

# 7 زرافه Giraffe 2016

اولین مجله خلاقیت تجاری و دیجیتال مارکتینگ

## در این شماره می خوانیم

تولد ۳ سالگه وبسیما مبارک

جشنواره وب امسال بالاخره آغاز شد!

بررسی کودکان تبلیغات کلیک در ایران

تب تند دیجیتال مارکتینگ (راهکارهای رقابتی)

استراتژی بازاریابی محتوایی در سال جدید

۵ دلیل برای استخدام کارمندان نامناسب در استارتاپ ها

و کله مطلب و مقاله مفید ...



# زرافه Giraffe

شماره هفتم . بهمن ۱۳۹۴ . رایگان

ماهنامه خلاقیت تجاری زرافه  
ارائه شده توسط واحد محتوای آژانس خلاقیت وبسیما

آژانس خلاقیت وبسیما

محمد امین اسماعیلی

شادی پناهی

آرمین خدایی یکتا

امین حمیدی

الهه قنبری

شادی پناهی

آرمین خدایی یکتا

آربی سرکیسیان

حسن سلگی

صاحب امتیاز :

سردبیر :

مدیر اجرایی :

طراحی و صفحه بندی :

محتوا :

تمامی حقوق این ماهنامه برای وبسیما محفوظ است.



آنالیز وب سایت شما توسط  
کارشناس رسمی Woorank



درخواست مشاوره



## 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



مدیریت کسب و کار



یک فنجان اسپرسو دابل شات

[www.Mazlo.ir](http://www.Mazlo.ir)

# فهرست

7	استراتژی بازاریابی محتوایی در سال جدید
14	جشنواره وب امسال بالاخره آغاز شد!
15	تب تند دیجیتال مارکتینگ
25	توافق هسته ایران جزء پرجستجوترین نتایج گوگل
26	تولد سه سالگی وبسیما مبارک!
34	معرفی افزونه Telegram Inliner
40	بررسی کودکانه تبلیغات کلیک در ایران
49	تاثیر هدایای تبلیغاتی
56	پنج دلیل برای استخدام کارمندان نامناسب در استارت‌آپها
59	نقد و بررسی PES 2015
64	بهترین کمپین های تبلیغاتی 2015

# Content Marketing 2016

## استراتژی بازاریابی محتوایی سال جدید

# Content Marketing 2016

امروزه بازاریابی محتوایی از اهمیت ویژه ای برخوردار است و موجب افزایش فروش و برند سازی و موفقیت در سئو سایت می شود. با توجه به تاثیر مثبت بازاریابی محتوایی در سال گذشته می توان نتیجه گرفت که در سال 2016 اهمیت بازاریابی محتوایی افزایش خواهد یافت و بیش از پیش به عنوان یکی از تکنیک های موثر موفقیت در سئو محسوب می شود.

- 1 ایجاد محتوای جذاب
- 2 استفاده از ویدیو
- 3 ایجاد محتوای اپیزودیک (قسمتی)
- 4 توجه به اصطلاح میکرو ثانیه در ایجاد بازاریابی محتوا
- 5 شخصیت سازی از برند تجاری





## 1 ایجاد محتوای جذاب

یکی از گرایش‌های بازاریابی محتوا در سال 2016 ایجاد محتوایی باکیفیت و با معنی است. بطوری که دارای جذابیت فراوانی باشد. شما می‌توانید با ایده پردازی محتوای محصولات خود را به طور شگفت‌انگیزی به کاربران نشان دهید تا آن‌ها جذب محتوای ایجاد شده شوند. در دنیای امروز کاربران از محتوای تکراری خسته شده‌اند و زمان بسیاری برای خواندن متن‌های طولانی ندارند. در نتیجه ایجاد محتوای جذاب در سال 2016 یکی از تکنیک‌های بازاریابی محتوایی است.

شما می‌توانید با ایجاد محتوای تعاملی مانند استفاده از اینفوگرافی‌ها و یا EBOOK جذابیت بیشتری برای مخاطبان خود فراهم کنید و حس ماجراجویی مخاطبان خود را تقویت کنید.

## 2

## استفاده از ویدیو

در حال حاضر بخش عظیمی از فضای وب را ویدیو های متنوع با مفاهیم و با موضوعات مختلف فراگرفته است. با توجه علاقه شدید افراد مختلف به تصاویر ویدیویی صاحبان کسب و کار های مختلف همواره از گذشته تا به امروز از تصاویر ویدیویی برای افزایش فروش و برند سازی استفاده می کردند. در سال 2016 بازاریابی محتوایی توسط تصاویر ویدیویی که به بازاریابی ویدیویی معروف است رونق بیشتری خواهد یافت. افراد مختلف به دلیل کوتاه و قابل فهم بودن تصاویر ویدیویی به این نوع بازاریابی علاقه مند می شوند.



نکته ای که در بازاریابی محتوایی توسط تصاویر ویدیویی باید در نظر داشت این است که اصل جذابیت، نوآوری و ایده پردازی را در ایجاد تصاویر ویدیویی رعایت کنید. چرا که ویدیو های جذاب و مورد پسند کاربران به راحتی در صفحات اجتماعی به اشتراک گذاشته می شود و محبوبیت برند تجاری شما را تقویت می کند.

### ایجاد محتوای اپیزودیک (قسمتی)

داشتن محتوای اپیزودیک موجب ایجاد انگیزه در مخاطبان می شود و انگیزه ویژه ای در مخاطبان ایجاد می کند. نتایج تحقیقات نشان می دهد که داشتن محتوای اپیزودیک تاثیر بسزایی در کاربران دارد و موجب ماندگاری محتوا ایجاد شده توسط شما در ذهن کاربر می شود و حس کنجکاوی مخاطبان را تقویت می کند.

ایجاد محتوای اپیزودیک موجب می شود که مخاطبان شما وفاداری خاصی نسبت به شما داشته باشند چرا که با ارائه محتوای چند قسمتی در می یابند که شما اطلاعات بیشتری در آینده در اختیار آن ها قرار خواهید داد.



حال که با تاثیر محتوای اپیزودیک در 2016 سال آشنا شدیم چگونه استراتژی محتوایی خود را بر این اساس سازمان دهی کنیم. محتوای اپیزودیک معمولا برای مطالب بلند و طولانی استفاده می شود. شما می توانید محتوای خود را به صورت هفتگی و با فاصله زمانی مشخص به قسمت های مختلفی تقسیم کنید و این مطالب را در اختیار مخاطبان خود قرار دهید. با منتشر کردن قسمتی محتوای ایجاد شده توسط شما، کاربران به طور مکرر به سایت شما مراجعه می کنند تا مطالب بیشتری در مورد آن موضوع خاص را ببینند.

توجه به اصطلاح میکرو ثانیه در ایجاد بازاریابی محتوا اصطلاح میکرو ثانیه، در بازاریابی محتوا به تازگی رواج پیدا کرده است. با توجه به گزارش منتشر شده توسط گوگل بیشتر جستجو ها در سال 2015 توسط موبایل انجام شده است و استفاده از تلفن همراه بسیار گسترش یافته است. در نتیجه گوگل از اصطلاح میکرو ثانیه استفاده کرده است تا نشان دهد که افراد مختلفی با استفاده از موبایل خود به جستجو در مورد مباحث مختلفی می پردازند در حالی که زمان اندکی دارند. افراد می خواهند در کوتاه ترین زمان خرید کنند، و یا در کوتاه ترین زمان اطلاعاتی در مورد مباحث خاصی کسب کنند.

پیروی از قاعده میکرو ثانیه در بازاریابی محتوا و در سال 2016 بسیار مفید خواهد بود. ولی به گفته گوگل کیفیت محتوای ایجاد شده در این گونه بازاریابی محتوا بسیار اهمیت دارد. برای استفاده از قاعده میکروثانیه در برندینگ خود اعتبار و صحت محتوای ایجاد شده بیش از گذشته ارزشمند است.

نمونه ای از شرکت های موفق در بازاریابی محتوا در روش میکرو ثانیه شرکت homedepot است. این شرکت با منتشر کردن ویدئوهایی جذاب و کوتاه در رابطه با چگونگی طرز ساخت وسایل مختلف در خانه فروش خود را افزایش داده است.

قاعده میکروثانیه گوگل در بازاریابی محتوایی، همواره تاکید بر ایجاد محتوایی آموزنده، با ارزش و متناسب با موبایل دارد تا در کوتاه ترین زمان، کاربران به موضوعات مختلفی دسترسی پیدا کنند.



شخصیت سازی از برند تجاری داستان سرایی و ایجاد محتوای اپیزودیک در کنار محتوای خلاق ، قلب بازاریابی محتوایی می باشد ولی در بسیاری از مواقع مشاهده شده است که با وجود ایجاد محتوای خلاقانه، مخاطبان شما علاقه خاصی به مطالب نشان نمی دهند.

شخصیت سازی از برند روش نوینی از بازاریابی محتوایی است به این معنی که ، با ایجاد محتوایی بدون انگیزه های پنهان، مخاطبان بسیاری را جذب می کنید و وفاداری آن ها نسبت به شما افزایش می یابد. چرا که مخاطبان در می یابند که خارج از استراتژی های فروش، شما اطلاعات سودمندی را در اختیار آن ها می گذارید.



نمونه ای از این روش بازاریابی محتوایی شرکت ردبول می باشد که خارج از حرفه تخصصی خود که فروش نوشیدنی های انرژی زا می باشد با ایجاد وب سایتی مقالات مفیدی در مورد مباحثی از جمله ورزش، فیلم، مسافرت و... در اختیار کاربران قرار می دهد و از این طریق حس مثبتی از برند تجاری خود برای کاربران ایجاد می کند.

سعی کنید برای شخصیت سازی از برند خود محتوایی جذاب و گیرا ایجاد کنید و برای ایجاد محتوا فراتر از مباحثی در راستای برند تجاری خود قدم بگذارید. در بازار محتوایی در راستای شخصیت سازی برند می توانید مخاطبان وفاداری کسب کنید و به صورت غیر مستقیم فروش خود را افزایش دهید.

امیدواریم در سال 2016 بتوانید استراتژی های بازاریابی محتوایی خود را به بهترین شکل ممکن گسترش دهید. سعی کنید از تمامی روش ها استفاده کنید تا بتوانید فروش موفق داشته باشید.

# جشنواره وب ایران

Iran Web Festival

هر ساله در نیمه دوم سال فضای وب پارسی حال و هوای متفاوتی داشت ، اما امسال! اینکه چرا جشنواره وب امسال اینقدر طول کشید مشخص نیست ، اما چیزی که واضح است این است که این جشنواره به هر حال برگزار می شود.

دست اندرکاران این جشنواره باید به این نکته توجه کنند که جشنواره وب ایران متعلق به همه فعالان فضای مجازی است و امروز یک سرمایه ملی محسوب می شود.

جالب این بود که هیچ کس در مورد این جشنواره صحبتی نمی کرد، به نظر می رسد ما ایرانیان فراموشکاران خوبی هستیم. آمار جشنواره وب نشان می دهد تا کنون بیش از ۹۰ هزار نفر در این جشنواره شرکت کرده اند، ولی هیچکدام به یاد نمی آوردند که جشنواره وبی هر سال برگزار میشد که امسال برگزار نشده است . یکی از نکات مثبت جشنواره امسال پنل کاربری تمیز و مرتب جشنواره در مقایسه با سالهای گذشته میباشد. ضمناً آدرس وبسایت جشنواره هم تغییر کرده و کوتاه تر شده است. برای شرکت در جشنواره وب و موبایل امسال می توانید به آدرس اینترنتی [iwmf.ir](http://iwmf.ir) مراجعه فرمایید.

در هر حال به برگزار کنندگان خسته نباشید عرض میکنیم و موفقیت روز افزون را برای این دوستان آرزو میکنیم.



اعلام برندگان: ۱۶ بهمن

شروع جشنواره: ۱ آبان ۱۳۹۴



تب تند  
دیجیے تال مارکتے نگ  
DIGITAL MARKETING

دیجیتال مارکتینگ یا بازاریابی الکترونیکی روشی از بازاریابی است که با استفاده از فن آوری های دیجیتال، به استفاده کنندگان دسترسی پیدا کرده و آنان را به مشتری مبدل میسازد.

### انواع دیجیتال مارکتینگ:

فعالیت های دیجیتال مارکتینگ شامل اقدامات زیر است:

◀ بهینه سازی موتور جستجوگر یا همان سئو (SEO)

◀ بازاریابی محتوایی

◀ بازاریابی از طریق تاثیرگذاری

◀ اتوماسیون محتوا

◀ مانورهای بازاریابی (Campaign Marketing)

◀ تجارت الکترونیک (e-commerce)

◀ بازاریابی از طریق شبکه های اجتماعی

◀ تبلیغات نمایشی (بنری و کلیکی)

◀ کتابهای الکترونیکی

◀ دیسکتهای نوری و دیسکت های بازی

◀ سایر فرم های رسانه های دیجیتال

## DIGITAL MARKETING

بعلاوه دیجیتال مارکتینگ را میتوان به سایر کانال های غیر اینترنتی رسانه های دیجیتال مانند تلفن های همراه (SMS، MMS)، خدمات پاسخ دهی تلفنی و یا متن پیام گونه تلفن در حالت انتظار نیز گسترش داد.

### مزایای دیجیتال مارکتینگ؟

در قرن حاضر، بدون شک دیجیتال مارکتینگ، مطمئن ترین روش ارتباط دوطرفه بین تبلیغ کننده و مخاطب است. در این نوع بازاریابی، می توانید پیامها را به گونه ای طراحی کنید تا به طور کامل پاسخگوی نیازها و خواسته های معین مخاطبان باشد.

در تبلیغات دیجیتالی میتوان براحتی و با صرف زمان و هزینه کم پیام بسیار جذابی طراحی کرد که ضمن اطلاع رسانی سریع و دقیق جایگاه خود را در فضای مجازی ارتقا





## سئو (بهینه سازی موتور جستجو)

- ◀ بهینه سازی موتور جستجوگر (سئو، Search Engine Optimization)، فرآیندی را گویند که سبب بیشتر دیده شدن یک وب سایت یا صفحه وب در جریان استفاده مجانی از یک موتور جستجوگر است که معمولاً بدان نتایج طبیعی یا اکتسابی گویند.
- ◀ بطور کلی هر اندازه که در موقع استفاده از موتورهای جستجوگر، صفحه یا سایت مورد جستجو زودتر و یا در رده های بالاتر ظاهر شود، مراجعه کننده بیشتری را بخود جذب خواهد کرد.
- ◀ سئو ممکن است اهداف مختلفی را برای جستجو مورد استفاده قرار دهد مانند جستجوی تصویر، جستجوی مکانی، جستجوی ویدیو یا آکادمیک یا جستجوی اخبار.



## نکات مهم دیجیتال مارکتینگ

1. مهم تر از تعداد ، کیفیت بازدید کنندگان است. یادتان باشد که همه مشتری شما نیستند!
2. در کمپین دیجیتال مارکتینگ، فقط به دنبال اعداد و ارقام نباشید. زیرا دیجیتال مارکتینگ یک هدف نیست! یک وسیله و ابزار کمکی برای رسیدن به هدف است.
3. تعداد تعاملات یعنی تعداد لایک ها، نظر ها، به اشتراک گذاری ها حائز اهمیت است و این موضوع است که نهایتاً به ارتقای برند و فروش بیشتر شما کمک می کند.
4. توجه به این نکته مهم است که هدف دیجیتال مارکتینگ افزایش تعاملات کاربران در وب سایت و شبکه های اجتماعی است. و در نهایت باید منجر به کسب درآمد و بازگشت هزینه های دیجیتال مارکتینگ شود.
5. نکته ی مهم دیگر این است که بهینه سازی فقط برای وب سایت ها نیست بلکه برای تمامی کمپین های دیجیتال مارکتینگ، از جمله شبکه های اجتماعی است.

## الف ت ا ی

راه اندازی یک سایت موفق در کمتر از یک سال

### اینترنت مارکتینگ

یکی از مهمترین ارکان دیجیتال مارکتینگ، اینترنت مارکتینگ است. با بکار گیری اقدامات زیر میتوان یک سایت موفق را کمتر از یک سال ایجاد کرد:

#### الف کار های مقدماتی و آماده سازی متن:

ابتدا مطالب و یادداشتهایی را که برای تهیه یک سایت حداقل بیست صفحه ای لازم است، فراهم آورید.

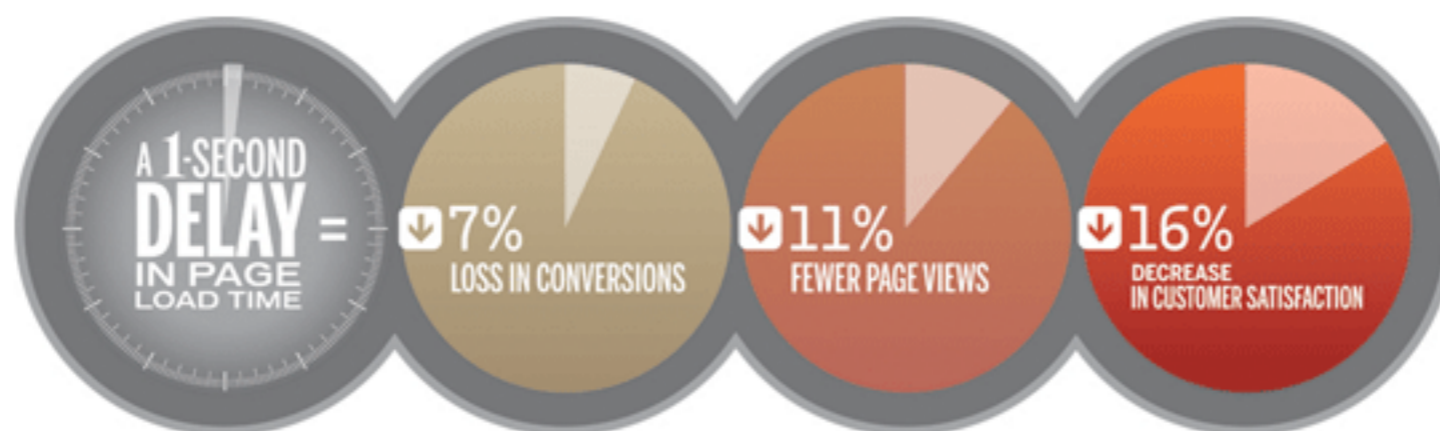
#### ب نام دامنه:

نام دامین باید ساده بوده و قابلیت برند سازی داشته باشد. بهمین دلیل اسامی خاص به اسم های کلی و کلیدی برتری دارد.

#### پ طراحی سایت:

هرچه که ساده تر باشد، بهتر است. در حد امکان از بکار گیری فلش، فایل و نسخه های حجیم اجتناب کنید. درس ویژه ی گوگل را به یاد بسپارید که: "کاربران خواهان سادگی هستند."

سایتتان باید پاسخگو "ریسپانسیو" باشد؛ یعنی طراحی وب سایت به گونه ای باشد که سایت در صفحات و ابزارهای مختلف بر طبق رزولوشن های مختلف تغییر کند تا به درستی نمایش داده شود.



#### ت اندازه ی صفحه وب:

تا میتوانید صفحات وب را کوچکتر انتخاب کنید. اگر چه دشوار است ولی ارزشش را دارد. (سعی کنید هر صفحه بین 200k تا 500k باشد). این موضوع هم برای کاربر مفید است و هم برای موتور جستجوگر.

سرعت تقریباً مهمترین عامل است. اگر صفحات بزرگتر باشد شما 10% از کاربران را از دست خواهید داد که همین 10% تفاوت، میتواند فاصله از شکست یا موفقیت باشد.

## الف ت ای

راه اندازی یک سایت موفق در کمتر از یک سال



زمان بندی تولید محتوا:

روز و زمان بندی انتشار محتوا مهم است.

کانال شبکه های اجتماعی و همچنین خود سایت در روز و ساعات مختلف، ترافیک متفاوت و مختلفی دارد.

به عنوان مثال؛ آمار نشان می دهد که نمودار اشتراک گذاری عکس و فیلم و ساعات و روز های استفاده از شبکه های فیسبوک با اینستاگرام کاملا متفاوت هستند. در نتیجه برای به روزرسانی کانال های مختلف دیجیتال مارکتینگ، باید برنامه ریزی کرد و نقاط اوج ترافیک و اشتراک گذاری ها را پیدا کرد.



مکان یابی و تراکم واژه ها:

از "واژه ی کلیدی" یک بار در قسمت عنوان، یک بار در قسمت توضیح، یک بار در تیترا، یک بار در url، یک بار بصورت پررنگ، یک بار بصورت مورب، و یک بار در بالای صفحه استفاده نمایید. این تراکم باید بین 2% تا 6% باشد.



لینک های ورودی و خروجی:

گوگل ارزش زیادی برای لینک ها قائل است.

◀ لینک های ورودی، لینک های سایت های دیگران به سایت شما است.

◀ لینک های خروجی، لینک های سایت شما به سایت های دیگران است.

گوگل از هر دو مورد در الگوریتم خود استفاده می کند، از دیدگاه گوگل، لینک های ورودی، لینک هایی هستند که دیگر سایت ها طبق آنها می گویند که شما چه کسی هستید، و لینک های خروجی، لینک هایی هستند که طبق آن، شما خود را معرفی می کنید. در نتیجه دقت داشته باشید که در صفحات خود فقط به سایت های معتبر و مربوط لینک دهید.



لینک های بین صفحات سایت:

ساختار لینک دهی به صفحات سایت شما، حائز اهمیت است. باید تمام صفحات سایت با 2 الی 3 کلیک به راحتی قابل دسترس باشند.

## الف ت ا ی

راه اندازی یک سایت موفق در کمتر از یک سال



آنلاین گذاشتن سایت:

◀ قبل از آنکه سایت خود را با آنلاین گذاشتن در دسترس قرار دهید از کیفیت آن مطمئن باشید زیرا گذاشتن یک سایت بهتر از گذاشتن سایت بی ارزش و خالی از محتوا است.  
◀ مطمئن شوید که سایت شما قابلیت بهره برداری توسط اسپایدرها یا (وب کرالرها، روباتها) را دارد.

ارسال سایت به جستجوگرها:

پس از آنکه سایت آماده شد و آن را آنلاین قرار دادید، دامنه اصلی سایت را یک بار به گوگل، یاهو و بینگ ارسال نمایید. مرحله سخت از این نقطه آغاز می شود. یعنی به مدت شش ماه به هیچ جستجوگر و یا دایرکتوری دیگری سایت خود را ارسال و یا معرفی نکنید. بهتر است بر روی محتوای سایت و ایجاد صفحات جدید تمرکز کنید.

ورود به سیستم و رهگیری:

از یک نرم افزار "تجزیه و تحلیل ترافیک" خوب و دقیق استفاده کنید که بر مبنای گزارش های این نرم افزار، کاربری سایتتان را تجزیه و تحلیل کنید و در صورت لزوم سایت را تغییر داده و اصلاح کنید.

ربات های موتورهای جستجوگر (اسپایدرها):

اطمینان کسب کنید که رباتها و اسپایدرهای موتورهای جستجوگر که وارد کل سایت می شوند می توانند سایتتان را به آسانی جستجو کنند. اگر اینگونه نباشد، مجدداً سیستم لینک گذاری خود را بررسی نمایید تا اطمینان کسب کنید که اسپایدرها مسیر خود را پیدا کرده اند. در غیر اینصورت صفحات سایت شما ممکن است در نتایج جستجو سایت هایی مانند گوگل نمایش داده نشوند.

فهرست دایرکتوریها:

پس از آن که 6 ماه از راه اندازی سایت پر محتوا و جذاب شما گذشت، حال می توانید سایت خود را در جایگاه و فهرست مناسب برای دایرکتوریها ارسال نمایید.

## الف ت ای

راه اندازی یک سایت موفق در کمتر از یک سال

لینک ها:

به دنبال وب سایت های مرتبط و با کیفیت بالا بوده و درخواست لینک نمایید. اگر این کار عملی نبود، یک اینفو گرافیک خوب را ایجاد نموده و سپس در خواست لینک نمایید. و یا یک ویدیوی خوب ایجاد نموده و مجددا درخواست لینک نمایید. اگر این مورد نیز امکان پذیر نبود، درخواست لینک را موقتا فراموش کنید و بر روند بهبود سایتتان تمرکز کرده و گسترش آن را ادامه دهید.

نگران نباشید! لینک ها خود به خود به سراغتان می آیند.

محتوا:

ما معتقدیم؛ غذای اصلی دیجیتال مارکتینگ "خوراک محتوایی" است. و مابقی تکنیک ها، همانند ادویه هاست که باعث بهبود کیفیت میشود.

یادتان باشد؛

- ◀ محتوا و متن باید خوانا، ساده و سریع و به راحتی قابل دسترس باشند.
- ◀ محتوا جذاب، خنده دار، جالب، علمی و بحث برانگیز بوده و یا حالت اطلاع رسانی داشته باشد.
- ◀ محتوای متنی شما باید حداقل 250 تا 500 لغت باشد.
- این موارد را نیز در نوشتن متن لحاظ کنید:
  - 1 فاصله ها را در جملات و پاراگراف ها رعایت نمایید.
  - 2 از جملات کوتاه استفاده کنید.
  - 3 از خط فاصله و سایر موارد مشابهی که موجب سرعت و سهولت در خواندن می شوند، استفاده کنید.
  - 4 در داخل متن، عنوان اصلی و عناوین فرعی باید در نظر گرفته شوند.
  - 5 سایت خود را به عنوان های فرعی طبقه بندی کنید.
- ✳ همیشه به یاد داشته باشید که بیشتر کاربران وب، کل مقاله و محتوا را نمی خوانند، بلکه آنها را بطور سطحی و سریع مرور می کنند. در نتیجه باید کار آنها را ساده کنید.
- در صفحات خود از تیترو حروف پررنگ استفاده کنید، این موارد به عنوان تفکیک کننده استفاده می شوند. به این صورت، چشم به طور خودکار به سمت موضوعات و عناوین و عبارات پررنگ رفته و جذب آنها می شود.
- این جمله طلایی را همیشه در ذهنتان مرور کنید:

👉 بدون تولید محتوای خوب، موفقیت بلند مدت با هیچ روشی امکان پذیر نیست! 🗨

## الف ت ا ی

### راه اندازی یک سایت موفق در کمتر از یک سال



**ش** حيله:

از هرچیزی که به صورت حيله و فريب و يا موضوع غير اخلاقی برای موتور های جستجو گر تعريف می شود، اجتناب کنید.

**س** لينک دادن:

هنگامی که از شما درخواست لينک شد، قبل از ارائه ی لينک، سایت مورد نظر را کاملا بررسی کنید.

**ف** گزینه های به اشتراك گذاری:

از گزینه هایی مانند ايمیل به دوستان، به اشتراك گذاری و آيکن های شبکه ی اجتماعی استفاده نماييد.

**ط** سندرم آگهی و بروشور:

مراقب باشيد که سایت شما به يك بروشور تبليغاتی تبديل نشود. به اين موضوع بينديشيد که مردم چه می خواهند؟! تا حد امکان در مقالات، صحبت زيادی درباره شما و محصولاتتان نباشد.

خوب است بدانيد، کاربران سایت، وارد سایت شما نمی شوند که محتوای مورد نظر شما را ببينند! آنها وارد سایت شما می شوند که محتوای مورد نظر خودشان را ببينند! سعی کنید تبليغات سایتتان محدود، جذاب، بامعنا و مرتبط باشد. دقت کنید تا وقت ارزشمند کاربران را با تبليغات زياد و غير حرفه ای مانند پاپ آپ تلف نکنيد.

**ظ** هر روز يك صفحه بسازيد:

سازگاری و هماهنگی محتوا، مهم است. تداوم و پايداری نیز يك مورد کلیدی برای دستیابی به موفقیت است. هرگز اين دو مورد را فراموش نکنيد.

**ع** گزارش های سایت:

گزارش های سایت خودتان و سایت رقبا (چه بسا محدود) را نیز مطالعه کنید. در اين گزارش ها نکات کلیدی و طلایی نهفته است.

## الف ت ای

راه اندازی یک سایت موفق در کمتر از یک سال

م

موضوعات بجا و به موقع:

موضوعات جدید از رقابت کمتری در فضای مجازی برخوردارند. فراموش نکنید که، زمان بندی درست یکی از مهم ترین فاکتورهای موجود برای موفقیت شرکت هاست. حتی بهترین نظریات و ایده ها نیز وابسته به زمان هستند، به این معنا که یک ایده خوب نمی تواند در زمان غلط، خوب باشد.

ف

خانواده و دوستان:

ایجاد شبکه ارتباطی، موضوعی کلیدی در موفقیت یک سایت است.

ق

نکات و یادداشت ها:

اگر نکات و موارد جدید را در جایی یادداشت نکنید، حتی بهترین نظرات را فراموش خواهید کرد. اگر تصمیم دارید که در سایتتان تغییری ایجاد کنید، آن را در جایی یادداشت نمایید. بدانید که "کم رنگ ترین مداد ها از قوی ترین حافظه ها ماندگار تر است."

ک

بررسی موارد ارائه شده در شش ماه:

به موارد قبلی خود باز گردید و ببینید که آیا پس از شش ماه در لیست موتورهای جستجوی مورد نظر، قرار گرفته اید یا خیر؟ اگر لازم است، مجددا پست مورد نظر را ارائه نموده و راهنمایی ها را مجددا مرور کنید.

گ

محتوای با کیفیت بسازید:

به دلیل اهمیت مضمون و محتوا، گوگل خواهان مضامین و محتوای با کیفیت است. بدون مفهوم و محتوای با کیفیت، هیچ یک از پیشنهادات بالا تاثیرگذار نخواهد بود.

ل

کانال های مختلف:

رنگ، طرح، فونت، پس زمینه تمامی کانال های دیجیتال مارکتینگ باید شبیه هم باشند و یا حداقل مرتبط به هم به نظر بیایند. مانند؛ صفحات اینستاگرام، فیسبوک، توییتر و لینکدین.

و

خودتان جای دیگران:

خودتان را در جای دیگران بگذارید. آیا محتوا و یا سایت را به اشتراک می گذارید؟ دلیل را از خودتان بپرسید و حتما صادقانه پاسخ دهید!

## الف ت ای

راه اندازی یک سایت موفق در کمتر از یک سال

در نگاه اول:

نام سایت، رنگ، طرح، تبلیغات و دیگر جذابیت ها، اولین بار باعث ورود کاربران به سایت شما می شود. اما این محتوا است که تعیین می کند کاربران در سایت شما بمانند و یا مجدداً بازگردند. لذا؛ به هزینه های مالی و زمانی که صرف دعوت به سایت کرده اید، دقت کنید تا به آسانی تلف نشود.

برای ترغیب مشتریان و کاربرانی که از دست داده اید، هزینه و وقت بیشتری صرف کنید و هرگز دلسرد نشوید!

شرکت های مختلف:

هیچ کس و هیچ شرکتی نمی تواند جایگاه سایت شما را در موتور های جستجوگر (مانند گوگل) برای کلید واژه هایی قطعی تضمین کند، چون:

- ◀ گوگل بیش از 200 فاکتور برای سئو لحاظ می کند که هیچ کس همه آنها را نمی داند.
- ◀ گوگل هر از چند گاهی، الگوریتم خود را به روز رسانی کرده و تغییر می دهد.
- ◀ هیچ کس رقیب های جدید و سایت های آینده را نمی تواند پیش بینی کند.

وبلاگ:

برای سایت خود وبلاگ و یا قسمت "آخرین خبر ها" بسازید تا راحت تر بتوانید سایت را بروز کنید و محتوای جدید ارسال کنید.

برند :

"برند شما دارایی شماست." ، همان تعهد قیمت، کیفیت وعده داده شده محصول و خدمات شماست. در حفظ آن کوشا باشید!

موفق باشید:

از آنجایی که روزانه بیش از ۴۰۰ هزار وب سایت جدید در سراسر جهان تشکیل می شوند، بنابراین، هر چه زودتر شروع کنید با رقابت کمتری مواجه خواهید شد!







# توافق هسته ای ایران جزء پر جستجو ترین نتایج گوگل

موتور جستجوی گوگل یکی از پر کاربرد ترین ابزارهای کاربران اینترنتی در جهان به شمار می رود ، وب سایت گوگل هر ساله در پرجستجو ترین کلمات دنیای اینترنت را در انتهای هر سال اعلام می نماید ، این عامل در حقیقت تفکر جمعی دنیا در مورد مسائل پر جستجو را در اختیار صاحب نظران و منتقدان قرار می دهد.

در گزارشی که در وب سایت گوگل از پر جستجو ترین کلمات در موتور جستجوی گوگل در سال 2015 ارائه شده است ، موضوع توافق هسته ای ایران یکی از پرجستجو ترین کلمات بکار رفته در موتور جستجوی گوگل است که توسط کاربران گوگل در سراسر جهان اتفاق افتاده است ، این موضوع بیشتر با جمله **Iran Nuclear Deal An agreement reached** انجام گرفته است . به گزارش **زوم تک** به نقل از موتور جستجوی گوگل کلمات کلیدی زیر در موضوع توافق هسته ای ایران بیشتر در سطح دنیا مورد جستجو قرار گرفته است :

- What happened to the Iran Deal
- Which Senate Democrats voted for the Iran Nuclear Deal
- What was the name of the joint resolution on Obama's Iran Nuclear Deal
- What was the Iran Deal called in the Senate
- Why didn't the Senate have to ratify the Iran Nuclear Deal

از دیگر جملاتی که کاربران گوگل در مورد مساله هسته ای ایران جستجو کرده اند بصورت زیر بوده است :

- What is the Iran Nuclear Deal
- When was the Iran Nuclear Deal signed
- Why is the Iran Nuclear Deal bad
- What is Bernie Sanders' stance on the Iran Nuclear Deal
- Why is the Iran Nuclear Deal good

و اما کدام شهر های جهان بیشتر از سایر شهر ها این جملات و کلمات را مورد جستجو قرار داده اند ؟

Washington, D.C., USA , Tehran, Iran , Islamabad, Pakistan , Atlanta, USA , Dallas, USA



**WEBSIMA.**  
**CREATIVE AGENCY**  
 آژانس خلاقیت وب سیما

## تولد ۳ سالگی وبسیما مبارک!

سال ۲۰۱۵ برای ما یک سال استثنایی بود. مانند هر سال سعی کردیم بیشتر و بهتر از سال گذشته کار کنیم. تلاش کردیم بهترین خدمات را ارائه کنیم و کارهای جدید و خلاقانه انجام دهیم. می توانیم به جرات عنوان کنیم که سال ۲۰۱۵ برای وبسیما بهترین سال فعالیتش بوده است. در ادامه به مهمترین کارهای سال گذشته می پردازیم. باشد که مورد توجه شما عزیزان قرار گیرد.

## مجله رایگان خلاقیت تجاری و بازاریابی آنلاین زرافه

تصمیم گرفتیم با توجه به فضای وب ایران که بسیار جوان و کم تجربه است ، مجله ای را تولید کنیم که بتواند نیاز های روز کشور را در زمینه بازاریابی آنلاین و خلاقیت تجاری پوشش دهد. مجله زرافه حاصل این تصمیم بوده است. به لطف خداوند این هفتمین شماره از این مجله می باشد. لازم به ذکر است مجله زرافه در میان علاقمندان وب بسیار محبوب بوده و توانسته مرز ۲۰۰ هزار دانلود را پشت سر بگذارد. این مجله هر ماه توسط معتبرترین وبسایت های انتشار دهنده مجلات و کتاب ها مانند کتاب سبز و چار ارائه میگردد.



## کتاب های رایگان وبسیما

در سال گذشته ۳ کتاب منتشر کردیم، سه کتاب ارزشمند از بهترین منابع و تجارب وبسیما در زمینه سئو و مدیریت وبسایت. کتاب آموزش کنسول جستجوی گوگل، کتاب لینک سازی با تکنیک های کلاه سفید و کتاب بازاریابی محتوا محور. این سه کتاب مجموعاً بیش از ۱۳۰ هزار بار دانلود شده اند و بسیار مورد توجه علاقمندان قرار گرفتند. امیدواریم در سال آینده بتوانیم به این روند ادامه دهیم و کتاب های مفید بیشتری برای شما عزیزان تهیه و منتشر کنیم.



CONTENT IS THE KING

K نتایج که

دارند کارایی

مختص و هدف

فشرده دکمه

Keyword Planner

Add ideas for your plan

Targeting

All locations

All languages

Google

Negative keywords

Customize your search

Keyword filters

Avg. monthly searches &gt; 0

Avg. CPC &lt; \$0.00

Ad imp. share &gt; 0%

Keyword options

Hide keywords in my plan

Hide keywords in my plan

Include/Exclude

بالای صفحه

تغییر دهید

چپ امکان

CONTENT IS THE KING

۲. مربوط به انتخاب زمینه کاری و بهبود پیشنهادات ارائه شده می باشد و در واقع نوعی فیلترینگ برای نتایج است.

• Search for keyword and ad group ideas

Enter one or more of the following

Your product or service  
For example, shoes or used cars

Your landing page  
www.example.com/campaign

Your product category  
Enter or select a product category

Targeting

All locations

All languages

Google

Negative keywords

Customize your search

Keyword filters

Avg. monthly searches > 0

Avg. CPC < \$0.00

Ad imp. share > 0%

Keyword options

Hide keywords in my plan

Hide keywords in my plan

Include/Exclude

Get ideas

۳. شما با سه انتخاب برای تعیین کشور افرادی که جستجو میکنند، زبان آنها و نوع موتور جستجو دارید که موجب بهبود پیشنهادات این ابزار در مورد کلمه مورد نظر شما و نمایش تعداد واقعی جستجوی کلمه با این شرایط خواهد شد. بخش دیگری به نام Negative Keywords معرفی شده که کلماتی را از پیشنهادات احتمالی حذف خواهد کرد. بعنوان مثال اگر شما عبارت "کلمه کلیدی" را مورد بررسی قرار دهید، عبارت "آموزش لغات انگلیسی" نیز به شما پیشنهاد میشود و با قرار دادن کلمه "انگلیسی"

CONTENT IS THE KING

سئو محتوا | بازاریابی محتوا محور

Google AdWords

Home Campaigns Opportunities Tools and Analysis Billing

Keyword Planner

Plan your next search campaign

What would you like to do?

Search for keyword and ad group ideas

Enter or upload keywords to see how they perform

Multiply keyword lists

در این بخش شما با چند فیلد برای سفارشی کردن جستجوی خود مواجه خواهید شد.

۱. شما کلمه یا عبارت مورد نظر خود را وارد میکنید، همچنین میتوانید گروهی از کلمات را برای بررسی معرفی نمایید که باید با کلمات از یکدیگر جدا شوند و یا هر کدام را در خطی جداگانه وارد کنید.

۲. برای معرفی صفحه ای از سایت هدف و یا کل سایت مورد نظر است. وارد کردن آدرس یک سایت نه تنها انتخاب شما را محدود نمی کند بلکه به Keyword Planner کمک میکند تا ایده های دیگری نیز متناسب با محتوای سایت مورد نظر به شما معرفی کند.

## مقالات رایگان وبسایم (بلاگسایم)

در سال گذشته همچون سالهای پیش مقالات ارزشمندی را در زمینه سئو و طراحی سایت منتشر کردیم و همواره پاسخگوی سوالات شما عزیزان بودیم. تمام این خدمات به صورت رایگان در اختیار عموم قرار گرفته و همواره به همین صورت ادامه پیدا خواهد کرد. ما در سال گذشته به بیش از ۷۰۰۰ سوال تخصصی پاسخ دادیم!

The image shows a screenshot of the Websima Creative Agency blog homepage. The page features a grid of article cards with titles and brief descriptions. A laptop in the foreground displays a Google Search Console report for the domain 'www.websima.com', showing a significant increase in traffic from 352 to 7,024 views.

**وبلاگ - صفحه ۴**

**۲۰ نکته طلایی در سئوی داخلی**  
سئوی داخلی سایت بخش دوم مطالعه دقیق و امراض صحیح این بیست نکته میتواند راهنمای مناسبی در جهت سئوی داخلی سایت شما باشد.

**۲۰ نکته طلایی در سئوی داخلی**  
سئوی داخلی سایت بخش دوم این مقاله شامل اطلاعاتی از نقشه سایت، فایل robots.txt، سرعت بارگذاری صفحه و لینک سازی داخلی می باشد.

**Google Search Console**  
نویز نام گوگل وبمستر تولز ابزار Search Console نسخه کامل تری از وبمستر گوگل است با امکاناتی جدید و کاربردی مانند...

**Google Webmaster آموزش کامل وبمستر گوگل**  
گوگل وبمستر از سیر تا پیاز آموزش کامل ابزار وبمستر گوگل با شبیه سازی محیط کاربری و امکانات موجود در آن جهت یادگیری سریع و آسان.

**طراحی سایت با دیکمه های نامرئی**  
تکنیک دکمه نامرئی در طراحی سایت از آغاز سال ۲۰۱۴ تا به امروز طراحی سایت

**۲۰ نکته طلایی**

**Negative SEO**  
سئوی منفی چیست؟ تلاش برای کاهش جایگاه شما در نتایج جستجوی گوگل و کاهش بازدید سایت شما از طرف رقبا را سئوی منفی می نامیم.

**JUST DO IT.**  
اگر نام تجاری بودی چه می گفتی؟ نام های تجاری موفق، نقاط قوت خود را کشف کرده و در طول سالها با تاکید روی این نقاط، تبلیغات خود را به انجام رسانده اند.

**دیدهگاهها**  
همه (7,024) | در انتظار | تاییدشده (7,024) | 24  
جستجوی دیدهگاهها  
مورد 7,026 | 1 از 352  
در پاسخ به  
آموزش ساخت ربات نگارم نمایش نوشته 219  
میشه لطفاً به کمتی کنید به توضیح مختصر در مورد با این کار باید من متوجه میشم ممنون ممنون ممنون

**افزونه کانال نگارم Channeler** نمایش نوشته 218  
سلام . نظر دادم و پنج ستاره . واقعا پنج ستاره کمه باید ده ستاره می بود . الان چک کردم نظر ها به 21 رسیده شما 20 ستاره بنده افزونه جدید میدید . ممنون میشم کمک کنید . خیلی لازمه .  
دو تا مورد اضافه بنده خوبه :  
1- ویدئو سایت ارسال بنده  
2- بنده مثل عکس مشخص کرد ویدئو سایت باشه یا لینک ویدئو از جایی دیگه بنده بهم .  
واقعا ممنون .

## افزونه های رایگان وبسایما

سه افزونه ارزشمند وبسایما در مخزن رسمی وردپرس مجموعاً توسط بیش از ۱۰۰۰ وبسایت استفاده میشوند. افزونه teletter که در زمینه مدیریت خبرنامه از طریق اپلیکیشن تلگرام می باشد. افزونه channer که به مدیریت کانال تلگرام و انتشار محتوا در این کانالها می پردازد و همچنین افزونه Telegram Inliner که از طریق مدیریت بوت ها یک بوت تلگرام را به موتور جستجوی وبسایت شما تبدیل می کند.

The screenshot shows the Teletter website with a blue header and navigation links for 'Create Webhook', 'Login', and 'Sign Up'. The main content area is titled 'Telegram Webhook Solution' with the tagline 'Make robots work faster'. Below this, there's a section 'WordPress Plugins for Telegram' featuring four plugin cards:

- teletter** (WordPress Telegram Newsletter Bot): Includes a 'Read More' button.
- Inline Search Site**: Describes how bots became an integral part of Telegram and offers a quicker way to contact bots. Includes a 'Read More' button.
- Channeller** (Telegram Channel Administrator): Includes a 'Read More' button.
- Telegram Channel Administrator**: Describes sending text, links, and photos from WordPress to Telegram channels. Includes a 'Read More' button.
- Telegram Newsletter Plugin**: Describes sending newsletters from Telegram bots to WordPress subscribers. Includes a 'Read More' button.

At the bottom left, there is a copyright notice: 'All Rights Reserved'.



The screenshot shows a WordPress.org profile page for 'Websima'. The profile includes:

- Member Since:** September 15th, 2014
- Location:** Iran, Tehran
- Website:** websima.com
- Role:** Web Developer and Creative Agency at Websima Creative Agency
- Plugins:**
  - Channeller - Telegram Channel Administrator:** 5 stars, Active Installs: 600+
  - Telegram Inliner:** 5 stars, Active Installs: Less than 10
  - Teletter Telegram Newsletter:** 5 stars, Active Installs: 600+

The footer contains navigation links for 'About', 'Blog', 'Hosting', 'Jobs', 'Support', 'Developers', 'Get Involved', 'Learn', 'Showcase', 'Plugins', 'Themes', 'Ideas', 'WordCamp', 'WordPress.TV', 'BuddyPress', 'bbPress', 'WordPress.com', 'Matt', 'Privacy', 'License / GPLv2', and a 'G+' icon with '116k'.

At the bottom center, it says 'CODE IS POETRY'.

## آکادمی وبسیما

در سال ۲۰۱۵ آکادمی وبسیما را در جهت آموزش علمی مباحث مختلف بازاریابی آنلاین تاسیس کردیم. آکادمی وبسیما دوره های بسیار مفیدی را برگزار نموده و هم اکنون به یکی از معتبرترین کارگاه های آموزشی در زمینه بازاریابی آنلاین تبدیل شده است.



# ACADEMY

WEBSIMA CREATIVE AGENCY

پس از مدت ها انتظار **ACADEMY** وبسیما تقدیم می کند!

کارگاه آموزش سنو ۲۰۱۶ با امین اسماعیلی  
Amin Esmaeili

# SEO 2016

WEBSIMA CREATIVE AGENCY | **ACADEMY** | Google | yoast | WordPress

کارگاه آموزشی بازاریابی محتوا محور با امیرحسین اسماعیلی

# CONTENT MARKETING 6

دوره ششم  
Amir Hossein Esmaeili

WEBSIMA CREATIVE AGENCY | **ACADEMY** | Google Partner | woorank EXPERT



نظرات شرکت کنندگان در دوره های پیشین

کیفیت مطالب ارائه شده در کارگاه را چگونه ارزیابی می نمایید؟

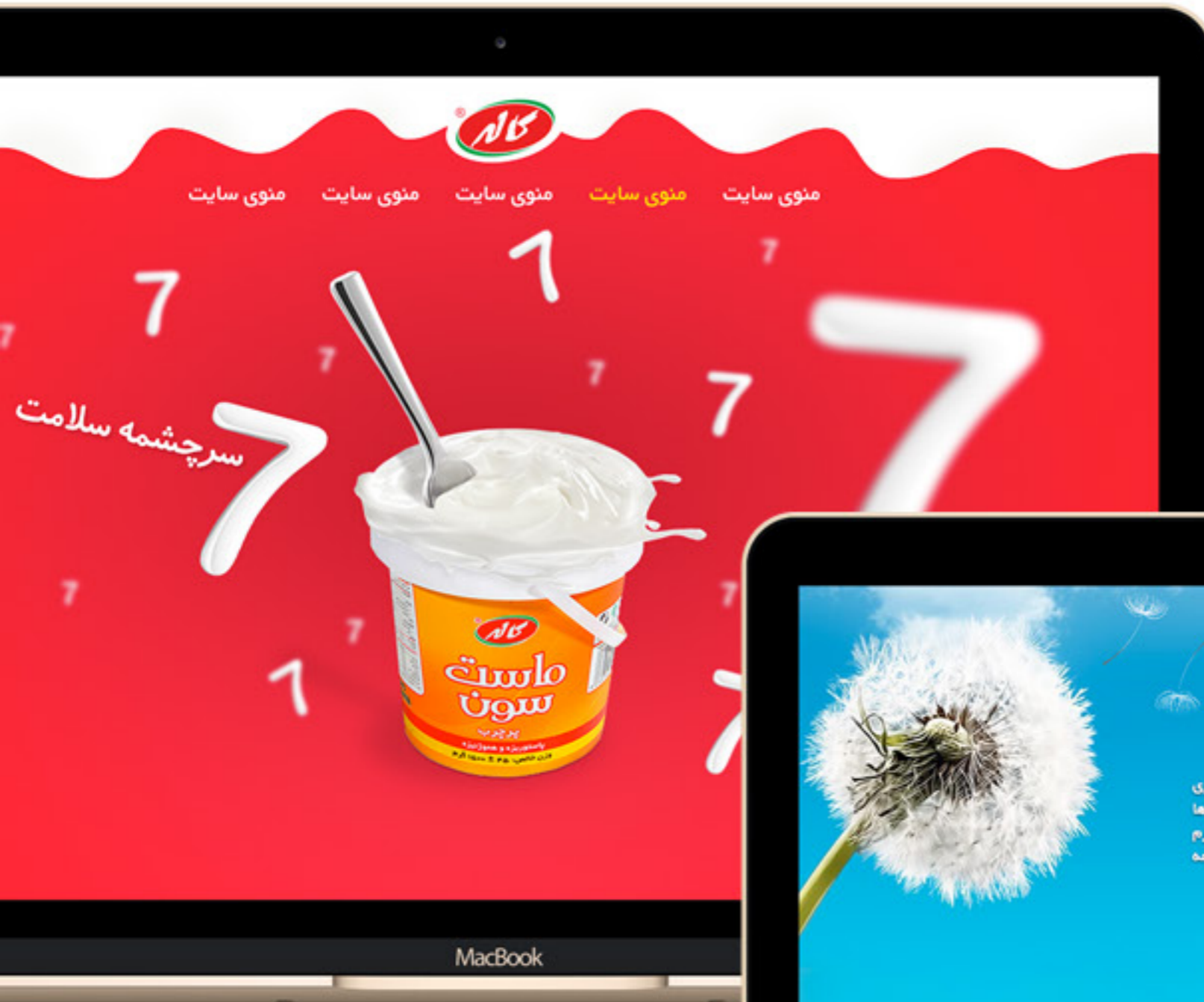
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
ضعیف	متوسط	خوب	عالی

**۱۷۴**

## سایت های که طراحی کردیم

در سالی که گذشت سایت های بسیار زیبا و استثنایی طراحی کردیم، لطفا کارهای ما را ببینید و نظرات خود را برای ما ارسال کنید.

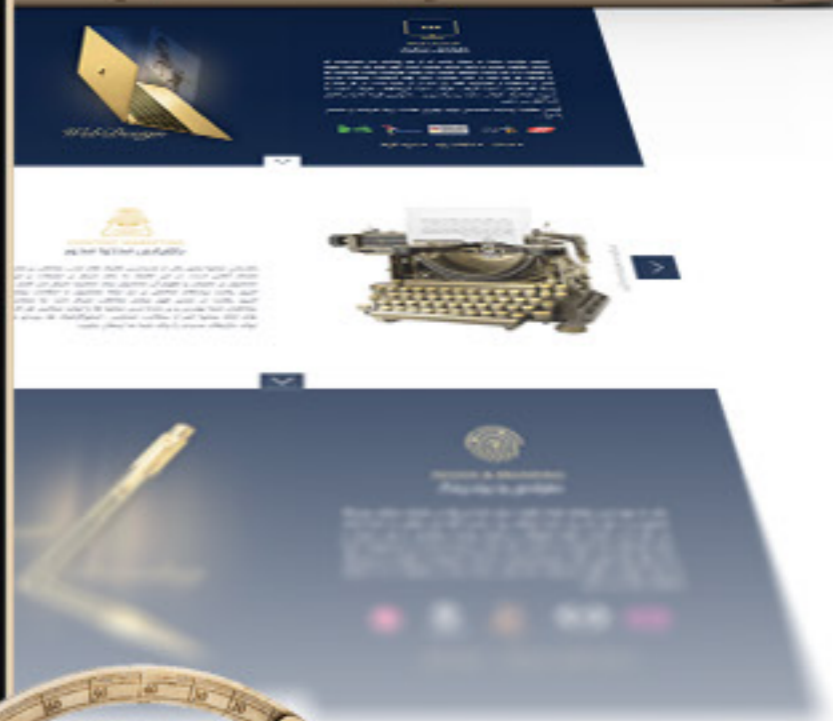
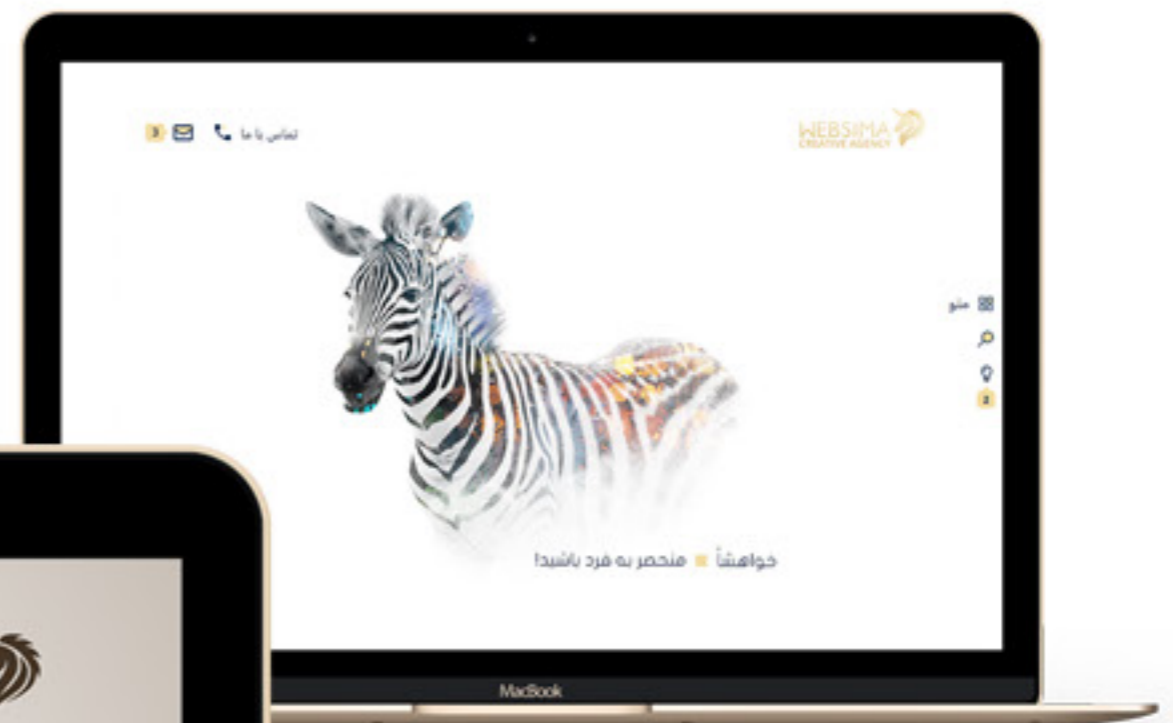
بیش از ۴۰ وبسایت استثنایی و زیبا طراحی کردیم، شاید به جرات بتوان گفت که بهترین پروژه های طراحی وبسایت امسال توسط تیم قدرتمند وبسیما انجام شده است. باعث افتخار است.



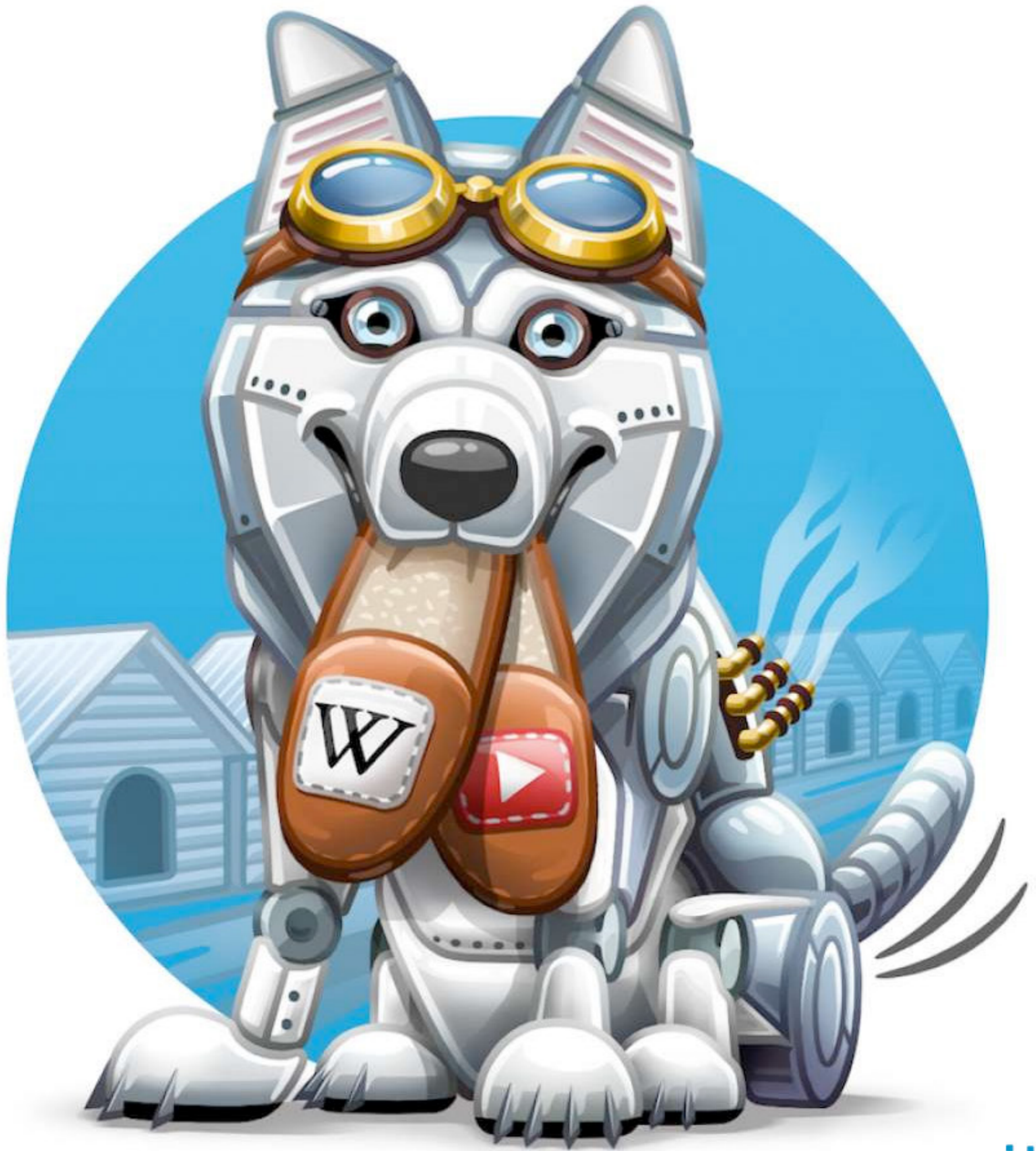


## سایت آرژانس خلاقیت وبسیما

سالی که گذشت یک وبسایت بسیار جذاب و استثنایی برای خودمون طراحی کردیم. وبسایتی با قابلیت های جذاب و منحصر به فرد. تکنولوژی های استفاده شده در وبسایت وبسیما بسیار جدید و در برخی موارد فضای جهانی وب بی نظیر بودند. همین قابلیت ها و گرافیک خلاقانه و خاص [websima.com](http://websima.com) به نظر اکثر بازدیدکنندگان این وبسایت، آن را به یکی از بی نظیرترین و زیباترین وبسایت های ایران و جهان تبدیل کرده است. اما بزرگترین رقیب مان، خودمان هستیم. در سال آینده در نظر داریم وبسایتی بسیار زیبا تر و مدرنتر طراحی کنیم و مانند همیشه یک نمونه ممتاز از ذوق و هنر ایرانی باشیم.



سایت جدید وبسیما (رونمایی همزمان با تحویل سال ۱۳۹۵)



# افزونه *Telegram Inliner*

ربات تلگرامی جستجوی هوشمند در سایت

افزونه جدید وبسایما

## Telegram Inliner

### افزونه Inliner تلگرام، ربات جستجوی هوشمند در سایت

افزونه Inliner تلگرام، ربات جستجوی هوشمند در سایت ربات های تلگرام درجه ای جدید برای ارتباط هدفمند و از پیش برنامه ریزی شده میان کاربران و مدیران سایت ها باز کرده اند. امکاناتی از قبیل ارسال پیام به کاربر، دریافت پیام، دریافت عکس پروفایل و ... موجب شده تا ابزار لازم برای روشن شدن موتور خلاقیت کدنویسان محیا گردد.

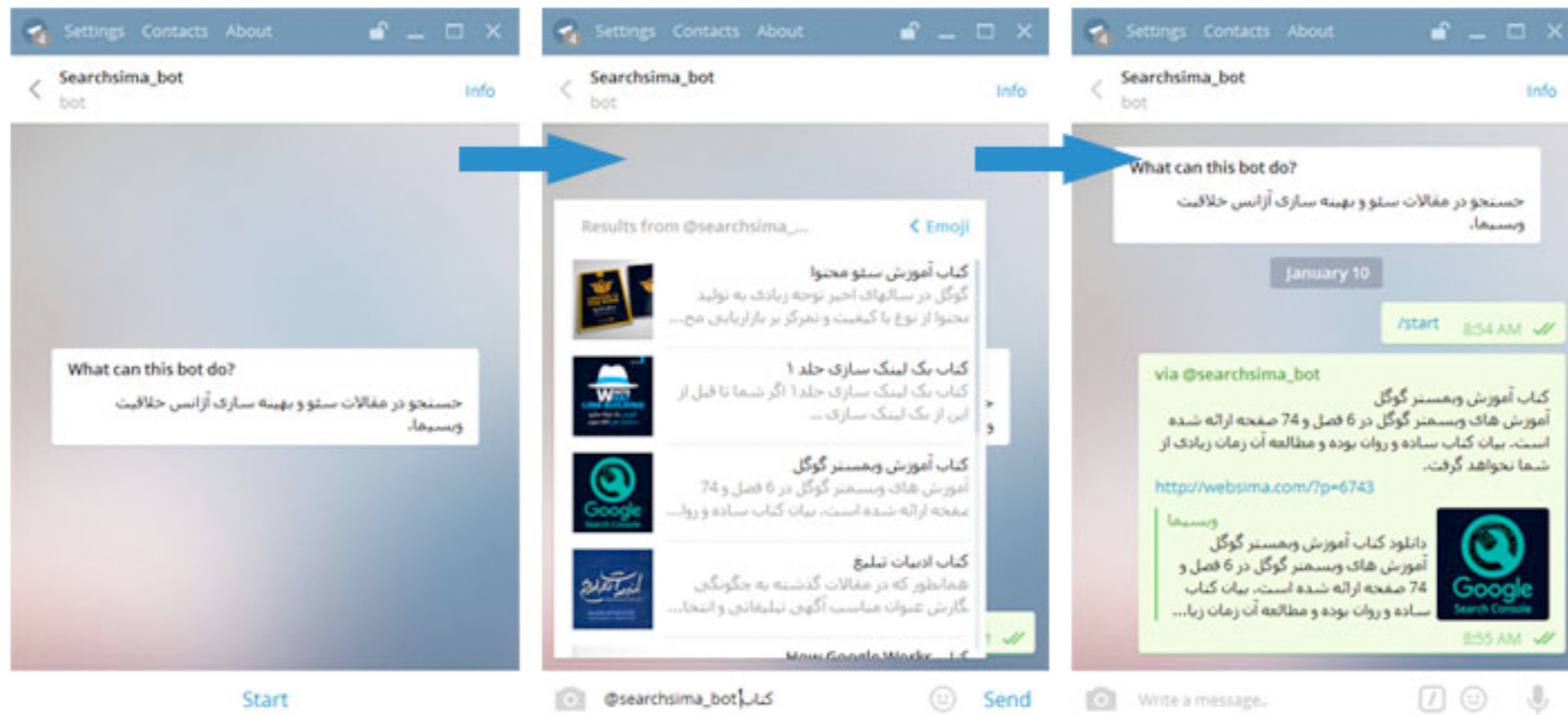
هر روز امکاناتی جدید به این سیستم قدرتمند اضافه میگردد که آخرین و مهم ترین آنها را میتوان Inline Bots دانست. ربات های اینلاین یا برخط ربات هایی هستند که پاسخ کاربر را در لحظه و براساس عبارت وارد شده نمایش میدهند. برتری این ربات ها به ربات های عادی به شرح زیر است:

- ◀ پاسخ گویی سریع و لحظه ای به عبارت وارد شده توسط کاربر
- ◀ ارائه لیستی از نتایج که به کاربر اجازه انتخاب میدهد
- ◀ امکان فراخوانی ربات در هر صفحه گفتگو و بدون نیاز به ارتباط مستقیم با آن
- ◀ بازگشت موارد انتخاب شده توسط کاربر به ربات
- ◀ نمایش منحصربفرد نتایج در تلگرام
- ◀ امکان ارسال متن، تصویر، ویدئو یا استیکر

با این وجود استفاده از inline bot مشکلاتی را هم برای شما فراهم میکند. بعنوان مثال برای استفاده از آنها شما باید گواهی SSL داشته باشید و تنها از طریق متد webhook قادر خواهید بود با ربات خود در ارتباط باشید. همین ایراد کوچک موجب میشود که بسیاری از سایت های ایرانی نتوانند از امکانات آن بهره مند شوند. البته نگران نباشید راه حل های زیادی برای این مشکل وجود دارد.

### روش کار inline bot در تلگرام چیست؟

ربات های تلگرام در حالت عادی با دریافت پیام از طرف کاربر، آن را به سرور تلگرام ارسال میکنند. صاحب ربات میتواند با استفاده از متدهای getUpdates یا Webhook به این پیام های ارسالی دسترسی داشته و با تحلیل آنها پاسخ مناسب را به کاربر ارسال نماید. ولی ربات های inline با دریافت پیام از کاربر نتیجه را به webhook تعیین شده ارسال کرده و براساس کدنویسی انجام شده بر روی سرور، لیستی از نتایج را دریافت میکنند. این لیست در خود تلگرام به کاربر نمایش داده شده و قادر خواهد بود از میان آنها یکی را انتخاب کند، با انتخاب گزینه مورد نظر پیام دیگری به سرور شما ارسال میشود که نشان دهنده گزینه انتخاب شده بوده و در نتیجه پاسخ متناسب با آن گزینه برای کاربر ارسال میگردد.



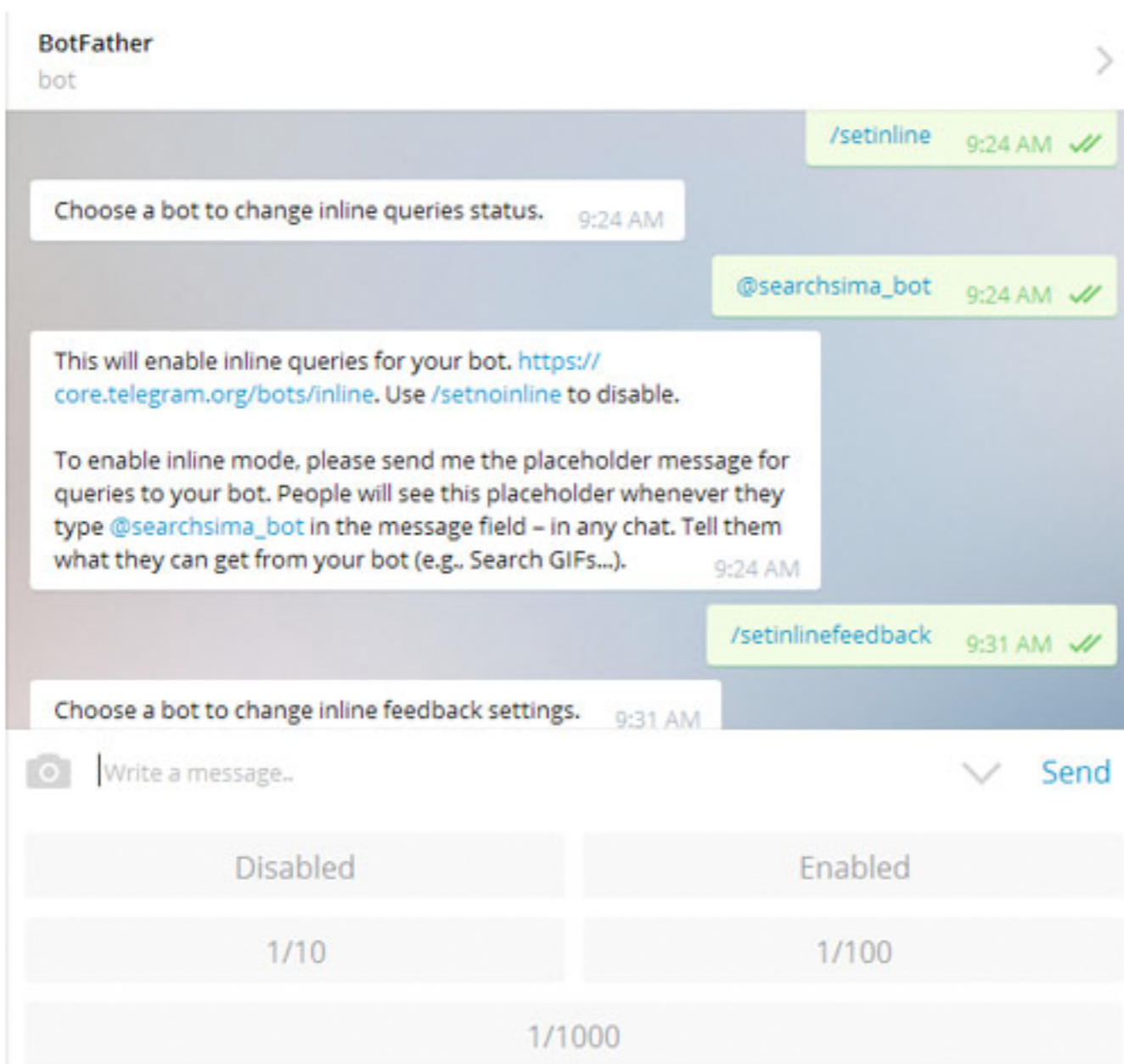
## چگونه قابلیت inline را به ربات خود اضافه کنیم؟

دقت کنید که این قابلیت برای ربات هایی کاربرد دارد که از متد `webhook` استفاده میکنند پس از قبل از هرچیز شما باید آدرس `webhook` را برای ربات خود تعیین کنید.

برای تبدیل ربات به `inline bot` به ربات `botfather` یک پیام ارسال کنید. این پیام باید حاوی دستور `/setinline` باشد. بعد از ارسال این پیام پاسخی جدیدی برای شما ارسال میگردد که از شما درخواست میکند عبارت مورد نظر خود برای متن جستجو را وارد نمایید. هر زمان که کاربر ربات شما را به درستی فراخوان کند این عبارت در مقابل نام آن نمایش داده میشود مانند (`search on site`) که در واقع کاربر را راهنمایی میکند که چه نوع عباراتی را باید وارد کند. با ارسال این متن قابلیت `inline` برای ربات شما فعال شده است.

شما هر زمان که خواستید میتوانید با ارسال دستور `/setnoinline` این قابلیت را برای ربات خود غیرفعال کنید.

در ادامه برای آنکه به درستی بدانید گزینه انتخابی توسط کاربر در لیست نتایج چه بوده است باید دستور `/setinlinefeedback` را نیز به `Botfather` ارسال کرده و گزینه `enabled` را انتخاب کنید. با این کار هر بار که کاربر گزینه ای را انتخاب کند به سرور شما یک پیام ارسال میگردد که قادر خواهید بود از این اطلاعات برای تحلیل رفتار کاربران بهره بگیرید.



## یک نمونه از Inline bots و کاربرد آن

چند روز بعد از معرفی این قابلیت جدید برای تلگرام تیم فنی وبسیما ربات جدیدی به نام searchsima\_bot ایجاد کرد تا تمامی قابلیت های inline bots را به کار گرفته و یک سیستم جستجو برای سایت وبسیما بسازد. شما میتوانید با تایپ کردن عبارت @search-sima\_bot در متن پیام خود در تلگرام بصورت مستقیم در مقالات وبسیما جستجو کرده و با عملکرد این نوع ربات ها بهتر آشنا شوید.

نکته جالب آن است که مهم نیست شما حتما در چت اختصاصی خود با ربات از این دستور استفاده کنید. شما میتوانید به راحتی در هر چت، گروه و یا کانالی که هستید این ربات را فراخوان کرده و پاسخ مورد نظر خود را دریافت کنید.

در مقاله قبلی به همراهان وبسیما وعده دادیم که ربات سئو تلگرام را بصورت یک افزونه منتشر خواهیم کرد تا سایرین نیز بتوانند به راحتی از آن استفاده کنند. ولی برای بهره گیری از این قابلیت شما باید متد webhook را فعال کنید و در نتیجه نیاز به SSL خواهید داشت که تهیه آن هزینه بر خواهد بود. به همین دلیل تیم وبسیما علاوه بر کدنویسی افزونه Inliner یک سرویس رایگان به نام Teletter.net را نیز راه اندازی نموده است تا کاربران بتوانند بدون فعال سازی SSL بر روی سایت خود از آن بهره ببرند!

## آموزش راه اندازی افزونه Inliner

برای آنکه بتوانید از افزونه Telegram Inliner به درستی استفاده کنید مراحل زیر را به دقت و قدم به قدم طی کنید.

1. ابتدا یک ربات تلگرام بسازید، اگر قبلا این کار را انجام نداده اید به مقاله آموزش ساخت ربات تلگرام مراجعه کنید.
2. در قدم دوم دستورات setinline و setinlinefeedback را برای ربات خود فعال نمایید. (در ابتدای همین مقاله شرح داده شد)
3. در قدم سوم افزونه Telegram Inliner را از مخزن وردپرس دانلود کرده و بر روی سایت خود فعالسازی نمایید. با مراجعه به بخش افزودن برگه در پنل مدیریت وردپرس یک برگه جدید ساخته و قالب آن را inliner page انتخاب نمایید. این صفحه عملا صفحه دریافت اطلاعات از تلگرام در سایت شما می باشد. آدرس صفحه را پیچیده و با کاراکترهای انگلیسی انتخاب نمایید و اجازه ایندکس آن توسط ربات های گوگل را ندهید.

با مراجعه به بخش تنظیمات اینلاینر Token ربات خود که در قدم اول دریافت نمودید را وارد کرده و ذخیره نمایید.

4. در قدم چهارم شما باید یک حساب کاربری برای خود در سایت Teletter.net ایجاد نمایید. پس از ثبت نام رایگان و ورود به حساب کاربری خود بر روی گزینه Create Webhook کلیک کرده و آدرس صفحه ای که با قالب Inliner page بر روی سایت خود ساخته بودید را در آن وارد نمایید. با فشردن دکمه Create Webhook یک آدرس اختصاصی برای شما در این سایت ایجاد میگردد که در صفحه بعدی و مطابق تصویر زیر به شما نمایش داده خواهد شد.



5. قدم پنجم که قدم نهایی است ست کردن وب هوک بر روی این آدرس ایجاد شده خواهد بود برای این کار شما باید یک تب جدید در مرورگر خود باز کرده و آدرس زیر را در آن وارد نمایید:

`https://api.telegram.org/botTOKEN/setWebhook?url=TURL`

به جای عبارت TOKEN در آدرس بالا TOKEN ربات خود را وارد کرده و به جای عبارت TURL آدرسی که سایت Teletter برای شما ایجاد کرده است را بصورت کامل وارد نمایید و اینتر را بزنید تا این آدرس در مرورگر شما فراخوان گردد. در صورت صحیح بودن آدرس و TOKEN به شما پیام `webhook was set` نمایش داده میشود در صورت مشاهده پیام خطا مانند ارورهای 400 یا 401 درخواستی را که بخشی از مسیر را اشتباه انجام داده اید. دقت کنید که TOKEN را به درستی وارد کنید و عبارت `bot` از آدرس بالا حذف نشود. همچنین آدرسی که برای `webhook` معرفی میکنید باید حتما شامل HTTPS در ابتدای خود باشد.

در نهایت تلگرام خود را باز کرده و آی دی ربات را به همراه @ در ابتدای آن در بخش پیام تایپ کنید باید در مقابل نام آن یک عبارت برای جستجو نمایش داده شود، حالا با وارد کردن عبارت مورد نظر شما در سایت جستجو انجام شده و نتایج بصورت لیست نمایان میگردد.

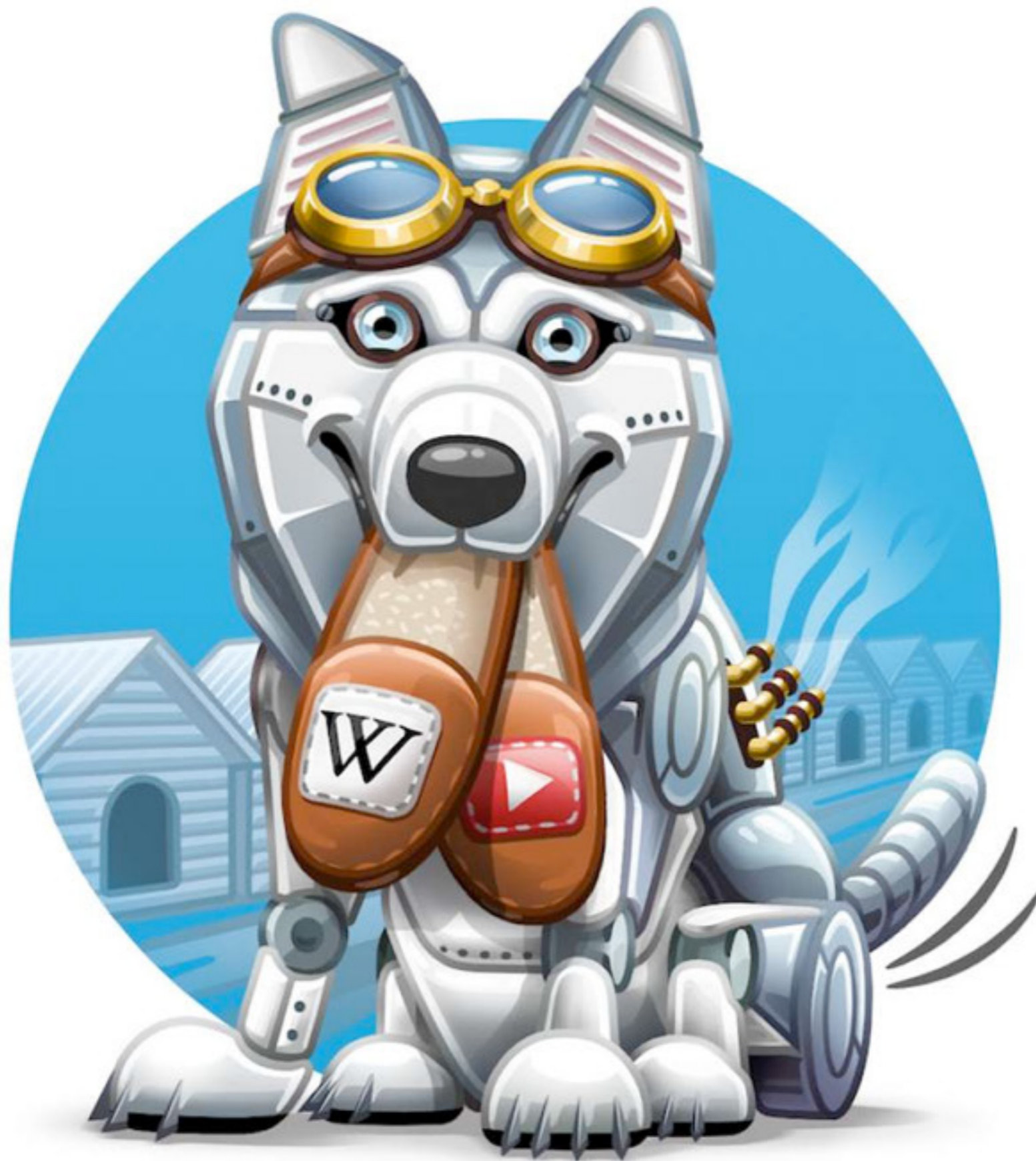
## بروزرسانی های آینده Telegram Inliner

افزونه Inliner در حال حاضر نسخه ابتدایی خود را تجربه میکند و تنها قادر به جستجو در نوشته های سایت شماست. جستجو در عنوان نوشته ها انجام میگردد و 10 نتیجه اول به کاربر ارسال میگردد. امکاناتی که برای این افزونه در نسخه های بعدی در نظر گرفته شده است به شرح زیر است:

1. قابلیت تعیین تعداد نتایج برگشتی به کاربر (حداکثر 100 عدد)
2. امکان تعیین نوع نوشته برای جستجو مانند محصولات فروشگاه، برگه ها و ...

3. تعیین ترتیب نتایج یافت شده براساس عنوان، تاریخ و میزان محبوبیت!
4. ذخیره سازی و نمایش میزان محبوبیت نتایج (براساس انتخاب کاربران در جستجو)
5. تعیین حالت بدون نتیجه (نتیجه ای یافت نشد) برای جستجو
6. تعیین تصویر پیش فرض برای مواردی که تصویر شاخص ندارند
7. شخصی سازی پیام ارسالی پس از انتخاب گزینه توسط کاربر
8. و آنچه شما پیشنهاد دهید...

البته تمامی امکانات جدید در صورتی ایجاد خواهد شد که این افزونه مورد استقبال طیف وسیعی از کاربران قرار گیرد، در غیر اینصورت ممکن است امکانات جانبی در قالب یک افزونه غیر رایگان منتشر گردد.



## Telegram Inliner



# PPC

بررسی کودکانه تبلیغات کلیک در ایران

امیرحسین اسماعیلی



## بررسی کودکانه چیست؟

بررسی کودکانه نوعی از بررسی و آنالیز خدمات و محصولات است که به دلیل رویکرد صفر و یکی به بررسی و آنالیز کودکانه مشهور شده و میتواند نتایج را در تحلیل ها به شکل چشمگیری تغییر دهد. در این روش منتقد مانند یک کودک که بین اسباب بازی های خود انتخاب های متفاوتی انجام میدهد و با رویکردی حساس و زود رنج نسبت به آنها تصمیم می گیرد ، عمل می نماید. از این شماره به بعد، در مجله زرافه به تحلیل و بررسی کودکانه خدمات در فضای وب می پردازیم. اما به دلیل آنکه در شماره های پیشین مقاله ای در زمینه معرفی سیستم های تبلیغات کلیک داشتیم ، تصمیم گرفتیم در اولین مقاله از سلسه مقالات بررسی کودکانه به سایت های تبلیغات کلیک بپردازیم.



برای آنالیز خدمات، سرویس ها و امکانات این سایت ها ابتدا در هر کدام از این سایت ها حساب کاربری ایجاد نمودم و یک کمپین تبلیغاتی راه اندازی کردم و پس از پایان این پروسه نتایج را بررسی نمودم. نتایجی که در این مقاله به حضور شما اعلام می کنم همگی بر اساس شواهد و مدارک موجود بوده و هیچ اعمال نظر و یا شرایط حمایتی و انتفاعی وجود ندارد.

### فاکتور های مورد بررسی :

۱. نگاه اول
۲. پنل کاربری
۳. راحتی
۴. اطلاع رسانی
۵. کیفیت خدمات
۶. پشتیبانی
۷. خدمات پس از فروش
۸. حال عمومی

برای هر کدام از این برندها یک رنگ در نظر گرفته ام، کلیک یاب آبی ، صبا ویژن سبز و شبکه تبلیغات رنگ بنفش، که طبیعتا از رنگ سازمانی این برندها برداشت کرده ام. همه امتیازات از ۵ محاسبه میشود. اگر به غیر از این سه شرکت، خدمات دهنده دیگری هم در این زمینه وجود دارد، من نمی شناسم! این در بررسی های کودکانه یعنی بی ارزش!

## نگاه اول

۱. در نگاه اول سادگی و سفیدی کلیک یاب جلب نظر کرد، همچنین انیمیشن‌هایی که به زیبایی در صفحه اول نمایش داده شده بود. اما کمی که بیشتر دقت کردم این انیمیشن بار معنایی بسیار قوی داشت که به آن توجه نکرده بودم. بر اساس این انیمیشن

• من عکس (منظورم تبلیغ است اما من یک کودک هستم!) را به کلیک یاب می‌دهم • کلیک یاب عکس را سوار چرخ و فلک می‌کند • عکس را به سایت‌ها می‌دهد • از سایت‌ها دو کلیک دریافت می‌کند • دو کلیک را بعد از چرخ و فلک سواری به من می‌دهد • من ۳ تا پول به کلیک یاب می‌دهم • کلیک یاب ۳ تا پول من را سوار چرخ و فلک می‌کند • یکی از پول‌های من را گم و گور می‌کند و ۲ تا را به سایت‌ها می‌دهد. • دوباره از نو ...

کجای کار می‌لنگد که یکی از پولهای من گم میشود و من عکس می‌دهم و کلیک می‌گیرم بعد پول میدهم و هیچی نمیگیرم؟؟

۲. چرا من در بین مشتریان نیستم؟ من مشتری نیستم؟ من را به عنوان مشتری قبول ندارند؟ دنبال مشتری‌های گنده هستند؟ ...

۳. از بین آن همه مشتری فقط دو نفر موفق شده‌اند!

کلا در نگاه اول حس بدی نداشتیم و نمره ۴ به نظرم نمره مناسبی باشد.



## تاثیرگذار تبلیغات کنید

تبلیغات هوشمند بر اساس محتوای صفحات و رفتار کاربران  
پوشه‌های استاندارد آگهی و گزارش‌های دیگر ...

برای شروع مشاهده کنید

تبلیغات کنید

## کلیک‌یاب چگونه کار می‌کند

اگر قصد تبلیغات آنلاین دارید، کلیک‌یاب می‌تواند تبلیغات شما را در بیش از ۲۰۰۰۰۰ وبسایت و اپلیکیشن تلفن همراه به نمایش بگذارد. ما واسطی هوشمند بین شما و وبسایت‌ها و اپلیکیشن‌های تلفن همراه هستیم.



## اعداد روی نمودار

بیش از ۵۰ میلیون نمایش روزانه آگهی، گواهی بر گستردگی شبکه نمایش کلیک‌یاب است. با این شبکه گسترده می‌توانید به سرعت دیده شوید، مشتریان جدید و وفادار پیدا کنید و به هدف خود از تبلیغات آنلاین نزدیک و نزدیکتر شوید.

کلیک‌ها نمایش‌ها

مشتریان | Print | amilo | نخشبان | استیکار | رانسیک |

## داستان موفقیت

اگر مایل به کسب اطلاعات بیشتر درباره تجربه مشتریان مان دارید، داستان موفقیت را مطالعه فرمایید.

## السیکو

السیکو کام‌بکس از پربازدیدترین و محبوب‌ترین فروشگاه‌های اینترنتی در ایران می‌باشد. السیکو کام‌بکس علاوه بر جذب بازدید کنندگان جدید قصد داشت نرخ تبدیل به مشتری را نیز افزایش دهد.

السیکو کام‌بکس در دسترس برای محصولات اش دارد. تنها با یک کلیک تبلیغات و با موضوع ثابت به نتیجه مطلوب رسید. از این رو السیکو کام‌بکس برای چند دسته بندی عمده مانند الکترونیک، لباس، لوازم آرایش و بهداشتی ...

مشاهده کنید

مشاوره رایگان، تماس با ۰۲۱۳۳۱۱۶۶۴

کلیک‌یاب | تبلیغات وب | تبلیغات تلفن همراه | نشران | شبکه اجتماعی | پشتیبانی | درباره | کپی‌رایت ۱۳۹۲. کلیه حقوق مادی و معنوی این سایت متعلق به کلیک‌یاب می‌باشد.



## نگاه اول

## نگاه اول

۱. در نگاه اول تکلیف من معلوم شد. من یا می خواهم وارد شوم، یا تبلیغ شروع کنم و یا پول در بیاورم یا اون بغلی ها رو بزنم ببینم چی میشه!

وقتی به پایین حرکت کردم صفحه یه کج و صافی شد و رفتم تو چمنها، هی چمن، هی چمن، چمن پر رنگ، چمن کم رنگ...

قیمت ها هم هستن، همه چیز معلومه!

من اومدم اینجا تبلیغ بدم، اینا هم تبلیغ منو قبول می کنن. چه خوب!

۲. دو تا فرم تبلیغ دهندگان و تبلیغ گیرندگان فقط یک فرم سرکاری است. من پر کردم رفتم یه صفحه دیگه باز همونا رو پرسید. پر نکردم دکمه رو زدم بازم رفتم همون جا؟! یا من به سن تحلیل نرسیدم یا این سایت من و سر کار گذاشته.

۳. اون ته سایت که رسیدم بهو یادم رفت واسه چی اومده بودم. بهو شد سایت خبری!

اما در نگاه اول ازش خوشم اومد تر و تمیز بود و به جز اون مشکل فرم ها مشکل دیگه ای ندیدم، به اینم ۴ بدم خوبه؟ اگه ۴.۵ داشتم اونو میدادم ولی ۵ نه!

فکر کنم جا داره بهتر باشه ...



## نگاه اول

۱. در نگاه اول رفتن برای ثبت نام در دوره mini-mba خیلی خوب بود، فاز اولش هم رایگان بود، اتفاقاً یکی از دوستای عزیزم بین اساتید بود. جا داره همین جا به Sam عزیز سلام عرض کنم،  
... Hi Buddy

وای فراموش کردم برای چی اومدم اینجا! تبلیغات کلیکی! بخش اول عکسش خیلی خوبه، اون آقاهه که داره میخنده فکر کنم خیلی مهربون باشه و از آقا قبله که یه ماه پیش اینجا بود بهتره. فکر کنم بشه سر قیمت کلیک ها ارزش تخفیف بگیریم. (ما ایرانیان با انسان ها تجارت می کنیم نه با گرافیک و دستگاه و لپ تاپ، یکی از بهترین انواع بنرها، بنرهایی هستند که از تصویر انسان بومی همان منطقه استفاده می کنند.)

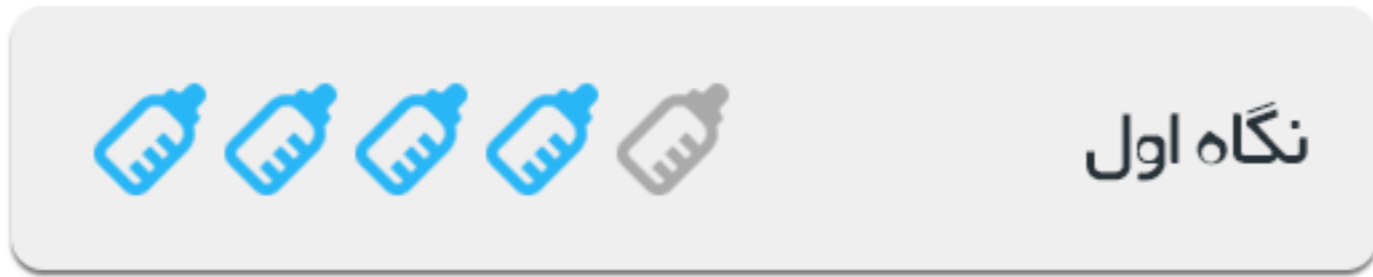
۲. توضیحات و آمار خوبی در مورد کلیک بازی اینجا اومده که به نظرم یکم زیادیه، مثل وقتی مامانم میپرسه چقدر منو دوست داری منم میگم به اندازه ستاره ها!

۳. بیهو دیجیتال مارکتینگ شد!

۴. مورد اعتماد بیش از ۳۰۰۰ برند، به استناد ۳ تا از این ۳۰۰۰ تا :)

۵. همکارانشون خیلی بی ربطن، بیشتر به نظر میاد تبادل لینک کرده باشن تا همکاری، جای روزنامه همشهری هم این وسط خالیه، حتما اون تو یه بار آگهی دادن دیگه ...

در کل همون ۴ خوبه ولی اینو بیشتر پسندیدم

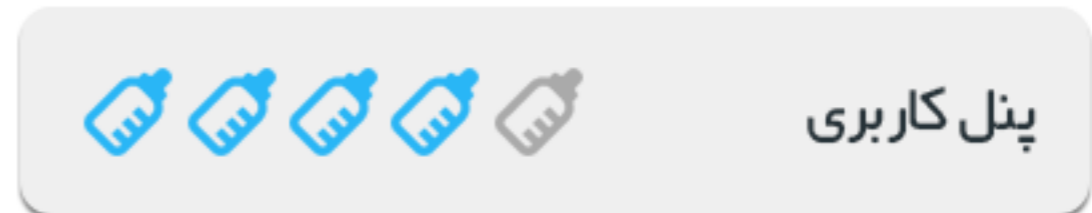
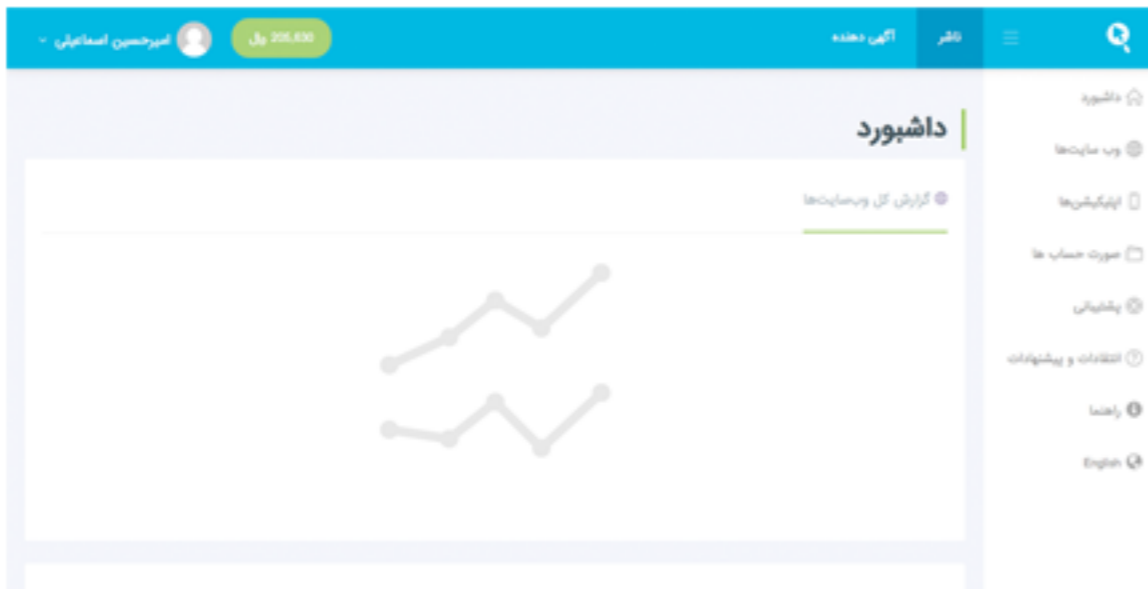


## پنل کاربری

پنل های کاربری این سه وبسایت تقریبا از یکدیگر کپی شده اند اما با تفاوت های زیاد. اگر بخوام رو راست بگم پنل anetwork را از همه بیشتر پسندیدم. فکر میکنم با توجه به قدیمی تر بودن این سایت نسبت به رقبا بقیه از این پنل کپی کرده باشند.

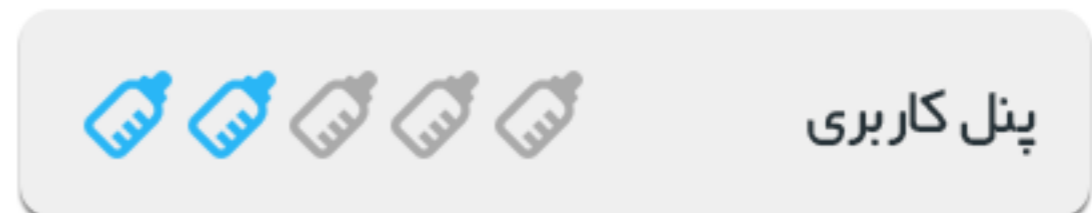
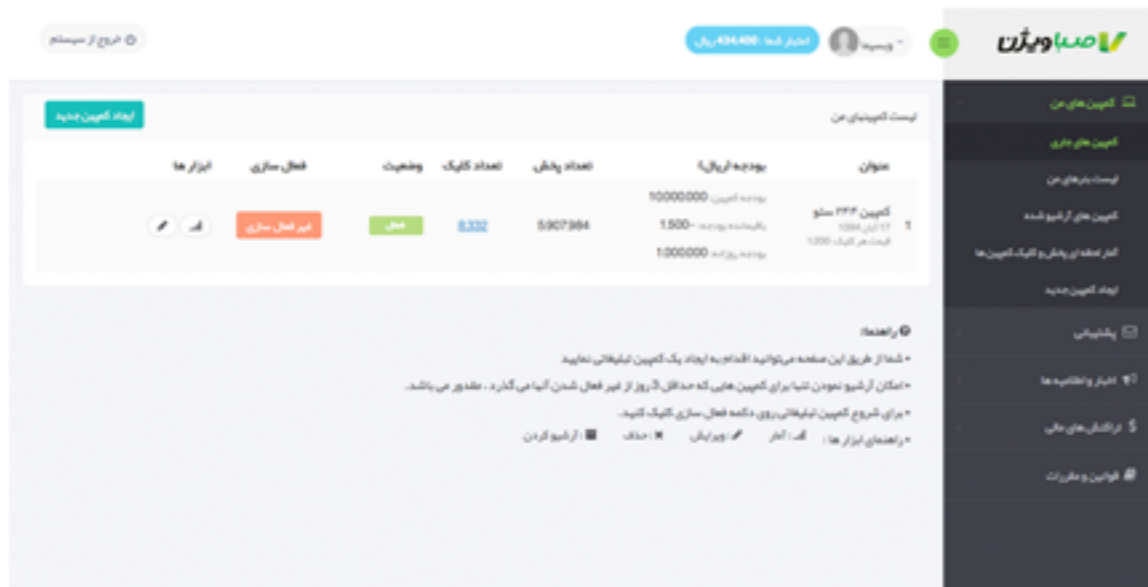
## پنل کلیک یاب

پنل این سایت ساده و خوبه ، ازش راضی هستم و بهش امتیاز ۴ رو میدم.



## پنل صبا ویژن

پنل صبا ویژن مثل گوشی موبایل نوکیا ۳۳۱۰ میمونه البته نه چند سال پیش ، در عصر iPhone 6s واسه همین بهش ۲ میدم!



## پنل شبکه تبلیغات

اگر به پنل کلیک یاب ۴ دادم معنی اون این نیست که شبکه تبلیغات ۵ میگیره ، باید بهش ۹ یا ۱۰ بدم اما اونوقت باید به صبا منفی بدم واسه همین به ۵ بسنده میکنم.



راحتے



راحتے



راحتے



راحتے

اطلاع رسانے



اطلاع رسانے



اطلاع رسانے



اطلاع رسانے

کیفیت خدمات



کیفیت خدمات



کیفیت خدمات



کیفیت خدمات

## پشتیبانی

اما به جاهای حساس رسیدیم ، وقتی کمپین ها رو شروع کردم اصلا فکر نمی‌کردم تو این کار اینقدر پشتیبانی مهم باشه، یک نفر از شبکه تبلیغات با من تماس گرفت و گفت یک کمپین راه انداختین؛ به کمک نیاز ندارین؟

من خشکم زد ، گفتم کمک؟

خیلی آقای مهربونی بود ، گفت بله اگر راهنمایی نیاز دارین بفرمایید.

گفتم : ممنونم راهنمایی خاصی نیاز ندارم !

ولی واقعا لذت بردم که براشون مهم بود که من یک کمپین راه اندازی کردم، انقدر این آقا خوش اخلاق بود که اسمش رو پرسیدم ولی طبق معمول یادم رفت یادداشت کنم. ولی از دو تای دیگه بگم، صبا ویژن که هیچ ، انگار نه انگار من ۱ میلیون تومان پول بی زبون ریختم به حسابشون، کلیک یاب هم که فرآیند واریز به حساب مختل شد و یک هفته طول کشید تا پولم رو پس بدن ! متاسفانه یک روز مسئول مالی نبود یک روز غیر نبود ، یک روز قیف نبود. واسه همین به شبکه تبلیغات ۵ میدم و به بقیه یک صفر کله گنده. همه کسانی که امیرحسین اسماعیلی رو میشناسن میدونن که من تو نقد به خودم هم رحم نمیکنم چه برسه به بقیه!



پشتیبانی



پشتیبانی



پشتیبانی

## خدمات پس از فروش

باز یک آقای مهربون دیگه از شبکه تبلیغات بهم زنگ زد . حالو پرسید و گفت چطور بود؟ همین برای من کافیه که یکی براش مهمه ، یا حداقل اینطور نشون میده. ولی این صبا ویژن نمیتونست مبلغ روزانه منو خرج کنه، آخرش تبلیغ من تو آپارات نمایش داده شد تا بیهو همه اعتبارم خرج بشه. واسه همین به اون دوتا دوباره یک صفر تپل میدم تا سیستمشون رو اصلاح کنن.



پشتیبانی

## حال عمومی

حال عمومی من تو این پروسه خیلی پیچیده بود، تو سرویس کلیک یاب کنجاو بودم ولی حالمو گرفت ، تو صبا ویژن منتظر یک اتفاق خیلی ویژه بودم ولی ... تو شبکه تبلیغات پشتیبانی منو تحت تاثیر قرار داد، بهشون تبریک میگم.

اما رده بندی نهایی رو باید به این شکل بچینم، ضمن اینکه جای هیچ نظر و انتقادی رو برای این دوستان نمیزارم ، این تجربه شخصی منه و با هیچ دلیل و منطقی همیشه این فکر رو از سرم بیرون کرد. شرمنده!



امیدوارم این مطلب و تجربه برای شما مخاطبان زرافه هم مفید باشه . برای ماه آینده یک ایده خوب دارم ، میخوام سرویس دهنده های هاست رو بررسی کنم . خیلی سخته ولی با حمایت شما امکانپذیره، لطفا نظرات و پیشنهادات خودتون رو برام بفرستین . در پناه حق



# PPC

بررسی کودکانه تبلیغات کلیک در ایران  
امیرحسین اسماعیلی





# تاشیر هدایای تبلیغاتی

ADVERTISING GIFTS



طبق بررسی‌های به عمل آمده، اکثر هدایای تجاری به مشتریان عمده اهدا می‌شوند، سپس نوبت به کارفرمایان و مشتریان موفق می‌رسد.

دلایل هدیه دادن، متفاوت است و طیفی از تشکر از مشتریان قدیمی تا تشکر از یک کارمند که تعطیلات آخر هفته خود را به مرخصی نرفته و کار کرده دربر می‌گیرد. البته یک دلیل ثابت برای هدیه دادن وجود دارد: تقویت روابط شخصی بین هدیه‌دهنده و هدیه‌گیرنده.

انگیزه‌ها در هدیه دادن متفاوت است به‌خصوص از این نظر که آیا هیچ پیش‌شرطی در هدیه دادن نهفته است یا خیر؟ باید به این مسئله توجه کرد که آیا هیچ نشانه‌ای از تبلیغ در آن هست یا نه؟ البته نباید گمان کرد که بحث الان در این چارچوب است که نباید هیچ نفعی از هدیه دادن حاصل شود. برای برخی از شرکت‌ها هدیه دادن، بخشی از راهبرد بازاریابی است.

همگان بر یک نکته اتفاق نظر دارند:

**هدیه دادن یکی از راه‌های مقرون به‌صرفه برای ایجاد حس مشارکت و ایجاد روابط ارزشمند است.**

### پژوهش

اگرچه هیچ مدرک مشخصی در این زمینه وجود ندارد که به شما اطمینان دهد هدایای تبلیغاتی قطعاً بازدهی برای شما خواهند داشت، اما به هر حال، انجمن بین‌المللی محصولات تبلیغاتی، پژوهش‌های مستمری را در زمینه روابط هدیه‌دهندگان و هدیه‌گیرندگان انجام می‌دهد که یافته‌های یکی از آنها حاکی از این است شرکت‌هایی که هدیه می‌دهند در مقایسه با شرکت‌هایی که هدیه نمی‌دهند دو برابر شانس تماس گرفتن از طرف هدیه‌گیرندگان را دارند.

شرکت «هری اند دیوید» که یک شرکت دست‌اندرکار صنایع غذایی است و جزو بازیگران کلیدی در حوزه هدایای تبلیغاتی به شمار می‌آید، برای 25 هزار مشتری خود که سالانه بیش از هزار دلار از این شرکت خرید کرده باشند، هدیه می‌فرستد.

شرکت مزبور در یک پژوهش متوجه شد که 5 هزار مشتری دریافت‌کننده هدایا، در مقایسه با مشتریانی که هدیه دریافت نکرده‌اند، خرید بیشتری از شرکت داشته‌اند.

حتی اگر شرکت شما دارای چنین بخش پژوهشی نیست، این دلیل نمی‌شود که راهبرد بازاریابی نداشته باشید. هدیه دادن به شیوه صحیح می‌تواند به ایجاد مناسبات خوب بیانجامد و حکم خون را در زندگی اقتصادی شما داشته باشد.



## هدایا و محرک‌ها

برای درک این‌که یک راهبرد مؤثر برای هدیه دادن چیست ابتدا باید بین هدیه دادن و برنامه‌ای که مبتنی بر محرک و پاداش است، تمایز قایل شد. هر چند که انواع گیرندگان هدیه و محرک شبیه یکدیگرند، اما از دو جنبه عملی و راهبردی با یکدیگر تفاوت دارند. محرک‌ها، پاداش‌هایی هستند برای این‌که سطوح فعالیت‌های مشخصی مثل برنامه‌های ایمنی را دامن بزنند، اما هدایا برای دامن زدن به یک تبادل مشخص بین گیرنده و دهنده، طراحی نمی‌شوند. در واقع، گیرنده هدیه به دنبال پیش‌بینی یک پاداش نیست، اما محرک‌ها چنین کارکردی دارند.

این‌که هدیه و محرک، دو پدیده یکسان شمرده شوند، محتمل است و این توقع وجود دارد که شما به دنبال برداشت از هر نوع سرمایه‌گذاری احتمالی باشید، اکثر هدیه‌دهندگان به دنبال این امر هستند که به نحوی گیرنده هدیه را تحریک کنند، اما باید بسیار محتاط باشید. نه مشتری و نه کارمند، هیچ‌کدام نباید احساس کنند دارند رشوه می‌گیرند، چرا که بروز چنین احساسی نه تنها مفید نیست بلکه مخرب هم هست.

به هدیه دادن به صورت یک فرایند مختصر اما همیشگی برای ایجاد روابط نگاه کنید و رهنمودهای زیر را به کار بندید:

## اخلاق هدیه دادن

همیشه پیش از دادن هر هدیه‌ای به این نکته توجه کنید که هدیه‌دهنده و هدیه‌گیرنده، هر دو در مورد هدیه، دارای سیاست و برنامه باشند. یکی از افراط‌ها در این زمینه، طرد و حذف هر نوع سیاست مبتنی بر هدیه دادن بود که در دهه 1980 رخ داد و آن هم به خاطر رسوایی‌هایی بود که در این زمینه بروز کرد.

رفتار مناسب‌تر در این زمینه، اعمال سیاست در مورد سقف هدایا یا اعمال سیاست در مورد شرایط هدیه دادن است. همیشه از هدیه‌گیرنده بپرسید که آیا هیچ سیاست یا چارچوبی در زمینه پذیرش هدیه دارد یا خیر و سپس براساس آن عمل کنید.



## چند توصیه:

• اعطای هدیه در جریان مزایده یا مناقصه، یک پاسخ منفی قطعی است. حتی اگر مزایده و مناقصه در جریان یک تعطیلی یا مناسبت ویژه برگزار می‌شود باز هم از دادن هدیه خودداری کنید.

• اعطای چیزهای لوکس مثل بلیت سفرهای گران قیمت یا ماشین جزو موارد نامناسب است.

• حتی اگر در شرایطی هستید که منعی برای هدیه دادن وجود ندارد و مقرراتی هم در این زمینه نیست، اجازه ندهید که هدیه دادن، احساس نامناسبی به وجود آورد، هر اقدامی از این دست می‌تواند به تخریب مناسبت های شما با دیگران منجر شود.

## آداب هدیه دادن

آداب هدیه دادن به نحوی یک نوع هنر به حساب می‌آید. در این زمینه، موارد زیر را رعایت کنید:

## تناسب هدیه

بسیار مراقب باشید هدیه‌ای که می‌دهید متناسب با رابطه شما با هدیه‌گیرنده باشد. این امر نه به حجم و ابعاد قرارداد یا معامله‌ای که انجام داده‌اید وابسته است و نه به میزان وقتی که برای گیرنده گذاشته‌اید، بلکه به میزان نزدیکی روابط وابسته است. فواصل هدیه دادن را هم از نظر مناسبت‌ها و تعطیلی‌ها در نظر بگیرید باز هم تاکید می‌شود کاری نکنید که احساس رشوه گرفتن پیش بیاید.



## تَشْخُصْ هَدِيَه

این‌که یک هدیه دارای تَشْخُصْ باشد، نکته‌ای عالی است. مهم این است که هدیه، بازتاب شخصیت و علایق گیرنده آن باشد. اگر این ویژگی‌ها در هدیه لحاظ شود، گیرنده هدیه به‌طور حتم احساس خوبی نسبت به دریافت آن خواهد داشت.

## زمان هدیه

بهترین زمان‌ها برای هدیه دادن، همان تعطیلات هستند. زمان تولد ممکن است جالب نباشد چون هدیه گیرنده، متوجه می‌شود که شما دچار زحمت شده‌اید و اطلاعاتی را در مورد او به‌دست آورده‌اید. سالگرد یک کار یا سالگرد وقتی که شما با هدیه‌گیرنده وارد یک مرحله تجاری جدید شده‌اید جزو مواقع مناسب برای هدیه دادن است. زمانی که آغازی برای یک رقابت معنادار بوده هم جزو مواقع مناسب به شمار می‌آید.



## ارائه هدیه

آماده‌سازی هدیه هم آداب خاص خود را دارد. به کاغذ هدیه توجه کنید و سعی کنید با دست خودتان چیزی بنویسید. پیامی هم که می‌نویسید باید حس خوبی را به هدیه‌گیرنده انتقال دهد. اگر بر مبنای یک مناسبت شخصی هدیه می‌دهید، پست کردن هدیه به آدرس منزل هدیه‌گیرنده هم حس خوبی دارد.

## نام و لوگوی شرکت

نام و لوگوی شرکت را بر روی هدیه داشته باشیم یا نداشته باشیم؟ این یک موضوع مهم است. اگر نام و لوگوی شرکت بر روی هدیه باشد، حتماً در یادها می‌ماند و به‌خصوص اگر هدیه ما کاربردی بوده و در طول روز هم مورد استفاده قرار گیرد، طبعاً از نظر در ذهن ماندن، مؤثرتر هم خواهد بود. اما به خاطر داشته باشید که در این نوع هدیه دادن باید مراقب تبلیغ آشکار هم بود. پس باید کوشید موضوع را کاملاً شخصی کرده و هدیه را به نوعی طراحی کرد که انگار مخصوص هدیه‌گیرنده طراحی شده است.

## چه نوع هدایایی؟

شرکت‌ها برای تبلیغ خود می‌توانند از هزاران نوع هدیه استفاده کنند. نگاهی به موافقان و مخالفان در برخی از موارد حایز اهمیت است:

### اقلام خوراکی

اقلام خوراکی، جزو رایج‌ترین هدایای شرکت‌ها هستند که بسیار خوب طراحی می‌شوند و حتی قابل بردن به منزل نیز هستند. اگر می‌خواهید به قلب‌ها و مغزها از طریق معده‌ها دست پیدا کنید! باید بسیار هوشمندانه و مبتکرانه عمل نمایید. ضمناً مواظب باشید که هدیه گیرنده موردنظرتان خام‌خوار نباشد!

### اقلام دفتری

جامدادی و وسایل رومیزی دیگر، جزو هدایای تبلیغاتی شرکت‌ها هستند که کاربردهای فراوانی هم دارند. باز هم مراقب باشید؛ یک خودنویس عالی گران‌قیمت با نوع ارزان آن تفاوت بسیاری دارد. حواستان باشد که مقولاتی از این دست باید با دکور اتاق و شخصیت فرد مورد نظرتان جور باشد تا حالت راهبردی به خود بگیرد.

### بلیت برای مسابقات ورزشی و هنری

تهیه بلیت به عنوان هدیه به‌خصوص برای مسابقات و برنامه‌هایی که بلیت آنها آسان به دست نمی‌آید، یک اتفاق بسیار تأثیرگذار است. البته باید ترجیحات هدیه‌گیرنده را در زمینه‌های موردنظر در نظر گرفت.

### هدیه‌های اعتباری

این نوع هدایا هم بسیار مؤثرند چرا که به فرد هدیه‌گیرنده امکان انتخاب می‌دهند و او خودش می‌داند که اعتبار را چگونه هزینه کند. البته سطح اندک اعتبار در این موارد ممکن است مسأله‌ساز باشد. فراموش نکنید پول نقد، دیگر هدیه نیست و برای همیشه حذف شده است.

### شناخت کارمندان

بسیاری از شرکت‌ها نگران جنبه‌های تبعیض‌آمیزی هستند که ممکن است جزو پیامدهای هدیه دادن به یک کارمند باشد و در کل، انتخاب یک فرد خاص هم همیشه دشوار است. به همین دلیل، بودجه‌ای در اختیار مدیران شرکت‌ها قرار می‌گیرد تا در این زمینه هزینه شود. وقت‌گذاری فراوان برای اجرای یک پروژه، رضایت بخشیدن به مشتری و اقدامات صرفه‌جویانه می‌تواند جزو موارد مناسب برای هدیه دادن باشد. در این موارد هم باید به تناسب هدیه و هدیه‌گیرنده توجه داشت.





### مشتریان

به هدیه، هدیه‌گیرنده و اخلاقیات سازمان توجه کنید. با انتخاب مشتری، حالا باید به نوع هدیه و نحوه ارسال آن توجه داشته باشید. بین نیروی فروش و مشتری باید رابطه باشد. اگر هدیه را افرادی از شرکت به مشتری بدهند که با او در ارتباط مستقیم بوده‌اند، تأثیر بهتری خواهد داشت. برای مشتری بسیار جالب خواهد بود که ببیند از بخش خدمات مشتری یک شرکت، هدیه دریافت می‌کند.

### هدیه؛ نگاه متفاوت

انتقال یک جانبه پول، اموال و چیزهای دیگر به هدیه‌گیرنده از جانب هدیه‌دهنده که ظاهراً نباید پس از دادن آنها ادعایی نسبت به گیرنده داشته باشد. خوب این می‌تواند یک تعریف از هدیه دادن باشد. نکته مهم این تعریف بر فقدان هر نوع پیش‌شرطی استوار است، یعنی هدیه‌دهنده نباید هیچ پیش‌شرطی برای دادن هدیه وضع کند. اما گاهی اوقات، برخی از هدایا ممکن است طرف مقابل را وادار به حمایت از مثلاً یک محصول، خدمت یا یک برنامه کند.

گاهی اوقات، بعضی از هدایا هم ممکن است هدیه‌گیرنده را وادار به عمل متقابل سازد و به عبارت دیگر، او را وادار کند که در هم‌چشمی و رقابت با هدیه‌دهنده، او هم متقابلاً هدیه‌ای بخرد و این هدیه، گران‌قیمت‌تر از هدیه هدیه‌دهنده هم باشد. در این حالت می‌توان گفت هدیه دادن نه از سر مهر و علاقه بلکه اساساً نوعی نماد است که در یک حالت نمادین متقابل و در محیطی سمبولیک رد و بدل می‌شود و بیشتر به یک فضای اقتصادی شبیه است تا فضایی مبتنی بر روابط خالص انسانی.

### شما که هدیه می‌دهید به این موضوعات چطور نگاه می‌کنید؟

هدیه شما علامت توجه به طرف مقابل است، یا عاملی که قدرت و مکننت شما را به رخ هدیه‌گیرنده می‌کشاند؟ ● هدیه شما طرف را به نگرانی از نقض قواعد بازی می‌کشاند، یا این‌که به او آرامش خاطر می‌دهد؟ ● شما دارید هدیه می‌دهید، یا پاداش رفتار موردنظرتان را از طرف هدیه‌گیرنده دریافت می‌کنید؟ و بالاخره باز می‌توان پرسید که دارید هدیه می‌دهید یا قرض؟ هدیه‌گیرنده را مجذوب خودتان می‌کنید یا وام‌دار خودتان؟ دارید به دیگران راه و رسم زندگی کردن را می‌آموزید یا راه و رسم وابستگی به سایرین را؟

# دلیل برای استخدام کارمندان نامناسب در استارت‌آپ‌ها





در شروع کسب و کار های کوچک افراد شرکت سهم زیادی در موفقیت شرکت دارند. همان طور که هوشمندی و موفقیت آن ها باعث موفقیت شرکت می شود اشتباه آنان نیز می تواند تاثیرات جبران ناپذیری برای شما داشته باشد. در این مقاله با ارائه راهکار های کوچک شما را با چگونگی شناخت کارمندان نامناسب آشنا می کنیم.

### 1 نامنظم بودن کارمندان

فرض کنید که ساعات مشخصی را برای کاری کارمندان خود در نظر گرفته اید و کارمندان جدید شما برای ساعتی از شما مرخصی می خواهند و یا برای یک روز کاری به دلیل بیماری یا تفریح به مرخصی می روند. صاحبان کسب و کار باید توجه کنند که درخواست های مکرر برای مرخصی می تواند پرچم قرمزی از استخدام کارمندان نامناسب باشد و می تواند برای کسب و کار های کوچک خطری جبران نشدنی محسوب شود. این درخواست ها در اوایل استخدام نه تنها اخلاق کاری ضعیفی را نشان می دهد بلکه نشان دهنده عدم توجه به قوانین شرکت می باشد.

### 2 شکایت دائمی کارمندان

در کسب و کار های کوچک انرژی هر کارمند تاثیر مثبتی در جو کلی شرکت دارد. بسیار دیده شده است که کارمندان از وظایف و شرایط خود مدام شکایت می کنند و جو نامناسبی در شرکت ایجاد می کنند. همواره دقت کنید که این کارمندان برای شروع کسب و کار شما مناسب نیستند. بسیار دیده شده است که بعضی از کارمندان در ابتدای کار و برای ایجاد اطمینان به طور دقیق وظایف خود را انجام می دهند و پس از استخدام شروع به شکایت می کنند. اگر کارمند شما بعد از استخدام شروع به شکایت کرد توجه کنید که وی کارمند مناسبی برای کسب و کار کوچک شما نمی باشد.

### 3 انجام سطحی وظایف خود

در چند هفته اول استخدام از کارمندان انتظار می رود که به طور دقیقی وظایف خود را انجام دهند. و با تکمیل وظایف خود در حداقل زمان و ارتباطی موثر با دیگر کارمندان فضای مناسبی را در شرکت ایجاد کنند. اگر کارمندان جدید شما در ابتدای کار از انجام وظایف خود خوداری می کنند و وظایف خود را به صورت سطحی انجام می دهند بدون شک گزینه مناسبی برای کسب و کار جدید شما نمی باشند.

### انجام مکرر اشتباه

قطعا در ابتدای کار اشتباه کارمندان برای مدیران قابل قبول می باشد و به طور طبیعی هیچ کس نمی تواند در ابتدای کار وظایف خود را بدون عیب و نقص انجام دهد. اگر کارمند شما در انجام وظایف خود اشتباه می کند نیاز به بازآموزی دارد ولی اگر یک اشتباه را به طور مکرر تکرار کند نشان دهنده عدم تمرکز و تعهد وی می باشد و قطعا فرد مناسبی برای شروع کسب و کار شما نمی باشد.

### عدم فراموش کار قبلی خود

شروع فالیت در شرکت جدید به معنی تحولی و کسب تجارب جدید می باشد. اگر کارمند جدید شما به طور مکرر از شرکت قبلی خود سخن می گوید و مدام آن شرکت را با شرکت شما مقایسه می کند، می توان رفتار وی را به عنوان سیگنال نامناسبی در نظر گرفت. افراد جدید که برای شروع کسب و کار خود استخدام می کنید باید آماده پذیرش قوانین و راهکار های جدید باشند و شرکت قبلی خود را فراموش کنند.

امیدواریم با خواندن نکات بتوانید در راستای استخدام کارمند مناسب برای کسب و کار خود گام بردارید و به موفقیت برسید.





تقد و برسے

# PES 2016

PRO EVOLUTION SOCCER

© Copyright 2015, Abdalrahman Burghal



www.pegi.info

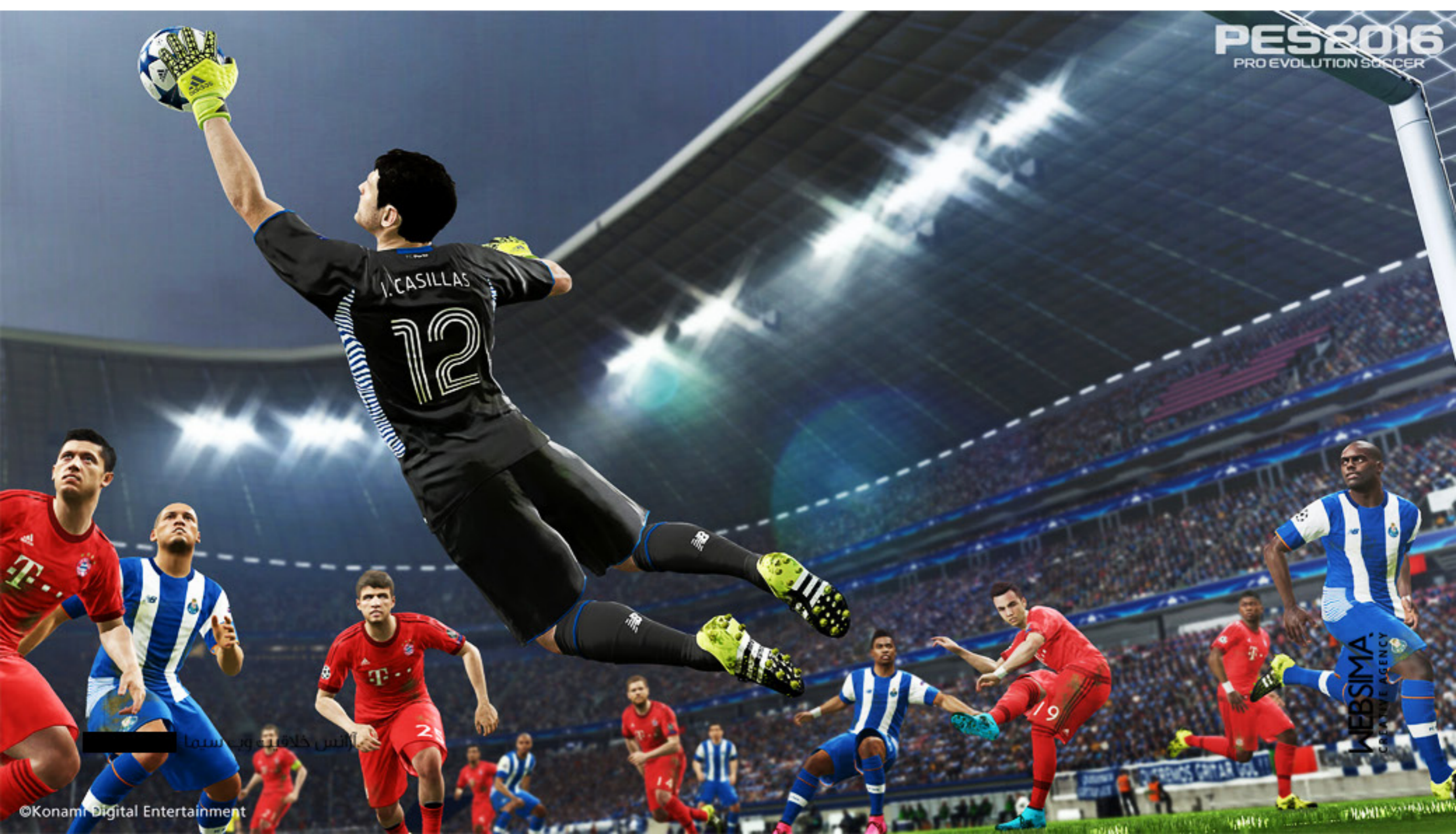
## هر سال بهتر از پارسال

بر هیچ کس پوشیده نیست که نسخه ی سال گذشته ی PES واقعا دوست داشتنی بود. و میتوان با قاطعیت گفت که به راحتی توانست عنوان بهترین بازی ورزشی را تصاحب کند. امروزه هم ما آن نسخه را بهترین بازی فوتبالی میدانیم. همانطور که همیشه PES عادت به این روند صعودی داشته است پس باید منتظر یک عنوان بسیار بهتر را از PES 2016 نسبت به سال قبل باشیم. با ما همراه باشید تا به نقد و بررسی این نسخه پردازیم.

## نقد و بررسی PES ۲۰۱۶

در ابتدای بازی PES 2016 احساس فوق العاده مشابهی نسبت به آن نسخه داشیم ، نوار تصاویر بهبود یافته و میتوان گفت که تقریبا همانند همان بازی است. اما بعد از چند دقیقه برخی از جنبه های جدید را در شروع بازی متوجه شدیم ؛ چیزی که در ابتدا به آن برخوردیم عمل ضربه سر زدن بسیار چالش بر انگیز تر و سخت تر شده . برای مثال ، شما میتوانید هنگامی که توپ در هوا است برای موقعیت به حریفتان تنه بزنید و این موضوع بسیار عمل سر زدن را برای تیمی که در حال حمله کردن است سخت میکند و البته شما هم برای موقعیت سر زنی باید از ترفند هایی مشابه تنه زنی استفاده کنید.

دیگر اتفاقی که در این نسخه رخ داده ، فوق العاده کوچک به نظر میرسد اما در واقع بسیار بزرگ است. این عملکرد جزئی ، انیمیشن تلو تلو خوردن است . با این انیمیشن جدید به جای اینکه بازیکن پس از از دست دادن توپ سریعا به جای خود بازگردد ، برای چند ثانیه تلو تلو میخورد تا خود را بازیابند. و نکته دیگر ، راه رفتن در این نسخه بی نهایت طبیعی به نظر میرسد. در هنگام بازی با تیم یوونتوس ، توز در هنگام حمله ی یک تنه به تیم حریف بارها زده شد ، اما معمولا موفق به حفظ توپ پس از تلو تلو خوردن میشد، که این موضوع به خودی خود سبب طولانی تر شدن حمله شده است.







myClub Legends

F. INZAGHI, R. CARLOS, R. BAGGIO, L. FIGO, O. KAHN

©Konami Digital Entertainment

مسئله ای که چند سال پیش هم وجود داشت در این نسخه هم دیده میشود و آن هم عملکرد غیر طبیعی بازیکنان در هنگام تکل زدن است. اگرچه باید ذکر کرد که نسبت به سال های گذشته بسیاری از مشکلات رفع شده اند اما هنوز هم میتوان احساس کرد که تکل ها کامل درست نیست و در طول بازی یک ضربه پنالتی هم ، به دلیل همین تکل ها گرفته شد. از آن طرف ، در بازی جنجالی فیفا ، دادن پاس عرضی درست بسیار دشوار است ، اما بر خلاف آن در این بازی میتوان با سهولت نسبی این کار را انجام داد.

خوشبختانه ، راه های بازی بسیار شبیه به عنوان سال پیش است. راه هایی برای بازی در این نسخه وجود دارند که نمونه های واقعی آن را کاملا میتوان در فوتبال حرفه ای مشاهده کرد. در مسابقه ی دومی که در این بازی انجام دادیم، تقریبا بلافاصله پس از شروع ، با یک ، یک و دو سریع در سمت راست ، در محوطه شش قدم منجر به یک موقعیت شد و در آخر کار یک ضربه سر شیرجه ای فوق العاده طبیعی کار به پایان رسید . البته در نهایت با یک سیو ، دروازه نجات داده شد. در حالی که ساختار بازی این فرصت را ایجاد کرده ، اما ضربه سر بهترین بخش این موقعیت بود. در باز پخش های هنگام بازی میتوانید ببینید که چگونه بازیکنان با چرخاندن سر خود سعی بر این دارد که به گوشه ی دروازه شوت کنند.

در مورد دروازه بانان ، باز هم بهبود هایی دیده میشود. حرکات تک دست و آکروباتیک ( البته هنوز طبیعی ) که موجب سیو ها میشوند. سیو ی که توانست دروازه را در برابر ضربه سر شیرجه ای در سطح جهانی من نجات دهد. به لطف واکنش های باور نکردنی دروازه بانان بازی بسیار جذاب شده است. تعیین موقعیت آنان همیشه در یک نقطه بود ، و در نهایت پنج گل از من خورد البته هیچ یک از آنان تقصیر تیم و یا دروازه بان نبود ، ضربه ها بسیار غیر قابل توفیق بودند!

خارج از زمین، بازیکنان از همیشه بهتر شده اند. به خصوص هنگامی که دوربین به آنها نزدیک میشود. همه ی تصاویر بسیار بهبود یافته تر شده اند. و همچنین کاملا قابل تشخیص بود که بازیکنان به همتایانشان در زندگی واقعی بسیار نزدیک اند.

در آخر آنچه که بزرگترین ویژگی در PES جدید است؛ گیم پلی بازی احساس بهتری را نسبت به سال گذشته به کاربران منتقل میکند و این عمل به لطف پیشرفت های کوچکی است که در آن به وجود آمده اند.

قطعا بسیار زود است برای این پاسخ، اما با این ترفند ها و ادیشن هایی که به مسابقات در باران افزوده شده، من صادقانه میتوانم ذکر کنم که PES باز هم بهترین بازی ورزشی در این سال است.

فقط امید داریم که کونامی، بازی آنلاین آن را کمی آسان تر کند.

# 2015

## بهترین کمپین های تبلیغاتی



امروزه استفاده از کمپین های تبلیغاتی بسیار رواج پیدا کرده است. کمپین های تبلیغاتی بیش از گذشته مورد توجه افراد واقع می شوند و اثر بخشی بیشتری دارند. در این مقاله با تصاویری از بهترین کمپین های تبلیغاتی آشنا می شویم.



## یونیسف

یکی از موفق ترین کمپین های تبلیغاتی تصویرزیر می باشد که توسط یونیسف در حمایت از کودکان در مقابل سو استفاده های اینترنتی صورت گرفته است. امروزه مزاحمت های سایبری در میان کودکان بسیار دیده می شود و یکی از عوامل افسردگی و خود کشتی در میان کودکان است. این کمپین طرز صحیح استفاده از تلفن های همراه هوشمند را یادآوری می کند و عدم تجاوز به حریم شخصی افراد را متذکر می شود.



ONE SHOT IS ENOUGH  
 CYBERBULLYING REPRESENTS  
 ONE OF THE MAIN CAUSES  
 OF DEPRESSION AND SUICIDE  
 AMONG KIDS AT SCHOOL.  
 IF YOU HAVE A SMARTPHONE  
 SEE IT BARE. DON'T TELL  
 ANYONE'S BULLY AGAIN.

unicef

هوندا

تصویر زیر نمونه ای از کمپین تبلیغاتی شرکت هوندای کویت است که با هدف گذاری روی کشور های عربستان، هند و ایران ایجاد شده است. این کمپین برای تبلیغ سیستم های GPS هوندا ایجاد شده است. این سیستم که داری صوت می باشد جهت یابی در تمام مسیر های پر پیچ و خم را آسان می کند.



HONDA | ALGHANIM MOTORS  
The Power of Dreams | الغانيم موتورز

Voice guidance at every turn. Honda Accord 3.5 EX with GPS 2015 New Accord | HONDA

Sunday Times

تصویر زیر نمونه ای کمپین تبلیغاتی روزنامه Sunday Times می باشد که با استفاده از به تصویر کشیدن سه فرد مشهور در حوزه موسیقی و تلویزیون در شمای گربه ای چاق روزنامه ساندی تایمز را تبلیغ می کنند.

THE SUNDAY TIMES

Rich List

COMING SOON



THE SUNDAY TIMES

# Rich List

COMING SOON



Giraffe 7

THE SUNDAY TIMES

# Rich List

COMING SOON



Giraffe 7

بنیاد حمایت از کودکان Abrinq  
کمپین تبلیغاتی زیر با هدف گذاری  
روی کودکان کار و در راستای حمایت  
از آن ها ایجاد شده است. چرا که در  
دنیای امروز و در کشور های توسعه  
یافته لباس های فشن به عنوان  
زندانی برای کودکان محسوب می  
شود.



## قرص های گلو ThroatSil

کمپین تبلیغاتی زیر نمونه ای از تبلیغات جهت تبلیغ قرص های مکیدنی گلو می باشد که با استفاده از تصویر افراد مختلف در راستای تبلیغ قرص های مکیدنی ThroatSil ساخته شده است. تصویر زیر نمونه ای از استفاده چهره تبلیغاتی الکس فرگوسن می باشد که جهت تبلیغ قرص های مکیدنی گلو ساخته شده است.





KFC

نمونه ای از کمپین تبلیغاتی موفق در کشور مالزی می باشد که تصاویر تبلیغاتی در بردارنده کودکی است که دهان آن به شکل آیتم های منو غذایی kfc .







**ACADEMY**  
WEBSIMA CREATIVE AGENCY

آکادمی آموزش سئو وبسایم در راستای رسالت چندین ساله این مجموعه در راستای افزایش دانش عمومی جامعه در زمینه سئو و بازاریابی آنلاین به زودی افتتاح خواهد شد.

سالهاست که اهمیت رقابت در فضای مجازی برای همه ما ثابت شده است. اما با توجه به پایین بودن سطح دانش عمومی در این زمینه همواره پرسش های بی پاسخ زیادی برای مدیران وبسایت ها و یا مدیران شرکت های فعال در فضای مجازی وجود داشته است. در این فضای گنگ، فرصتی ایجاد شد تا کسانی که تنها با مبانی اولیه سئو و بازاریابی آنلاین آشنایی داشتند، استفاده لازم را از عدم آگاهی مشتریان ببرند.



**بیشتر بخوانید**



# CONTENT IS THE KING

## سئو محتوا

بازاریابی محتوا محور

دانلود رایگان کتاب

امیر حسین اسماعیلی  
آژانس خلاقیت وبسیما





**WEBSIMA.**  
CREATIVE AGENCY  
آژانس خلاقیت وب سیما