

به نام خدا



بازاریابی و فروش در بستر فیسبوک

مؤلفان:

سارا نخعی

مهدیه مهدی پور

عباس کشاورز



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: بازار یابی و فروش در بستر فیسبوک

◀ مولفان: سارا نخعی - مهدیه مهدی پور - عباس کشاورز

◀ ناشر: موسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران

◀ ویراستار: نرگس مهرید

◀ صفحه آرای: نازنین نصیری

◀ طراح جلد: داریوش فرسای

◀ نوبت چاپ: اول

◀ تاریخ نشر: ۱۳۹۹

◀ چاپ و صحافی: صدف

◀ تیراژ: ۱۰۰ جلد

◀ قیمت: ۵۴۰۰۰۰ ریال

◀ شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۱۸-۳۹۳-۶

◀ نشانی واحد فروش: تهران، میدان انقلاب،

خ کارگر جنوبی، روبروی پاساژ مهستان،

پلاک ۱۲۵۱

تلفن: ۲۲۰۸۵۱۱۱-۶۶۴۱۰۰۴۶

◀ فروشگاههای اینترنتی دیباگران تهران :

WWW.MFTBOOK.IR

www.dibagarantehran.com

www.dibbook.ir

◀ نشانی تلگرام: @mftbook

◀ نشانی اینستاگرام دیبا dibagaran_publishing

هر کتاب دیباگران، یک فرصت جدید شغلی.

هر گوشی همراه، یک فروشگاه کتاب دیباگران تهران.

از طریق سایتها و اپ دیباگران، در هر جای ایران به کتابهای ما دسترسی دارید.

فهرست مطالب

- 7.....مقدمه ناشر
8.....پیش‌گفتار

فصل اول

9.....بازاریابی با رسانه‌های اجتماعی

- 11.....استراتژی بازاریابی رسانه‌های اجتماعی
12.....چگونه SOCIAL MEDIA MARKETING برای دستیابی به اهداف بازاریابی و برندینگ کمک می‌کند؟
16.....رسانه اجتماعی مناسب برای هر نوع تجارت کدام است؟
19.....چه زمانی در رسانه‌های اجتماعی پست بگذارید؟
20.....چگونه میزان موفقیت و دستیابی به اهداف خود را می‌سنجیم؟
20.....متریک رسانه‌های اجتماعی (SOCIAL MEDIA METRICS) چیست؟
22.....اطلاعات اولیه در زمینه فیس‌بوک
33.....چرا از فیس‌بوک استفاده می‌کنیم؟
38.....فیس‌بوک؛ معایب و مزایا

فصل دوم

42.....تبلیغات در فیس‌بوک

- 44.....چگونه می‌توان در فیس‌بوک تبلیغ کرد؟
54.....تبلیغات در فیس‌بوک مناسب چه کسب‌وکارهایی است؟
55.....مدل‌های پرداخت هزینه تبلیغات در فیس‌بوک
57.....دسته‌بندی کاربران در فیس‌بوک برای تبلیغات هدفمند
57.....تأثیر فیس‌بوک در سئو سایت
58.....هشتگ چیست؟
59.....ساخت صفحه تبلیغاتی در فیس‌بوک

فصل سوم

65	مدیریت کسب و کار فیس بوک
66	FACEBOOK BUSINESS MANAGER یا اکانت بیزینس فیس بوک چیست؟
67	راهنمای 2019 برای FACEBOOK BUSINESS MANAGER
69	چرا از FACEBOOK BUSINESS MANAGER (FBM) استفاده می کنیم؟
73	تنظیمات صفحه فیس بوک بیزینسی شما
86	مبانی FACEBOOK BUSINESS MANAGER
87	نحوه ایجاد مخاطبان جدید در تبلیغات فیس بوک
97	رویداد چیست؟!
98	ایجاد کاتالوگ محصول در اکانت بیزینس فیس بوک
101	صفحه کسب و کار فیس بوک خود را چگونه حرفه ای کنیم؟
101	روی جلدتان عکس (COVER PHOTO) قرار دهید.
102	نظرات و برنامه ها (VIEW&APP) را سازماندهی کنید.
105	بهترین پست هایتان را هایلایت کنید
106	هر 7 روز یک بار تبلیغات جدیدی را اتصال بدهید.
106	بیش از یک بار در روز انتشار دهید.
108	چگونه از ویژگی هایلایت کردن استفاده کنیم؟

فصل چهارم

111	دیجیتال مارکتینگ در فیس بوک
112	روز اول: دیده بانی و یادگیری
115	روز دوم: درک بهترین شیوه های فیس بوک
116	روز سوم: یادگیری زبان فیس بوک
117	روز چهارم: صفحه فیس بوک خود را به روزرسانی کنید!
119	روز پنجم: تقویم محتوا ایجاد کنید
119	روز ششم: درک EDGERANK
120	روز هفتم: برگزاری یک نمایش
120	روز هشتم: برنده رقابت در فیس بوک کسب و کار شماست.
121	روز نهم: اجرای یک کمپین تبلیغاتی هدفمند
122	روز دهم: باز خورد، تحلیل و بررسی

فصل پنجم

بازاریابی محتوا در فیس‌بوک 125

- 126 تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی
- 126 تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی
- 127 به‌روزرسانی روزانه
- 127 تولید محتوا چیست؟
- 127 فرق بازاریابی محتوا با تولید محتوا!
- 128 چرا محتوا اهمیت دارد؟
- 129 طرح و استراتژی برای تولید محتوای الکترونیکی
- 130 فرآیند سفر مشتری را باور کنید
- 130 حسابرسی محتوا کنید
- 130 تولید محتوای الکترونیکی با انتخاب یک قالب مناسب
- 131 ترویج محتوا
- 132 فرآیند تولید محتوای دیجیتال
- 135 ابزارهای تولید محتوای الکترونیکی
- 135 ایجاد طرح محتوا
- 136 تولید محتوای الکترونیکی و انتشار آن در وبسایت
- 137 تولید محتوا و انتشار آن توسط سیستم‌های وبلاگ‌دهی
- 137 چهار ایده تولید محتوا در فیس‌بوک برای کسب‌وکارهای کوچک

فصل ششم

چگونگی افزایش دادن سطح تعاملات کاربران در بازاریابی فیس‌بوک 140

- 142 10 ترفند برای دستیابی به تعداد تعاملات بیش‌تر و بهبود مارکتینگ فیس‌بوکی

فصل هفتم

چگونه محصولات خود را در فیس‌بوک به فروش برسانیم؟ 148

- 149 نحوه فروش در بازار فیس‌بوک از طریق رایانه
- 154 نحوه فروش در بازار فیس‌بوک از طریق تلفن همراه
- 158 بهترین اپلیکیشن برای فروش کالا در فروشگاه فیس‌بوک
- 158 توصیه‌های عمومی فروشگاه فیس‌بوک

- 159 بهترین نحوه معرفی یک محصول چیست؟
- 159 هدف از عرضه محصول در واقع تغییر میزان فروش است.
- 159 رازهای موفقیت معرفی محصولات برتر بازار چگونه کشف شد؟
- 160 6 راز موفقیت معرفی و عرضه محصول
- 160 تطبیق ویژگی‌های محصول با نیاز بازار
- 161 توضیحات واضح و محل قرارگیری مناسب آن بر روی محصول
- 161 تعیین اهداف واضح
- 162 سرمایه‌های بالقوه و رایگان تبلیغاتی
- 162 تحریک بخش تقاضای بازار برای آن محصول
- 163 زمان‌بندی درست در عرضه محصول به منظور فروش حداکثری
- 163 چگونه با استفاده از فیس‌بوک مشتری بالقوه جذب کنیم؟
- 166 بهترین اپلیکیشن برای فروش کالا در فروشگاه فیس‌بوک
- 166 توصیه‌های عمومی فروشگاه فیس‌بوک
- 168 منابع و مآخذ

خط مشی کیفیت انتشارات مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران در عرصه کتاب‌های است که بتواند 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 دانشگاهی، علوم پایه و به ویژه علوم کامپیوتر و انفورماتیک گام‌هایی هرچند کوچک برداشته و در انجام رسالتی که بر عهده داریم، مؤثر واقع شویم.

گسترده‌گی علوم و 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 روشن می‌نماید.

در این راستا، واحد انتشارات مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران با همکاری جمعی از اساتید، مؤلفان، مترجمان، متخصصان، پژوهشگران، محققان و نیز پرسنل ورزیده و ماهر در زمینه امور نشر درصدد هستند تا با تلاش‌های مستمر خود برای رفع کمبودها و نیازهای موجود، منابعی پُر بار، معتبر و با کیفیت مناسب در اختیار علاقمندان قرار دهند.

کتابی که در دست دارید با همت "سرکار خانم ها سارا نخعی و مهدیه مهدی پور- و جناب آقای عباس کشاورز" و تلاش جمعی از همکاران انتشارات میسر گشته که شایسته است از یکایک این گرامیان تشکر و قدردانی کنیم.

کارشناسی و نظارت بر محتوا: زهره قزلباش

در خاتمه ضمن سپاسگزاری از شما دانش‌پژوه گرامی درخواست می‌نمایم با مراجعه به آدرس dibagaran.mft.info (ارتباط با مشتری) فرم نظرسنجی را برای کتابی که در دست دارید تکمیل و ارسال نموده، انتشارات دیباگران تهران را که جلب رضایت و وفاداری مشتریان را هدف خود می‌داند، یاری فرمایید.

امیدواریم همواره بهتر از گذشته خدمات و محصولات خود را تقدیم حضورتان نماییم.

مدیر انتشارات

مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران
bookmarket@mft.info

پیش‌گفتار

بازاریابی رسانه‌های اجتماعی یک روش قدرتمند برای تمام تجارت‌های کوچک و بزرگ به منظور **دستیابی** به اهداف و افزایش مشتری است.

کتاب حاضر در زمینه یکی از روش‌های بازاریابی است. این کتاب چگونگی بازاریابی به کمک یکی از رسانه‌های اجتماعی را مطرح کرده است. این رسانه اجتماعی گرچه در حال حاضر در کشور ما فیلتر شده؛ ولی به عنوان یکی از رسانه‌های اجتماعی مطرح شده در دنیا است.

فیس‌بوک یک وبسایت اجتماعی و محصول دنیای ارتباطات و فناوری اطلاعات است. فیس‌بوک می‌تواند به عنوان یکی از راه‌های بازاریابی و کارآفرینی به کار رود. در این کتاب از مرحله مقدماتی و ثبت نام در فیس‌بوک گرفته تا بازاریابی و جلب مشتریان بالقوه و حرفه‌ای شدن در فروش محصولات خود پیش رفته است.

این کتاب مطالبی؛ هم‌چون تبلیغات و مدیریت کسب‌وکار در فیس‌بوک و چگونگی راه‌اندازی آن را مطرح کرده و به مواردی از قبیل: **بازاریابی محتوا و فروش محصولات به صورت حرفه‌ای در فیس‌بوک اشاره می‌کند، هم‌چنین به صورت کامل نحوه فروش محصولات در فیس‌بوک، جذب مشتریان و مراحل بازاریابی و فروش محصول را به کمک تلفن همراه به صورت کامل بیان نموده است.**

تمام سعی و تلاش ما بر این است، که بتوانیم با این کتاب مسیر بازاریابی و فروش محصولات را به کاربران آموزش دهیم تا راهی برای کسب درآمد ایجاد کنند.

مسلماً این کتاب از اشتباهات احتمالی مبرا نخواهد بود؛ لذا از خوانندگان گرامی خواهشمندیم که ما را از نظرات ارزشمند خود بهره‌مند نمایند تا در چاپ بعدی کتاب نسبت به اصلاح آن اقدام شود.

مؤلف