



به نام خدا



تبلیغ محصولات به روش پویا

Dynamic Product ADS

مترجم:

مهیار سیاهوشی



مؤسسه فرهنگی هنری
دیباجران تهران

هرگونه چاپ و تکثیر از محتویات این کتاب بدون اجازه کتبی ناشر ممنوع است. متخلفان به موجب قانون حمایت حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.

◀ عنوان کتاب: تبلیغ محصولات به روش پویا Dynamic Product ADS

◀ مترجم: مهیار سیاهوشی

◀ ناشر: موسسه فرهنگی هنری دیباجران تهران

◀ ویراستار: مهدیه مخبری

◀ صفحه آرای: فنونش عبدالهی

◀ طراح جلد: داریوش فرسای

◀ نوبت چاپ: اول

◀ تاریخ نشر: ۱۴۰۰

◀ چاپ و صحافی: صدف

◀ تیراژ: ۱۰۰ جلد

◀ قیمت: ۶۵۰۰۰۰ ریال

◀ شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۱۸-۴۵۱-۳

نشانی واحد فروش: تهران، میدان انقلاب،

خ کارگر جنوبی، روبروی پاساژ مهستان،

پلاک ۱۲۵۱-تلفن: ۰۴۶-۶۶۴۱۰۰۴۶-۲۲۰۸۵۱۱۱

فروشگاههای اینترنتی دیباجران تهران :

WWW.MFTBOOK.IR

www.dibagarantehran.com

نشانی تلگرام: @mftbook

نشانی اینستاگرام دیبا dibagaran_publishing

هر کتاب دیباجران، یک فرصت جدید شغلی و علمی.

هرگوشی همراه، یک فروشگاه کتاب دیباجران تهران.

از طریق سایتهای دیباجران، در هر جای ایران به کتابهای ما دسترسی دارید.

عنوان و نام پدیدآور: تبلیغ محصولات به روش پویا/مترجم: مهیار سیاهوشی؛ ویراستار: مهدیه مخبری
مشخصات نشر: تهران: دیباجران تهران: ۱۴۰۰
مشخصات ظاهری: ۱۴۲ ص: مصور.
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۱۸-۴۵۱-۳
وضعیت فهرست نویسی: فیبا
یادداشت: عنوان اصلی: Dynamic Product ADS
موضوع: آگاهی های تبلیغاتی در اینترنت
موضوع: Internet Advertising
رده بندی کنگره: HF ۶۱۴۶
رده بندی دیویی: ۶۵۹/۱۴۴
شماره کتابشناسی ملی: ۸۴۶۰۳۲۹

فهرست مطالب

| | |
|---|-----|
| فصل ۱ / استفاده بهینه از تبلیغ محصولات به روش پویا در کیف بازاریابی..... | ۹ |
| فصل ۲ / تبلیغات محصول به روش پویا و عناصر خلاقانه..... | ۱۹ |
| فصل ۳ / تبلیغات پویای خود را بر روی فیسبوک و اینستاگرام بین‌المللی کنید..... | ۲۴ |
| فصل ۴ / کپی‌رایتینگ - متن تبلیغات محصول به روش پویا..... | ۳۵ |
| فصل ۵ / سبدهای محصول در تبلیغات محصول فیسبوک به روش پویا..... | ۴۱ |
| فصل ۶ / کمپین‌های همیشه فعال در برابر کمپین‌های در اوج - ترکیب بهینه..... | ۴۶ |
| فصل ۷ / بهینه‌سازی بودجه کمپین (CBO)..... | ۵۳ |
| فصل ۸ / خودکارسازی مجموعه مشتریین خبرنامه..... | ۶۳ |
| فصل ۹ / بخش‌بندی مشتری راهی به‌سوی بهبود برگشت هزینه تبلیغات..... | ۷۰ |
| فصل ۱۰ / ۱۵/۸ میلیون دلار. تجربه در فیسبوک..... | ۷۵ |
| فصل ۱۱ / مشتریان جدید با تبلیغات محصول به روش پویا در فیسبوک در قالب راهبرد کیف کامل..... | ۸۱ |
| فصل ۱۲ / از فید محصول برای بهینه‌سازی تبلیغ محصول به روش پویا استفاده کنید..... | ۹۲ |
| فصل ۱۳ / تأثیرگذاری کمپین را بررسی کنید - ببینید آیا تبلیغ محصول به روش پویا ارزش آن را دارد یا خیر؟..... | ۹۹ |
| فصل ۱۴ / تزریق سالین ریاضیاتی برای تبلیغ محصول به روش پویا در فیسبوک..... | ۱۰۵ |
| فصل ۱۵ / نحوه مقیاس‌بندی تبلیغ محصول به روش پویا طی مشتری‌یابی..... | ۱۱۲ |
| فصل ۱۶ / تبلیغات ترکیبی - قالب تبلیغاتی جذاب..... | ۱۱۹ |
| فصل ۱۷ / فرصت‌های گفتگو..... | ۱۲۶ |
| فصل ۱۸ / برای مشتریان جدید بودجه کمتری خرج کنید و مشتریان فعلی‌تان را تقویت کنید!..... | ۱۳۱ |
| فصل ۱۹ / از تبلیغات محصول به روش پویا برای کمک به فروش از کمپین‌های بازاریابی‌تان استفاده کنید..... | ۱۳۷ |

خط‌مشی انتشارات مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران در عرصه کتاب‌هایی با کیفیت عالی است که تواند
خواسته‌های به روز جامعه فرهنگی و علمی کشور را تا حد امکان پوشش دهد.
هر کتاب دیباگران تهران، یک فرصت جدید شغلی و علمی

حمد و سپاس ایزد منان را که با الطاف بی‌کران خود این توفیق را به ما ارزانی داشت تا بتوانیم در راه ارتقای دانش عمومی و فرهنگی این مرز و بوم در زمینه چاپ و نشر کتب علمی و آموزشی گام‌هایی هرچند کوچک برداشته و در انجام رسالتی که بر عهده داریم، مؤثر واقع شویم.

گسترده‌گی علوم و سرعت توسعه روزافزون آن، شرایطی را به وجود آورده که هر روز شاهد تحولات اساسی چشمگیری در سطح جهان هستیم. این گسترش و توسعه، نیاز به منابع مختلف از جمله کتاب را به عنوان قدیمی‌ترین و راحت‌ترین راه دستیابی به اطلاعات و اطلاع‌رسانی، بیش از پیش برجسته نموده است.

در این راستا، واحد انتشارات مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران با همکاری اساتید، مؤلفان، مترجمان، متخصصان، پژوهشگران و محققان در زمینه‌های گوناگون و مورد نیاز جامعه تلاش نموده برای رفع کمبودها و نیازهای موجود، منابعی پُر بار، معتبر و با کیفیت مناسب در اختیار علاقمندان قرار دهد.

کتابی که در دست دارید با همت "جناب آقای مهیار سیاهوشی" و تلاش جمعی از همکاران انتشارات میسر گشته که شایسته است از یکایک این گرامیان تشکر و قدردانی کنیم.

با نظرات خود مشوق و راهنمای ما باشید

با ارائه نظرات و پیشنهادات و خواسته‌های خود، به ما کمک کنید تا بهتر و دقیق‌تر در جهت رفع نیازهای علمی و آموزشی کشورمان قدم برداریم. برای رساندن پیام‌هایتان به ما از انواع رسانه‌های دیباگران تهران شامل سایتهای فروشگاهی و صفحه اینستاگرام و شماره‌های تماس که در صفحه شناسنامه کتاب آمده استفاده نمایید.

مدیر انتشارات

مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران
bookmarket@mft.info

❖ مقدمه مولف

دنیای تبلیغات از گذشته تا به امروز تغییرات بسیاری کرده است و هر روز از صبح که بیدار می‌شویم تا شب قبل از خوابیدن در معرض میلیون‌ها پیام تبلیغاتی به روش‌های مختلف هستیم که هدفی جز ترغیب کردن ما به خرید ندارند.

در دنیای کسب‌وکاری امروز دیگر نمی‌شود نشست و منتظر ماند تا کسی از در بیاید و محصول یا خدمتی از ما دریافت کند. در عصر حاضر این ما هستیم که باید به دنبال مشتری برویم و او را مجاب کنیم که ما بهترین‌ها را ارائه می‌دهیم و نظر او را جلب کنیم برای اینکه از ما خرید کند. پیام و تبلیغ ما باید آنقدر خاص و یونیک باشد که مخاطبین فکر کنند این پیام و تبلیغ اختصاصی برای آنها نوشته و طراحی شده است. دوران تبلیغات انبوه و تلویزیونی گذشته است که خیلی از جمعیت و افراد را هدف قرار دهیم به امیدی که آنها مشتریان ما شوند و به ما سری بزنند. البته شاید برخی مواقع جواب بدهد، ولی چیزی که بسیار مهم است دنیای پررنگ و مدرن دیجیتال است که افراد بسیاری را درگیر خود کرده و اگر با این موج نتوانید سواری کنید شاید خیلی زود خانه‌نشین شوید. دنیای مدرن و دیجیتالی امروزی به شدت در دنیای کسب‌وکارها (به‌خصوص سنتی‌ها) هم تأثیر گذاشته است. شاه‌رگ اصلی هر کسب‌وکاری تبلیغات آن است و در عصر حاضر سازمانی را نمی‌بینید که برای دیده‌شدن، داشتن سهم بازار و فروش بیشتر تبلیغ نکند. نکته مهمی که وجود دارد این است که صرف داشتن تبلیغات نمی‌توان گفت که ما تبلیغات می‌کنیم پس حتماً موفق می‌شویم. پویایی تبلیغات شما بسیار مهم است چیزی که این کتاب در مورد آن صحبت می‌کند اینکه ما بدانیم چطور، کجا و برای چه کسی تبلیغات کنیم و چطور باید مخاطبین خود را جذب کنیم. چرا باید از ما خرید کنند؟ چرا باید ما تبلیغات کنیم؟ وجه تمایز ما نسبت به رقبا چیست و هزارتا چرایی دیگر که شما قبل از اجرا شدن هر برنامه تبلیغاتی باید آن را بدانید و تحقیق کنید تا بتوانید در این فضای رقابتی سهمی به نسبت خوب را برای خود کسب کنید. کتاب حاضر بخشی از نظرات و تجربیات ۲۰ متخصص حرفه‌ای دنیای تبلیغات دیجیتال و شرکت فیسبوک در کشور دانمارک است که هر کدام از آنها سابقه طولانی در مدیریت کسب‌وکار و تبلیغات دیجیتال در سطح جهان دارند. این کتاب در سال ۲۰۲۰ گردآوری شده است و ما این کتاب را برای شما ترجمه کردیم. خلاصه این کتاب ارزشمند با توجه به اینکه از فیسبوک و اینستاگرام بیشتر برای مقاصد تفریحی و سرگرمی استفاده می‌شود در بازار احساس می‌شد و با ترجمه این کتاب سعی کردیم بخشی از این خلاصه را برای شما که علاقه دارید سهم بیشتری از بازار را داشته و کسب‌وکار خود در دیگر کشورها گسترش دهید و تبلیغات هدفمندتر با بودجه‌های بهینه‌تری را داشته باشید پر کنیم.

از آنجایی که این کتاب اولین و معتبرترین مرجع تبلیغات محصول پویا می‌باشد و برای اولین بار در ایران ترجمه می‌شود شاید با کمی‌ها و کاستی‌هایی در ترجمه مواجه شده باشد که تلاش داریم این موارد را در شمارگان بعدی اصلاح کنیم. چنانچه هر نظر، پیشنهاد و انتقادی در خصوص این کتاب ارزشمند داشتید برای ما به ایمیل mahvarsiavashi.advertising@yahoo.com ارسال کنید. امیدوارم از خواندن این کتاب لذت ببرید و اگر مطالعه آن را مفید دانستید به دوستان دیگر خود هدیه کنید و به ما انگیزه دهید که بتوانیم آثار ارزشمند و به‌روزی را در سال‌های پیش رو برای شما گردآوری کنیم.

پیروز باشید

مهیار سیاهوشی

مشاور و مدرس توسعه کسب‌وکار

خوش آمدید...

تبلیغ محصولات به روش پویا (DPA): یک رشته علمی بازاریابی است که شروع کار با آن نسبتاً آسان است، اما یک موتور بسیار پر قدرت در پس آن قرار دارد.

موتوری که ما تجربه کرده‌ایم، به خصوص با بهتر شدن پلتفرم‌هایی نظیر فیسبوک در هدف قراردادن افراد مناسب با محصولات مناسب، نتایج شگفت‌انگیزی دارد، اما اکثر تجارت‌های الکترونیکی متأسفانه چنان‌که باید و شاید از بسیاری از امکانات تبلیغ محصول به روش پویا استفاده نمی‌کنند.

در تمام کسب‌وکارها اعم از کهنه‌کار یا تازه‌کار فرصت‌های زیادی با استفاده از تبلیغ محصول به روش پویا وجود دارد: جذب سرخ (مشتریان راغب)؛ نحوه بخش‌بندی تبلیغات به روش پویا برای افزایش سودآوری و میزان خرید مجدد؛ یا ایجاد ویدئویی که تنها هدف آنها تغذیه اطلاعاتی مؤثر تبلیغات محصول به روش پویاست؛ یا همه تجربیات استفاده از تبلیغ محصول به روش پویا در تلاقی با اوج کمپین.

طی یک سال گذشته، به واسطه نرم‌افزارمان با نام Confect.io، این فرصت را داشته‌ایم که به سراسر کشور و پادشاهی دانمارک سفر کنیم تا با کارشناسان برجسته دانمارک در مورد تبلیغات محصولات به روش پویا صحبت کنیم. ما می‌خواستیم بهترین ابزار تبلیغ محصولات به روش پویای دانمارک را بسازیم؛ بنابراین، می‌خواستیم تمام نکات طلایی آنها را درباره تبلیغ محصول به روش پویا گردآوری کنیم.

ما همیشه سؤال نسبتاً ساده‌ای می‌پرسیدیم: «چگونه از تبلیغ محصولات به روش پویا نهایت استفاده را می‌کنید؟»

سؤال ساده بود، اما پاسخ پیچیده. به هر مکانی که می‌رفتیم، اعم از آژانس‌های بزرگ، کارمندان سابق و فعلی فیسبوک، به بخش‌های کوچکی که مستندات بازاریابی را به خوبی می‌دانستند یا استارت‌آپ‌های بلندپروازی که با افتخار در مورد آخرین میزان رشد خود به ما گفتند، همه آنها ترفندهای طلاییشان را با ما به اشتراک می‌گذاشتند.

هر تکه از این پیشنهادات طلایی ما را در فکر فرو می‌برد: چه امکانات عظیمی که با استفاده درست از اینها نمی‌توان کسب کرد.

خوب، این هم نتیجه کار.

بهترین پیشنهادات، ترندها، تجربیات و چارچوب‌های طلایی در تبلیغ محصولات به روش پویا از تیزترین ذهن‌های فیسبوک دانمارک را در مجموعه خود گردآوری کرده‌ایم. آموخته‌های حاصل از آزمایشات و آزمون‌های A/B به اندازه میلیون‌ها کرون دانمارک ارزش دارند.

سطح اول برای مبتدیانی است که قدم‌های اول را در تبلیغ محصول به روش پویا برداشته‌اند و سپس به شرکت‌هایی می‌رسد که می‌خواهند هزینه‌های تبلیغ محصول به روش پویای خود را در ماه به بیش از +۱۵۰۰۰۰ کرون دانمارک برسانند.

متخصصان این کتاب به‌طور گسترده در زمینه‌های تخصصی در فیسبوک فعالیت می‌کنند؛ بنابراین سعی کردیم هیچ‌یک از مباحث مربوط به تبلیغ محصولات به روش پویا از نظر دور نماند.

امیدواریم که کتاب حاضر در تقویت عملکردتان الهام‌بخش باشد؛ ۱۰٪ بالاتر، ۲۰٪ بالاتر، ۳۰٪ بالاتر، و ترجیحاً حتی بالاتر؛ یا فرصت‌های جدیدی، چه در مشتری‌یابی یا تولید سرنخ، بگشاید. در هر صورت، ما الهام گرفته‌ایم و امیدوارم شما نیز الهام بگیرید (و اینکه رقبای شما از وجود چنین کتابی باخبر نشوند).

درود می‌فرستم به همه دست‌اندرکاران این کتاب و تیم شاغل در Confect.io.