

DNS مخفف Domain Name System و به معنای «سیستم نام دامنه» است که نام دامنه وبسایت IP برای مثال ۱۹۲.۰.۲.۹۹) تبدیل می‌کند. تمامی کامپیوترهای موجود در اینترنت، از تلفن هوشمند یا لپ‌تاپ گرفته تا سرورهای وبسایت‌ها، با استفاده از اعداد یکدیگر را شناسایی و ارتباط برقرار می‌کنند. این اعداد IP نام دارد. هنگامی که می‌خواهید وارد وبسایتی شوید و با سرور آن ارتباط برقرار کنید، نیازی نیست آدرس IP آن را وارد کنید؛ بلکه تنها کافی است نام دامنه وبسایت را درج کنید و عملیات تبدیل نام دامنه به IP را به DNS بسپارید. با این کار نام دامنه قابل فهم برای انسان، به IP قابل فهم برای ماشین تبدیل می‌شود.

---

STP در واقع مخفف Segmentation, Targeting, و Positioning می‌باشد و یک مدل استراتژیک در حوزه بازاریابی است که به شرکت‌ها کمک می‌کند تا محصولات و خدمات خود را بهتر به بازار عرضه کنند. این مدل شامل سه مرحله مهم است:

1. Segmentation (تقسیم بندی): در این مرحله، بازار به بخش‌های کوچکتر و قابل مدیریت تقسیم می‌شود. این تقسیم‌بندی معمولاً بر اساس ویژگی‌های مشتریان، نیازها، رفتارها و خصوصیات دیگر مشتریان انجام می‌شود. برای مثال، یک شرکت ممکن است بازار را بر اساس سن، جنسیت، منطقه جغرافیایی، درآمد و ... تقسیم بندی کند.

2. Targeting (هدف‌گذاری): در این مرحله، شرکت تصمیم می‌گیرد که کدام یک از بازارهای تقسیم‌بندی شده را به عنوان بازار هدف خود انتخاب کند. این تصمیم ممکن است بر اساس اندازه بازار، رقابت، قابلیت دسترسی به بازار، و سودآوری پتانسیلی انجام شود.

3. Positioning (موقعیت‌یابی): در این مرحله، شرکت تصمیم می‌گیرد که چگونه محصول یا خدمات خود را نسبت به رقبای در ذهن مشتریان قرار دهد. این شامل تعیین نقطه تمایز، مزیت‌های رقابتی، و ارتباط با نیازها و موقعیت بازار مشتریان است.

اهمیت STP در بازاریابی به این دلیل است که این مدل به شرکت‌ها کمک می‌کند تا بازارهای هدف خود را بهتر شناسایی کرده، استراتژی‌های بازاریابی را تعیین کنند و به موفقیت در بازار رسیده و با رقبای رقابت کنند. به وسیله این مدل، شرکت‌ها می‌توانند منابع خود را بهینه‌سازی کنند و بهبود قابل ملاحظه‌ای در عملکرد بازاریابی خود داشته باشند.