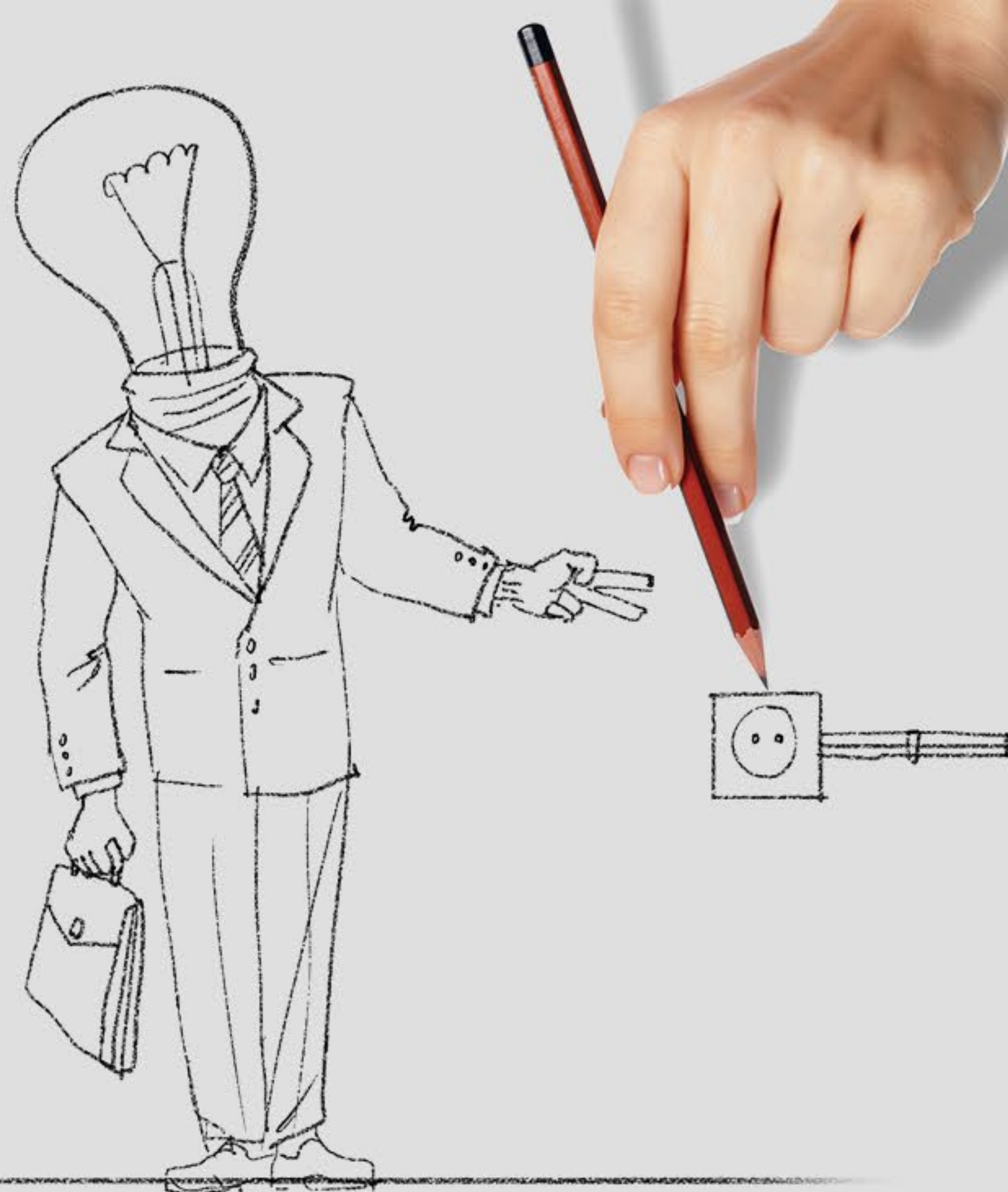
جایگاه برند تجاری در موتور های جستجو

بسیاری از افراد برای موفقیت در برند تجاری خود در تلاش اند جایگاهی در صفحه اول موتور های جستجو داشته باشند. ولی به این توجه نمی کنند که کاربران پس از یافتن برند تجاری شما در صفحه اول گوگل به چه اطلاعاتی دسترسی پیدا می کنند. ایا اطلاعات به اندازه کافی برای کاربران مفید می باشند تا کاربران در جهت خرید محصول گام بردارند. وب سایت برند تجاری شما باید محتوایی داشته باشد تا باعث جذب کاربران شود و اطلاعات مورد نیاز کاربران را در اختیار آن ها بگذارد.

جایگاه برند تجاری در صفحه اول گوگل

صاحبان کسب و کار های مختلف در تلاش اند جایگاه آن ها در صفحات اول گوگل باشد. با به بروز رسانی مداوم الگوریتم های گوگل این کار کمی سخت شده است چرا که گوگل مطالب مختلف در سایت ها را بنا بر کلمات کلیدی کاربران به آن ها نشان می دهد .

شما نیاز به پرداخت هزینه به کارشناسان سئو دارید تا کلمات کلیدی برند تجاری شما را تایین کنند و رتبه شما را در گوگل بهبود بخشند. بررسی های انجام شده در میان خریداران محصولات مختلف در کانادا نشان می دهد که بیشتر افراد برای خرید محصول خود بیشتر به وب سایت های مشهور در حوزه محصول مراجعه می کنند. جایگاه دوم در حوزه خرید محصول موتور های جستجو می باشد و وبلاگ محصولات و وب سایت های بررسی کالا جایگاه سوم را دارند.



دلایل اهمیت وب سایت برای برند تجاری

▲ مشتریان بالقوه ای که قصد در خرید محصولات و یا استفاده از خدمات در حوزه کسب و کار شما را دارند با یافتن آدرس سایت شما اطلاعات بیشتری در مورد محصولات کسب می کنند.

- ▲ وقتی افراد در حوزه تجاری شما جستجو می کنند به راحتی می توانند با خدمات تجاری شما آشنا شوند.
- ▲ وقتی مشتریان آدرس سایت شما را در بنر های تبلیغاتی و یا بسته بندی ها می بینند، به وب سایت شما مراجعه می کنند و اطلاعات تکمیلی در مورد محصول و خدمات شما کسب میکنند.

چرا مشتریان به وب سایت شما مراجعه می کنند.

مشتریان بنا بر دلایل زیر به سایت شما مراجعه می کنند.

- ▲ پاسخ به سوالات عمومی خود
- ▲ اطلاعات بیشتر در خصوص محصول و یا خدمات مربوط
- ▲ بررسی و مقایسه محصولات، خدمات، قیمت
- ▲ بررسی نظرات مشتریان در خصوص محصولات و خدمات شما
- ▲ دریافت شماره تماس و آدرس شما
- ▲ خرید آنلاین محصولات و خدمات
- ▲ آشنایی بیشتر در خصوص تجارت شما

هزینه

رفع مشکلات وب سایت شما با هزینه همراه است ولی باعث رونق در کسب و کار شما می شود. سایت تجاری شما نیاز به تصاویر خوب و محتوایی گیرا، قالب سایت زیبا، فروشگاه آنلاین، فرم تماس و گالری تصاویر دارد. صرف هزینه در طراحی وب سایت به کسب و کار شما رونق می بخشد و اعتبار و شهرت شما را تثبیت می کند.

به نظر شما داشتن سایت برای برند تجاری باعث رونق کسب و کار شما می شود؟ آیا تا به حال برای کسب و کار خود سایتی داشته اید؟



منتشر شد

Google Search Console

کتاب راهنمای جامع
کنسول جستجوی گوگل

امیرحسین اسماعیلی
آژانس خلاقیت وبسیما





باتوجه به نیاز روزافزون مدیران سایت و صاحبان کسب و کار برآن شدیم تا با شبیه سازی محیط وبمستر گوگل دسترسی شما عزیزان را به آموزش های مربوط به هر بخش ساده تر کنیم که نتیجه کار بر روی زیردامنه آموزش وبمستر گوگل قابل مشاهده است.

امروز، کتاب آموزش وبمستر گوگل به همت مدیریت آژانس خلاقیت وبسیما گردآوری و بازنویسی شده است تا کاربران بدون سردرگمی و در مسیری مشخص اطلاعات مورد نیاز خود را فراگیرند. کتاب گوگل وبمستر در فرمت PDF و بصورت رایگان در دسترس شما خواهد بود. هرگونه بازنشر و معرفی آن به دیگران با حفظ حقوق مادی و معنوی وبسیما مورد تایید خواهد بود.

سرفصل های کتاب گوگل وبمستر

آموزش های وبمستر گوگل در 6 فصل و 82 صفحه ارائه شده است. بیان کتاب بسیار ساده و روان بوده و مطالعه بخش های مختلف آن زمان زیادی از شما نخواهد گرفت. کل محتویات کتاب را میتوانید در یک بعدازظهر بخوانید ولی برای اجرای دقیق و یادگیری تکمیلی مسلماً نیاز به تمرین و تجربه خواهید داشت.

دانلود کتاب

Google Search Console

کتاب راهنمای جامع کنسول جستجوی گوگل

● تعداد صفحات: ۸۲ صفحه ● فرمت: PDF 2Mb



Sabavision

Anetwork



تبلیغات کلیک می تواند یکی از راهکارهای فوری تبلیغات در فضای مجازی باشد. چند سالیست به برکت حضور شرکت های بزرگی مانند ایرانسل و همراه اول و ال جی و سامسونگ هزینه تبلیغات در فضای مجازی سر به فلک کشیده است و تحمل این هزینه برای اکثر استارتاپ ها میسر نمی باشد. در سالهای گذشته مجموعه هایی مانند شبکه تبلیغات با تمرکز بر روی سایت های درجه دو و سه ، با استراتژی پرداخت در ازای کلیک ، شرایطی را محیا کرده بودند تا تبلیغات اینترنتی تقریباً با هر بودجه ای امکانپذیر باشد. اما با حضور پر رنگ شرکت قدرتمندی مانند صباویژن که سالها در زمینه اجاره بنر به صورت واسطه ای و در سایت های تراز اول فعالیت می نمود ، در دنیای تبلیغات کلیک، ناگهان تمام محاسبه ها را در هم ریخت. تقابل شبکه تبلیغات با قیمت های رقابتی ، امکانات مناسب و سیستم مدیریتی به سبک شرکت های با سرعت رشد بالا و صباویژن با فضاهای تبلیغاتی خاص و پربازدید و حمایت بزرگترین وبسایت های ایران ، دیدنی خواهد بود. ممکن است قضاوت کنیم که صباویژن از پیش بازی را برده است ، اما تجربه به ما نشان داده که دنیای تجارت مخصوصاً در فضای مجازی همه چیز غیر قابل پیش بینی است. در این بین باید منتظر حضور غولهای بزرگتری مانند گوگل، یوتیوب و فیس بوک هم باشیم ضمن آنکه استارت آپ هایی مانند کلیک یاب هم توانسته اند فضای خوبی را به خود اختصاص دهند.

ناگفته های تبلیغات کلیکی

آیا تاکنون با نام تبلیغات کلیکی آشنا شده اید و یا از این نوع تبلیغات برای گسترش کسب و کار خود استفاده کرده اید؟ خیلی از افراد تبلیغات کلیکی را موثرترین نوع تبلیغات می دانند و در استفاده از آن زیاده روی می کنند. در این مقاله با باید ها و نبایدهای تبلیغات کلیکی آشنا می شویم.

تبلیغات کلیکی چیست؟

تبلیغات کلیکی یا همان Pay Per Click نوعی تبلیغات اینترنتی می باشد که برآورد هزینه تبلیغات متناسب به تعداد کلیک ها می باشد. این روش به این طریق است که وقتی شما تبلیغات خود را در سایتی قرار می دهید به تعدادی که افراد مختلف روی تبلیغ شما کلیک کرده اند باید هزینه پرداخت کنید. یکی دیگر از عوامل تایین کننده قیمت، کیفیت سایت و محتوای سایتی است که شما تبلیغات خود را در آن قرار می دهید، چرا که هرچه محتوای سایت پر بار تر و با کیفیت تر باشد، تعداد افرادی که به آن سایت مراجعه می کنند افزایش می یابد. هرچه سایت از لحاظ محتوایی قوی تر باشد و روی مطالب تخصصی تر فعالیت کند قیمت تبلیغاتی سایت افزایش می یابد.

تبلیغات بر اساس نرخ ثابت Flat Rate PPC

روش تبلیغات بر اساس نرخ ثابت به این صورت کار می کند که نمایش دهنده تبلیغات شما یک نرخ مشخصی را برای هر کلیک تعیین می کنند و بر این اساس قیمت هزینه تبلیغات کلیکی محاسبه می شود. روش تایین قیمت با میزان محبوبیت کلمه کلیدی بستگی دارد یعنی هرچه کلمه کلیدی محبوبیت بیشتری داشته باشد، قیمت تمام شده برای هر کلیک بیشتر می شود.

تبلیغات کلیکی بر اساس مناقصه Bid-based PPC

در حال حاضر بهترین روش تبلیغات کلیکی بر اساس مناقصه می باشد که شرکت های بزرگی مانند گوگل و ماکروسافت از این روش استفاده می کنند. در روش تبلیغات کلیکی مناقصه ای بر خلاف روش قبلی، قیمت کلیک دارای قیمت ثابتی نیست، بلکه بر اساس مناقصه کلمات کلیدی سنجیده می شود. در این روش افراد مختلف قیمت تبلیغات خود را تایین می کنند و هرچه این قیمت بالاتر باشد، شانس دیده شدن آن ها افزایش می یابد.

مزایای تبلیغات کلیکی

تبلیغات کلیکی در ظاهر و از لحاظ قیمت مناسب می باشد و بهترین راه در صرفه جویی در مخارج می باشد چرا که شما تا زمانی که روی آگهی شما کلیکی نشود پرداختی نمی کنید و به ازای تعداد کلیک باید پول خرج کنید. ولی این فقط ظاهر تبلیغات کلیکی می باشد و در پشت پرده این چنین نیست.

▲ هزینه بالا

با توجه به رواج تبلیغات کلیک مناقصه ای و گسترش این نوع تبلیغات قیمت تبلیغات توسط مشتری تعیین می شود و هرچه آگهی دهنده پول بیشتری خرج کند در این نوع تبلیغات موفق تر است پس عملاً اگر پول کافی در این نوع تبلیغات در مقابل رقیبان خود نداشته باشید بازنده هستید. پس سعی کنید از تبلیغات کلیک استفاده کنید و از سیستم های مناقصه ای استفاده نکنید. در انتخاب سایت تبلیغاتی خود دقت لازم را داشته باشید و سعی کنید در سایت هایی تبلیغ کنید که از لحاظ محتوایی با سایت شما هماهنگی داشته باشد.

▲ کلیک های جعلی

بسیار دیده شده است که سایت ها تبلیغاتی برای بالا بردن تعداد کلیک ها از روش های نامناسب استفاده می کنند، این نوع سایت ها با روش های جعلی تعداد کلیک ها را بالا می برند و یا در پنل مدیریتی آگهی دهنده تعداد کلیک ها را زیاد نشان می دهند تا از آگهی دهنده ها پول بیشتری را دریافت کنند. پس بهتر است سایت های معتبر را انتخاب کنید تا دچار کلک های تبلیغاتی نشوید.

باید ها و نباید های تبلیغات کلیک

به طور کلی برای استفاده از تبلیغات کلیک بهتر است دقت لازم و کافی را داشته باشید، و سایت هایی را متناسب با موضوع سایت خود انتخاب کنید و در آن سایت ها تبلیغ کنید. ولی این نکته را در نظر داشته باشید که برای تبلیغات شما نیاز به کاربران مستعد تبلیغات شما دارید. بهتر است از دیگر روش های تبلیغاتی هم استفاده کنید و سعی کنید در موتور های جستجو و در کلمات کلیدی مربوط به کسب و کار خود رتبه مناسبی را کسب کنید.

نظر شما چیست؟ آیا تا به حال در تبلیغات کلیک موفق بوده اید و یا به دام این نوع تبلیغات گرفتار شده اید؟





لیست قیمت شرکت sabavision

- ▲ قیمت پایه هرکلیک ۱۲۰ ت
- ▲ موضوعی: +۶۰
- ▲ پخش در استان: +۵۰
- ▲ پخش فقط در ایران یا خارج: +۳۰
- ▲ عدم پخش شبانه (۱ تا ۸): +۴۰

لیست قیمت شرکت anetwork

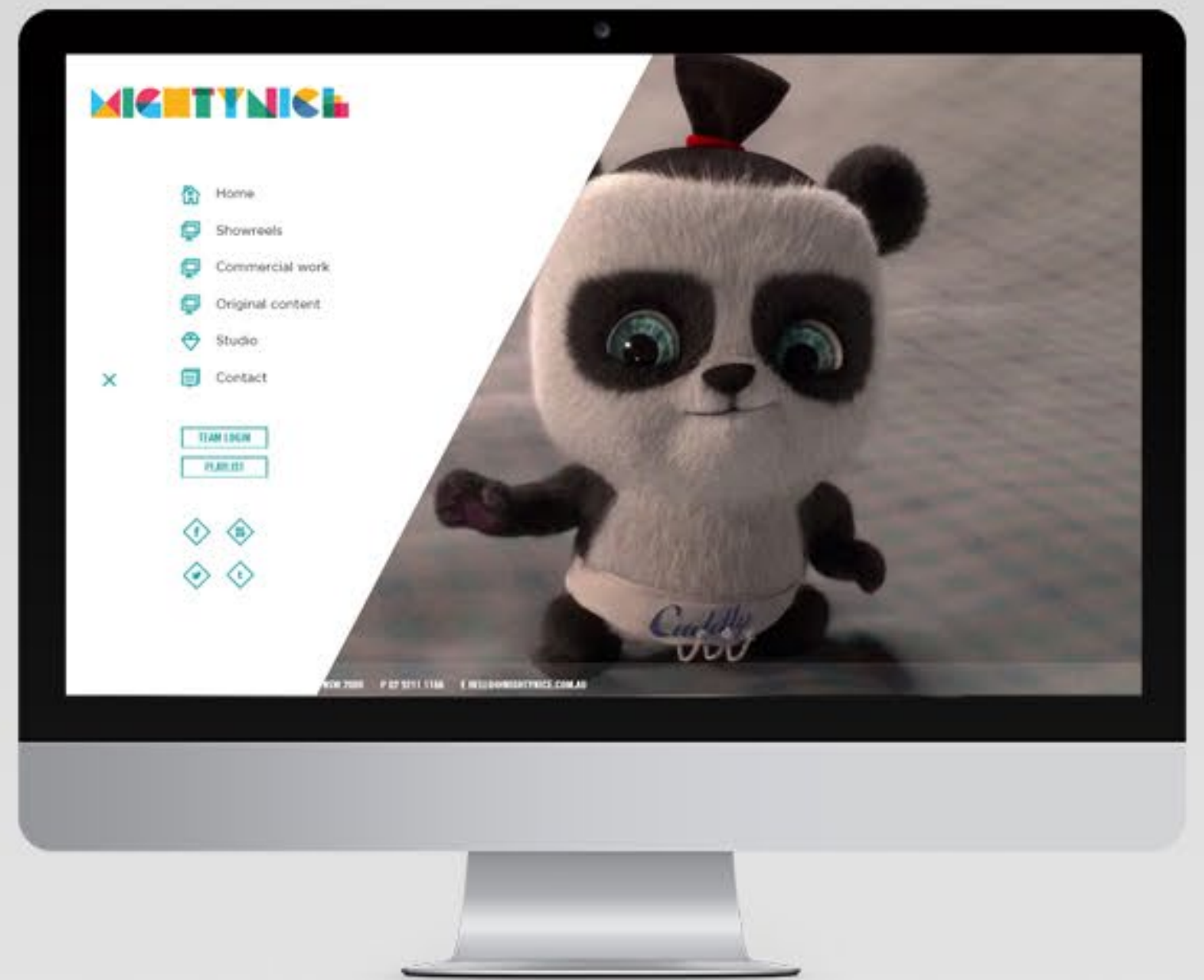
- ▲ متنی ۱۰۰ ات
- ▲ عادی ۱۲۰ ات
- ▲ موضوعی ۱۴۰-۱۸۰ ات
- ▲ جغرافیایی ۱۶۰-۱۸۰ ات
- ▲ بازه زمانی ۱۴۰ ات
- ▲ سیستم عامل ۱۶۰-۱۸۰ ات
- ▲ طلائی ۲۴۰ ات



بررسی بهترین وب سایت های ماه از دید کارشناسی وب سایت معتبر
AWWWARD.COM

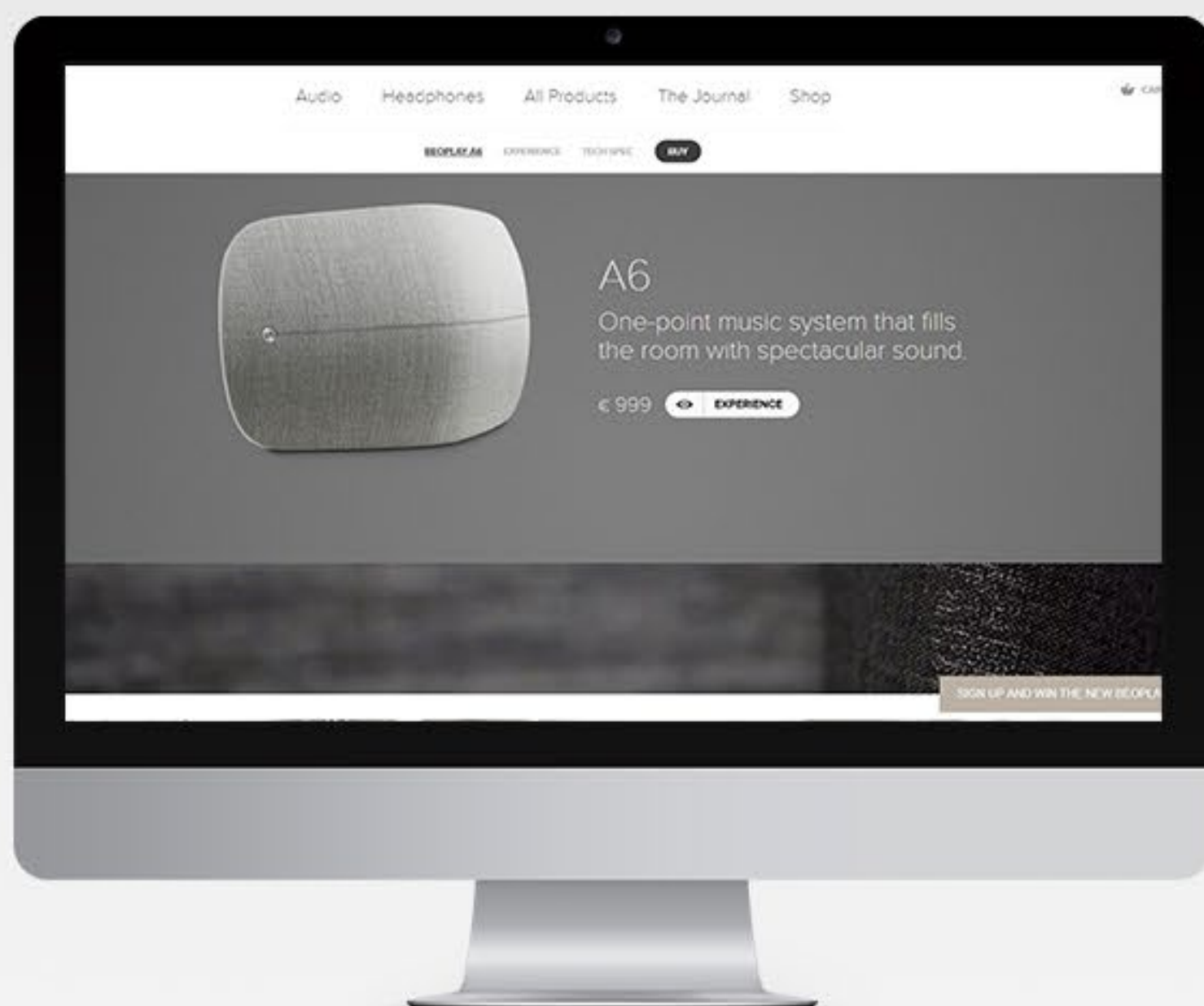


در چند سال اخیر با آگاهی بر اهمیت فضای مجازی و بستر پر رقابت آن، داشتن سایتی زیبا، کاربردی و استاندارد اهمیت ویژه ای پیدا کرده است. از این رو Awwwards اقدام به معرفی برترین سایت های فعال در فضای مجازی نموده که تحلیل و دلایل برتری این سایت ها را نسبت به سایرین در اختیار شما مخاطبین کسب و کار می گذاریم تا با آشنایی با این سایت ها از خط مشی آن ها الهام بگیرید...



www.sennheiser-reshapingexcellence.com

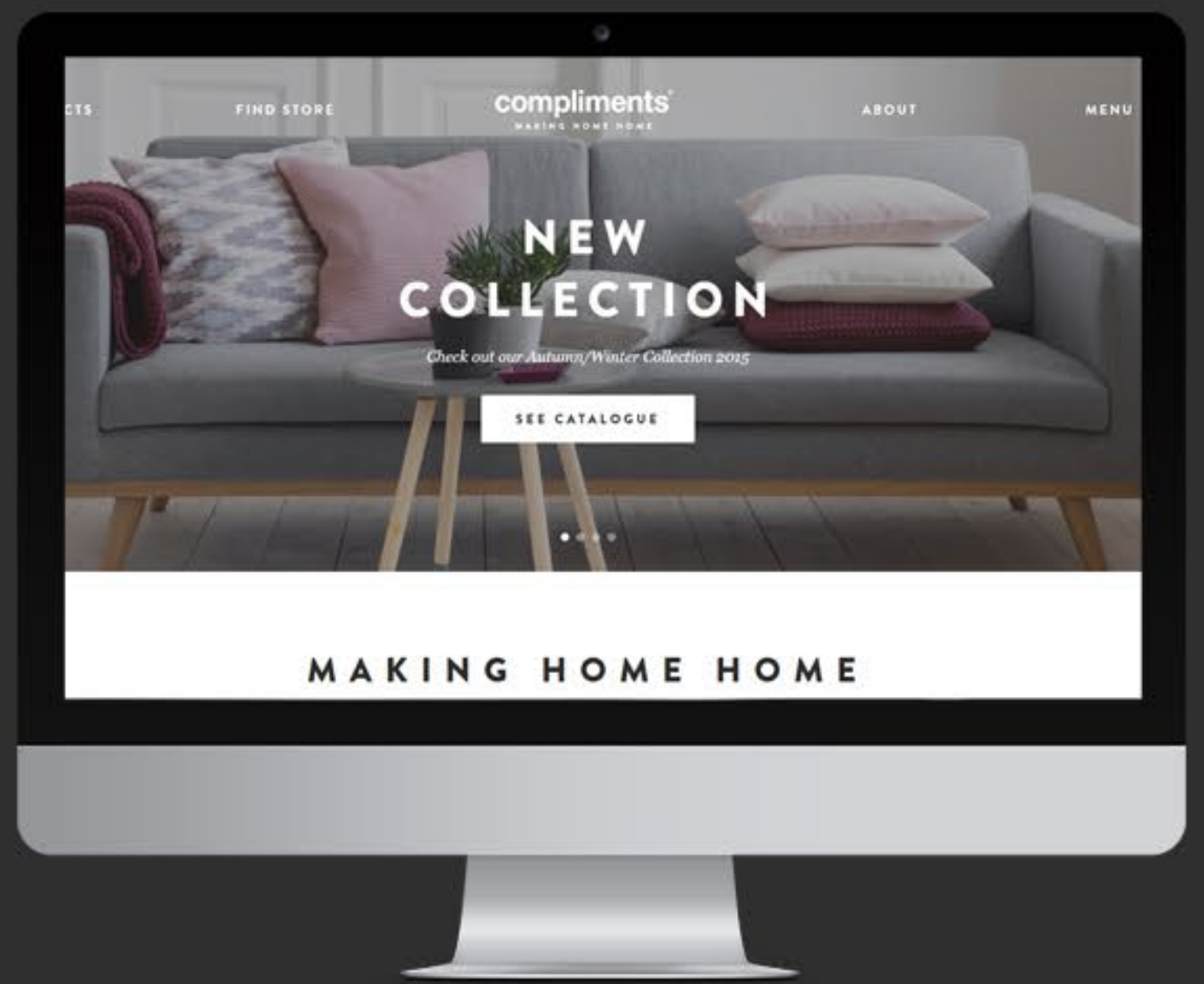
www.mightynice.com.au



www.beoplay.com

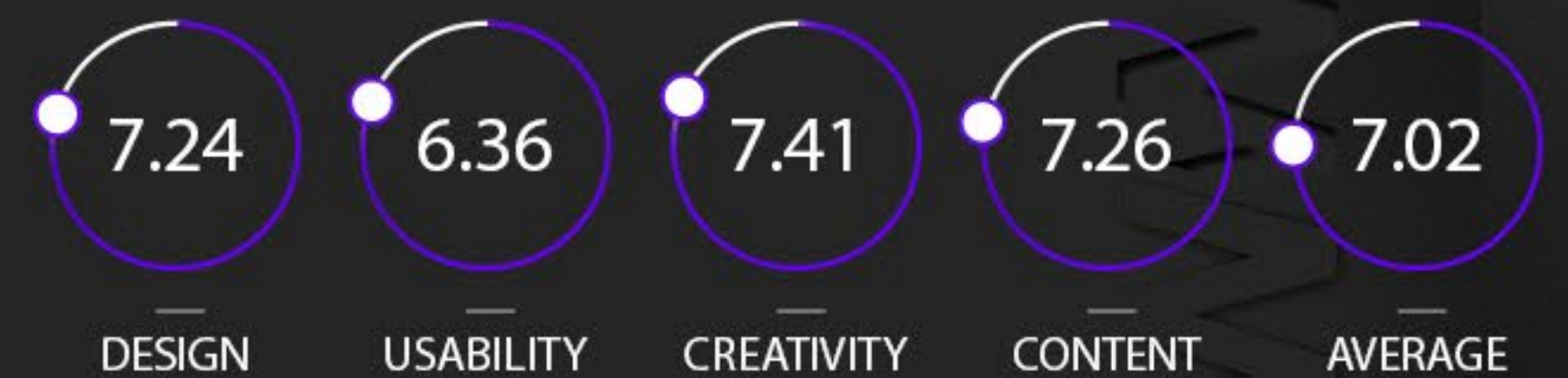
www.mcwhopper.com





www.sylvainreucherand.fr

www.compliments.dk



www.croptrust.org/2014

www.tour.sydney.edu.au





راههای پس انداز پول



پول خود را چگونه خرج می کنید

اولین راه برای پس انداز پول این است که ببینید پول خود را بیشتر در کجا خرج می کنید. یک بودجه کلی در نظر بگیرید و مخارج روزانه خود را یادداشت کنید.

به تخفیف ها توجه کنید

اولین راه برای پس انداز پول این است که ببینید پول خود را بیشتر در کجا خرج می کنید. یک بودجه کلی در نظر بگیرید و مخارج روزانه خود را یادداشت کنید.

قیمت ها را مقایسه کنید

اگر می خواهید خرید با قیمت بالا انجام دهید بهتر است قیمت ها را مقایسه کنید و قیمت در خرید آنلاین هم ببینید یکی از راهکار ها مقایسه قیمت در مراکز خرید آنلاین می باشد معمولا خرید آنلاین ارزان تر است ولی باید هزینه های بسته بندی و حمل و نقل را نیز در نظر بگیرید.

قبل از خرید تحقیق کنید

قبل از اینکه برای خرید یک کالا با قیمت بالا قدم بردارید سعی کنید اطلاعاتی از آن محصول کسب کنید. مشخصات فنی محصول را به طور کامل بررسی کنید تا مطمئن شوید کالای که قصد خرید آن را دارید نیاز های شما را بر طرف می کند.

کمتر پول قرض بگیرید

سعی کنید حتی اگر به پول احتیاج داشتید پول قرض نگیرید چرا که باعث می شود اول ماه بدهی خود را بدهید و چیزی از حقوقتان باقی نماند.

پس انداز کنید

سعی کنید مبلغی از در آمد خود را هرچند هم کم باشد کنار بگذارید و پس انداز کنید.



بررسی وبسایت فروشگاه زنجیره ای رفاه

سایت فروشگاه رفاه با هدف ارائه و معرفی کالاهای موجود به خریداران ایجاد شده است.





رفاه

سایت رفاه علاوه بر معرفی کالا و خدمات این فروشگاه، خریداران را به نزدیک ترین فروشگاه رفاه موجود در شهر و محدوده انتخابی، هدایت می کند و خریداران را از تخفیفات فصلی آگاه می کند. این سایت نه تنها امکان مشاهده کالا و مشاهده خدمات را امکان پذیر میکند، بلکه این امکان را ایجاد می کند که کاربران و کالاها را بر اساس معیارهای انتخابی فیلتر کنند.

بررسی سایت رفاه از نظر طراحی

از لحاظ ظاهری سایت رفاه دارای نمای بسیار ساده ای می باشد تا کاربران را به راحتی به بخش های مختلف هدایت کند و یک تجربه کاربری خوب (user experience) را برای کاربران رقم بزند. در این سایت از رنگ سبز که کاملاً متناسب با لگوی رفاه می باشد در بخش های مختلف سایت مخصوصاً در فوتر و هدر و طراحی دیگر آیکن ها استفاده شده است.

در قسمت منو سایت از تصاویر گرافیکی زیبایی استفاده شده است و با hover روی این تصاویر اجزای منو به رنگ سبز در می آیند که با رنگ سایت بسیار متناسب است.

در قسمت بالای سایت اسلاید شویی قرار دارد که با کلیک بر روی آن کاربران را به قسمت مشاهده تخفیفات هدایت می کند. همچنین گزینه هایی در قسمت بالای سایت قرار دارد تا کاربران را به مهمترین بخش های سایت که همان فروش ویژه و رفاه محله می باشد هدایت کند.



علاوه بر این برای ایجاد دسترسی سریع کاربران به محصولات در قسمت بدنه صفحه اصلی دسته بندی کالای قرار داده شده است تا کاربران به بخش مورد نظر هدایت شوند. پس از انتخاب دسته بندی مورد نظر شما به صفحه آن محصول هدایت می شوید و می توانید اطلاعات تکمیلی در مورد قیمت تخفیف محصول و قیمت قبل و بعد تخفیف را مشاهده کنید.

بررسی سایت رفاه از نظر فنی

از لحاظ فنی کد های سایت رفاه با کد های php نوشته شده است و سیستم مدیریت محتوایی آن ورد پرس می باشد تا کار با سایت راحت باشد و ایجاد محصولات جدید به راحتی مدیریت شود. همچنین به دلیل استفاده از سیستم وردپرس رویال که توسط تیم وب سیما نوشته شده است از لحاظ امنیتی تا 99 درصد ایمن می باشد. نکته قابل توجه در کد نویسی سایت رفاه مشهود است و آن قسمت نقشه سایت و قسمت جستجو می باشد.

در قسمت نقشه سایت که فیلتر های مختلفی وجود دارد، که این فیلتر ها شما را در رساندن به نزدیک ترین فروشگاه محله خود راهنمایی می کند. شما می توانید نزدیک ترین فروشگاه مورد نیاز خود را بر اساس آدرس، خدمات ارائه دهنده، شهر، کشور، استان، خیابان، امکانات فروشگاه و محصولات موجود فیلتر کنید و نزدیک ترین فروشگاه مورد نیاز خود را در نقشه همراه با آدرس دقیق مشاهده کنید. همچنین می توانید فروشگاه رفاه مورد نظر خود را با انتخاب گزینه کیلومتر و آدرس مورد نظر خود بیابید.

در قسمت جستجو محصولات ویژه که به تازگی به سایت افزوده شده است این امکان وجود دارد که محصولاتی که برای آن ها تخفیف قرار داده شده است مشاهده شود. به طور مثال شما می توانید محصولات انتخابی خود را بر حسب نام، گروه، برند، بازه قیمت و بازه درصد تخفیف فیلتر کنید و محصولات مورد نظر را با فیلتری که تایین کرده اید مشاهده کنید.

سایت رفاه استاندارد mobile friendly را از گوگل کسب کرده است و تمام المان ها و عناصر داخل این سایت ریسپانسیو می باشد.

در سایت Gtmetrix سرعت لود سایت را 9.2 ثانیه در نظر گرفته شده است که بهتر است بهبود یابد. البته سایت رفاه هنوز در مرحله طراحی می باشد و روز بروز امکانات بیشتری به این سایت افزوده می شود.

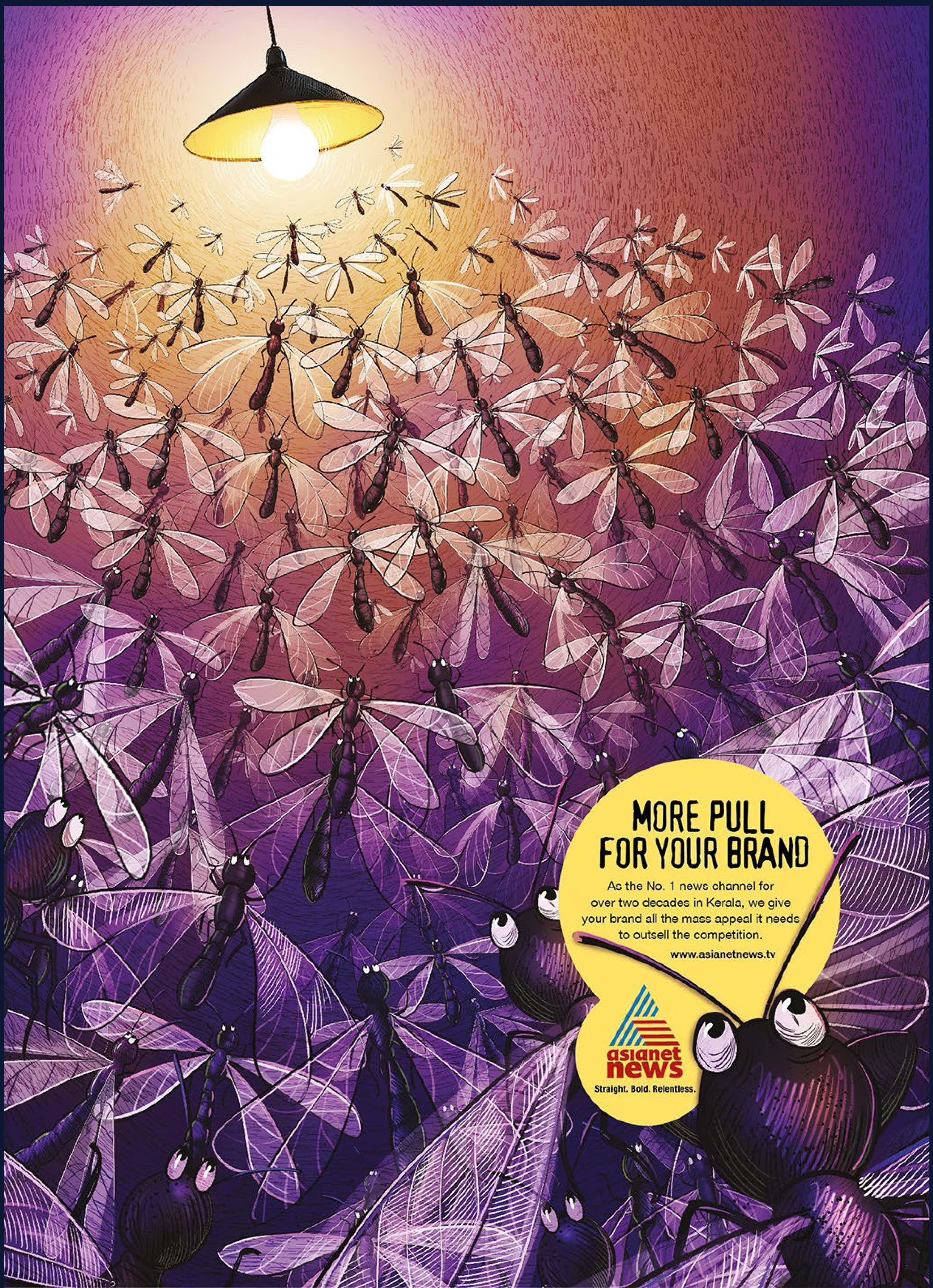
به طور کلی همه مطالب بیان شده در حوزه سایت رفاه مطالبی بود که برای ما جذاب واقع شده است. نظر شما در مورد این سایت چیست نظرات خود و نقاط قوت و ضعف سایت رفاه جهت پیشرفت این سایت با ما در میان بگذارید.





خلاقانه

خلاقیت چیزی جز بر هم زدن قوانین نیست. برای تفکر خلاق کافیه از قالب های همیشگی خارج شد و با دقت بیشتری به اطراف نگاه کنیم. در ابتدای امر پرسش ساده ای که برای خلق یک خلاقیت وجود دارد این است که با دیدن هر چیزی که در پیرامونمان وجود دارد پرسیم چه می شد اگر... پاسخ به این سوال در ذهن، آغازگر ایده های خلاقانه است امتحان کنید.



MORE PULL FOR YOUR BRAND

As the No. 1 news channel for
over two decades in Kerala, we give
your brand all the mass appeal it needs
to outsell the competition.

www.asianetnews.tv



Straight. Bold. Relentless.

آژانس تبلیغاتی : Stark Communications, Trivandrum, India

مدیران خلاق : Shelton Pinheiro, Ajith Gopinath

مدیر هنری : Unnikrishnan PK

کپی رایتر : Ajith Gopinath

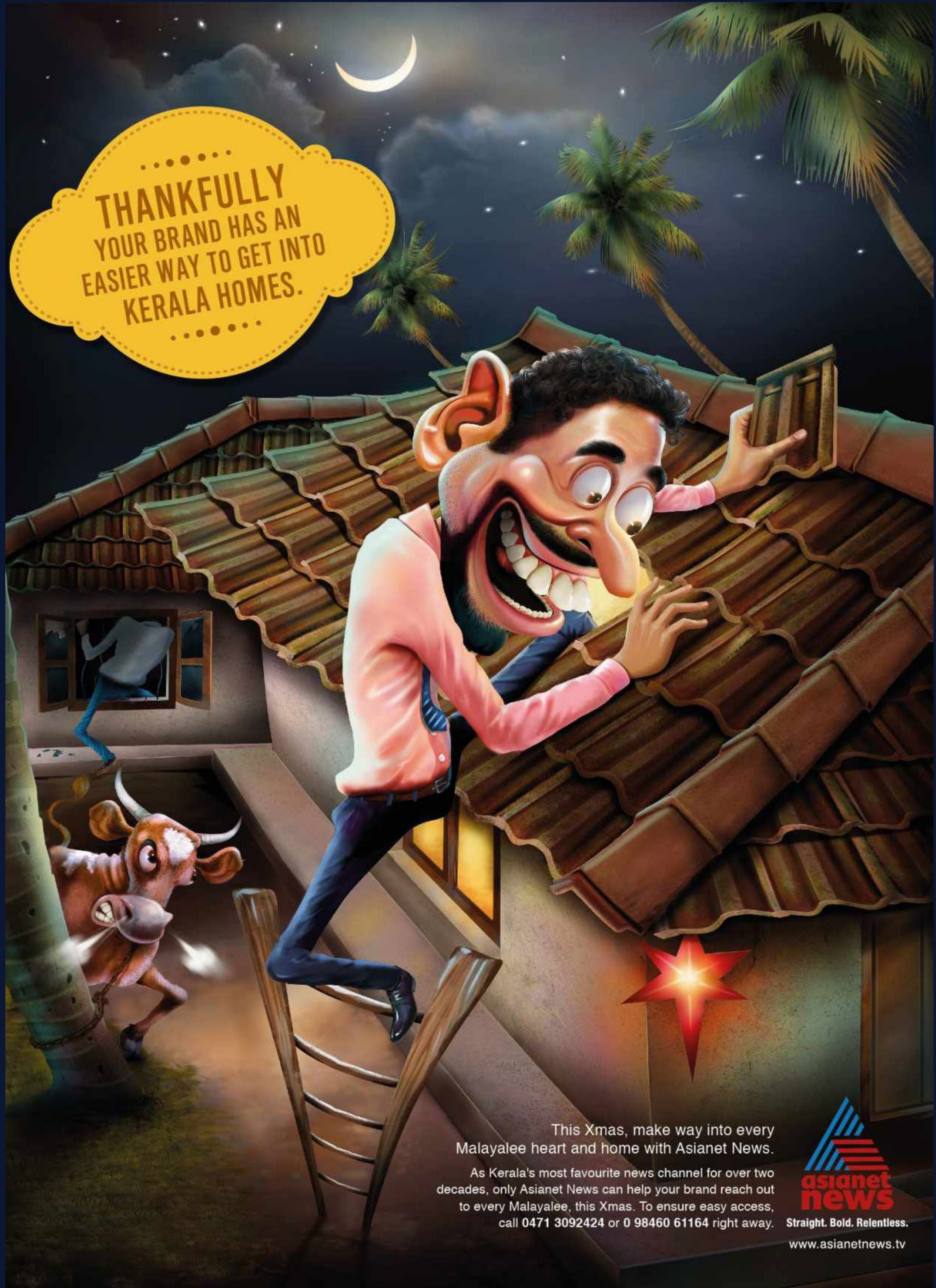
تصویرگر : Rateesh

حساب اجرایی : Manjit Lal

تاریخ انتشار : July 2015



.....
THANKFULLY
YOUR BRAND HAS AN
EASIER WAY TO GET INTO
KERALA HOMES.
.....



This Xmas, make way into every Malayalee heart and home with Asianet News.

As Kerala's most favourite news channel for over two decades, only Asianet News can help your brand reach out to every Malayalee, this Xmas. To ensure easy access, call 0471 3092424 or 0 98460 61164 right away.


asianet news
Straight. Bold. Relentless.
www.asianetnews.tv

آژانس تبلیغاتی : Stark, Trivandrum, India
مدیران خلاق : Shelton Pinheiro, Ajith Gopinath
مدیر هنری : Unnikrishnan PK
کپی رایتر : Seetha Jayan
تصویرگر : Aneesh
حساب اجرایی : Manjit Lal



CAN YOU REALLY INSURE YOUR BUSINESS WITH AN AGENT WHO IS TIED DOWN?

Owning a business is a giant leap of faith, but insuring it through an agent who is limited to one company's options is even more chancy. That's why you need a Trusted Choice Independent Agent—one who is free to shop many reputable companies and put together a plan that won't leave your business hanging. Find your Independent Agent at trustedchoice.com.



Free to do what's right for you.™

آژانس تبلیغاتی : MARC USA, Chicago, USA

مدیر اجرایی : Joe Burke

مدیر خلاقانه : Stephanie Franke

مدیر هنری : Nok Sangdee

عکاس : Saverio Truglia

تاریخ انتشار : April 2015





RECIBE EFECTIVO EN CADA COMPRA.
TARJETA DE DÉBITO MULTIVA.

آژانس تبلیغاتی : La Base Comunicación, Mexico City, Mexico
مدیران خلاق : Candy Crudele, Carlos Ortiz, Juan Carlos Montes
مدیر هنری : Alejandro Galván, Ignacio Tamez
کپی رایتر : Carlos Ortiz
تصویرگر : Estilo 3D
تاریخ انتشار : May 2015

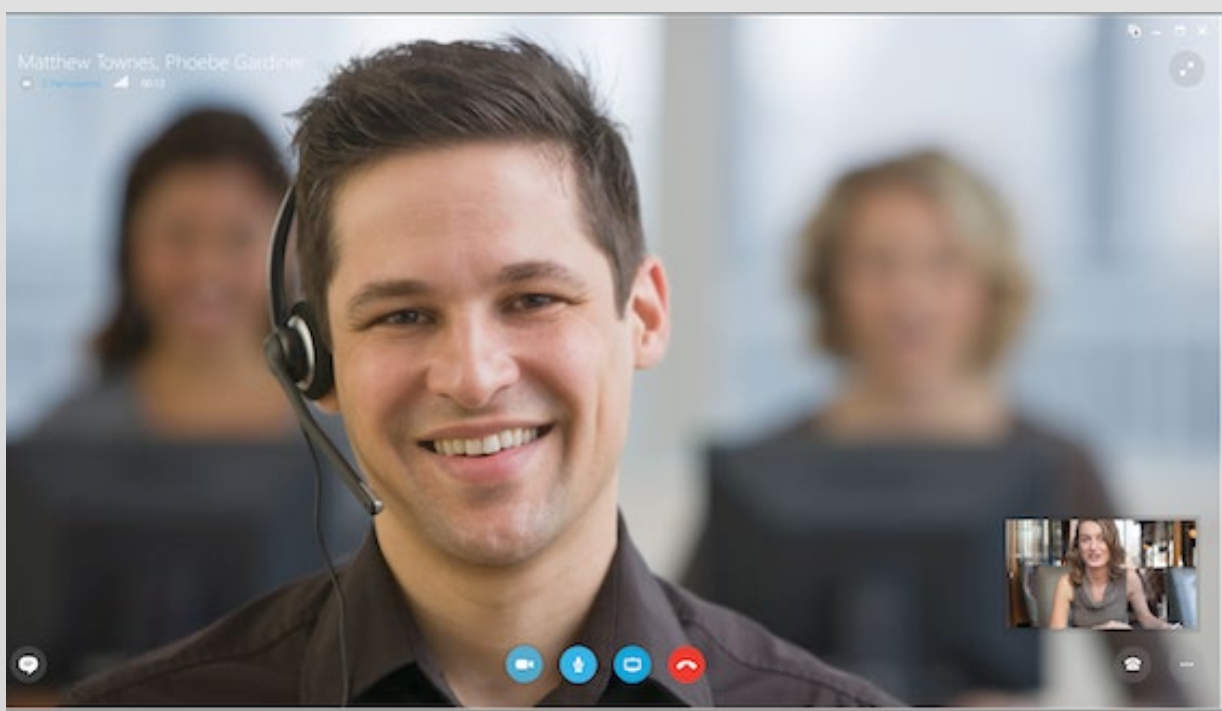


مگتشت

سفری به دور دنیای فناوری



با مترجم زنده ی اسکایپ دیگر زبان مانعی برای ارتباط نیست



اسکایپ به تازگی اعلام کرده که ویژگی ترجمه ی بلادرنگ آن با اپلیکیشن دستکاپ ویندوزی یکپارچه سازی شده است. این به کاربران اجازه خواهد داد تا با زبان بومی خود تماس صوتی برقرار کرده و ترجمه ی گفتگو به صورت لحظه ای انجام شود. فعلاً این ویژگی تنها برای شش زبان انگلیسی، فرانسوی، آلمانی، ایتالیایی، ماندارین و اسپانیایی فعال است، اما برای ترجمه ی پیام های متنی از ۵۰ زبان پشتیبانی می شود.

لوگوی گوگل به مناسبت پیدا شدن آب در مریخ

شرکت گوگل به مناسبت انتشار خبر پیدا شدن آب در سیاره ی مریخ لوگوی خود را تغییر داد. در این لوگو یک شخصیت کارتونی از مریخ در حال نوشیدن یک لیوان بزرگ آب است. دانشمندان سالهاست که چشم های خود را بر روی سطح این سیاره دوخته اند. آب کشف شده در سطح سیاره ی مریخ به حالت رودخانه ها یا دریاچه وجود ندارد بلکه این آب در دامنه ی تپه های مریخ به صورت خطوط تیره ای به نام "recurring slope lineae" یا RSL ظاهر شده است که برای اولین بار در سال ۲۰۱۱ کشف شدند.

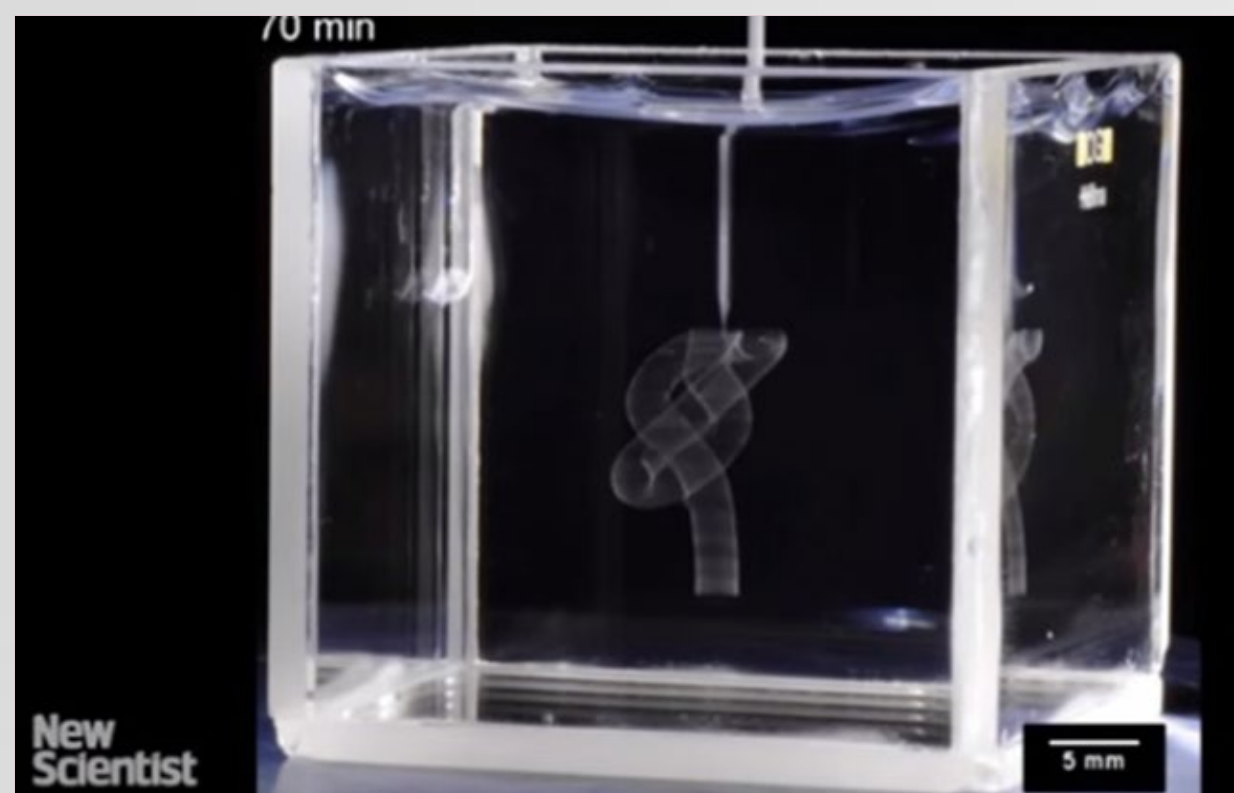


قوطی نوشیدنی که خودش سرد می شود.



برای خوردن یک نوشیدنی انرژی زای خنک لازم نیست به دنبال یخچال یا ابزار ویژه ای باشید، تنها کافی است روی خود قوطی دکمه ای را فشار دهید تا طی چند دقیقه دمای نوشیدنی شما ۳۰ درجه پایین بیاید. مواد خنک کننده مورد استفاده که دوستدار محیط زیست است از مواد ارگانیک گیاهی و دی اکسید کربن فراهم آمده از جو زمین تشکیل شده است. دانشی که پشت این قوطی های به ظاهر ساده قرار دارد، هنوز کاملاً سری است، اما مطمئناً زمانی که فروش نوشابه های West coast chill به قیمت هر قوطی ۳ دلار آغاز شود، افراد زیادی آن را خواهند خرید تا حقه به کار رفته در آن را کشف کنند.

پرینت سه بعدی در ژل امکان چاپ اندام های انسانی پیچیده را ممکن می کند



در سال های اخیر دانشمندان به موفقیت های قابل توجهی در پرینت اندام های انسانی نظیر «گوش مصنوعی» دست یافته اند، با این همه، هنوز هم مسیر روشنی برای تولید اندام های داخلی و بافت های انسانی کاربردی ترسیم نشده است.

با این همه، پژوهشگران در دانشگاه فلوریدا موفق به ابداع روشی تازه برای پرینت اجسام پیچیده در داخل ژل شده اند که می تواند مسیر را برای تهیه اندام های پرینت شده سه بعدی در آینده نزدیک هموار کند.

دشواریترین قسمت پرینت ساختارهای زیستی ظریف نظیر رگ ها خونی و اندام های پیچیده این است که پیش از سفت شدن ماده سازنده شان، به خاطر سنگی وزن، در داخل پرینتر فرو می ریزند. ژلی که توسط این گروه از پژوهشگران ابداع گردیده از نوعی پلیمر آکریلیک اسید ساخته شده و نقش یک داربست را برای بافت یا ساختار در حال پرینت شدن ایفا می کند. تیم دانشمندان دانشگاه فلوریدا با استفاده از این روش موفق شده اند مواد اورگانیک مختلفی را پرینت نمایند و حتی مدلی از مغز انسان را بسازند.

با پاولوک عادت های بدتان را دور بریزید

پاولوک به تقویت عادت های رفتاری مثبت کمک می کند. چگونه؟ به شما شوک الکتریکی وارد می کند. کاملاً جدی و بی رحمانه. با 250 دلار این مچ بند هر زمان که به یادآور یا هشدار می دهد برای انجام کاری تنظیم کرده اید بی اعتنائی کنید، به شما شوک الکتریکی می دهد. سازنده پاولوک، مانیش ستی، بعد از پژوهش های زیاد، این پوشیدنی را ساخت و آن را ابتدا روی خودش آزمایش کرد: اینطور که به نظر می رسد، 40 درصد فعالیت های یک فرد در طول روز، عادت بوده و تصمیمات خودآگاه نیستند (بر اساس دانشگاه دوک). ستی توانست با استفاده از پاولوک 30 پوند وزن کم کند.



وب گشت

برای شمایی که حوصله گوش دادن به اخبار ندارید.





WEBSIMA.
CREATIVE AGENCY
آژانس خلاقیت وب سیما

