

به نام خدا

عنوان پروژه: اینفلوئنسر مارکتینگ

مقدمه:

امروزه استفاده از شبکه‌های اجتماعی محدود به انتشار و اشتراک روزمرگی‌ها نیست بلکه نوآوران می‌توانند با استفاده از بستری که رایگان در اختیارشان قرار گرفته است به تبلیغات و بازاریابی بپردازند؛ اما با شناخته شدن این معدن مخاطب برای همه بازاریاب‌ها، استفاده از آن نیازمند مهارتی فراتر از تبلیغات محض و بدون برنامه‌ریزی یا با روش‌های سنتی است. از این‌رو، ابداع روشی برای مارکترها برای استفاده بهینه از شبکه‌های مملو از مخاطب ضروری به نظر می‌رسد. یکی از روش‌هایی که در سال‌های اخیر مورد استفاده قرار گرفته است، بحث بهره‌برداری از اینفلوئنسرها می‌باشد. اینفلوئنسرها دسته‌ای از فعالان شبکه‌های اجتماعی هستند که تأثیرگذاری بیشتری از بقیه اعضا دارند و با دسترسی مناسب به مخاطبان با علایق مشخص، می‌توانند شروع خوبی برای تبلیغات باشند. بدین معنا که بازاریاب‌ها با تبلیغات از طریق این دروازه‌ها می‌توانند مخاطبان بیشتر یا مرتبط‌تری برای تجارت خود جذب نمایند.

ضرورت پروژه:

- تبلیغات مؤثر و هدفمند در شبکه‌های اجتماعی با توجه به علایق مخاطبان
- استفاده از روش‌های دقیق علمی برای تشخیص بهترین اینفلوئنسر بدین منظور
- استفاده از تمامی ظرفیت‌های تجاری شبکه‌های اجتماعی

اهداف پروژه:

۱. بالا بردن کیفیت تبلیغات در بستر شبکه‌های اجتماعی
۲. کمک به انتشار تبلیغات در جهت درست

۳. دسترسی بهتر به بازخوردهای جامعه هدف
۴. ارتقای صنعت بازاریابی در فضاهای کمتر شناخته شده

سیستم‌های نرم‌افزاری مرتبط:

- شبکه‌های اجتماعی
- API ها

طبق جستجوهای متعدد انجام شده نرم‌افزار مشابهی وجود ندارد.

:Work package

۱. مدیریت کاربران:

۱. هر فرد می‌تواند حساب کاربری ایجاد کرده و در آن تحلیل مربوط به جامعه هدف انتخاب شده را مشاهده و تبلیغات موردنظر را وارد کند.
۲. طبق اطلاعات وارد شده توسط کاربر، اینفلوئنسر مناسب از نظر علایق و هزینه به او پیشنهاد می‌شود.
۳. نتیجه تبلیغات و بازخورد جامعه هدف را در حساب کاربری خود می‌تواند مشاهده کند.

۲. جستجوی هوشمند :

۱. این بخش مخصوص شرکت‌ها و برندهایی است که تمایل دارند در این فضا تبلیغات خود را منتشر کنند.
۲. در این بخش شرکت‌ها می‌توانند با انتخاب تاریخ و زمان تبلیغ و همچنین اینفلوئنسرهای موردنظر کنترل کاملی بر روی فرآیند انتشار تبلیغ خود داشته باشند.
۳. سرویس می‌تواند با بررسی نوع برند و محصول و همچنین آنالیز اینفلوئنسرهای مخاطبان نشان پیشنهادهای هوشمندی را به شرکت‌ها ارائه کند و فاصله شرکت و مشتری را به کمترین میزان ممکن برساند.

۳. تبلیغ گیرنده:

۱. سیستم با ثبت نام اکانت های شبکه اجتماعی هدف و همچنین پیشنهاد زمان مناسب برای انتشار پست کمک می کند که صاحبان اکانت های اینستاگرامی به راحتی از پیج خود کسب درآمد کنند و تمام تمرکز خود را روی تولید محتوا و جذب مخاطب بگذارند.

تبادل:

با توجه به اینکه اطلاعات باید به صورت مداوم به روز شود و کارایی نرم افزار با نظرات کاربران ارتقا می یابد نیاز است که بازخوردهای کاربران درباره سیستم و عملکرد نرم افزار مرتباً مورد ارزیابی قرار بگیرد.

اعضا:

۱. Manager: محیا جمشیدیان

۲. Analyst: محیا جمشیدیان

۳. Developer: نگار سخایی، فاطمه رحمانی، مهرداد میرمحمدصادقی

۴. Graphical designer: نگار سخایی

۵. Business marketer and presenter: مهرداد میرمحمدصادقی

۶. Tester: فاطمه رحمانی و نگار سخایی

آینده کاری:

۱. انجام این پروژه باعث ارتقا تجربه ای افراد گروه و گسترش ارتباطات کاری با سایر شرکت ها خواهد شد.

۲. این پروژه از نظر تجاری یک نوآوری محسوب می‌شود و درعین حال پیاده‌سازی و نتایج آن دستاوردهای علمی نوینی را ارائه می‌کند، بنابراین برای ارائه شدن به صورت مقاله علمی مناسب است.

۳.

- یکی از گزینه‌های تبلیغات و اطلاع‌رسانی این نرم‌افزار، شبکه‌های اجتماعی هستند که برای معرفی خدمات بازاریابی از آن‌ها استفاده می‌کنیم، که در موارد بالاتر ذکر شدند، زیرا با احتمال زیادی کاربران ترجیح می‌دهند که هم‌زمان با انتخاب مقصود مورد نظر اقدامات لازم جهت مشاوره در زمینه تبلیغات را انجام دهند و در نتیجه از خدمات معرفی شده در سایت ما استفاده می‌کنند. همچنین، تبلیغات سنتی نیز می‌تواند در این مسیر مؤثر باشد.
- یکی از راه‌های بسیار تأثیرگذار برای جلب نظرات عمومی در دنیای امروزی استفاده از شبکه‌های اجتماعی است، بنابراین در این پروژه ما می‌توانیم با ایجاد صفحات رسمی برای نرم‌افزار و تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی نیز به معرفی این نرم‌افزار بپردازیم.
- ارجاع سیستم از طریق کاربران اولیه نیز از روش‌های تکنیکال برای تبلیغ این سیستم است.

خطرات:

۱. میزان کارایی نرم‌افزار تا حد زیادی به بازخورد و اطلاعات کاربران دارد در نتیجه وارد کردن اطلاعات نادرست می‌تواند باعث بروز مشکلاتی در عملکرد نرم‌افزار شود.

راه‌حل: کم کردن تأثیر داده‌های پرت و تأیید اطلاعات

۲. دانش کافی برای استفاده از این سیستم و این نوع تبلیغات وجود ندارد.

راه‌حل: ارائه آموزش دیجیتال مارکتینگ

برنامه‌ی احتمالی:

فاز	Work Packages	زمان موردنیاز	دلایل
Planning	WP3 و WP2	یک ماه	مدل سازی هسته سیستم
Analysis	WP3 و WP2	دو هفته	استخراج نیازمندی‌های فاز اول سیستم و توضیح روابط بین اجزای سیستم
Design	WP3 و WP2 و WP1	یک ماه	طراحی تجربه کاربری