

الحمد لله
الرحمن
الرحيم



عنوان ارائه:

متاورس در بازاریابی

استاد: دکتر محمد رحیم اسفیدانی

پژوهشگران: نرگس حبیبی،
محمد مشرقی، آرمیتا مجیدی،
سجاد غلامی

مقطع: کارشناسی
تاریخ ارائه: 8 خرداد 1403

فهرست مطالب

روش‌شناسی



مارکتینگ در
متاورس



مقدمه و کلیات



تحلیل و
ارزیابی



منابع



مقدمه و کلیات

فهرست

مارکتینگ در
متاورس

روش‌شناسی

تحلیل و
ارزیابی

منابع

مفهوم بازاریابی



- تعریف موسسه حرفه‌ای بازاریابی
- تعریف انجمن بازاریابی آمریکا
- دیدگاه فرانسوی

کلیات

مارکتینگ
در متاورس

روش‌شناسی

تحلیل و
ارزیابی

منابع



دانشگاه تهران

مفهوم متاورس

- تاریخچه و نحوه پیدایش اصطلاح متاورس
- عوامل کلیدی توسعه متاورس
- کاربران متاورس
- تعریف متاورس

"متاورس، تشکیل شده از کلمات متا، به معنای استعلا و برتری، و جهان، یک محیط آنلاین سه بعدی غیر متمرکز را توصیف می‌کند که پایدار و غوطه‌ور است که در آن کاربران که از طریق آواتارها نشان داده می‌شوند؛ می‌توانند از لحاظ اجتماعی و اقتصادی با یکدیگر در یک حالت خالقانه و همکارانه در فضاهای مجازی جدا از دنیای فیزیکی واقعی مشارکت کنند"

کلیات

مارکتینگ
در متاورس

روش
شناسی

تحلیل و
ارزیابی

منابع



دانشگاه تهران

ویژگی‌های متاورس

2 دسترسی همه‌جا و همه‌وقت به
فراجهان و هویت

4 سایر ویژگی‌ها: دیجیتالی‌سازی
دارایی‌ها، نوآوری یکپارچه، گستره
اقتصاد و...

1 واقع‌گرایی غوطه‌ور

3 قابلیت همکاری

کلیات

مارکتینگ
در متاورس

روش
شناسی

تحلیل و
ارزیابی

منابع



دانشگاه تهران

مارکتینگ در متاورس

فهرست

کلیات



روش شناسی



تحلیل و
ارزیابی



منابع



ویژگی‌های اثرگذار متاورس در بازاریابی

- 1- غوطه‌وری
 - ایجاد فرصت برای تجربه همه‌جانبه
 - ایجاد روش منحصر به فرد
- 2- شخصی‌سازی
 - امکان بازاریابی دقیق و هدفمند
 - جمع‌آوری داده‌ها به روش خاص

مارکتینگ
در متاورس

روش
شناسی

تحلیل

منابع

کلیات



دانشگاه تهران

ویژگی‌های اثرگذار متاورس در بازاریابی

3- دسترسی گسترده‌تر

- فرارفتن از محدودیت جغرافیایی و فیزیکی

4- مشارکت جوامع

5- سازگاری در زمان واقعی

6- حضور برند

کلیات

مارکتینگ
در متاورس

روش
شناسی

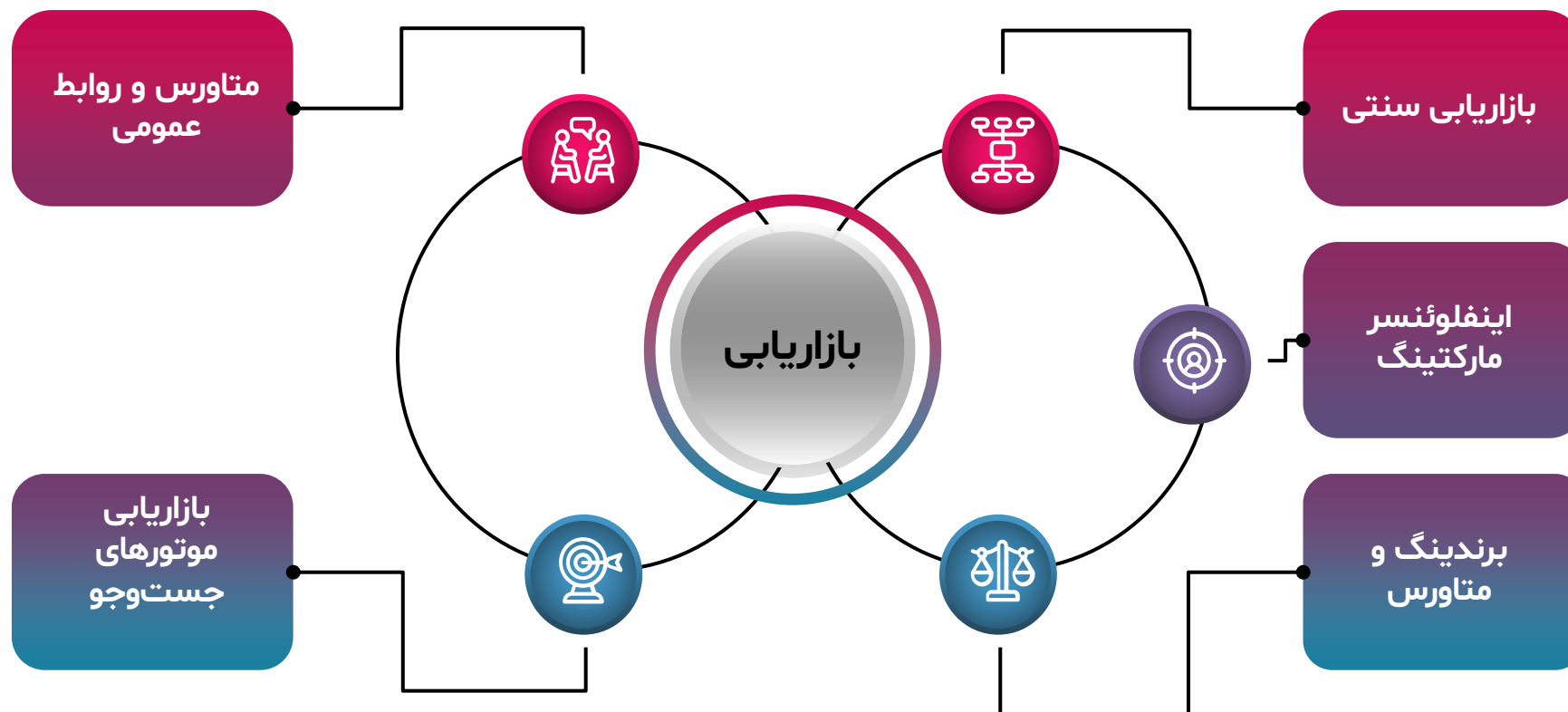
تحلیل

منابع



دانشگاه تهران

انواع بازاریابی در متاورس



کلیات

مارکتینگ
در متاورس

روش
شناسی

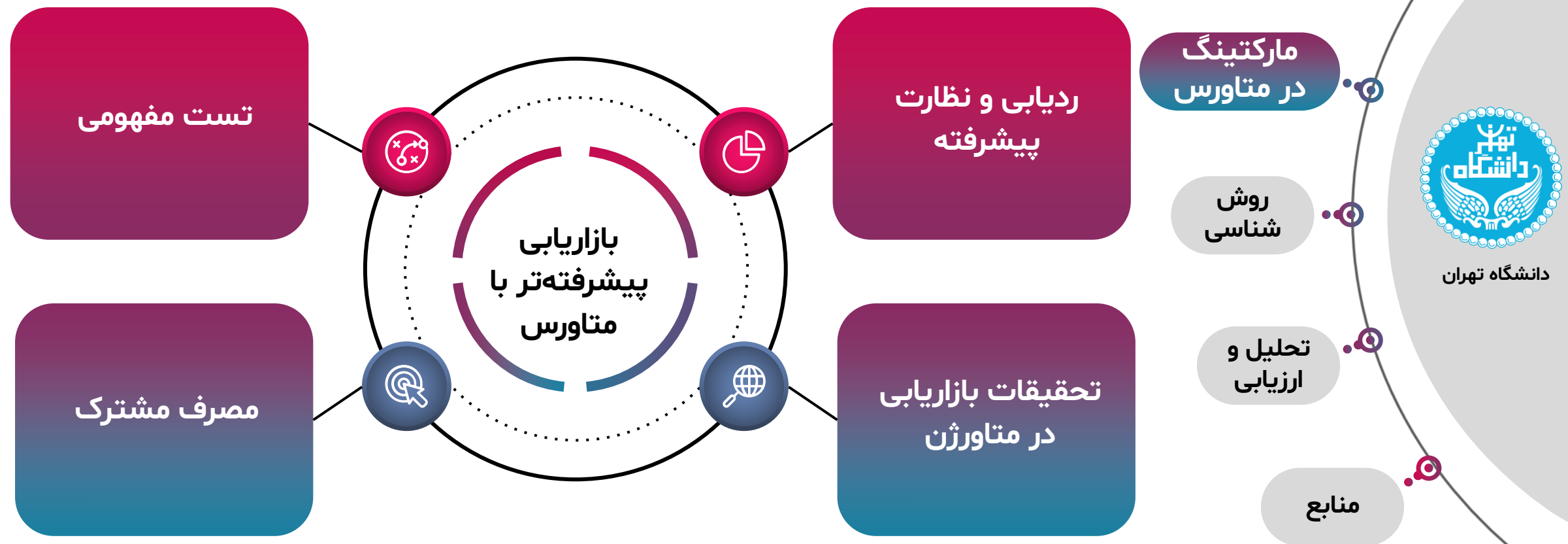
تحلیل و
ارزیابی

منابع



دانشگاه تهران

بازاریابی پیشرفته‌تر با متاورس



روش شناسی

فهرست



تحلیل و
ارزیابی

مارکتینگ در
متاورس

کلیات

منابع



ابزارهای متاورس برای تبلیغات

- قابلیت‌های واقعیت مجازی
- به کارگیری هوش مصنوعی (AI)
- استفاده از فناوری بلاکچین

کلیات

مارکتینگ
در متاورس

روش
شناسی

تحلیل و
ارزیابی

منابع



دانشگاه تهران

ابزارهای متاورس برای مشارکت کاربران

- ایجاد محیط‌های مجازی فراگیر برای تعامل
- ایجاد آواتار و ارائه پیشنهاد‌های شخصی‌سازی شده
- ایجاد بازی و چالش برای کاربران
- فرصت برای همکاری و هم‌آفرینی بین برند و کاربر

کلیات

مارکتینگ در
متاورس

روش
شناسی

تحلیل و
ارزیابی

منابع



دانشگاه تهران

ادغام واقعیت افزوده و مجازی برای تبلیغات فراگیر

- تعامل فوری کاربر با خدمات و محصولات
- استفاده از VR برای ارائه تجربه 360 درجه به کاربر
- تبدیل استراتژی‌های برندها به تجربیات تعاملی

کلیات

مارکتینگ در
متاورس

روش
شناسی

تحلیل و
ارزیابی

منابع



دانشگاه تهران

تحلیل و ارزیابی

فهرست

روش شناسی

مارکتینگ در
متاورس

کلیات

منابع

تأثيرات متاورس در بازاریابی

دسترسی به مخاطبان بزرگتر و شخصی سازی بازاریابی

جدید بودن فناوری و تغییرات مداوم

ایجاد برند، بازاریابی و تبلیغات

- پتانسیل ارتباط با مشتریان سراسر جهان
- پویایی و غنی بودن فضا؛ محیط در حال رشد
- استفاده از متاورس؛ یک مزیت رقابتی

کلیات

مارکتینگ
در متاورس

روش
شناسی

تحلیل و
ارزیابی

منابع



دانشگاه تهران

مزایای استفاده از متاورس

- به دلیل اجرای متاورس، شرکت‌ها قادر به تقویت ارتباطات خود با مشتریان و شرکای تجاری خود هستند.
- شرکت‌ها از متاورس برای افزایش حجم ترافیک سایت‌های خود و همچنین تعداد افرادی که به مکان‌های فیزیکی‌شان می‌روند، استفاده می‌کنند.
- استفاده از متاورس منجر به بهبود بهینه‌سازی موتور جستجو (SEO) شرکت‌ها می‌شود.
- شرکت‌ها با کمک متاورس برنامه‌های وفاداری مشتری را توسعه می‌دهند و با مشتریان به سطح عمیق‌تری ارتباط برقرار می‌کنند.
- با کمک متاورس، شرکت‌ها محصولات و خدمات نوآورانه‌ای را ارائه می‌دهند.
- شرکت‌ها از متاورس برای ایجاد گسترش برند استفاده می‌کنند، که باعث افزایش دیدیته برند و دسترسی به مشتریان جدید می‌شود.
- شرکت‌ها از متاورس برای ایجاد تجربیات تعاملی برای افرادی که تشکیل دهندگان مخاطبان هدف خود هستند، استفاده می‌کنند.
- استفاده از متاورس برای بسیاری از شرکت‌ها از نظر تولید سرمایه و درآمد موثر است.

کلیات

مارکتینگ
در متاورس

روش
شناسی

تحلیل و
ارزیابی

منابع



دانشگاه تهران

نمونه‌های خارجی

توضیحات	نحوه استفاده	برند
دیدن تصویر مجازی دیگری حین تعامل با او، ایجاد علایق مشترک بین اینفلوئنسرها و کاربران	هدست‌های واقعیت ترکیبی	مایکروسافت
برگزاری حراجی هنری، جواهری و کلکسیون‌ها در متاورس با رمزارز اتریوم	تاسیس یک شعبه	ساتبیز
تجربه استفاده از محصولات اپل در فضای متاورس و به اشتراک گذاشتن تجربیات	تجربه ساعت اپل	اپل
برگزاری تور مجازی بازدید از کارخانه کوکاکولا در فضای متاورس	تور مجازی	کوکاکولا

کلیات

مارکتینگ در متاورس

روش شناسی

تحلیل و ارزیابی

منابع



دانشگاه تهران

نمونه‌های داخلی



فروش زمین در سند باکس و دیسترالند

پروژه KISH-VR

استارت‌آپ متارنگ



کلیات

مارکتینگ
در متاورس

روش
شناسی

تحلیل و
ارزیابی

منابع



دانشگاه تهران

منابع تحقیق

فهرست

تحلیل و
ارزیابی

روش شناسی

مارکتینگ در
متاورس

کلیات

منابع تحقیق

منابع انگلیسی

- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Wang, Y., Alalwan, A. A., Ahn, S. J., Balakrishnan, J., ... & Wirtz, J. (2023). Metaverse marketing: How the metaverse will shape the future of consumer research and practice. *Psychology & Marketing*, 40(4), 750-776.
- Rathore, B. (2018). Metaverse marketing: Novel challenges, opportunities, and strategic approaches. *Eduzone: International Peer Reviewed/Refereed Multidisciplinary Journal*, 7(2), 72-82.
- Khatri, M. (2022). Revamping the marketing world with metaverse—The future of marketing. *International Journal of Computer Applications*, 975(29), 8887.

سایت‌ها

- <https://doi.org/10.3390/app13137628>
- <https://blog.emb.global/metaverse-marketing-tools-a-review/>
- <https://www.ediie.com/blog/metaverse-marketing-strategies-and-examples/>
- <https://pixelplex.io/blog/marketing-in-the-metaverse/>
- <https://sdlccorp.com/post/metaverse-marketing-strategies/>
- <https://arzdigital.com/metaverse-in-iran/>

کلیات

مارکتینگ
در متاورس

روش
شناسی

تحلیل و
ارزیابی

منابع



دانشگاه تهران



**با سپاس از
استاد و دانشجویان
محترم**