

# بازاریابی اینترنتی یا دیجیتال مارکتینگ

استفاده از ابزارها و تکنیک‌های اینترنتی برای تبلیغ، ترویج و فروش محصولات و خدمات است. این شامل استفاده از وبسایت، رسانه‌های اجتماعی، ایمیل مارکتینگ، تبلیغات آنلاین، سئو، محتوا مارکتینگ و... می‌شود.


چرا بازاریابی اینترنتی و آنلاین اهمیت دارد؟

طبق آمارهای معتبر منتشر شده، 78% از مردم قبل از خرید، از اینترنت و به طور خاص موتورهای جستجو برای تحقیق درباره آن استفاده می‌کنند. در ایران مدیران خرید شرکتها نیز از گوگل برای تحقیق استفاده می‌کنند.


## مقایسه

به طور کلی بازار یابی سنتی نوعی بازار یابی برون گرا و بازار یابی اینترنتی نوعی بازار یابی درون گرا میباشد.

ازار یابی اینترنتی و بازار یابی سنتی دو رویکرد اصلی برای تبلیغات و فروش محصولات و خدمات هستند. این دو رویکرد در بوم‌های مختلف از دیدگاه‌های مختلف متفاوتی استفاده می‌شوند.

 بازار یابی اینترنتی:

1. استفاده از پلتفرم‌های آنلاین برای رساندن پیام‌های تبلیغاتی به مشتریان هدف.
2. دقت بیشتر در تحلیل داده‌ها و شناخت رفتار مشتریان اینترنتی.
3. امکان اندازه‌گیری دقیق کمپین‌ها
4. امکانات گسترده‌تری برای خلق ارتباط با مشتریان و ارائه خدمات پس از فروش.

 بازار یابی سنتی:

1. استفاده از وسایل ارتباطی سنتی مانند تلویزیون، رادیو، روزنامه و تبلیغات خارج از خانه.
2. محدودیت‌هایی در اندازه‌گیری دقیق اثربخشی تبلیغات.
3. امکان ایجاد ارتباط خودجداگانه با مشتریان کمتر.
4. استراتژی‌های تبلیغاتی معمولاً به صورت یکطرفه است و امکان بازخورد فوری از مشتریان کمتر است.

بازاریابی اینترنتی یکی از روش‌های مؤثر و پرباربرد برای تبلیغ و فروش محصولات و خدمات آنلاین است.

## برخی از روش‌های بازاریابی اینترنتی عبارتند از:

1. سئو (SEO):  
بهینه‌سازی موتورهای جستجو برای افزایش رتبه ویدجت‌سایت در نتایج جستجوی گوگل.
2. تبلیغات پرداخت به‌کلیک (PPC):  
تبلیغاتی که هزینه‌شان بر اساس تعداد کلیک‌هایی است که دریافت می‌کنند.
3. بازاریابی محتوا (Content Marketing):  
ارائه محتوای مفید و جذاب به جامعه‌ی آنلاین برای جذب مخاطبین و افزایش ارزش برند.
4. روابط عمومی دیجیتال (Digital PR):  
برقراری ارتباط با رسانه‌ها و وبلاگ‌نویسان آنلاین برای افزایش شناخت برند.
5. تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی (Social Media Advertising):  
استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای تبلیغ و ارتباط با مخاطبین.
6. ایمیل مارکتینگ (Email Marketing):  
استفاده از ایمیل برای ارسال اخبار، پیشنهادات و محتوای تبلیغاتی به اعضا و مخاطبان.
7. مارکتینگ تحت محتوا (Influencer Marketing):  
همکاری با افراد تاثیرگذار در اینترنت برای تبلیغ و ترویج محصولات و خدمات.
8. محتواگذاری ویدیویی (Video Marketing):  
استفاده از ویدیوها برای جذب محتوای تبلیغاتی و آموزشی.

9. بازاریابی محتوا گوشتی (Interactive Content Marketing):  
ایجاد محتوای تعاملی مانند آزمون‌ها، بازی‌ها و نقاشی‌های تعاملی برای جذب توجه مخاطبین.

10. بازاریابی تجربه کاربری (User Experience Marketing):  
بهبود تجربه کاربری و ارتباط با مشتریان برای افزایش فعالیت و وفاداری آن‌ها.

## مزایا و معایب بازاریابی اینترنتی

مزایا:

1. امکان دسترسی آسان به مشتریان هدف در سراسر جهان.
2. هزینه‌های تبلیغات پایین‌تر نسبت به روش‌های سنتی.
3. امکان اندازه‌گیری دقیق و به‌روز عملکرد کمپین‌های بازاریابی.
4. امکان سفارشی‌سازی بیشتر و به‌تناسب با افراد مختلف.
5. امکان رسیدن به مخاطبان هدف در زمان و مکان مناسب برای آن‌ها.

معایب:

1. رقابت شدید و پرشور در بازار اینترنتی.
2. پیچیدگی‌های قوانین و مقررات مربوط به حفظ حریم خصوصی و امنیت اطلاعات.
3. وابستگی به فناوری و تغییرات مداوم در الگوریتم‌های موتورهای جستجو.
4. مشکل کاهش اعتبار به علت تقلب‌ها و جعلی بودن برخی وبسایت‌ها.
5. نیاز به دانش فنی و مهارت‌های خاص برای موفقیت در بازاریابی اینترنتی.

## تفاوت میان اینترنت مارکتینگ و دیجیتال مارکتینگ

اصطلاح دیجیتال مارکتینگ هر روش تبلیغاتی را در بر می‌گیرد که از فناوری‌های دیجیتال استفاده می‌کند، مانند تبلیغات تلویزیونی، تبلیغات رادیویی، بیلبوردهای دیجیتال و تبلیغات پیامکی.

در حالی که بازاریابی اینترنتی به یک روش بازاریابی دیجیتال خاص اشاره دارد که از رسانه‌های آنلاین استفاده می‌کند. این موضوع می‌تواند به بهینه‌سازی موتور جستجو، تبلیغات پرداخت به ازای کلیک، بازاریابی ایمیلی و بازاریابی رسانه‌های اجتماعی اشاره کند.

بازاریابی اینترنتی (Internet marketing) که به عنوان بازاریابی آنلاین (online marketing) نیز شناخته می‌شود، زیرمجموعه‌ای از بازاریابی دیجیتال است

## سوال

1. مهم ترین ایراد اساسی وارده در بازار یابی اینترنتی چیست؟ دسترسی به اینترنت
2. چرا بازاریابی اینترنتی و آنلاین اهمیت دارد؟
3. مقایسه بازار یابی سنتی و بازار یابی اینترنتی؟  
زیرا 78% از مردم قبل از خرید، از اینترنت برای تحقیق درباره آن استفاده می کنند
4. دو اپلیکیشن برای تبلیغات در شبکه های اجتماعی را نام ببرید؟ تلگرام . اینستاگرام
5. استفاده از ایمیل برای ارسال اخبار، پیشنهادات و محتوای تبلیغاتی به اعضا و مخاطبان چه نام دارد؟ ایمیل مارکتینگ