**بازاریابی دیجیتالی**

**مقدمه:**

بازاریابی دیجیتال جزئی از بازاریابی است که از اینترنت و فناوری های دیجیتالی مبتنی بر اینترنت مانند رایانه های رومیزی، تلفن های همراه و سایر رسانه ها و سیستم عامل های دیجیتال برای تبلیغ محصولات و خدمات استفاده می کند. توسعه آن در طی دهه های 1990 و 2000، مسیر استفاده برند ها و کسب و کار ها از فناوری را برای بازاریابی تغییر داد. از آنجا که بستر های دیجیتال به طور فزاینده ای در برنامه های بازاریابی و زندگی روزمره گنجانده می شوند و هنگامی که مردم به جای مراجعه به مغازه های فیزیکی به طور فزاینده ای از دستگاه های دیجیتال استفاده می کنند، کمپین های بازاریابی دیجیتال با استفاده از ترکیبات بهینه سازی موتور جستجو (SEO )، بازاریابی موتور جستجو (SEM)، بازاریابی محتوا، بازاریابی تأثیرگذار، اتوماسیون محتوا، کمپین بازاریابی، بازاریابی مبتنی بر داده، بازاریابی تجارت الکترونیکی، بازاریابی شبکه های اجتماعی، بهینه سازی شبکه های اجتماعی، بازاریابی ایمیل مستقیم، تبلیغات نمایشی، کتاب های الکترونیکی، و دیسک های نوری و بازی ها به امری عادی تبدیل شده اند. بازاریابی دیجیتال به کانال های غیر اینترنتی مانند تلویزیون، تلفن های همراه (پیام کوتاه و پیام کوتاه) و تماس های تلفنی توسعه داده شده است. گسترش کانالهای غیر اینترنتی، بازاریابی دیجیتال را از بازاریابی آنلاین متمایز می کند.