**گروه1**

پاراگراف 1

موبایل مارکتینــگ یکــی از جدیدتریــن مباحــث مطــرح در زمینــه بازاریابــی اینترنتــی اســت کــه به شــدت ســودآور بــوده و راهــکاری بینظیــر بــرای نســل جدیــد کســب وکار های آنلایــن بــه حســاب بیاد. امـروزه موبایل مارکتینـگ یکـی از روشهـای پرطرفـدار بـرای انجـام بازاریابـی اینترنتی اســت کــه در بلندمــدت میتوانــد بســیار بــرای شــما و کســب و کارتان پولســاز و ســودآور باشــد . امــا ممکــن اســت برایتــان ایــن ســؤال پیــش بیایــد کــه در ســال پیــش رو کدامیــک از اصلهــای موبایل مارکتینــگ بــرای کســب و کار شــما ســودآوری بیشــتر و تأثیــر چشــمگیرتری را فراهــم خواهــد آورد؟ آیــا شــما هــم میتوانیــد در بــر همه چیــز غالــب شــده اســت بــه ایــن آشــفتگی بــازار کــه ایــن روزهــا تقریبــا درآمـدی کـه مدنظرتـان اسـت برسـید ؟

پاراگراف2

ممکــن اســت پاســخ بــه ایــن ســؤالات تــا حــدودی بــرای شــما چالش برانگیــز و سـخت باشـد زیـرا سـال 2020 میـلادی سـالی اسـت کـه میتـوان آن را سـال تغییرات مثبــت و پیشــرفت نامیــد زیــرا همانطــور کــه میدانیــم ، در ایــن ســال تکنولــوژی به خصــوص در حــوزه تجهیــزات کامپیوتــری و تلفن هــای همــراه پیشــرفت بســیار چشــمگیر و قابل توجهــی داشــته اســت .

پاراگراف3

همانطـور کـه ممکـن اسـت اطـاع داشـته باشـید ، تکنولـوژی حـال حاضـر تلفن های همــراه هنــوز در حــال تغییــر دادن رفتار هــای کســب وکارها و مشــتریان اســت ، امــا تأثیــرات شــبکه وایرلــس ( اینترنــت بیســیم ) 5G کــه هم اکنــون درحال توســعه هسـت ممکـن اسـت از ایـن رویـه پیـروی نکنـد و راه خـود را بـه طریقـی دیگـر در پیــش بگیــرد . ســال 2020 بــا توســعه چشــمگیر نســل پنجــم شــبکه های موبایلــی موسـوم بـه 5G آغـاز شـد. حضـور ایـن نسـل جدیـد کـه فناوری هـای بـه کار رفتـه در ً مــدرن و متفــاوت هســتند باعــث شــد تــا حــاال اینترنـت و هرچیــزی کــه آن کامــا ً بازاریابـی اینترنتـی یکـی از بـه آن ربـط دارد چندیـن سـطح ارتقـاء پیـدا کنـد. مسـلما همیـن مـوارد اسـت کـه حـالا بـا توسـعه شـبکه 5G بهبودهـای زیـادی کسـب کـرده و رونــد پردازش هــای آن بــه یمــن ســرعت بــالای تبــادل اطلاعــات در ایــن نســل از شــبکه های موبایلــی ســریعتر و باکیفیتتــر خواهــد شــد .

**گروه2**

پاراگراف1

تأثیــر شــبکه 5G بــر روی ایــن مســئله انکارناپذیــر اســت ولــی بایــد ایــن را نیــز در نظــر گرفــت کــه ایــن شــبکه در انتهــا رویــه ی شــبکه 3G در ســال 2004 میــلادی و شــبکه 4G در ســال 2010 میــلادی را در پیــش خواهــد گرفــت. به بیان دیگــر شــبکه بــر G5 رویــه ای اســت کــه به طورقطــع در مــورد آن فکــر خواهیــد کــرد و نهایتــا روی کســبوکار شــما تأثیــر خــود را خواهــد گذاشــت امــا درصورتیکــه کســب وکار شــما یــک تجــارت ســنتی بــوده و یــا بــه عبارتــی وابســتگی کمــی بــه فناوریهــای تأثیــر ناچیــزی را بــر روی اینترنــت بیســیم داشــته باشــد ، ایــن تکنولــوژی احتمــالا تلاشهــای شــما در زمینــهی مارکتینــگ و بازاریابــی در ســال 2021 میــادی خواهــد داشـت .

پاراگراف2

بــا در نظــر گرفتــن تمامــی ایــن مــوارد، بــه نظــر شــما چــه چیــزی در ایــن ســال بیشــتر از همــه بــرای کســب وکارها و تجارتهــا اهمیــت خواهــد داشــت؟ چــه مــواردی را میتــوان به عنــوان نــکات مهــم موبایل مارکتینــگ در نظــر گرفــت؟ بــر اسـاس تحقیقـات انجـام گرفتـه شـده در زمینـه ی بازاریابـی بـا اسـتفاده از موبایـل، متخصصـان بـه ایـن نتیجـه دسـت یافتنـد کـه تعـدادی ترنـد و اصـل کلیـدی مهـم در موبایل مارکتینـگ بایـد بیشـتر موردتوجـه علاقه منـدان بـه ایـن حـوزه قـرار گیـرد و بـا در نظـر گرفتـن ایـن اصـول کلیـدی گرداننـدگان کسـب وکار میتواننـد درنهایـت بــه ســرمایه خــود بیش از پیــش بیافزاینــد و راه موفقیــت را ســریعتر طــی کننــد .

پاراگراف3

ممکـن اسـت ایـن مسـئله جدیـد نباشـد زیـرا امـروزه مـدت زیـادی اسـت کـه مـردم از دســتگاههای موبایلــی خــود بــرای خریدوفــروش کالا هــا و محصــولات اســتفاده چندسـالی اسـت کـه خریدوفـروش میکننـد . درواقـع در کشـور خـود مـا هـم تقریبـا از طریـق تلفـن همـراه رونـق زیـادی پیـدا کـرده اسـت زیـرا مـردم آگاهـی بیشـتری نســبت بــه ایــن دســتگاه ها پیــدا کردنــد . امــا درواقــع چیــزی کــه در اینجــا جدیــد اسـت و بـا گذشـته متفـاوت اسـت مقیـاس ایـن رویـه اسـت. اگـر میـزان اسـتفاده مـردم از موبایـل و اینترنـت را بـرای خریـد کالاهـای موردنیازشـان با گذشـته مقایسـه نماییـد بـه ایـن مسـئله پـی خواهیـد بـرد کـه امـروزه کاربـران دسـتگاه های دیجیتال بســیار بیشــتر از قبــل خریدهایشــان را به صــورت آنلایــن انجــام می دهنــد .

**گروه3**

پاراگراف1

ابزارهایــی کــه خیلــی بــه گســترش ایــن نــوع از خریــد کمــک کرده انــد شــامل نرم افزار هــای فروشگاه ســاز اینترنتــی، شــبکه های اجتماعــی ماننــد اینســتاگرام و ... میشــوند کــه باعــث شــدند در ســال های آتــی بیش از پیــش مــردم بــه خریدهــای اینترنتـی مشـتاق شـوند و ایـن مـدل از خریـد بـر دیگـر روش هـای خرید ترجیـح داده شـود. امـا سـؤال اصلـی ایـن اسـت کـه امسـال چـه مقـدار ایـن رویـه گسـتردهتر خواهــد شــد؟ طبــق آمــار و دادههــای به دســتآمده از میــزان اســتفاده مــردم از موبایـل بـرای خریـد کالاهـای موردنیازشـان ایـن نتیجـه گرفتـه شـده اسـت کـه در سـال 2020 میـادی، میـزان فـروش بـه 284 میلیـارد دلار خواهـد رسـید کـه یعنـی 45 درصـد نسـبت بـه سـال های گذشـته افزایـش داشـته اسـت و ایـن یعنـی یـک رویـا بــرای کســب وکارهای اینترنتــی . میتــوان گفــت کــه اگــر ایــن رویــه در ســال های آینــده همچنــان ادامــه پیــدا کنــد کســبوکارهای فیزیکــی ماننــد فروشــگاه ها و مغازه هـای موجـود در سـطح شـهر ممکـن اسـت حسـابی بـا مشـکل مواجـه شـوند و خریــد اینترنتــی بــه اصلی تریــن روش خریــد در میــان مــردم تبدیــل شــود .

پاراگراف2

در سـالیان گذشـته شـبکههای اجتماعـی به خوبـی توانسـته اند جـای پـای خـود را در میــان کاربــران اینترنــت ســفت کننــد . به عنوان مثــال امــروزه به ســختی میتوانیــد کسـی را پیـدا کنیـد کـه اینسـتاگرام و یـا تلگـرام را در موبایـل خـود نصـب نداشـته باشــد و درواقــع ایــن نرم افزارهــا بــه جزئــی جدایی ناپذیــر از دســتگاه تلفــن همــراه مــردم به ویــژه مــردم کشــور خودمــان تبدیل شــده اند . نتایــج حاصــل از تحقیقــات انجــام شــده توســط متخصصــان نشــان میدهــد کــه درواقــع بــا گذشــت زمــان درصــد افــرادی کــه از شــبکه ی اجتماعــی اینســتاگرام اســتفاده میکننــد به ســرعت در حـال افزایـش اسـت.

پاراگراف3

بنابرایـن ایـن مسـئله فرصـت خوبـی بـرای اسـتفاده از ایـن فضـای پویـا جهـت رونق بخشــیدن بــه کســب وکارتان اســت ، به ویــژه ازاین جهــت کــه ایــن شــبکه امــکان تبلیغــات را از طریــق پســتها و اســتوریها بــرای مــردم بســیار راحتتــر نمــوده اســت. عــلاوه بــر ایــن افــراد جوانتــر همیشــه علاقــه ی بیشــتری بــه شــبکه های اجتماعـی ماننـد اینسـتاگرام، یوتیـوب، توییتـر، فیـس بـوک و ایـن دسـت برنامه هـا داشـته اند و ایـن گـروه سـنی همیشـه خریـد اینترنتـی را بـه خریـد حضـوری ترجیـح میدهنـد، زیـرا عـاوه بـر راحتـی ایـن نـوع از خریـد ، وقتـی ایـن دسـته از کاربـران از طریــق فروشــگاه های اینترنتــی معتبــر خریــد خــود را انجــام میدهنــد به نوعــی از اصالــت کالا ی خــود اطمینــان دارنــد و میداننــد کــه کالا یــی کــه قــرار اســت بــه دستشـان برسـد از کیفیـت بالا یـی برخـوردار اسـت .

**گروه4**

پاراگراف1

بـا ایـن تفاسـیر و بـا توجـه بـه مـوارد ذکرشـده در بـالا میتـوان گفـت کـه بازاریابـی در شــبکههای اجتماعــی میتوانــد روشــی مؤثــر بــرای رونــق بخشــیدن ســریع بــه کســب وکارتان باشــد . تمامــی ایــن مســائل را میتــوان حاصــل از گســترش تعــداد موبایلهــا و دیگــر دســتگاه های دیجیتــال ماننــد لــپ تاب هــا دانســت . عــاوه بــر ایــن در فضاهــای مجــازی عــاوه بــر متــن میتوانیــد از ابزارهــای دیگــر ماننــد فیلم هــای کوتــاه، عکــس، اســتوری و ... بهــره ببریــد کــه هرکــدام از اینهــا تأثیــر بسـیار بیشـتری نسـبت بـه متـن بـر ذهـن مخاطـب دارنـد و به اصطـاح میتـوان گفــت شــما را همیشــه در ذهــن مخاطبیــن نگــه میدارنــد .

پاراگراف2

حــال کــه بــه اهمیــت ایــن موضــوع پــی بردیــد کافــی اســت کمــی دربــاره ی برندها یـی کـه از شـبکه های مجـازی در ذهنتـان مانـده اسـت فکـر کنیـد ، برندهایـی کـه تبلیغـات آنهـا توسـط افـراد تأثیرگـذار اینسـتاگرام انجـام میشـود . ازایـنرو در ســال 2020 انتظــار مــیرود کــه محتــوای شــبکه های اجتماعــی تغییــرات زیــادی بــه همـراه داشـته باشـند و مخاطبـان هـر چـه بیشـتری را بـرای کسـبوکارها بـه وجـود بیاورنـد و بـه دنبـال آن، تعـداد کسـانی کـه از طریـق ایـن شـبکه ها بـه سـایت شـما بــرای خریــد کشــانده میشــوند به شــدت افزایــش پیــدا کننــد

پاراگراف3

شــاید پیش بینــی میــزان بزرگــی موبایــل گیمینــگ بــرای شــما امــری بســیار دشــوار و چالش برانگیــز باشــد. در ســال 2007 میــلادی بخــش بســیار بزرگــی از ســرمایه ی به دســت آمده از بازیهــا حاصــل از فــروش کنســولهای بــازی ماننــد ایکــس باکــس، پلیاستیشــن و کامپیوترهــای گیمینــگ بــود و هنــوز خبــر آنچنانــی از بازیهـای موبایلـی نبـود . امـا در دنیـای امـروز 57 درصـد سـرمایه ی کلـی در صنعـت بازی هــای ویدئویــی متعلــق بــه بازی هــای موبایلــی اســت .

**گروه5**

پاراگراف1

ایــن رشــد بیــش از انتظــار بازیهــای موبایلــی تنهــا از طــرف گیمرهــای دو آتیشــه نیســت بلکــه طبــق داده هــا ی به دســت آمده در ســال 2020 میــلادی 213 میلیــون نفــر از آمریکاییهــا در موبایلهـا و تبلـت هـای خـود از بازیهـای ویدئویـی اسـتفاده میکننـد کـه یعنـی ایـن آمـار مـردم عـادی را هـم شـامل میشـود. بنابرایـن بایـد گفـت کـه بازیهـای موبایلـی خیلـی بیشـتر از چیـزی کـه فکـرش را کنیـد در حـال محبـوب شـدن بیـن مـردم عـادی یـا گیمرهـای حرفـه ای هسـتند.

پاراگراف2

امــا شــاید بــه ایــن فکــر کنیــد کــه افزایــش بازیهــای موبایلــی و بیشــتر شــدن گیمرهـای موبایلـی چـه ربطـی بـه بازاریابـی بـا موبایـل دارد؟ پاسـخ سـاده اسـت. وقتـی یـک مسـئله تشـویقکننده مثـل بازیهـای موبایلـی باعـث جـذب ایـن همـه مخاطـب بـه دنیـای موبایلهـا شـود، یعنـی اینکـه فقـط بـه همیـن خاطـر روزانـه بــه خاطــر همیــن بازیهــای موبایلــی بــه ده هــا و شــاید صدهــا هــزار نفــر صرفــا اکثـر ایـن افـراد فقـط و فقـط بـه سـراغ خریـد موبایـل یـا تبلـت میرونـد . مسـلما بـازی کـردن بـا موبایـل هوشـمند خـود مشـغول نخواهنـد شـد و خیلـی زود متوجـه میشــوند کــه بــازاری مســتعد از کســب وکارها در دنیــای موبایلــی حضــور دارنــد و ثابـت و وفـادار تجـارت همیـن مسـئله ایـن افـراد را بـه مشـتریان مسـتعد و بعضـا شــما تبدیــل میکنــد!

پاراگراف3

در ســال گذشــته، کمپانــی نتفلیکــس ( Netflix )کــه یکــی از برتریــن رســانه های تلویزیونــی آنلایــن دنیــا بــرای ارائــه و پخــش فیلــم و ســریال به صــورت اینترنتــی اســت اعــلام کــرد کــه بــازی فورتنایــت ( Fortnite )را به عنــوان رقیــب جدیتــری نســبت بــه شــبکه HBO میبینــد . ایــن درحالــی اســت کــه فورتنایــت یــک بــازی کامپیوتــری اســت ولــی شــبکه HBO در همــان حــوزه فعالیــت نتفلیکــس خدمــات فیلــم و ســریال ارائــه میدهــد! ایــن مســئله ممکــن اســت عجیــب بــه نظــر برســد ولــی بــا اندکــی تفکــر ممکــن اســت قابــل تأمــل باشــد زیــرا بازیهــا میتواننــد ســاعتها افــراد را مشــغول کننــد و درنهایــت وقتیکــه میتوانســت صــرف دیــدن محتــوا در شــبکه های تلویزیونــی آنلایــن مثــل Netflix شــود، صــرف انجــام بــازی میشــود.

**گروه6**

پاراگراف1

حــال فــرض کنیــد کــه شــما بتوانیــد در میــان ایــن بازیهــا و یــا حتــی در هنــگام ً کسـبوکار شـما رویه نصـب ایـن بازیهـا تبلیغاتـی ارائـه کنیـد . در ایـن صـورت قطعا جدیــد و روبه پیشــرفتی را در پیــش خواهــد گرفــت . بنابرایــن بــه لطــف تلفن هــای همــراه هوشــمند، صنعــت گیمینــگ و بازی هــای کامپیوتــری بــه یکــی از کانال هــای رسـانه ای مؤثـر تبدیـل شـده اند کـه شـما میتوانیـد از طریـق آن بـه کسـب درآمـد دسـت پیـدا کنیـد. مبلغـی کـه بـه صـورت روزانـه توسـط تبلیغـات داخـل برنامـهای یــا بــه اصطــاح ( Ads App-In )در بازیهــا بــه نمایــش گذاشــته میشــود آنقــدر زیـاد اسـت کـه شـاید باورکردنـش سـخت باشـد!

پاراگراف2

عـاوه بـر ایـن بسـیاری از بازیهـا وجـود دارنـد کـه دارای پرداخـت درون برنامـه ای هسـتند و کاربـری کـه بـه بـازی کـردن علاقـه پیـدا کـرده ممکـن اسـت بـه میـزان بالایــی بــرای لــذت بــردن بیشــتر از بــازی هزینــه کنــد. بنابرایــن پیشــنهاد میشــود کــه اگــر تخصصــی در زمینــه طراحــی بازیهــای موبایــل داریــد زودتــر دســت به کار شــوید و ایده هــای خــود را بــرای طراحــی یــک بــازی جــذاب ولــی درآمــدزا بــه کار ببریـد.

پاراگراف3

علیرغـم محبوبیـت برنامه هـای موبایـل، بسـیاری از بازاریابـان و صاحبـان مشـاغل، بــرای به کار گیــری مؤثــر تبلیغــات ســختی زیــادی میکشــند و ایــن مســئله اغلــب بـه ایـن دلیـل اسـت کـه مشـتریان تجربیـات خوبـی از خریـد اینترنتـی نداشـته اند و کلاه بــرداری از طریــق رباتهــا ایــن روزهــا بســیار شــایع و فراگیــر بــوده اســت. بنابرایـن تشـکیل یـک کمپانـی کـه بتوانـد به راحتـی اعتمـاد مشـتریان را جلـب کنـد بســیار دشــوار و چالش بر انگیــز خواهــد بــود .

**گروه7**

پاراگراف1

البتـه میتـوان گفـت کـه ایـن مسـئله طـی سـالهای اخیـر در حـال برطـرف شـدن اسـت و کلاهبرداریهـای سـنتی به سـرعت در حـال کاهـش اسـت زیـرا گرداننده هـای کسـب وکارها تلاشهـای فـراوان و واحـدی را انجـام داده انـد کـه روشـی بسـیار بهینه خلــق کننــد. نتیجــه ایــن تلاشهــا راه انــدازی ســامانه ها و پلتفرم هــای مختلــف بـرای تبلیغـات بـود. یکـی از جالبتریـن و در عیـن حـال پرسـودترین ایـن تبلیغـات، تبلیغـات درون برنامـه ای اسـت . نتایـج نشـان داده ایـن مـدل از تبلیغـات تأثیرپذیری هدفمنـدی دارنـد و اگـر کاربـری یکبـار از ایـن طریـق بـه خریـد محصولـی واداشـته شــود و درنهایــت از خریــد و صــرف هزینــه خــود راضــی باشــد ، ایــن مســئله را بــه دوســتان و آشــنایان خــود هــم پیشــنهاد میدهــد کــه درنتیجــه بــا گذشــت زمــان تعــداد افــرادی کــه به صــرف هزینــه در اینترنــت اعتمــاد دارنــد افــزوده میشــود .

پاراگراف2

بــه لطــف ایــن تغییــرات کــه شــامل تبلیغــات محلــی ، تبلیغــات درون برنامــه ای ، تبلیغـات صنعتـی و ویدیویـی میشـود ، انتظـار مـیرود کـه گرایـش مـردم به صـرف هزینــه در نرم افزارهــا و تبلیغــات درون آنهــا در ســال 2020 میــادی به طــور خیره کننـده ای افزایـش یابـد. جالـب اسـت بدانیـد کـه چندیـن و چنـد اسـتارتآپ ایرانــی از همیــن مســئله ســودهای کلانــی بــه دســت آورده و کســبوکار خــود را حســابی رونــق داده انــد . خوشــبختانه هنــوز میتــوان از طریــق روشهــای مختلــف از جملــه تبلیغــات گــوگل در داخــل بازیهــا یــا اپلیکیشــنها، تبلیغــات مؤثــری را ارائـه کـرد و بـه کمـک آنهـا مخاطبـان زیـادی را بـه کسـبوکارتان هدایـت کنیـد. از جملــه بزرگتریــن شــرکتهای فعــال در ایــن زمینــه کــه بــا کمــک همیــن نــوع تبلیغــات بازدهــی بســیار زیــادی کســب کــرده شــرکت Snapp اســت.

پاراگراف3

تلفنهــای همــراه هوشــمند اهــداف بســیار دور و دســت نیافتنی را بــرای بازاریابــان و صاحبــان کســبوکار بــه تحقــق رســانده اند؛ به طوریکــه امــکان عرضــه نمــودن تبلیغــات موقعیتــی بــرای مشــتریان به ســرعت در حــال رشــد اســت. البتــه جــای تعجــب نیســت کــه ایــن ترکیــب محــل و زمــان مناســب به خوبــی ثابــت نمــوده اســت کــه میتوانــد تأثیــر و کارایــی فوقالعــادهای داشــته باشــد. بــه همیــن دلیــل اســت کــه تمامــی برندهــا از دندانپزشــکی های محلــی گرفتــه تــا خرده فروشــان جهانــی در حــال اختصــاص دادن هزینه هــای بــالا بــرای چنیــن تبلیغاتــی هســتند و انتظــار مــیرود کــه ایــن رویکــرد طــی ســالهای آتــی چندیــن برابــر شــود.

**گروه8**

پاراگراف1

درواقـع منظـور از تبلیغـات موبایلـی هدفمنـد موقعیتـی و زمانـی اسـتفاده از تبلیغـات مرتبـط در موضوعـات مرتبـط اسـت. به عنوان مثـال وقتـی کاربـری بـرای خریـد یـک لپتــاپ بــه فروشــگاهی اینترنتــی مراجعــه میکنــد پــس از انتخــاب لپتــاپ موردنظــر در ســبد خریــد محصولاتــی مرتبــط بــا ایــن کالا ماننــد پوشــش محافــظ ،مــوس ، کیــف لپتــاپ و ... هــم بــه کاربــر پیشــنهاد میشــوند کــه در ایــن صــورت کاربــر خریــدار بــه علــت هیجانــی کــه از خریــد لپتــاپ دارد و صدالبتــه نیــازی کــه بـه ایـن اقـام جانبـی وجـود دارد ممکـن اسـت ایـن لـوازم جانبـی را هـم خریـداری کنــد . انتظــار مــیرود کــه صــرف هزینــه جهــت انجــام ایــن نــوع از تبلیغــات رشــد فوقالعــاده بالایــی در ســال 2020 میــادی داشــته باشــد به طوریکــه از 27 میلیــارد دلار در سـال 2019 تـا 31 میلیــارد دلار در سـال 2020 افزایـش داشـته باشــد.

پاراگراف2

ازآنجاییکــه گوشــیهای هوشــمند و تبلتهــا فرصتهــای زیــادی بــرای ارائــه محتـوای تصویـری را بـرای همـه فراهـم میآورنـد، گاهـی بازاریابـان از تبلیغاتـی کـه بـا اسـتفاده از صـدا خلـق میشـوند چشمپوشـی میکننـد. ایـن کار برخـلاف چیـزی کـه بـه نظـر میرسـد یـک اشـتباه اسـت. اگرچـه تأثیـر صـدا زمانـی کـه همـراه بـا تصویـر یـا ویدئـو باشـد چندیـن برابـر اسـت، امـا هنـوز هـم محتواهایـی کـه فقـط صـدا داشـته باشـند ( مثـل پادکسـتها ) یـا تبلیغـات رادیویـی بـه نوبـه خـود بـرای قشـر خاصـی از مـردم خـود تأثیرگـذار هسـتند.

پاراگراف3

بـا توجـه بـه هزینـه کمتـری کـه تبلیغـات صوتـی دارنـد، شـما میتوانیـد تبلیغـات خــود را در بیــن پادکســتها کــه امــروزه محبوبــت دوچندانــی را در بیــن کاربــران موبایــل دارنــد انجــام دهیــد به خصــوص اگــر ایــن تبلیغــات در بیــن پادکســتهای بســیار جــذاب و یــا مرتبــط بــا زمینــه کاری شــما قرارگرفتــه باشــند. طبــق آمــار به دســت آمده 51 درصــد از کاربــران تلفنهــای همــراه، هــرروزه ســاعات زیــادی را زیـادی از ایـن افـراد به خصـوص در خـارج از خانـه بـه سـر میبرنـد. تعـداد تقریبـا هنگامیکـه در اتومبیـل هسـتند تلفـن همـراه خـود را بـه دسـتگاه پخـش آن وصـل میکننــد و بــه پادکســتها گــوش میدهنــد. همیــن مســئله نکتــه ای بــرای خیلــی از کســبو کارها بــوده تــا تبلیغــات هدفمنــد خــود را از طریــق ایــن پادکســتها یــا برنامه هــای رادیویــی آنلایــن بــه گــوش مخاطبیــن برســانند.

**گروه9**

پاراگراف1

امـا همانطـور کـه گفتـه شـد، تأثیرپذیـری محتـوای تصویـری و ویدئویـی چندیـن برابــر بیشــتر از محتــوای صوتــی اســت. خوشــبختانه بازاریابــی بــا موبایــل ایــن امــکان را فراهــم کــرده تــا شــما در همــه ایــن حــالات بتوانیــد پیامهــای خــود را بــه مخاطبیــن انتقــال دهیــد. شــبکههایی مثــل Pinterest بــرای عکسهــا و یــا YouTube بـرای ویدئوهـا بسـترهایی بسـیار عالـی بـرای کاربـران موبایلـی هسـتند کــه بتواننــد از ایــن طریــق اقــدام بــه بازاریابــی و جــذب بازدیــد و مشــتری کننــد.

پاراگراف2

همانطــور کــه میدانیــد تبلیغــات از طریــق موبایــل به شــدت در حــال قدرتمندتــر شـدن اسـت و ایـن مسـئله به طـور عمـده بـه دلیـل پلتفرمهـای قدرتمنـدی اسـت کــه در حــال سیســتماتیک کــردن و کاربردی تــر کــردن ابــزار تبلیغــات اســت. ایــن پلتفرمهــا از فناوریهــای جدیــد ماننــد هــوش مصنوعــی اســتفاده میکننــد و همیـن مسـئله سـبب شـده تـا نسـل جدیـد تبلیغـات هوشـمندانه و بسـیار هدفمنـد باشـد.

پاراگراف3

اگرچــه درگذشــته خریــد از طریــق پلتفرمهــای موبایلــی کمــی غیرقابــل اعتمــاد و همچنیــن ســخت بــود، امــا امــروزه نرم افزارهــای فروشــگاههای اینترنتــی کــه اغلــب توســط دســتگاههای تلفــن همــراه اســتفاده میشــوند از سیســتمهایی هوشــمند اســتفاده میکننــد کــه خریــدار میتوانــد بــا فیلتــر کــردن و بســیاری از بــه محصــول موردنظــر خــود برســد و درنتیجــه شخصی ســازیهای دیگــر مســتقیما بتوانـد بهتریـن خریـد ممکـن را بـرای خـود انجـام بدهـد. ایـن مسـئله بـه صاحبـان کسـبوکار نیـز کمـک بزرگـی میکنـد زیـرا آنهـا نیـز بهراحتـی میتواننـد مشـتریان خـود را پیـدا کننـد و بـه آنهـا محصـول و کالا هایـی کـه آنهـا بـه دنبالـش هسـتند را بفروشــند.

**گروه10**

پاراگراف1

خریــد سیســتماتیک در حــال تبدیل شــدن بــه یــک امــر عــادی در بیــن مشــتریان اسـت. به عنوان مثـال انتظـار مـیرود کـه 69 درصـد از کالاهایـی کـه در فروشـگاههای اینترنتــی موجــود هســتند امســال از طریــق ایــن نــوع از شخصی ســازی توســط مشــتریان بــه فــروش برســد کــه بــه ایــن معنــی اســت، تبلیغــات راندمــان و بازدهـی بالاتـری را پیـدا خواهنـد نمـود. ایـن مسـئله میتوانـد برندهـا را از طریـق موبایلمارکتینــگ بــه درجــات بالا تــر و شــهرت خیلــی بیشــتری برســاند.

پاراگراف2

موبایلمارکتینـگ یـک بازاریابـی جدیـد و نوپـا بـه حسـاب مـیرود. امـا بایـد گفـت کـه ایـن نـوع بازاریابـی آزمـون و خطاهـای انـواع دیگـر بازاریابـی آنالیـن را نداشـته وارد چرخــه ســودآوری بــرای کســبوکارهای اینترنتــی شــده اســت. و مســتقیما اگـر تـا قبـل از سـال 2020 اهمیـت موبایلمارکتینـگ آنقدرهـا هـم مـورد توجـه قـرار نمیگرفــت، بعــد از ســال 2020 و به ویــژه بعــد از معرفــی و تأســیس شــبکههای قواعـد بـازی در ایـن مسـئله تغییـرات موبایلـی نسـل پنجـم یـا همـان 5G مطمئنـا زیـادی را شـامل خواهـد شـد.

پاراگراف3

همــه مــا هــر روزه در حــال کار بــا موبایلهــا و تبلتهــای هوشــمندمان هســتیم و همیشـه دنبـال چیـزی بودیـم کـه بتوانیـم در هرجـا و هـر زمانـی بـه خریـد و فـروش اینترنتــی بپردازیــم. بــه یمــن وجــود موبایلهــای هوشــمند و اینترنــت فــوق ســریع نســل پنجــم، حــالا در چنــد ثانیــه میتوانیــم وبســایتها را بررســی کنیــم، کالا هــا و ســرویسهای مــورد نظرمــان را از فروشــگاههای اینترنتــی خریــداری کنیــم، در هرچیــزی شــبکههای اجتماعــی رفــت و آمــد داشــته باشــیم و بــه طــور کل، تقریبــا کـه یـک بازاریابـی اینترنتـی بـه آن نیـاز دارد را در دسـتانمان داشـته باشـیم.

**گروه11**

پاراگراف1

مـا در دنیایـی زندگـی میکنیـم کـه بـه معنـای واژه عصـر اطالعـات و ارتباطات اسـت. ایـن دنیـای مـدرن جاییسـت کـه میلیاردهـا انسـان از طریـق کانالهـای ارتباطـی گوناگــون بــا برندهــای مختلــف ارتبــاط برقــرار میکننــد و اطلاعــات زیــادی از ایــن طریــق رد و بــدل میشــود. بــا پیشــرفت و گســترش هرچــه بیشــتر فروشــگاههای اینترنتـی ، مـردم هـم تمایـل بیشـتری بـه خریـد محصـولات و خدمـات خـود از ایـن راه پیــدا کرده انــد. بــا یــک حســاب سرانگشــتی ســاده میتــوان متوجــه شــد کــه چــه اطلاعــات عظیمــی در حــال جابه جایــی بیــن مشــتریان و برندهــا میباشــد. ایـن اطلاعـات در حالـت عـادی دسـته بندی و یکپارچه سـازی نمیشـوند و الگوهـای خاصـی بـرای چیدمـان آنهـا وجـود نـدارد.

پاراگراف2

ازاریابــی پیشــگویانه یــا Marketing Predictive روشــی جالــب بــرای جمــع آوری همــه ایــن اطلاعــات و پیــدا کــردن آمــار و ارقــام جالــب از داخــل آنهاســت. ایــن کار توســط ســازمانها ، برندهــا و کمپانیهــای بــزرگ بــه صــورت یــک پروســه روزانــه، هفتگــی یــا شــاید ماهیانــه انجــام میشــود. طــی ایــن اقــدام، ایــن افــراد بــا جمــع آوری ایــن اطلاعــات از کانالهــای مختلــف مثــل ســایتها، شــبکههای اجتماعــی و مــوارد دیگــر، بازخوردهــای کاربــران و مشــتریان را راحتتــر درک کــرده و نیازهــای آنهــا را از یــک راه مطمئــن کشــف میکننــد.

پاراگراف3

ایــن اطلاعــات میتوانــد در آینــده خیلــی بــه کار شــما بیایــد. در حقیقــت چنیــن اطلاعاتــی باعــث میشــود تـا شـما بتوانیـد خیلـی بهتـر و دقیقتـر نسـبت بـه فرآیندهـای کاری خـود در آینـده پیش بینی هــای خیلــی مفیــد و کاربــردی داشــته باشــند. ایــن مقولــه کــه شــاید سـالها قبـل فقـط یـک تکنیـک بازاریابـی سـاده بـود، حـاال بـه یـک مبحث مسـتقل بـه نـام بازاریابـی پیشـگویانه تبدیـل شـده اسـت.