

# زرافه Giraffe

شماره چهارم ■ آبانماه ۱۳۹۴ ■ رایگان اولین ماهنامه تخصصی خلاقیت در اینترنت ، بازاریابی ، تبلیغات

## چطور گرام پول کنیم! با اینستا



With ❤️  
WEBSIMA

# زرافه Giraffe

## زرافه Giraffe

شماره چهار . آبان 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



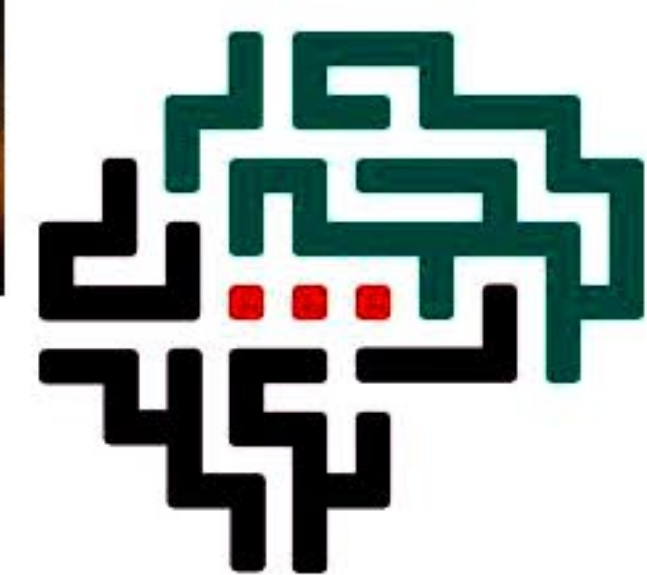


یک فنجان اسپرسو دبل شات  
+ مدیریت کسب و کار

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

M a z l o . i r



## فهرست

|    |                                                 |    |
|----|-------------------------------------------------|----|
| ۷  | انتخاب بهترین رنگ برای وبسایت پزشکی             | ۱۰ |
| ۱۴ | بوت استرپ نسخه ۴ آلفا منتشر شد                  | ۱۱ |
| ۱۸ | 10 راهکار برای افزایش سود و بازدهی در تجارت خود | ۱۲ |
| ۳۰ | معرفی کتاب                                      | ۱۳ |
| ۴۱ | بازاریابی گوشه                                  | ۱۴ |
| ۴۹ | 20 تکنیک کلیدی در سئو                           | ۱۵ |
|    | استراتژی mobile-first در کسب و کار شما          | ۱۶ |
|    | 52 راهکار بازاریابی در اینستاگرام               | ۱۷ |
|    | آوووارد                                         | ۱۸ |
|    | خلاقانه                                         | ۱۹ |
|    | وبگشت                                           | ۲۰ |



# انتخاب بهترین رنگ برای وب سایت پزشکی





انتخاب رنگ مناسب برای وب سایت های پزشکی ممکن است چالش بر انگیز باشد چرا که محدودیت های بسیاری در انتخاب رنگ وجود دارد. در طراحی سایت های پزشکی باید به دنبال سادگی و ظرافت باشید. با توجه به نظریه رنگ شناسی مدرن انتخاب رنگ مناسب تاثیرات قابل توجهی در انسان دارد و در تصمیم گیری و برداشت های انسان ها موثر است. در این مقاله سعی بر این شده است که راهنمایی های لازم را برای انتخاب بهترین رنگ برای وب سایت پزشکی ارائه دهیم.

## آبی

استفاده از رنگ آبی در طراحی وب سایت های پزشکی بسیار مرسوم بوده است چرا که آبی رنگ اعتماد و هوشمندی است و نشانه ای از حرفه ای بودن است. رنگ آبی علاوه بر اینکه حس صداقت و اعتماد را در بیماران ایجاد می کند آرامشی واقعی را به آن ها می دهد و بسیاری از پزشکان حرفه ای، آبی را برای رنگ وب سایت خود انتخاب می کنند تا حس حرفه ای بودن و اعتماد را در بیماران ایجاد کنند.

## سفید

سفید رنگ صداقت و پاکی است بسیاری از وب سایت های پزشکی از رنگ سفید و سایه های رنگ سفید برای وب سایت خود استفاده می کنند. رنگ سفید علاوه بر اینکه انرژی مثبتی را در بیماران ایجاد می کنند، احساس پاکی و تمیزی و شفافیت را به بیمار می دهد.

نمونه ای از سایت های پزشکی که از رنگ آبی و سفید برای طراحی سایت خود استفاده کرده است سایت دکتر سهرابی می باشد که تیم حرفه ای وب سیما طراحی این سایت را به عهده داشته است.

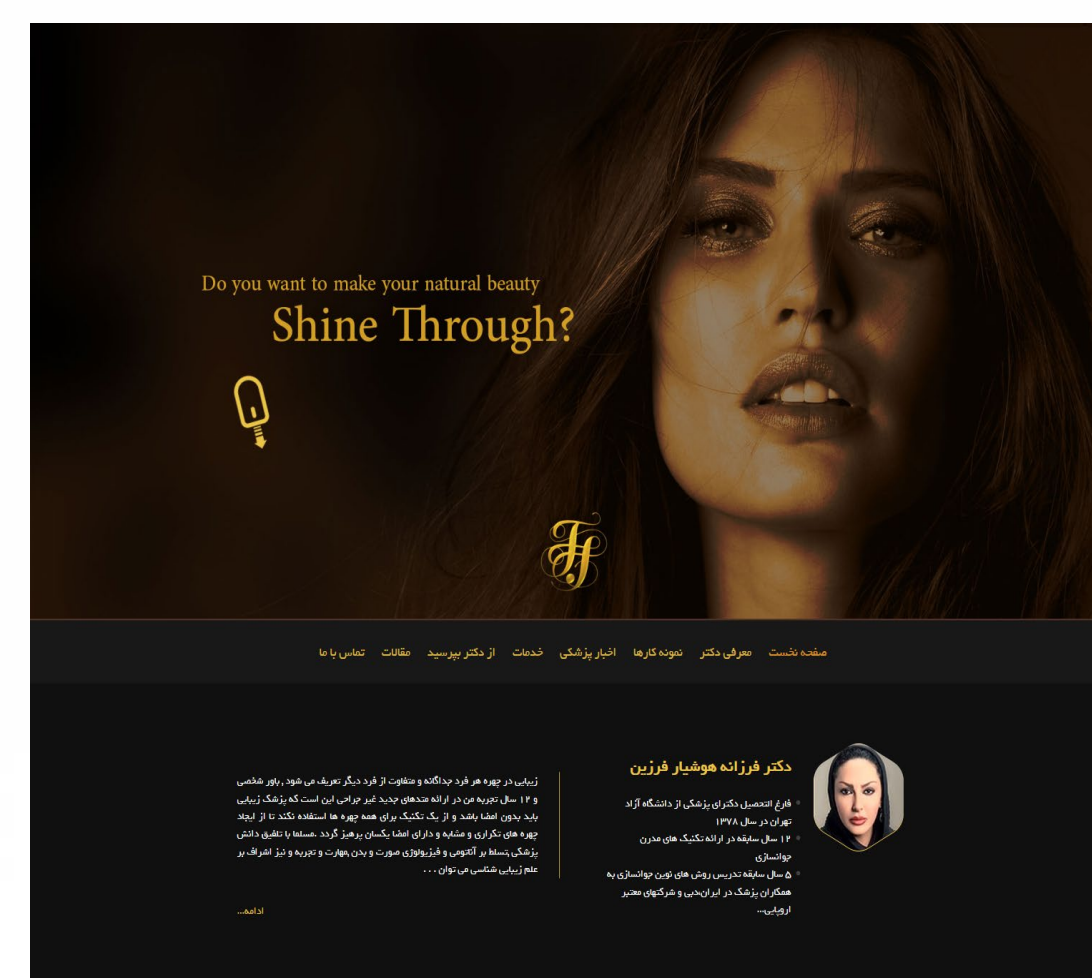


سبز، رنگ سرزندگی و نشاط است. این رنگ موفقیت و سرزندگی را به تصویر می کشد. معمولا وب سایت هایی پزشکی که از روش های طبیعی درمانی استفاده می کنند رنگ سبز به همراه سفید را برای وب سایت خود انتخاب می کنند. این رنگ تسکین دهنده می باشد که با ترکیب رنگ سفید می تواند اثر بخشی خاصی در بیماران ایجاد کند. وب سایت سبز به بیماران حس سلامتی ای را که در روش های پزشکی یا دندانپزشکی طبیعی و سنتی نهفته است القا می کند.

## قهوه ای

بسیاری از دندان پزشکان و پزشکان زیبایی رنگ هایی با تن قهوه ای، قهوه ای مایل به زرد، بژ و خاکستری مایل به قهوه ای را انتخاب می کنند. این نوع رنگ ها احساس صمیمیت و دوستی را در بیماران ایجاد می کند و حس گرمی و راحتی را به آن ها می بخشد.

سایت دکتر فرزین نمونه ای از سایت های پزشکی می باشد. که تیم وب سیما طراحی منحصر بفردی را در این سایت اجرا کرده است که جذابیت خاصی به سایت بخشیده است.



حال که با رنگ های مناسب برای وب سایت خود آشنا شده اید، امیدواریم بهترین رنگ را برای وب سایت پزشکی خود انتخاب کنید. همواره برای انتخاب رنگ مناسب به رنگ مطب و لگوی خود توجه کنید تا بتوانید بهترین رنگ را انتخاب کنید.





Bootstrap

منتشر شد

بوت استرپ نسخه ۴ الفا





# Bootstrap

پس از انتظار در انتشار بوت استرپ 4 سر انجام اولین نسخه آن منتشر شد. انتشار نسخه 4 بیانگر این است که این شرکت تعهد بسیاری نسبت به بوت استرپ دارد. این نسخه از بوت استرپ نسبت به نسخه قبلی تغییراتی بسیاری کرده است که به آن ها می پردازیم.

## 1 انتقال از فریم ورک less به Sass

با توجه به اتصال بوت استرپ 4 به کتابخانه Sass و استفاده از Libsass بوت استرپ از هر زمان دیگری سریع تر اجرا می شود.

## 2 توسعه سیستم گرید بندی (صفحه بندی)

در بوت استرپ 4 ویژگی های جدیدی به سیستم گرید بندی اضافه شده است که با تمام صفحات نمایشی خصوصا موبایل سازگار می باشد و تمامی mixins ها بهبود پیدا کرده است.

## 3 پشتیبانی از Flexbox

با تغییر متغیر های بولین در بوت استرپ 4 و اجرای دوباره کدهای CSS می توانید بیشترین استفاده را از سیستم شبکه بندی flexbox و کامپوننت های آن در بوت استرپ داشته باشیم.

## 4 استفاده از Cards به جای Wells, Thumbnails, Panels

cards ابزار جدیدی است که در بوت استرپ 4 اضافه شده است و کارکردی مانند wells, thumbnails و پنل ها و حتی بهتر از آن ها را دارد.

## 5 تلفیق تمام HTML Resets ها در یک مازول جدید با نام Reboot

ماژول جدید Reboot یک فایل Sass است که تمامی ویژگی های Normalize.css را دارد. همچنین این مازول امکاناتی از جمله box-sizing: border-box و margin را در یک فایل Sass برای شما فراهم می کند.

## 6 ایجاد امکانات سفارشی جدید

در بوت استرپ 4 برخلاف نسخه قبلی بوت استرپ استایل هایی مانند گرادیانت, سایه ها و transitions, که در فایل جداگانه ای قرار داشتند, در متغیر های Sass قرار گرفته اند تا در هر زمان که لازم بود با تغییر دادن یک متغیر و اجرای دوباره آن ویژگی های مورد نظر خود را ایجاد کنیم. به طور مثال اگر بخواهیم گوشه تمام صفحات را گرد کنیم کافی است یک متغیر را تغییر دهیم.





## 7 حذف پشتیبانی از IE8 و استفاده از واحد های rem و em

بوت استرپ 4 دیگر از IE8 پشتیبانی نمی کند در نتیجه می توانیم بهترین بهره وری را از کدهای CSS داشته باشیم و نگران هک های CSS نباشیم. ویژگی جدید دیگری که در این نسخه اضافه شده است حذف واحد اندازه گیری پیکسل و استفاده از واحد اندازه گیری em و rem می باشد تا پشتیبانی از تاپوگرافی ریسپانسیو و صفحه بندی ها آسان شود.

## 8 باز نویسی تمامی پلاگین های جاوا اسکریپت

در بوت استرپ 4 همه پلاگین ها در ES6 باز نویسی شده اند تا از جدید ترین تغییرات جاوااسکریپت بهره مند شوند. همچنین پلاگین ها از پشتیبانی اجزایی مانند UMD, متد های teardown, type checking و ... برخوردارند.

## 9 بهبود قرار گیری تولتیپ ها و پاپ اور ها

در بوت استرپ 4 با بهره گیری از کتابخانه جاوااسکریپت Tether پیشرفت چشم گیری در چگونگی قرار گیری تولتیپ ها و پاپ اور ها بوجود آمده است.

## 10 باز نویسی مستندات

مستندات نسخه جدید بوت استرپ, توسط ابزار Markdown باز نویسی شده است و پلاگین هایی برای نمایش بهتر کد ها نوشته شده است تا بتوانیم از مستندات بوت استرپ بهتر استفاده کنیم.

## 11 امکانات جانبی دیگر

از دیگر امکانات اضافه شده به بوت استرپ 4 می توانیم به فیلد های سفارشی فرم , تغییر در کلاس های margin و padding , ایجاد کلاس های سفارشی جدید و ... را نام ببریم.

## 12 حمایت از بوت استرپ ۳

بوت استرپ در هنگام ارائه نسخه 3 دیگر از نسخه 2 پشتیبانی نکرد ولی هم اکنون به اشتباه بزرگ خود پی برده است و قول داده است که با وجود ارائه نسخه 4 همچنان از نسخه 3 حمایت می کند و باگ های آن را برطرف خواهد کرد.

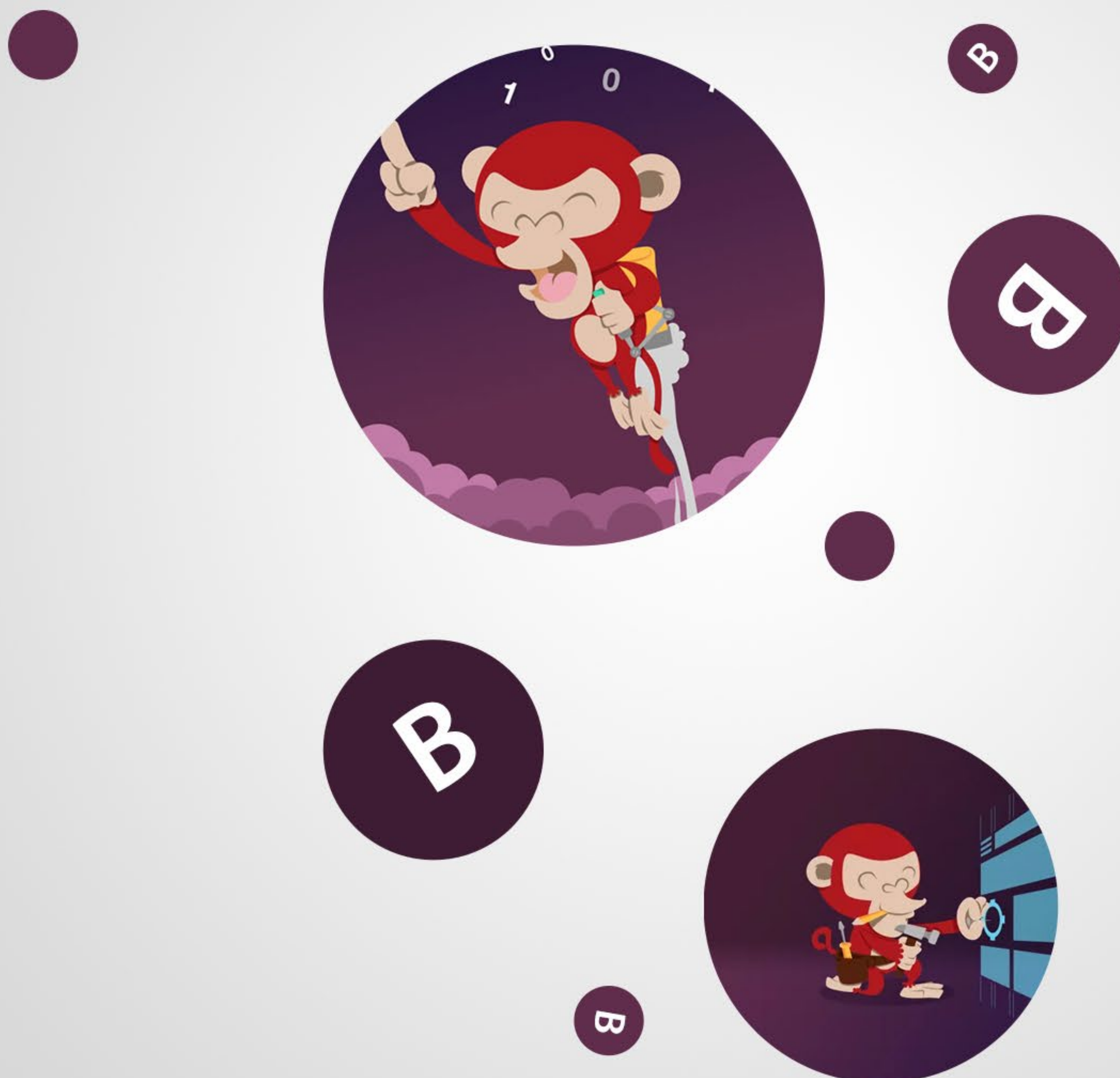


## اهداف توسعه بوت استرپ ۴

بوت استرپ از همه توسعه دهندگان وب خواسته است تا با بوت استرپ همراه باشند تا بوت استرپ بتواند نسخه نهایی ورژن 4 را ارائه دهد.  
به نظر می رسد توسعه اهداف بوت استرپ در راستای طرح زیر باشد:

- ▲ ارائه چند نسخه از بوت استرپ الفا
- ▲ ارائه 2 نسخه از بوت استرپ بتا پس از اینکه قابلیت های این فریم ورک به طور کامل آزمایش شد.
- ▲ ارائه نسخه (RCs) تا در محیط عملی بتواند بوت استرپ را آزمایش کند.
- ▲ ارائه نسخه نهایی

در کنار این ها لازم به ذکر است که بوت استرپ در کنار ارائه پروژه بوت استرپ 4 خود، پروژه دیگری در نظر گرفته است که به فروش قالب های طراحی شده با بوت استرپ می پردازد که این قالب ها شامل امکانات و پلاگین های جدیدی می باشند که به طور مداوم بروز رسانی می شوند.  
نظر شما در مورد بوت استرپ 4 چیست آیا این نسخه از بوت استرپ به اندازه کافی قوی می باشد؟ تجربه خود را در استفاده از بوت استرپ 4 با ما در میان بگذارید.



# ۱۰ راهکار برای افزایش سود و بازدهی در تجارت خود

قاعده کلی در موفقیت مالی کسب سود بیشتر به صورت مستقیم و غیر مستقیم می باشد. شما با اجرا 10 راهکار ارائه شده می توانید سود کسب و کار خود را افزایش دهید و به موفقیت برسید.

## 1 ایجاد علاقه در مشتریان

این فرایند به این صورت است که شما شرایطی را ایجاد کنید که مشتریان به سمت خرید محصولات شما ترغیب شوند و به محصولات شما علاقه مند گردند. به طور مثال اگر از هر 10 مشتری علاقه مند خود 5 نفر را به سمت خرید هدایت کنید، می توانید در کسب و کار خود موفق عمل کنید. چرا که با افزایش مشتریان خود به تعداد 15 نفر می توانید سود خود را به میزان 50 درصد افزایش دهید. شما باید شرایطی را ایجاد کنید که تعداد افراد علاقه مند به محصولات شما افزایش یابد تا بتوانید آن ها را به سمت خرید محصول هدایت کنید.

## 2 هدایت مشتریان علاقه مند به سوی خرید

یکی از روش های افزایش سود و بازدهی در تجارت تبدیل مشتریان بالقوه به مشتریان بالفعل می باشد. در این فرایند سعی کنید مشتریانی را که علاقه مند به محصولات شما می باشند را با تکنیک های مختلف به سمت خرید محصولات شما هدایت کنید. بخش های مختلف کسب و کار خود را بررسی کنید و سعی کنید همواره فروش خود را افزایش دهید. اگر قبلا از هر 10 مشتری بالفعل 1 نفر اقدام به خرید محصولات کرده باشد و شما این میزان را به 2 نفر از هر 10 نفر افزایش دهید، می توانید سود مناسبی کسب کنید.

## 3 تعداد خرید هر مشتری

شما باید بررسی های لازم را در تعداد خرید هر مشتری انجام دهید و سعی کنید هریک از مشتریان شما کالای بیشتری را در بازه های زمانی کوتاه تر خریداری کنند. با اجرای این استراتژی روی هر یک از مشتریان خود می توانید 10 درصد در هر فروش خود و به ازای هر مشتری موفقیت کسب کنید. سعی کنید مشتریان را به سمت خرید بیشتر با بازه های زمانی کوتاه تر هدایت کنید.

## 4 مقدار خرید هر مشتری

یکی دیگر از فاکتور های افزایش سود و بازدهی در تجارت خود، بررسی مقدار خرید هر مشتری می باشد. شما به عنوان فروشنده باید سعی کنید همواره مشتریان را با تکنیک های مختلف به سمت خرید بیشتر با قیمت بالاتر هدایت کنید.

## 5 بررسی سود ناخالص به ازای هر فروش

یکی از تکنیک های افزایش سود و بازدهی، بررسی سود ناخالص از هر فروش خود می باشد. شما باید، بدون تغییر در کیفیت محصول همواره به دنبال افزایش قیمت محصولات خود و یا کاهش قیمت تمام شده هر محصول باشید تا بتوانید سود بیشتری کسب کنید.

باید به این نکته توجه کنید که اگر با افزایش قیمت محصولات، هزینه های تمام شده هر محصول را ثابت نگه دارید سود مناسبی کسب نخواهید کرد و اگر با کاهش هزینه های تمام شده، فروش خود را افزایش ندهید در کسب و کار خود موفقیتی کسب نخواهید کرد. پس بهتر است از استراتژی های مختلفی استفاده کنید و هوشمندانه عمل کنید.



## 6 هزینه های تبلیغاتی خود را بررسی کنید

شما برای افزایش تعداد مشتریان خود باید با صرف هزینه، تبلیغاتی را انجام دهید. برای تبلیغات محصولات خود سعی کنید از ایده های خلاقانه ای استفاده کنید. شما باید به طور مستمر به دنبال راه هایی خلاقانه برای بهبود تبلیغات و ترویج محصولات خود باشید به طوری که هزینه های تبلیغاتی شما کاهش یابد.

## 7 تعداد مشتریانی که از سوی مشتریان دیگر شما معرفی شده اند را افزایش دهید

یکی از راه های افزایش سود و بازدهی در تجارت افزایش تعداد مشتریانی است که از سوی مشتریان بالقوه شما معرفی می شوند. سعی کنید با ایده های خلاقانه، مشتریان بالقوه خود را که از محصولات شما راضی هستند را به سمتی هدایت کنید که مشتریان بیشتری را معرفی کنند.

## 8 افزایش درآمد نسبت به مخارج

بسیاری از شرکت ها با ارائه سرویس ها و خدمات پر هزینه به مشتریان خود دچار سود کمتری می شوند در حالی که به راحتی می توانند این سرویس ها را تغییر بدهند و یا حذف کنند بدون اینکه مشتریان خود را از دست دهند. سعی کنید خدمات و سرویس هایی که پر هزینه می باشند را بررسی و اصلاح کنید.

## 9 حذف خدمات و فعالیت های پر هزینه

سعی کنید شرایطی را در کسب و کار خود ایجاد کنید که در آن درآمد شما بیشتر از مخارج مصرفی شما باشد تا بتوانید سود حاصل در کسب و کار خود را افزایش دهید. شما باید یک سری از محصولات مشخص را بفروشید تا بتوانید سود خود را افزایش دهید. با در نظر گرفتن افزایش در آمد و صرف هزینه های مالی فروش و تبلیغات خود را افزایش دهید تا درآمد شما نسبت به مخارج مصرفی گسترش یابد.

## 10 افزایش قیمت

سعی کنید شرایطی را در کسب و کار خود ایجاد کنید که در آن درآمد شما بیشتر از مخارج مصرفی شما باشد تا بتوانید سود حاصل در کسب و کار خود را افزایش دهید. شما باید یک سری از محصولات مشخص را بفروشید تا بتوانید سود خود را افزایش دهید. با در نظر گرفتن افزایش در آمد و صرف هزینه های مالی فروش و تبلیغات خود را افزایش دهید تا درآمد شما نسبت به مخارج مصرفی گسترش یابد.

شما با اجرای 10 راهکار برای افزایش سود و بازدهی در تجارت خود می توانید پول بیشتری بدست آورید و موفقیت بسیاری در تجارت خود کسب کنید. امید است با خواندن این مقاله در راستای پیشرفت و تعالی قدم بردارید.



WEBSIMA  
CREATIVE AGENCY



### کتاب بک لینک سازی جلد ۱

اگر شما تا قبل از این از بک لینک سازی استفاده نکرده اید و یا برای مدت زمان کوتاهی از آن استفاده کرده اید، اطمینان دارم که نکات مفیدی از این کتاب خواهید آموخت. تاثیر سئو و بک لینک سازی در هر زمانی متفاوت بوده است، اما امروز ایجاد یک بک لینک با کیفیت بیش از هر زمان دیگری اهمیت دارد.

دانلود کتاب



# گوشه بازاریابی

بازاریابی شیوه های گوناگونی دارد که بسته به نوع محصول و بازار هدفی که مد نظر داریم انتخاب می شود.

W



منظور از بازاریابی گوشه ، بازاریابی برای یک قسمت متمرکز و قابل هدف گذاری بازار است. اغلب کسانی که به دنبال بازاریابی رقابت و مطمئن هستند و سود کلان میخواهند به این شیوه از بازاریابی روی می آورند. در بازاریابی گوشه صاحبان کسب و کار و تولیدکنندگان به دنبال تنوع محصول نیستند. این شیوه از بازاریابی به سوی تخصص گرای پیش میرود. تولیدکنندگان محصولات ارگانیک از این قبیل هستند. تولید محصولات کشاورزی بازاراعظمی را در بردارد این درحالیست که برای محصولات ارگانیک تخصصی شده و بازارهدف بسیارکوچکی را نسبت به بازارهدف محصولات کشاورزی معمولی شامل میشود بنابراین دلیل آنکه تولیدکننده به سمت رضایت مشتری و تکمیل نیازهای خاص مشتری پیش میرود میتواند مبلغ قابل ملاحظه ای علاوه بر هزینه ساخت به خاطر ارزش افزوده دریافت کند و حاشیه سود بیشتری برای محصولات خاص بوجود آورد.

شرکت ها به ۲ دلیل بازاریابی انجام میدهند:

رشد

بقا

توجه به رشد در میان شرکت ها نسبت به بقا بیشتر دیده میشود این درحالیست که اولویت با تداوم و بقاست به خصوص در شرکت های کوچک.

رقابت شدید کشورهایی که قادر به تولید با هزینه های پائین هستند از جمله چین مشکلات زیادی را برای بسیاری از صنایع فراهم کرده است. تولیدکنندگان برای بقا باید خود را با محیط تطابق دهند و استراتژی رقابت از طریق پایین آوردن قیمت مانند چین اشتباه است و به هر حال تجارت به ضرردهی پیش خواهد رفت بنابراین باید بین خود و بازارهای این چینی تمایز و ارزش افزوده بوجود آورد. ازسوی دیگر باید در نظر داشت که بازارمصرف به سمتی پیش میرود که خواهان کالا و خدمات خاص و لوکس هستند در نتیجه هر اندازه موانع تجارت کاهش یابد ، کشورها و شرکت ها بر رقابت تمرکز بیشتری داشته و بیشتر تخصصی میشوند.

بازاریابی گوشه نیز به عنوان استراتژی رقابتی در نظر گرفته میشود، با وجود اینکه مزایایی از قبیل سوددهی بالا، تخصصی بودن، رقابت کم و اطمینان بالا بر آن حاکم است ولی چند ریسک پنهان دارد برای مثال:

1 ▲ نفوذ رقیبی که میخواهد در بخشی از بازار حضور یابد.

2 ▲ یکنواختی بازار به دلیل ترجیح مشتریان

3 ▲ ورود محصول جدید

در بازاریابی گوشه باید بدانیم که :

- ▲ مشتریان نیازهای مشخص و معینی دارند
- ▲ مشتریان پاداش شرکت را برای هر چه بهتر مرتفع شدن نیازشان میپردازند
- ▲ بازار گوشه جذابیتی برای دیگر رقبا ندارد
- ▲ پول معینی از تخصیص شدن بازار به دست میآید
- ▲ بازار گوشه يك وسعت، سود و پتانسیل رشد دارد

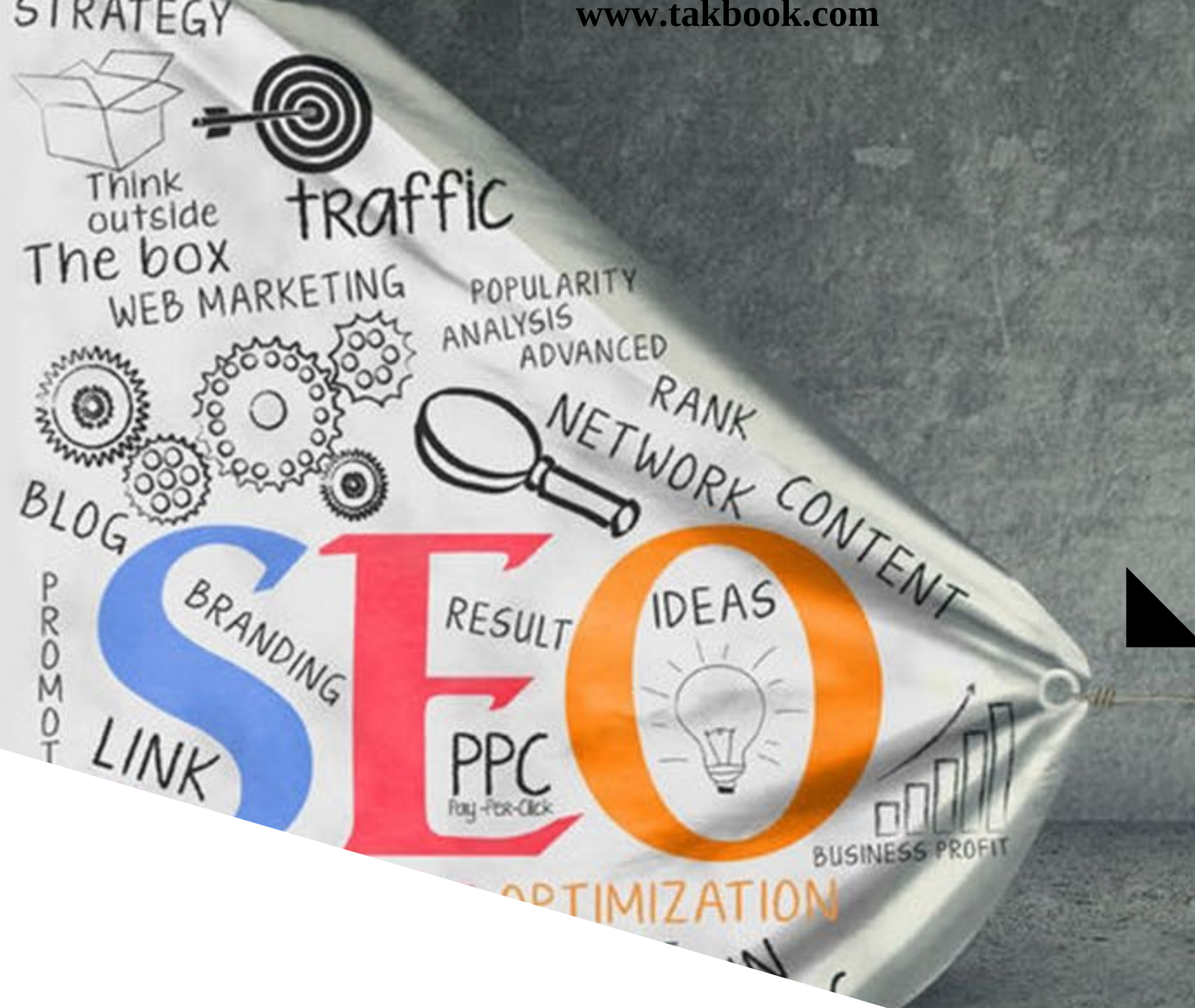
متداولترین روش برای تشخیص بازار گوشه بررسی بازار و تشخیص محصول گوشه، تحقیق و توسعه و گرایش به خلاقیت و تغییر در جهت بهبود محصول کنونی است.

درنهایت باید یادآوری نمود که هر محصولی که با بازاریابی گوشه معرفی و عرضه میگردد پتانسیل تبدیل به یک محصول عادی و کسب بازار معمولی را دارد.



# تکنیک کلیدی ۲۰ در سئو

بدون شک شما به دنبال راهکار های کلیدی برای آموزش سئو هستید تا بتوانید با بکارگیری تکنیک های سئو در سایت خود، به نتیجه مناسبی برسید. اکنون با ارائه ۲۱ تکنیک کلیدی در راستای آموزش سئو با ما همراه شوید:



## 1 لینک های شکسته یا مرده

لینک های شکسته، لینک هایی هستند که بنا به دلایلی کار نمی کنند در نتیجه مشکلاتی در سئو سایت شما بوجود می آورند. اغلب، پیدا کردن این لینک ها کاری دشوار می باشد ولی اگر شما با سیستم ویرایش ویکی پدیا آشنا باشید به راحتی می توانید لینک های شکسته سایت خود را پیدا کنید.

همان طور که در تصویر می بینید سیستم ویرایش ویکی پدیا در مواجهه با برخی از لینک ها دچار سردرگمی می شود ولی آن ها را حذف نمی کند در عوض یک پاورقی کوچک با عنوان "لینک مرده" (dead link) به آن اضافه میکند.

این پاورقی علاوه بر این که این فرصت را به سایر ویراستاران می دهد تا لینک را قبل از حذف کردن، مرده اعلام کنند، این امکان را به ما نیز می دهد تا لینک های مرده سایت خود را پیدا کنیم. شما با وارد کردن عبارت زیر در موتور جستجو صفحه ای مربوط به سایت خود را در نتایج جستجو مشاهده خواهید کرد.

سایت: [wikipedia.org](http://wikipedia.org) [ریسپانسیو] + "لینک مرده"

بنابراین شما می توانید منابع لینک مرده را روی سایت خود دوباره ایجاد کنید و لینک مربوطه را به سایت خود ارجاع دهید. ولی این فقط یک لینک با تگ (nofollow) به شما ارائه می دهد. همچنین شما می توانید با ابزار WikiGrabber لیستی از لینک های مرده ویکی پدیا را پیدا کنید.

## 2 کشف کلمات کلیدی منحصر بفرد در سئو

بهترین مکان برای یافتن کلمات کلیدی منحصر بفرد سایت Reddit Search می باشد. شما به راحتی با مراجعه با این سایت می توانید لیستی از کلمات کلیدی پر کاربرد در حوزه کاری خود را پیدا کنید. به طور مثال اگر در این سایت کلمه کلیدی headphone را جستجو کنید، زیر دایرکتوری های مختلفی از این کلمه کلیدی را مشاهده می کنید. شما باید به دنبال لینک هایی باشید که در آن پرسش هایی توسط مردم مطرح شده است تا بتوانید در زیر دایرکتوری headphone از کلمات کلیدی خاص مطلع شوید. برای نمونه در مثال زیر یک مدل از هدفون بارها و بارها مورد پرسش افراد مختلف قرار گرفته است و شما با مراجعه به ابزار keyword planner گوگل و اطلاع از تعداد دفعات جستجو این کلمه، توسط افراد مختلف می توانید کلمات کلیدی متنوعی را پیدا کنید. برای مثال برای کلمه

کلیدی headphone کلمه 2,400 eyerdynamic DT-770 که یک کلمه کلیدی پر تکرار در reddit می باشد. به تعداد 2400 بار در گوگل جستجو شده است. در آخر باید اشاره کرد اگر افراد کشور شما در reddit فعالیت نمی کنند، در سایت های دیگری به دنبال نظرات افراد در حوزه های مختلف باشید، تا بتوانید بهترین و منحصر بفرد ترین کلمات کلیدی را انتخاب کنید.

### 3 استفاده از سایت Delicious

اگر شما مدتی است که قدم در دنیای سئو گذاشته باشید می دانید که بهترین راه برای کسب موفقیت در دریافت لینک، هدف گذاری روی مطالبی است که قبلا ایجاد شده اند و مورد استقبال افراد مختلف واقع شده اند. سایت Delicious.com محلی مناسب برای یافتن افرادی است که در کلمات کلیدی مورد نظر شما مطلبی پر بازدید را منتشر کرده اند. برای مثال ؛ شما با یافتن کلمه کلیدی مورد نظر خود و محتوایی شبیه به محتوایتان می توانید لیست افرادی که لینک آن صفحه را ذخیره کرده اند را مشاهده کنید و پس از آن با مشاهده پروفایل آن ها و ارتباط محترمانه به آن ها اطلاع دهید که شما هم محتوا و سایتی با آن حوزه موضوعی را دارا هستید.

### 4 انتخاب تگ عنوان و توضیحات با توجه به Adwords Ads

کاملا واضح است که عنوان و توضیحات مناسب در نتایج جستجو باعث می شود افراد زیادی روی لینک ها کلیک کنند. حال شاید با این پرسش مواجه شوید که کاربران بیشتر روی چه عناوین و توضیحاتی کلیک می کنند. شما به راحتی با مشاهده Adwords ads می توانید عنوان و توضیحات مناسبی را پیدا کنید. شما باید با مشاهده تگ عنوان و توضیحات تبلیغات گوگل سعی کنید که برای صفحات خود از آن ها الهام بگیرید. برای مثال اگر کلمه کلیدی طراحی سایت را جستجو کنید می توانید با استفاده از نتایج برتر و نتایج تبلیغاتی گوگل تگ meta و title مناسبی را پیدا کنید.



برای مثال شما با مشاهده عنوان طراحی سایت برای اکثر تبلیغات گوگل می توانید طراحی سایت شرکتی طراحی سایت موبایل و ... را انتخاب کنید. فقط باید دقت کنید که از عنوان و تگ متا این نتایج برتر استفاده کنید ولی کپی نکنید چرا که در صورت کپی موفقیتی در سئو کسب نمی کنید.

### 5 استفاده از سایت ALLTOP

شما با مراجعه به سایت AllTop و مشاهده وبلاگ هایی که در حوزه سایت شما فعالیت می کنند، می توانید با صاحبان این وبلاگ ها در ارتباط باشید و سایت خود را به آن ها معرفی کنید.



## 6 گزینش محتوای مناسب

انتخاب محتوای مناسب از اهمیت خاصی برخوردار است. در این قسمت محتوایی ایجاد کنید که متناسب با نیازهای کاربران سایت شما باشد. برای مثال تصویر زیر دارای محتوایی است که دارای بازدید بالایی می باشد. دلیل این است که همان طور که در تصویر می بینید با ایجاد محتوای مناسب و ایجاد سوال در ذهن کاربران، کاربران را به سمت مشاهده لینک ها ترغیب می کند.

## 7 لینک از سایت های قابل اعتماد

با توجه به الگوریتم های مرغ مگس خوار و پنگوئن و بروز رسانی الگوریتم های گوگل از سال 2003 تاکنون، و با وجود گذشت 10 سال از ارائه نظریه هیل تاپ هنوز هم این نظریه نقش مهمی در رتبه بندی سایت های مختلف ایفا می کند لینک از سایت های قابل اعتماد از اهمیت ویژه ای برخوردار است. نظریه هیل تاپ یکی از تکنیک های سئو on-page می باشد که بر اساس کیفیت لینک های خارجی یک وب سایت مشخص می کند که آیا یک صفحه، منبع مفیدی از اطلاعات را دارا می باشد یا خیر. سایت های قابل اعتماد تمایل دارند تا به دیگر سایت های قابل اعتماد و خوش سابقه لینک بدهند، در حالی که سایت های اسپم لینک های به شدت کمی را از چنین سایت هایی دریافت می کنند. سایت های با صلاحیت و قدرتمند شامل آن دسته از سایت هایی می شوند که در الگوریتم "هیل تاپ" قرار دارند و لینک هایی را در اختیار شما قرار می دهند که به خوبی وجود محتوای حرفه ای را در موضوعات خاص نشان می دهد. به عبارتی صفحاتی که لینک صفحات مفید و جذاب را در سایت خود قرار می دهند از نظر گوگل برای افراد مختلف منبع مفید محسوب می شوند.



## 8 رعایت ۳ تکنیک کلیدی برای قرار گیری در صفحه اول گوگل

باید به این نکته اشاره کرد که هیچ تفاوتی بین سائیتی که جایگاهی در صفحه 2 یا 3 گوگل دارد و سائیتی که جایگاهی در صفحه 55 قرار دارد، وجود ندارد. رقابت بین سایت ها برای کسب جایگاهی در صفحه اول گوگل می باشد. در این بخش با رعایت 3 نکته کلیدی به راحتی جایگاهی در صفحه اول را بدست می آورید.

▲ از ابزار وبمستر گوگل که به تازگی به نام Search Console تغییر نام داده است استفاده کنید.

ابتدا به اکانت Search Console مراجعه کنید و سپس به قسمت

Search Traffic -> Search Analytics

مراجعه کنید و با انتخاب گزینه position جایگاه کلمات کلیدی سایت خود را مشاهده کنید.

اگر شما برای کلمات کلیدی که در صفحه 2 و 3 گوگل قرار دارند، تعداد کلیک های قابل قبولی دریافت کرده باشید، اطمینان پیدا می کنید که کلمه کلیدی مناسبی را انتخاب کرده اید. شما می توانید میزان محبوبیت آن کلمه کلیدی با معیاری به نام میزان جستجو در ماه اندازه بگیرید .

▲ شناسایی صفحات معتبر در سایت خود

شما به راحتی می توانید با مراجعه به سایت a href و با انتخاب گزینه Top Pages در قسمت Overview لیستی از صفحات معتبر سایت خود را ببینید.

▲ پس از یافتن کلمات کلیدی معتبر خود به این صفحات مراجعه کنید و لینک هایی از صفحات سایت خود که دارای بازدید کمتری می باشند را در این صفحات قرار دهید.





## 9 استفاده از واژگانی مانند “از آنجا که” در ایمیل خود برای افراد علاقه مند به حوزه موضوعی سایت

همان طور که در بخش های قبلی توضیح داده شد شما می توانید با ایمیل محترمانه از افرادی که در حوزه موضوعی سایت شما مطالبی را منتشر کرده اند بخواهید که به سایت شما مراجعه کنند، ولی باید با استفاده کلماتی مانند از آنجا که و چون که در ایمیل خود محتوای ایمیل شما مشخص شود.

برای مثال شما می توانید بگویید :

سلام دوست عزیز از آنجا که وبلاگ شما در مورد موضوع آشپزی را مشاهده کرده ام خوشحال می شوم سایت من را که در مورد پخت کیک است را مشاهده کنید با تشکر

## 10 در قسمت توضیحات و عنوان مربوط به ویدیو های یوتوپ خود از کلمات کلیدی مناسبی استفاده کنید.

از آنجا که موتور های جستجوی گوگل قادر به خواندن فیلم و عکس نیستند و فقط می توانند متن را بخوانند در ویدیو هایی که در یوتوپ منتشر می کنید عنوان و توضیحات را با توجه به کلمات کلیدی سایت خود تکمیل کنید تا علاوه بر اینکه در صفحه اول ویدیو های یوتوپ جایگاه مناسبی کسب کنید بتوانید در گوگل هم از جایگاه مناسبی برخوردار شوید.

## 11 استفاده از عنوان غنی در تگ تایتل

استفاده از کلمات کلیدی غنی در تگ عنوان سبب می شود ترافیک سایت شما افزایش یابد. به طور مثال اگر شما کلمه کلیدی سئو را به عنوان تگ تایل خود انتخاب کنید به احتمال زیاد موفقیت کمی کسب می کنید تا زمانی که کلمه کلیدی تکنیک های کلاه سفید در سئو را انتخاب کنید. شما می توانید با ابزار Search Console خود از محبوبیت یک عنوان و میزان جستجو آن کلمه کلیدی در ماه اطلاعات لازم را کسب کنید و سپس پس از بررسی های لازم به موفقیت برسید.

## 12 ▲ کلمات کلیدی جدید پیدا کنید .

همواره برای موفقیت در سئو باید کلماتی را پیدا کنیم که دارای رقیبان کمتری باشند. هرچه کلمات کلیدی منتخب ما منحصر بفرد تر باشد در تکنیک های مربوط به سئو می توانیم موفق تر عمل کنیم و در نتیجه رتبه مناسب تری را کسب کنیم. برای یافتن کلمات کلیدی جدید می توانید حیطه موضوعی سایت خود را در ویکی پدیا جستجو کنید و پس از آن با توجه به نتایج و لینک های نشان داده شده کلمات کلیدی جدیدی را انتخاب کنید.

## 13 ▲ منابع غنی برای نوشتن محتوا پیدا کنید

شما برای ایجاد محتوای مناسب نیاز به ایجاد منابع غنی از سایت های مختلف دارید. برای مثال فرض کنید به وبلاگ های معتبر جهت ایجاد محتوایی با کلمه کلیدی آموزش سئو نیاز دارید، در این شرایط می توانید با استفاده از جملات زیر لیستی از بهترین منابع در رابطه با کلمه کلیدی سئو را بیابید و منابع سایت خود را مبنی بر این منابع قرار دهید.

▲ بهترین وبلاگ های آموزش سئو

▲ برترین آموزش سئو

▲ 20 وبلاگ آموزش سئو 1394

## 14 ▲ محتوای شما باید دارای حداقل ۱۰۰۰ کلمه باشد

برای ایجاد هریک از صفحات سایت خود باید محتوایی ایجاد کنید که حداقل دارای 1000 کلمه باشد. با توجه به تحقیقات وبلاگ SERPIQ blog10 نتیجه برتر نشان داده شده در موتور های جستجو گوگل دارای محتوایی به اندازه حداقل 2000 کلمه می باشند. محتوایی غنی با کلمات زیاد علاوه بر اینکه به موتور های جستجو نشان می دهد که برای ایجاد محتوا زمان صرف شده است؛ موجب می شود افراد مختلف آن محتوا را معتبر در نظر بگیرند و سعی کنند که محتوای سایت شما را به اشتراک بگذارند.

## 15 ▲ توجه به اولویت لینک ها

فرض کنید شما دارای دو لینک در یک صفحه هستید که هر دو لینک به یک صفحه لینک می شوند. حال این سوال پیش می آید که گوگل به کدام از لینک ها توجه می کند. موتور های جستجو گوگل در برخورد با دو لینک که به یک صفحه لینک می شود، لینک دوم را نادیده می گیرند و فقط به لینک اول توجه می کنند.

فرض کنید که شما دارای یک منو با گزینه های زیر هستید، از آنجا که منو در بالای صفحه وب سایت شما قرار دارد موتور های جستجو اول این لینک را مشاهده می کنند و اگر یکی از لینک های زیر منو به یک صفحه یکسان با گزینه منو لینک شوند، موتور های جستجو زیر منو را نادیده می گیرند و فقط به لینک منو توجه می کند.

## 16 کلمات کلیدی خود را بسازید

شما با انتخاب کلمات کلیدی منحصر بفرد می توانید جایگاه اول موتور های جستجو گوگل را به خود اختصاص دهید برای مثال فرض کنید شما یک شیوه نوین در سئو را ایجاد کرده باشید و یا اقدام به تولید برند تجاری جدید کرده باشید. این امر سبب می شود شما رتبه 1 آن برند تجاری را کسب کنید. وب سیما یکی از این نمونه ها می باشد که توانسته است رتبه 1 برند تجاری وب سیما را کسب کند.

## 17 دریافت نظرات کاربران در مورد محصول و خدمات شما

یکی از بهترین راه های بدست آوردن شهرت در کسب و کارهای اینترنتی استفاده از نظرات افراد مختلف می باشد. شما می توانید با جمع آوری آدرس ایمیل وبلاگ نویسان مختلف از آن ها بخواهید تا در مورد کسب و کار و محصولات شما نظرات خود را بدهند. البته این کار فرایند زمان بری می باشد ولی ابزار های مختلفی برای این کار وجود دارد یکی از این ابزار ها سایت Tomoson می باشد که شما می توانید با قرار دادن محصولات خود در این سایت و گرفتن تایید از بلاگر ها به انتخاب خود محصولات را برای آن ها بفرستید و آن ها در قبال آن نظرات خود را در مورد محصول مورد نظر ارائه می دهند.

## 18 استفاده از سایت های تخصصی

شما برای موفقیت در سئو سایت خود باید از سایت های تخصصی در رابطه با حوزه مفهومی سایت خود استفاده کنید و از افراد متخصص کمک بگیرید. شما می توانید مراحل زیر را اجرا کنید.

- ▲ لیستی از بهترین وبلاگ ها و وب سایت ها در حوزه تخصصی سایت خود را بیابید.
- ▲ در یک فایل اکسل لیستی از اطلاعات سایت های تخصصی از جمله نام، اطلاعات تماس و آدرس صفحات اجتماعی آن ها را تهیه کنید.
- ▲ در وبلاگ های مورد نظر بخشی را که با حوزه فعالیت سایت شما متناسب است را بیابید به طور مثال در سایت های مربوط به خودرو حوزه انتخابی شما ممکن است مشخصات فنی خودرو، قیمت خودرو، کیفیت خودرو و مقایسه خودرو ها باشد. با توجه به کیفیت مطالب تخصصی و نظر کارشناسان سعی کنید از این مطالب استفاده کنید و محتوای غنی را ایجاد کنید.
- ▲ شما می توانید با فرستادن ایمیل به کارشناسان از آن ها در حیطه موضوعی سایت خود پرسش هایی را مطرح کنید و در قبال پاسخ آن ها و تشکر، لینک سایت خود را برای آن ها بفرستید.



## 19 لینک بیلدینگ

با توجه به اینکه گوگل برای رتبه بندی سایت شما به تناسب موضوعی بک لینک های دریافتی و سایت توجه می کند، سایت شما باید با بک لینک های تناسب معنایی و مفهومی داشته باشد. شما با مراجعه به سایت Flippa.com می توانید به راحتی در این استراتژی موفقیت کسب کنید. در این سایت افراد مختلف سایت های خود را می فروشند، در نتیجه برای فروش سایت خود اطلاعاتی از جمله کلمات کلیدی سایت، استراتژی های محتوایی و منابع لینک ها را در اختیار شما قرار می دهند. شما با مراجعه با دسته بندی های این سایت می توانید اطلاعات سایت های موفق را در حوزه مفهومی سایت خود که دارای رتبه 1 و 2 هستند را دریافت کنید. فروشندگان سایت های موفق اطلاعات بک لینک های دریافتی را در قسمت Editorial links در اختیار خریداران قرار می دهند و شما می توانید به راحتی از این لینک ها در سایت خود استفاده کنید.

## 20 استفاده از تبلیغات شبکه های اجتماعی برای یافتن کلمات کلیدی جدید

تبلیغات شبکه های اجتماعی گزینه ای بزرگ از کلمات کلیدی جدید می باشد. با توجه به این که تعداد کاربران شبکه های اجتماعی بسیار زیاد می باشد، شما به راحتی می توانید کلمات کلیدی جدیدی را پیدا کنید و در موتور های جستجو گوگل رتبه مناسبی را کسب کنید.



● استراتژی

## Mobile-first

در کسب و کار شما





با شنیدن اصطلاح mobile-first ذهن شما به این سمت کشیده می شود که وب سایت شرکتی شما و ویژگی های بصری آن در صفحات موبایل به درستی نمایش داده شود.

امروزه با توجه به افزایش تعداد افرادی که برای دسترسی به اینترنت از موبایل خود استفاده می کنند ، شرکت ها پایه سایت های خود را متناسب با نمایش صحیح در موبایل قرار داده اند.

اگرچه برای نمایش درست سایت در صفحات نمایشی کوچک بسیاری از قابلیت های سایت کاهش پیدا کرده است ولی شرکت ها باید در آغاز کسب و کار، تمرکز خود را بر روی نمایش صحیح در موبایل هم بگذارند. توصیه می شود که پایه سایت خود را روی نسخه موبایل قرار دهید و امکانات و کارایی بیشتر، را روی نسخه کامپیوتری اجرا کنید. یکی از ویژگی های mobile-first ریسپانسیو بودن

سایت می باشد به معنی این که سایت در تمام صفحات نمایشی و انواع مختلف تلفن همراه به درستی نمایش داده شود.

با توجه به گرایش بازار توسط مصرف کننده و افزایش دسترسی به وب توسط موبایل، احتمال می رود کسب و کار هایی در آینده موفق می شوند که استراتژی mobile-first را پایه و اساس خود قرار داده باشند اگرچه بعضی می گویند که توجه به mobile-first و کسب و کار مبتنی بر آن بهترین راه برای افزایش سود می باشد ولی اهمیت استراتژی mobile-first بستگی به نوع شرکت و حوزه فعالیت آن کسب و کار دارد.

دلیل این است که بخش بزرگی از جمعیت برای دسترسی به اینترنت از موبایل استفاده می کنند در نتیجه کسب و کار های بزرگ و کسب و کار های کوچک و هر فردی که مدیریت کسب و کار خود را انجام می دهد بهتر است که خود را در سایت های متناسب با موبایل در دید مصرف کنندگان قرار دهد.



# 52

راهکاربازاریابی

در

اینستاگرام

آیا شما با اینستاگرام آشنا هستید و برای  
افزایش فروش و گسترش کسب و کار از آن  
استفاده کرده اید؟



در سال 2010 پس از ارائه اینستاگرام تحول عظیمی در شبکه های اجتماعی ایجاد شد و روز بروز به تعداد کاربران اینستاگرام افزوده شد. این تحول به قدری عظیم بود که تعداد کاربران در سال 2014 به 300 میلیون رسید. تعداد پست های ارسالی در هر روز در اینستاگرام تقریباً 70 میلیون است. مردم با اینستاگرام چنان درگیر شدند که تا به حال با هیچ رسانه اجتماعی درگیر نشده اند. به گزارش Forrester ارتباط مردم با برند های تجاری در اینستاگرام 400% بیشتر از فیس بوک و توییتر می باشد. هر فردی 58 بار بیشتر از فیس بوک به اینستاگرام می پردازند و این آمار برای توییتر 120 بار بیشتر می باشد.

130 میلیون کاربر فعال ماهانه در اینستاگرام فعالیت می کنند. استفاده از اینستاگرام در راستای تجارت و کسب و کار شما منجر به این می شود که فروش خود را افزایش دهید و کسب و کار خود را گسترش دهید. اگر تازه به دنیای اینستاگرام قدم گذاشته اید و یا می خواهید بازاریابی در اینستاگرام را تجربه کنید با ما همراه باشید.

▲ اکانتی برای تجارت خود در اینستاگرام بسازید.

▲ نام کاربری خود را هم نام با برند خود انتخاب کنید اگر آن نام قبلاً توسط شخص دیگری انتخاب شده باشد سعی کنید نامی انتخاب کنید که ارتباط نزدیکی با برند تجاری شما داشته باشد.

▲ پروفایل خود را کامل کنید و اطلاعات مختصری درباره خود در قسمت توضیحات بنویسید و آدرس وب سایت خود را در آن جا بنویسید.

▲ اکانت اینستاگرام خود را به فیس بوک متصل کنید تا در هر دو رسانه اجتماعی مشهور فعالیت داشته باشید.

▲ در صفحه فیس بوک خود تب اینستاگرام را قرار دهید. این کار باعث می شود که در هر زمان که عکسی در صفحه اینستاگرام گذاشتید پیروان شما در فیس بوک متوجه شوند.

شرکت های مانند مرسدس بنز در یکپارچه سازی محتوای خود در فیس بوک و اینستاگرام موفق بوده اند.



▲ یک استراتژی خاص برای برند خود در نظر بگیرید.

استراتژی برند خود را تایین کنید و اهداف برند خود را مشخص کنید تا تصاویر و ویدیو های خود را در راستای آن برند و متناسب با اهداف کسب و کار خود قرار دهید.

▲ از هشتگ استفاده کنید

هشتگ ها عناصر مهم اینستاگرام می باشند. این روش یک راهکار است تا کاربران بتوانند با استفاده از موبایل خود جستجو روی برنامه کاربردی را انجام دهند. بر خلاف سایت های دیگر مانند توییتر در اینستاگرام جستجو شما بر حسب تعداد کاراکتر محدود نمی شود. از هشتگ برای توصیف عکس های خود استفاده کنید ولی در استفاده از آن ها زیاد روی نکنید.

▲ ویژگی خاص برند خود را در هشتگ ها بنویسید

در بعضی از وقت ها نام برند تجاری خود را در هشتگ ها بنویسید. اگر در صفحه خود کمپین خاصی تشکیل داده اید و یا مسابقه برگزار کرده اید فقط از هشتگ خاصی استفاده کنید تا مخاطبان شما بتوانند با آن هشتگ شما را دنبال کنند.

به طور مثال در تصویر رو به رو برای صفحه Dry Soda از هشتگ خاصی استفاده شده است تا کاربران بتوانند عکس منتخب هفته را مشاهده کنند.



▲ از هشتگ های عمومی استفاده کنید

از هشتگ هایی استفاده کنید که عمومی باشند تا افراد به راحتی تصاویر شما را مشاهده کنند. به طور مثال اگر شما یک کافی شاپ دارید و عکس اینستاگرامتان مربوط به اسپرسو خوشمزه است از هشتگ های زیر استفاده کنید. # کافی شاپ # خوشمزه

از هشتگ های داغ و بروز استفاده کنید

موضوعات داغ به شما کمک می کند که افراد زیادی عکس های صفحه شما را مشاهده کنند چرا که اکثر افراد به دنبال آن موضوعات هستند. استفاده از هشتگ های بروز و مورد علاقه افراد در گسترش کسب و کار شما از طریق اینستاگرام موثر است.

▲ از ابزار Instagram Hashtag Contest استفاده کنید.

این ابزار علاوه بر اینکه به شما کمک می کند تا طرفداران شما بتوانند عکس خود را با هشتگ خاص آپلود کنند. همچنین در این ابزار این امکان وجود دارد که همه گالری تصاویر شما در فیس بوک و وب سایت شما قابل مشاهده باشد.

▲ هشتگ های برند خود را بررسی کنید

مشتریان شما با استفاده از هشتگ ها با شما ارتباط برقرار می کنند. بهتر است مواردی که تگ می شوید را بررسی کنید و به مشتریان خود هرچه سریع تر پاسخ دهید.

▲ فالور های خود را تشویق کنید

شما می توانید با قرار دادن عکس فالور های خوب و فعالتان در داخل صفحه اینستاگرام و یا حتی در وب سایت خود از فالور ها قدر دانی کنید.



صفحه رسمی برند Starbucks که یکی از 3 برند معروف در اینستاگرام می باشد. از فالورهای خود می خواهد که از محصولات Starbucks عکس بگیرند و با هشتگ خاصی در داخل صفحه خود قرار دهند پس از آن هرچند هفته یکبار عکسهای منتخب را در صفحه خود قرار می دهد و به این ترتیب فالورها تشویق می شوند. همچنین Starbucks آن تصویر منتخب را در کاور فیس بوک خود قرار می دهد.



### ▲ لینک عکس فالورهای خود را بردارید

در اینستاگرام این امکان وجود دارد که لینک عکس فالورهای خود را بردارید و برای تشویق آن ها آن لینک را در سایت خود بگذارید تا وفاداری خود را به آن ها نشان دهید. مانند Starbucks که لینک عکس هایی که با هشتگ های مربوط وجود دارد را در وب سایت خود قرار می دهد.

### ▲ تصاویر فالورهای خود را لایک کنید

با لایک کردن تصاویر مشتریان آن ها را تشویق کنید و از آن ها قدر دانی کنید خصوصا اگر آن ها تصاویری از برند شما را در صفحه اینستاگرامشان قرار داده اند، با لایک کردن آن تصویر از آن ها قدر دانی کنید. در زیر پست های فالور ها نظرات خودتان را بنویسید

شما باید فالورهای خود را با نوشتن نظرات خود زیر پست های آن ها تشویق کنید. خصوصا اگر آن ها پست هایی در رابطه با برند تجاری شما می گذارند.

### ▲ به نظرات فالور پاسخ دهید

اگر فالور ها در زیر پست های شما سوالی می پرسند و یا نظری منفی و یا مثبت ارائه می دهند به آن ها پاسخ دهید.

### ▲ با تگ @ فالورهای خاص خود را مورد مخاطب قرار دهید

شما می توانید تصاویر ارسالی مشتریان خود و یا تصاویری که در هشتگ های خاصی که شما تعیین می کنید قرار دارند را انتخاب کنید و با قرار دادن (@ نام فالور) آن تصویر را در صفحه خود قرار دهید.





تصویر رو به رو عکس منتخب از  
شرکت کوکا کولا می باشد.

- ▲ اگر پست های شما مربوط به صنعت و تجارت افراد مشهور است در پست های خود از @نام افراد مشهور استفاده کنید تا آن ها پست های شما را مشاهده کنند.
- ▲ برای جذب مشتریان خود تلاش کنید.
- همیشه از پست هایی در رابطه با برند تجاری خود استفاده نکنید و از موضوعاتی مانند شیوه زندگی، سرگرمی و... هم استفاده کنید تا فالور های شما از پست های شما بیشتر استقبال کنند.
- ▲ در ارائه تصاویر خلاق باشید سعی کنید از تصاویری زیبا استفاده کنید و از ترفند های و نورپردازی های خاصی استفاده کنید. نرم افزار های زیادی مانند فتوشاپ برای اینکار وجود دارد.

- ▲ از ویدیو استفاده کنید.
- در حال حاضر این امکان در اینستاگرام وجود دارد که ویدیو های 15 ثانیه ای خود را در اینستاگرام قرار دهید.
- ▲ در اینستاگرام ویدیوهای از محصولات و کالا های خود را قرار دهید تا مخاطبانتان بیشتر با محصولات شما آشنا شوند.
- اصالت کالا های خود را در پست هایی که می گذارید نشان دهید. عکس های پست های خود را جوری تهیه کنید که در آن پست کارایی محصولات شما مشخص شود.



- ▲ پست های خلاقانه تهیه کنید
- همان طور که در تصویر زیر مشاهده می کنید شرکت Pilot Pen USA که تولید کننده خودکار می باشد عکس دست خط مشتریان خود را همراه با آن خودکار داخل صفحات خود گذاشته است.





► برند تجاری خود را اثبات کنید

با قرار دادن عکس و فیلم ارزش های اصلی شرکت و برند تجاری خود را به دیگران نشان دهید.

► نشان دهید که هستید

مطمئناً این برای کاربران سرگرم کننده و جذاب می باشد تا بدانند در پشت صحنه شرکت شما

شما چه می گذرد. عکس هایی از کارمندان و قسمت های مختلف شرکت در صفحه اینستاگرام خود قرار دهید.

در تصویر Williams Sonoma از این تکنیک استفاده کرده است. و قبل از ضبط برنامه آشپزی عکسی از خود منتشر کرده است.

► سرگرم کننده باشید

ویدیو هایی موثق از مدیر عامل خود تهیه کنید و یا ویدیویی که افراد مختلف در لحظات مختلف در داخل شرکت چگونه هستند.

► محتوای منحصر بفرد ایجاد کنید

سعی کنید ویدیو ها و تصاویری در اینستاگرام قرار دهید که از آن ها در فیس بوک و دیگر صفحات اجتماعی استفاده نکرده اید.

► رویداد ها را به صورت زنده در اینستاگرام قرار دهید

اگر شما در حال راه اندازی پروژه جدید می باشید یا جلسه خاصی برگزار کرده اید. قسمتی از تدارکات برای آن رویداد خاص را در همان لحظه در صفحه اینستاگرام بگذارید.

► رویداد های جذاب را روی اینستاگرام قرار دهید

قبل از قرار دادن رویداد های شروع پروژه و یا آماده شدن برای یک محصول خاص به صورت زنده مطمئن شوید که آن رویداد برای مخاطبان شما جذاب می باشد. شما می توانید پشت صحنه ای از آماده سازی برای آن پروژه یا محصول خاص را قرار دهید ولی توضیح خاصی در مورد آن ننویسید.

► پس از رویداد ها تصاویری را در اینستاگرام قرار دهید

پس از اینکه یک پروژه به مرحله آخر رسید و یا راه اندازی یک محصول خاص به مرحله پایانی رسید تصاویری از آن محصول را در اینستاگرام قرار دهید.

▲ با برند های همکار دیگر همکاری کنید

ارتباط با برند های دیگر خصوصا اگر مربوط به کسب و کار شما باشد به افزایش فروش و گسترش کسب و کار شما کمک می کند.

▲ در پست های خود سوال بپرسید

اگر می خواهید با مخاطبات خود بیشتر در ارتباط باشید با پرسش از مخاطبان خود از آن ها بخواهید تا پاسخ خود را در نظرات مطرح کنند. با طراحی پرسش هایی از کاربران از آن ها بخواهید نظرات خود را در مورد پست های شما مطرح کنند.

▲ پرسش هایی در مورد محصولات و خدمات خود بپرسید

شما می توانید پرسش هایی مطرح کنید تا مخاطبان به بحث در مورد خدمات و محصولات شما ترقیب شوند به طور مثال می توانید از آن ها سوال بپرسید آیا تا به حال از این محصول استفاده کرده اید و یا با در نظر گرفتن هشتگی خاص از آن ها بخواهید عکس محصولات شما را که تا به حال خریداری کرده اند در آن هشتگ قرار دهند. شرکت بستی Target برای کاربران خود این سوال را مطرح کرده است که کدام طعم از بستنی های این شرکت را دوست دارند.

▲ سوالاتی در مورد سبک زندگی بپرسید

از مخاطبان خود پرسش هایی در مورد سبک زندگی و چگونگی حل مشکلات بپرسید به طور مثال اگر یک صفحه مد دارید از فالور های خود بپرسید آن ها چه نوع کفشی را با شلوار جدید شما می پوشند.

▲ از نوشته هایی با جای خالی استفاده کنید

نوشته ای بنویسید و از کاربران خود بخواهید جای خالی را تکمیل کنند به طور مثال اگر فروشنده مواد غذایی هستید پستی ایجاد کنید که عکس آن صبحانه باشد و با نوشتن جمله ای مانند من صبحانه ای را دوست دارم که پر از-----باشد. از کاربران بخواهید پاسخ شما را بدهند.

▲ انتخاب عنوان را به عهده مخاطبان بگذارید

در صفحه اینستاگرام خود پست هایی در رابطه با کسب و کار خود قرار دهید و از آن ها بخواهید برای آن تصویر عنوان مناسبی انتخاب کنند. همچنین می توانید برای عنوان برتر جایزه ای در نظر بگیرید.

▲ عکس محصولات خود را بگذارید و از مشتریان سوال بپرسید

با قرار دادن تصاویر محصولات خود در صفحه اینستاگرام و پرسش از فالور های خود می توانید دید بهتری در مورد محصولات کسب کنید و محصولات بعدی را در راستای سلیقه عموم افراد تولید کنید.

▲ مسابقه ای بر حسب هشتگ ایجاد کنید.

ایجاد مسابقه ای برای مخاطبان بهترین راه برای سرگرم کردن مخاطبان می باشد. شما می توانید مسابقه ای در نظر بگیرید و برای آن هشتگ خاصی را در نظر بگیرید. تصویر زیر مسابقه ای برای run by Jorg Gray می باشد.

▲ برای مسابقه خود جایزه در نظر بگیرید

با در نظر گرفتن جایزه برای کاربران خود آن ها را تشویق کنید تا در مسابقه شما شرکت کنند. سعی کنید جایزه ای را برای کاربران خود در نظر بگیرید که در ارتباط با کسب و کار شما باشد.



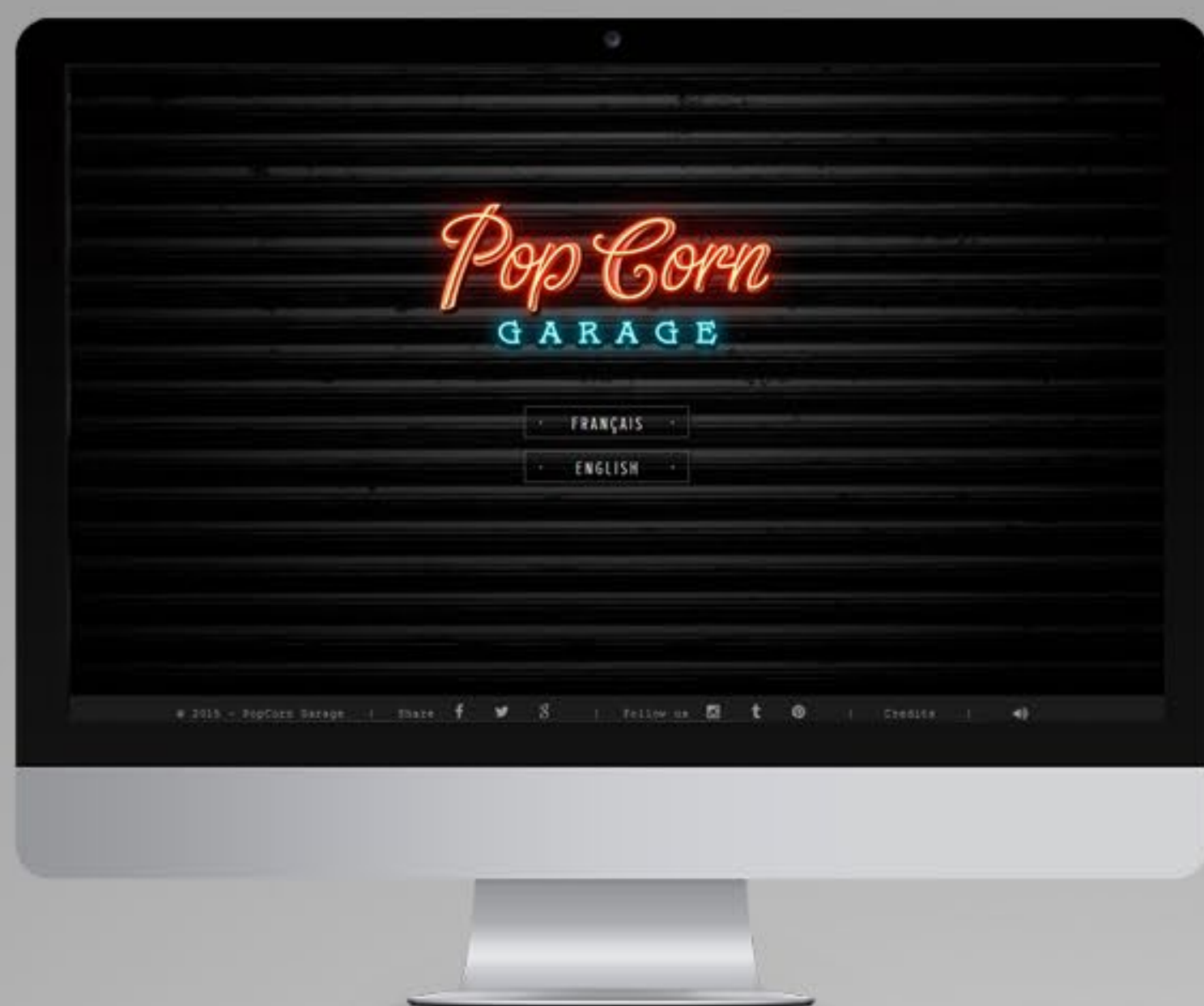


- ▲ با توجه به تعداد لایک بیشتر یک پست جایزه بدهید
- از ابزار Instagram photo contest استفاده کنید و از فالور های خود بخواهید عکس های خرید های خود از برند شما را در # خاصی قرار دهند پس از آن طریقه برنده شدن را برحسب تعداد لایک های یک پست در نظر بگیرید. این روش باعث می شود افراد برای جمع لایک بیشتر به دوستان خود مراجعه کنند و از این طریق افراد مختلفی باشما آشنا شوند.
- ▲ برچسب مکان خود را در پست های خود بگذارید
- هر پستی که درست می کنید مکان آن را قرار دهید و سعی کنید با این کار مشتریان محلی خود را هدف قرار دهید.
- ▲ از کد های QR استفاده کنید
- ▲ هشتگ ها را ترویج کنید
- سعی کنید یک هشتگ را برای مخاطبان در نظر بگیرید تا آن ها عکس های خود با آن هشتگ را در صفحات خود قرار دهند.
- ▲ از ابزار Instagram meetup استفاده کنید
- این ابزار باعث می شود علاقه مندان به زندگی واقعی و علاقه مندان به زندگی مجازی را مورد هدف قرار دهید.
- ▲ به طور مداوم پست ارسال کنید
- حتی اگر فالور های زیادی ندارید بطور منظم پست ارسال کنید. ارسال منظم پست علاوه بر اینکه ثبات و قوت برند تجاری را می رساند به شما کمک می کند تا مشتریان بیشتری داشته باشید.
- تعداد پست های خود را تایین کنید.
- شما ممکن است 2 یا 3 پست در روز در صفحه اینستاگرام می گذارید. بهتر است برای حساب کاربری خود قوانینی تایین کنید. و تعداد پست های ارسالی اکانت خود را بررسی کنید.
- ▲ زمان مشخصی را برای ایجاد پست در نظر بگیرید
- با توجه به نوع برند و خدماتی که ارائه می دهید و با توجه به شهر و کشور شما زمان مناسبی را برای ایجاد پست جدید در نظر بگیرید به طور مثال می توانید زمانی که بیشترین افراد شما را فالو می کنند و زمانی که بیشترین کاربران فعال وجود دارد را در نظر بگیرید و محتوای جدید خود را در آن زمان ایجاد کنید.
- ▲ صفحه اینستاگرام خود را بررسی کنید
- شما باید به طور مداوم تعداد لایک ها و تعداد کامنت ها و تعداد هشتگ ها را بررسی کنید تا بفهمید فالور های شما به چه مباحثی علاقه دارند و کدام مباحث را دنبال می کنند.
- ▲ به طور مداوم پیشرفت کنید
- اگر از عکسی استفاده کرده اید که مخاطبان زیادی داشت سعی کنید از آن عکس ها دوباره استفاده کنید و سبک پست های خود را در راستای همان تصاویر قرار دهید.
- ▲ همواره دانش خود را در راستای اینستاگرام بروز کنید
- اینستاگرام به طور مداوم در حال بروزرسانی خود می باشد و هر روز ویژگی های جدیدی به آن اضافه می شود پس بهتر است شما هم دانش خود را گسترش دهید.

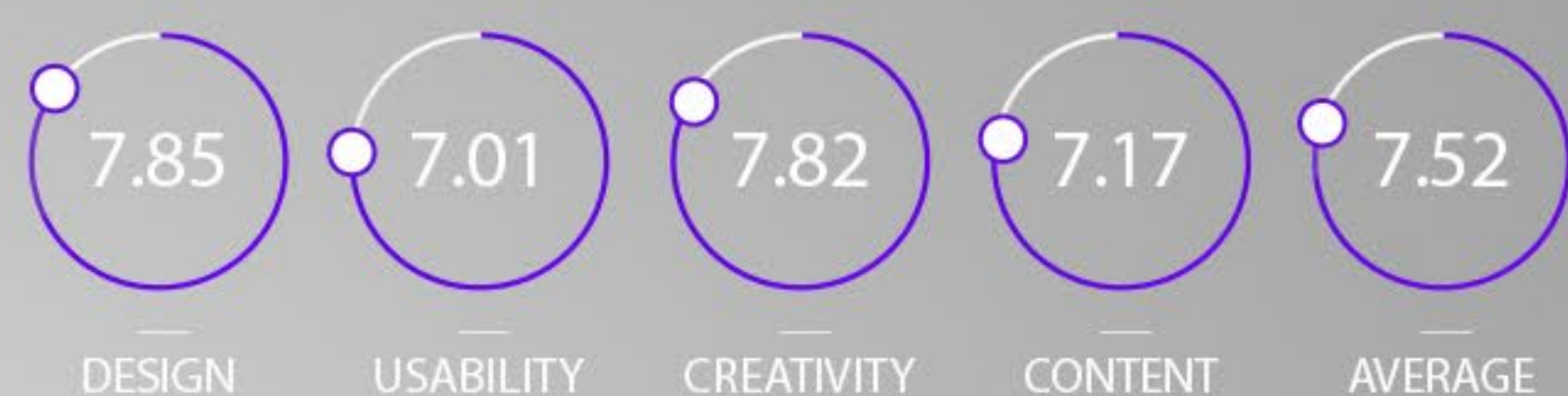
بررسی بهترین وب سایت های ماه از دید کارشناسی وب سایت معتبر  
**AWWWARD.COM**



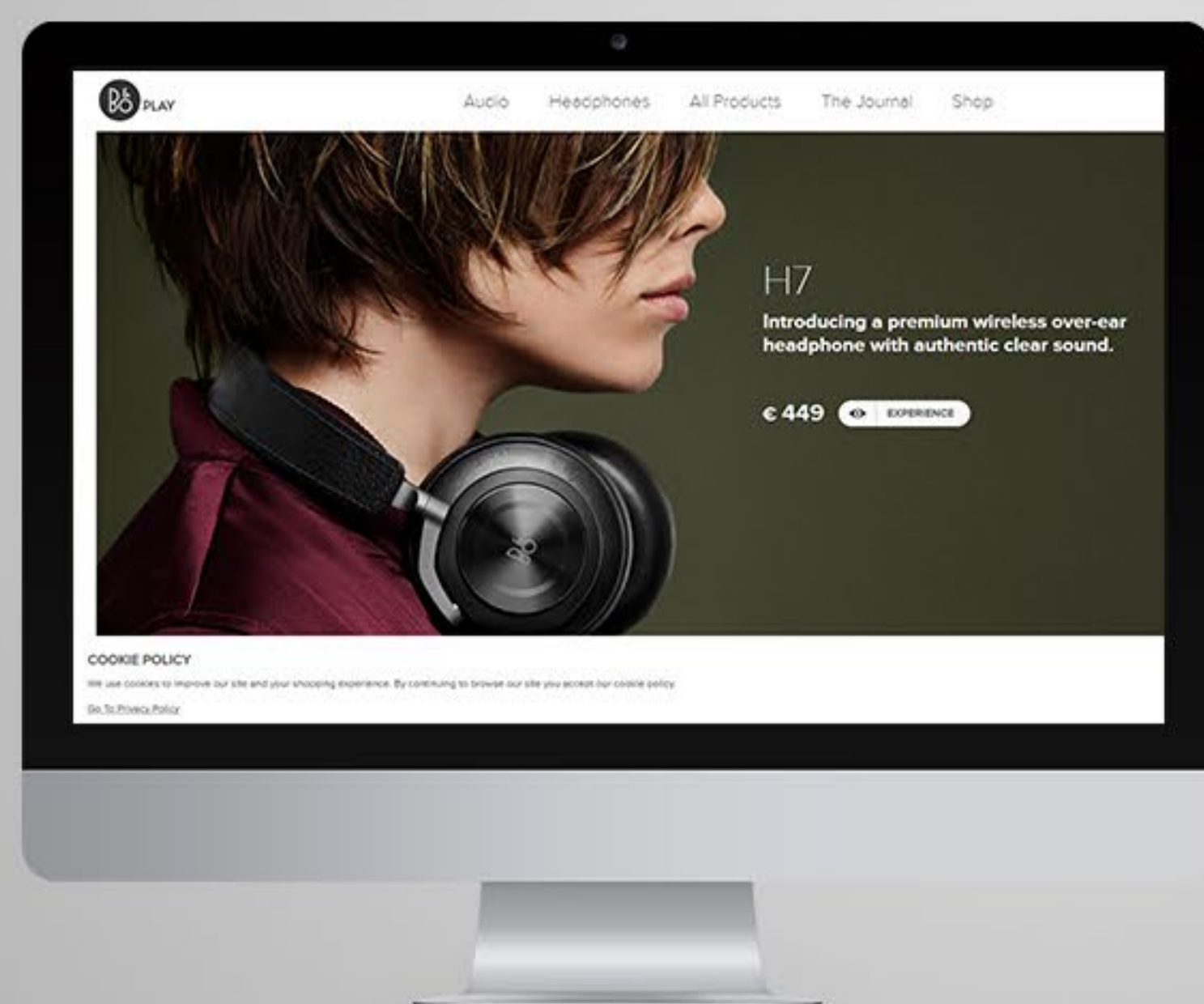
در چند سال اخیر با آگاهی بر اهمیت فضای مجازی و بستر پر رقابت آن، داشتن سایتی زیبا، کاربردی و استاندارد اهمیت ویژه ای پیدا کرده است. از این رو Awwwards اقدام به معرفی برترین سایت های فعال در فضای مجازی نموده که تحلیل و دلایل برتری این سایت ها را نسبت به سایرین در اختیار شما مخاطبین کسب و کار می گذاریم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



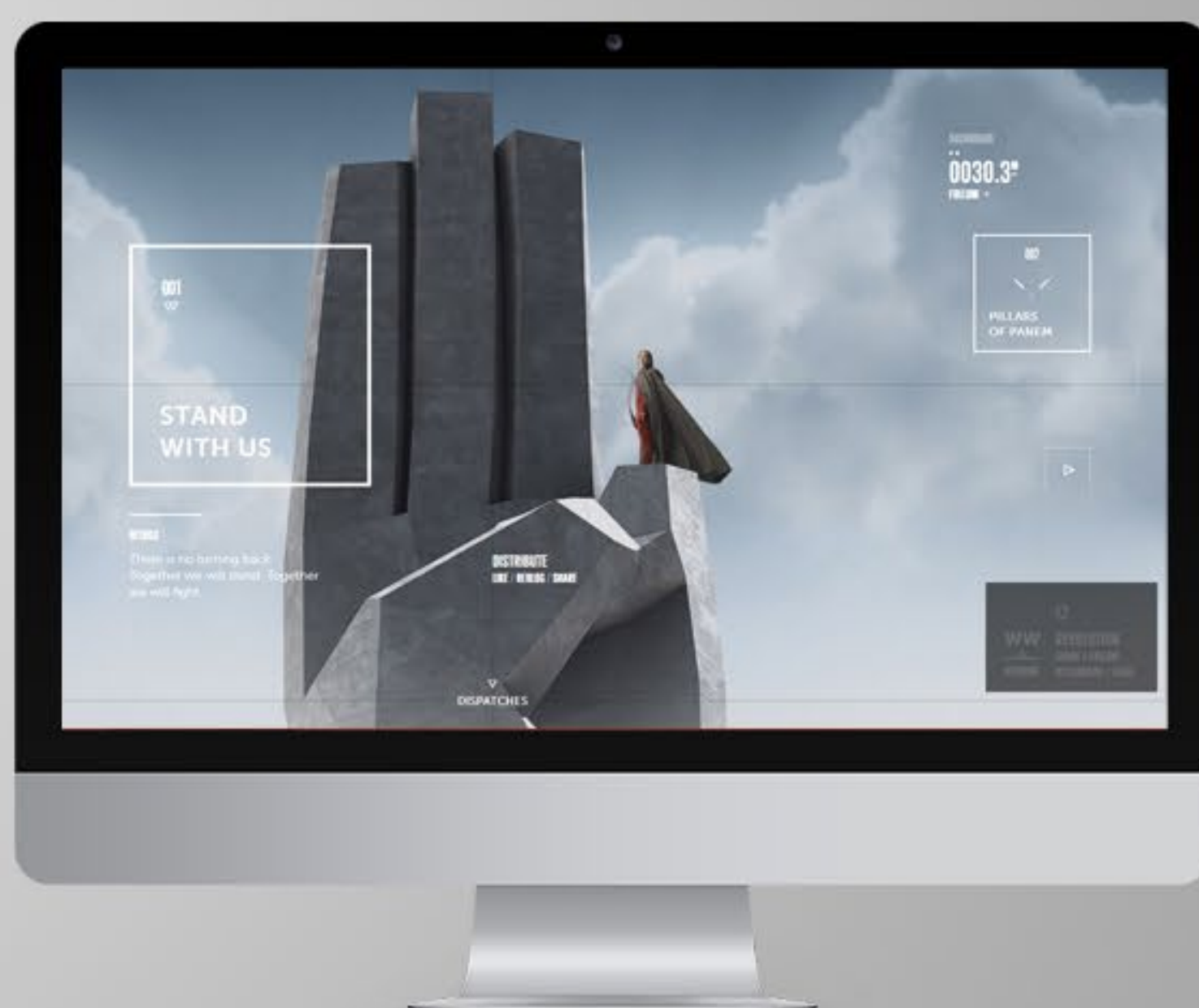
www.popcorngarage.com



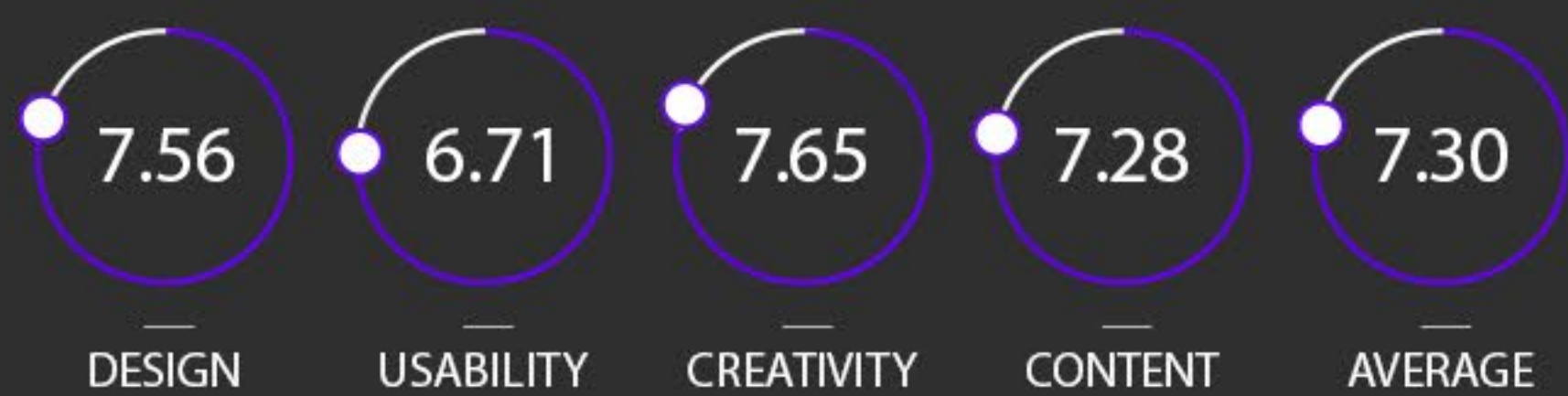
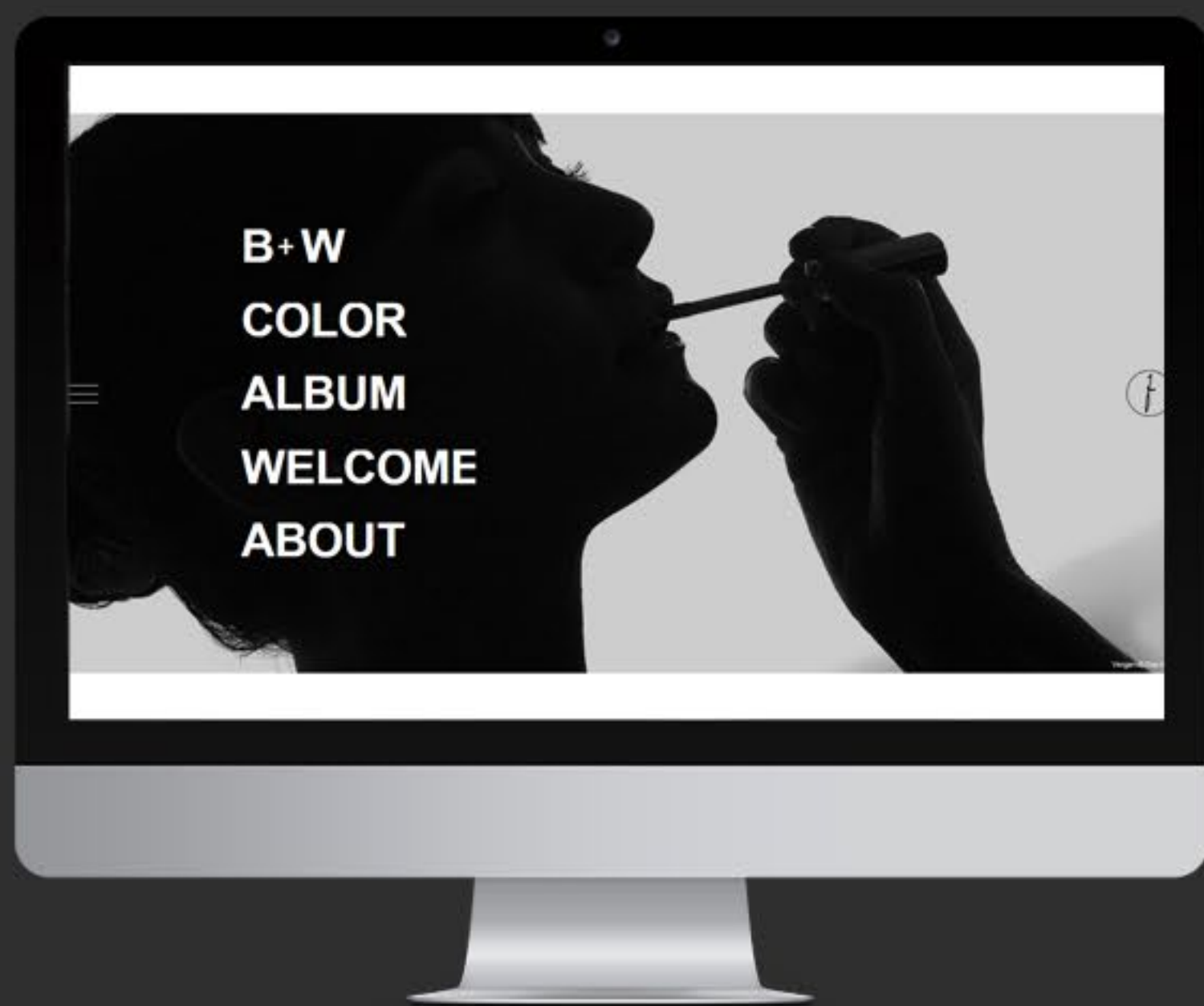
www.carandache.com/849paulsmith



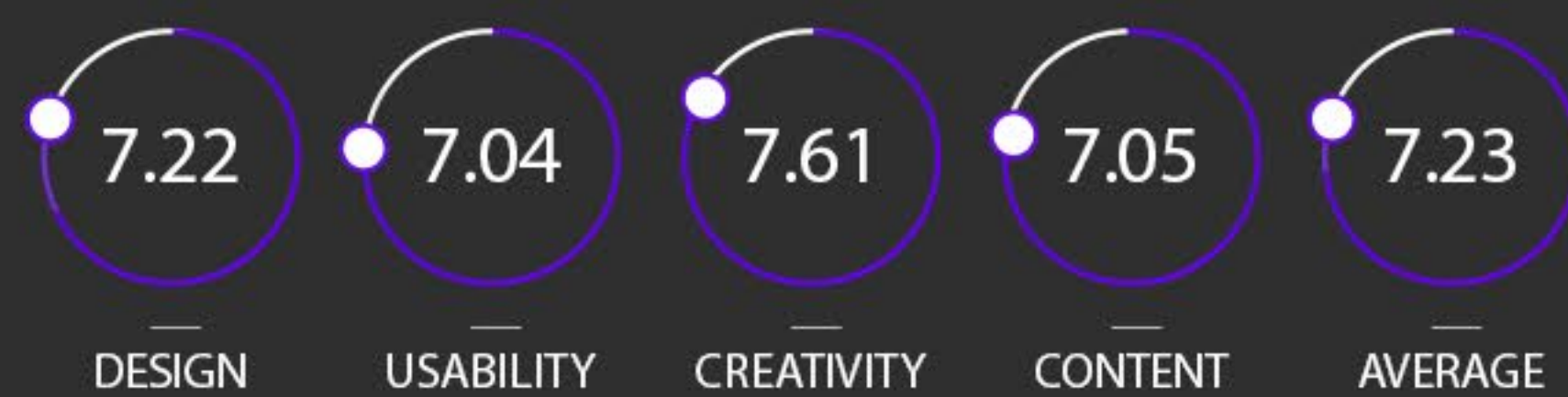
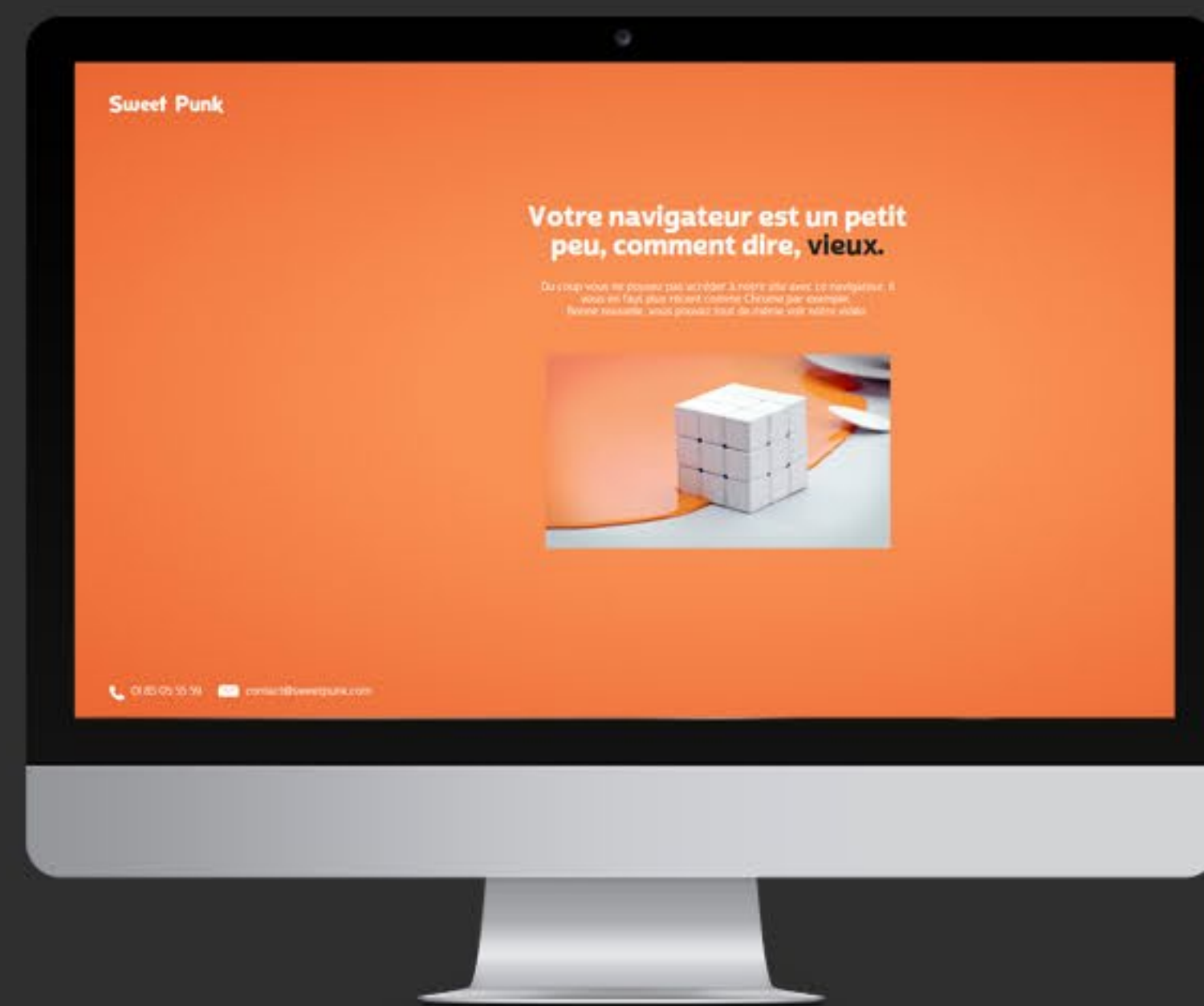
www.beoplay.com/products



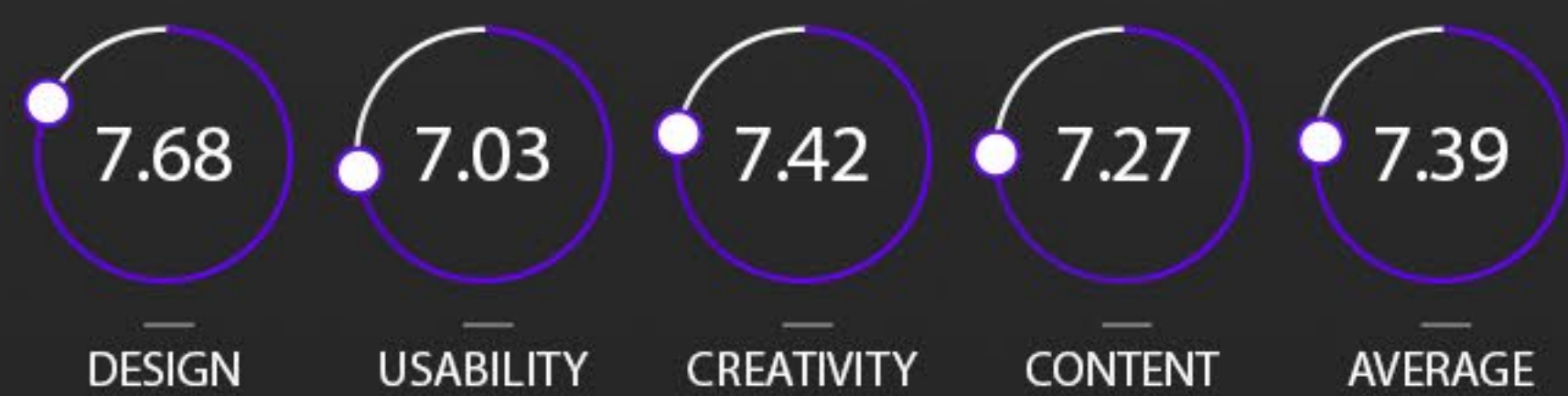
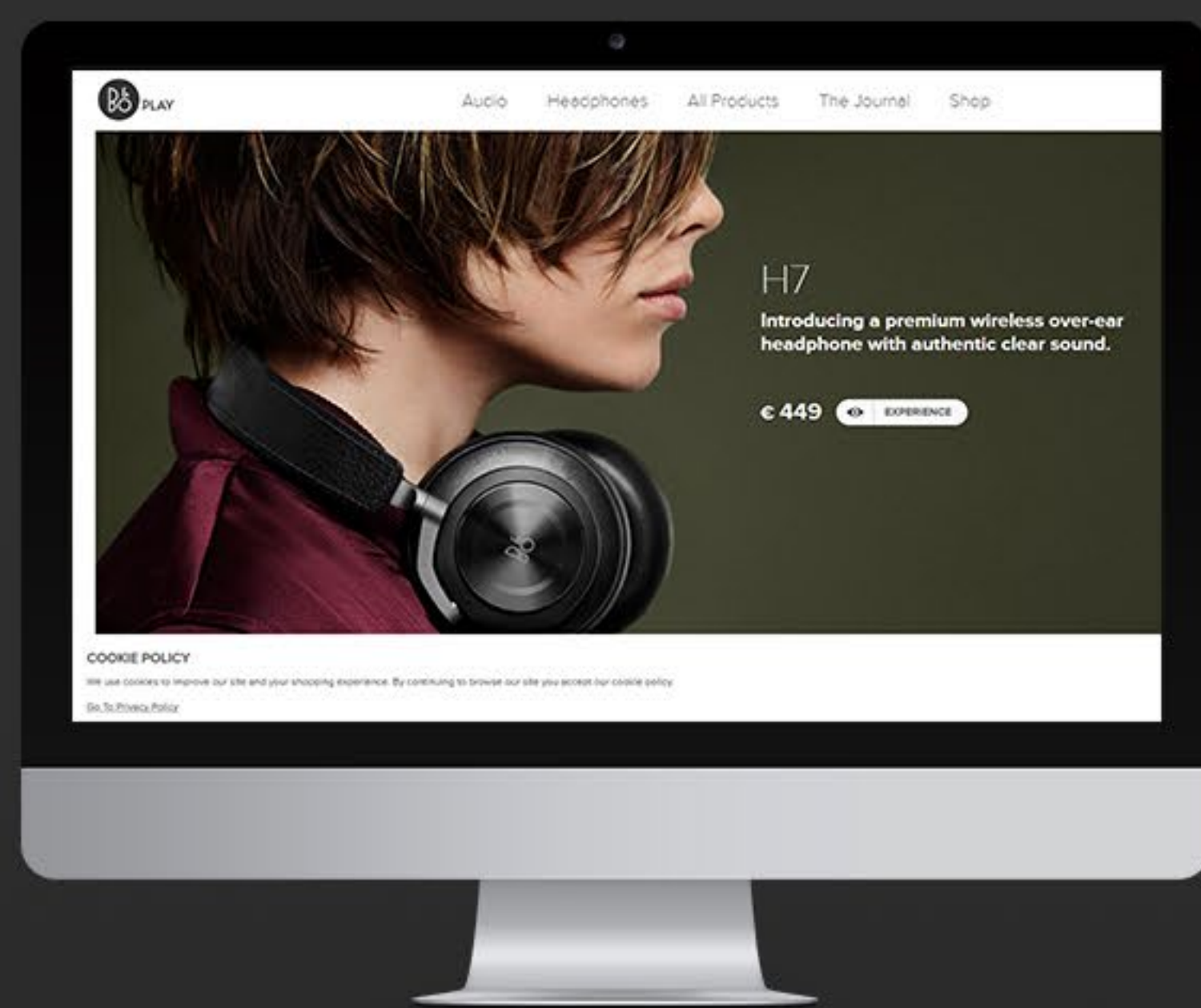
www.revolution.pn



fotofrigo.it/en



www.carandache.com/849paulsmith



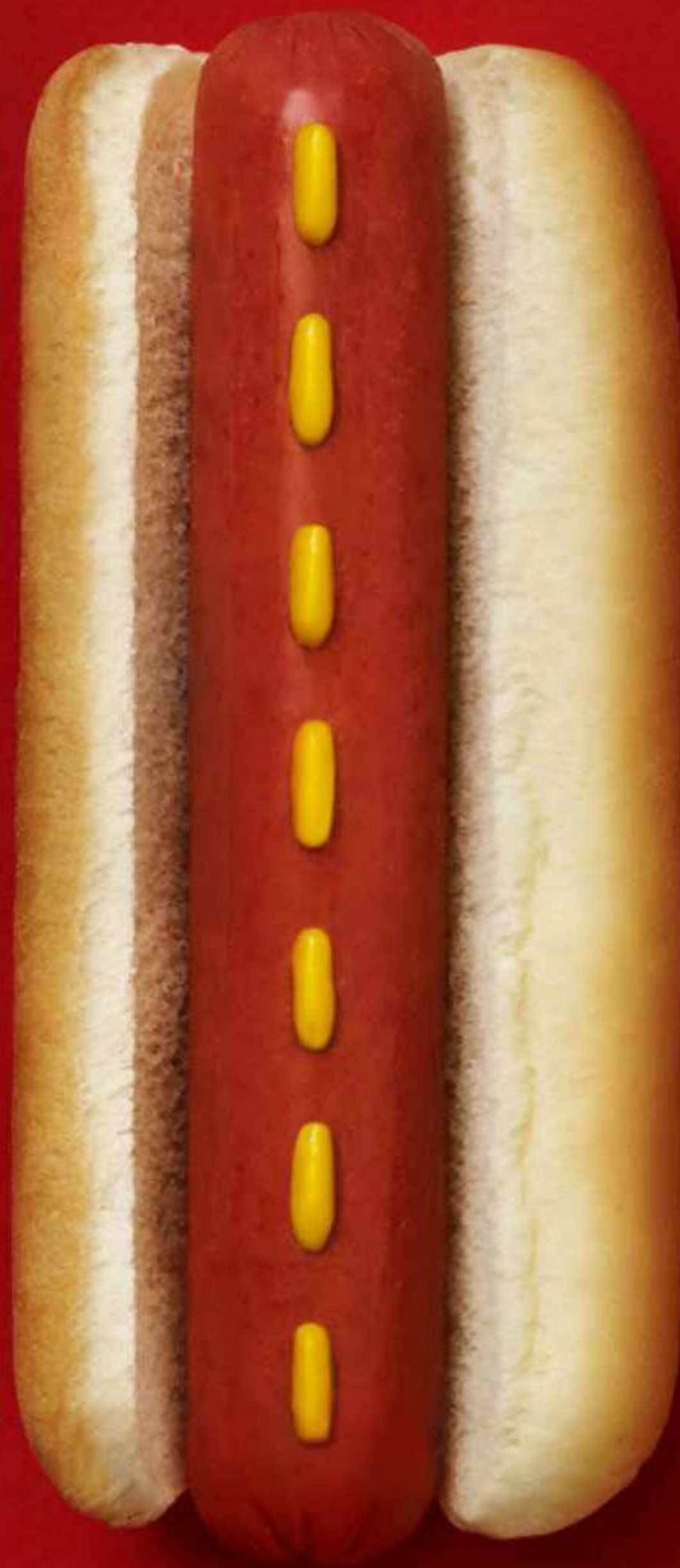
le-mugs.com/





## خلاقانه

خلاقیت چیزی جز بر هم زدن قوانین نیست. برای تفکر خلاق کافیست 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.



ON THE GO



آژانس تبلیغاتی : Spring, Vancouver, Canada  
مدیر خلاق : Rob Schlyecher  
مدیر هنری : Jeremy Grice  
عکاسی : Raeff Miles  
تاریخ انتشار : June 2015





*Listen to the storyteller.*



**FINGERPRINT!**  
AUDIO BOOKS

آژانس تبلیغاتی : Adfactors, India  
مدیر اجرایی : Rajnish Tripathi  
مدیران خلاق : Shashank Gupta, Rajnish Tripathi  
مدیر هنری : Rajnish Tripathi  
تاریخ انتشار : July 2015



Welcome back to school.



آژانس تبلیغاتی : Moroch, Dallas, USA  
مدیر اجرایی : Kevin Sutton  
مدیران خلاق : David Soames, Dustin Taylor  
مدیر هنری : Rajnish Tripathi  
عکاسی : Mark Ross





IN 1914,  
"TO COST  
AN ARM  
AND A LEG"  
WAS NOT  
A METAPHOR.

EXPERIENCE  
WHAT  
NOBODY  
SHOULD  
HAVE EVER  
EXPERIENCED

MUSEE  
DE LA  
GRANDE  
GUERRE

museedelagrandeg

آژانس تبلیغاتی : DDB, Paris, France  
مدیران خلاق : Alexandre Hervé  
مدیر هنری : Emmanuel Courteau  
کپی رایتر : Jean-François Bouchet  
تصویرگر : Didier Pazery  
تاریخ انتشار : June 2015

# مگشت

سفری به دور دنیای فناوری

محیط کاری گوگل: از میز بیلارد برای اتاق جلسات تا تونل زیر زمینی برای کار



یکی از خسته کننده ترین محیط‌هایی که هر مرد و زنی از آن فراری است – البته بعد از مدرسه، دانشگاه و سربازی – محیط کار است. محیط کار به مثابه زندانی حقیقی است که کارگران یا کارمندان بخت برگشته عمدتاً برای مبلغی ناچیز و مقرری محو شدنی هر روز یا اغلب روزهای هفته در آن حاضر می‌شوند و همچون بردگان فیلم اسپارتاکوس عرق می‌ریزند و گاه از فرط سختی شرایط جان می‌بازند.

هفته در آن حاضر می‌شوند و همچون بردگان فیلم اسپارتاکوس عرق می‌ریزند و گاه از فرط سختی شرایط جان می‌بازند. گوگل اما از این قاعده مستثنی است، کارکنان این شرکت نه تنها از ارج و قرب بالایی برخوردارند بلکه حقوق نجومی و محیط کار دلپسند حداقل مواردی است که انتظار آن‌ها را می‌کشد. در این آلبوم مایوس کننده نیم نگاهی داریم به وضعیت اسفبار کارمندان عمو گوگل...

نه تنها دفتر مرکزی شرکت گوگل در مانتن ویوی کالیفرنیا از این چهارچوب‌ها بهره می‌برد، بلکه در سایر شعبات این کمپانی در اقصی نقاط جهان، از تورنتوی کانادا گرفته تا زوریخ سوئیس شرایط مشابهی حکم فرماست. گوگلی‌ها می‌کوشند بهترین محیط‌های کاری ممکن را برای همکارانشان بسازند. جایی که دل‌کندن و رفتن به خانه را سخت و گاه ناممکن می‌کند!

جالب اینجاست که هر یک از این دفاتر با توجه به سلیقه و نوع نگاهی خاص تدارک دیده شده است. در حالی که در دفتر تورنتو با موسیقی‌های دلنشین مواجه هستیم؛ دفتر پاریس، بیشتر به سالن تئاتری دنج می‌ماند به خصوص با وجود خودرو سیتروئنی که در درونش پارک است!

اسپری NeverWet همیشه گجت‌های خود را ضد آب کنید

شرکت Ross Nanotechnology محصولی جدید را به بازار عرضه کرده که با اسپری کردن کمی از آن بر روی هر جسمی، آن را در مقابل آب، نفوذ ناپذیر می‌کند. این محصول جادویی NeverWet نام دارد.٪  
NeverWet با ایجاد یک لایه نازک از جنس سوپرهایدروفوبیک بر روی سطوح مختلف، به طور کامل از نفوذ آب جلوگیری می‌کند. هنگامی که مایعات با سطح پوشیده شده از این ماده برخورد می‌کنند حالت قطره مانند پیدا کرده و بدون آنکه به سطح بچسبند، از روی آن سر می‌خورند. این اتفاق به اثر لوتوس معروف است.



