



فاز عملی پروژه‌ی درس «اصول بازاریابی دیجیتال»

موعد تحویل: ۱۴۰۰/۰۳/۲۰





نکات مهم در مورد پروژه:

- ✓ پروژه در گروه‌های حداکثر سه نفره انجام می‌شود. دانشجویان می‌توانند به طور انفرادی نیز پروژه را انجام دهند ولی به هیچ عنوان توصیه نمی‌شود که پروژه را انفرادی انجام دهید.
- ✓ برای فعال‌سازی اکانت تیم‌ها در لندین و یکتانت، حتماً یکی از اعضای گروه ایمیلی را در اختیار دستیاران درس قرار دهد تا مشکلی از این بابت ایجاد نشود.
- ✓ تمام خروجی‌ها در یک فولدر ذخیره و در فرمت zip در موعد تحویل توسط سرگروه هر گروه (در صورت انجام انفرادی خود شخص)، در سامانه‌ی CW بارگذاری می‌شود.
- ✓ در صورت داشتن تأخیر در ارسال، به ازای هرروز تأخیر ۲۰٪ نمره پروژه کسر می‌شود.
- ✓ نوشته‌های کپی شده از سایت‌ها و سایر منابع، قابل شناسایی هستند و مورد قبول واقع نمی‌شوند و نمره‌ای به آن‌ها تعلق نمی‌گیرد. در صورت استفاده از اسکرین‌شات حتماً توضیحات خود را درباره آن ارائه دهید.
- ✓ فرمت نام‌گذاری فایل پاسخ حتماً به صورت Project_PhaseNum_StudentN1_StudentN2_StudentN3 باشد. به طور مثال: Project_Phase1_95103333_95101111_95102222
- ✓ در صفحه‌ی اول پروژه نیز اسم به همراه شماره دانشجویی کل اعضای گروه را ذکر کنید.
- ✓ رعایت نکردن هر یک از موارد بالا منجر به کسر نمره خواهد شد.



در این فاز، انجام یک پروژه‌ی عملی در حوزه‌ی دیجیتال مارکتینگ تهیه شده است. مراحل کلی انجام کار به ترتیب تحقیق کلمات کلیدی، تشخیص مخاطبین و ایجاد پروفایل مشتری، طراحی لندینگ پیج^۱، اجرای کمپین دیجیتال مارکتینگ^۲ و در نهایت ارائه‌ی پیشنهاد برای بهینه‌سازی کمپین می‌باشد. در این فاز از دو سرویس موجود در بازار ایران (لندین، سرویس طراحی لندینگ پیج و یکتانت، سرویس ایجاد کمپین دیجیتال مارکتینگ) استفاده خواهد شد. به ازای یک ایمیل از هر گروه، اکانت‌های لازم ایجاد و دسترسی آن به اعضای گروه داده خواهد شد. لازم به ذکر است، اکانت لندین رایگان بوده و استفاده از تمامی قابلیت‌های آن امکان‌پذیر می‌باشد؛ همچنین در خصوص استفاده از پنل یکتانت، به هر گروه بودجه‌ی صد هزار تومانی تخصیص خواهد شد تا صرف کمپین دیجیتال مارکتینگ موردنظر خود بکند. پیش از سررسید انجام این فاز از پروژه، محتوا و منابع آموزشی لازم برای کار با این دو سرویس نیز در اختیار گروه‌ها قرار خواهد گرفت. مراحل انجام پروژه به شرح زیر می‌باشد:

تحقیق کلمات کلیدی:

- برای سایت انتخاب شده در فاز تحقیقاتی، تحقیق کامل کلمات کلیدی را انجام دهید. (حداقل از سه روش یا ابزار برای تحقیق کلمات کلیدی استفاده کنید؛ روش‌ها می‌توانند استفاده از kwfinder یا Google Auto Complete Search و یا هر روش دیگری که یاد گرفته‌اید باشد) نحوه‌ی انجام تحقیق را به صورت خلاصه شرح دهید.
- کلمات با اهمیت بالا را در یک فایل اکسل جمع‌آوری کنید. فایل اکسل شما باید دارای حداقل ۱۰۰ کلمه باشد. تناسب تعداد کلمات fat-head و long-tail حفظ شود. همچنین به منبع پیدا کردن هر کلمه در فایل اکسل اشاره شود. (با توجه به ایجاد کمپین در انتهای پروژه، کلمات branded قابل قبول نمی‌باشند)
- یک فهرست ۲۰ کلمه‌ای از LSI برای کلمات کلیدی بدست آمده تهیه کنید. (با ذکر روش پیدا کردن کلمات)
- با توجه به فهرست نهایی بدست آمده، میزان سختی کلمات این صنعت به چه صورت است؟

^۱Landing Page

^۲Digital Marketing Campaign



طراحی لندینگ پیج:

- با کمک اکانت لندین، یک لندینگ پیج با هدف افزایش بازدیدکنندگان و آگاهی از برند کسب و کار انتخاب شده در فاز قبل طراحی کنید. (به جای استفاده از نام برند اصلی در محتوای لندینگ پیج، از یک نام جایگزین استفاده کنید)
- برای لندینگ پیج طراحی شده، با استفاده از فهرست کلمات بدست آمده و همچنین کلمات LSI، **Title tag**، **Meta description tag**، **URL** و همچنین محتوای مورد استفاده در تمام صفحه را با رعایت اصول SEO تعریف کنید.
- دلیل انتخاب سکشن‌ها را در طراحی لندینگ پیج به طور کامل شرح دهید.
- استفاده از عکس‌ها، رنگ‌ها و **copy writing** جذاب در نمره‌ی این فاز تأثیرگذار است.

تبلیغات:

- برای مخاطبان این صنعت، سه پرسونا^۴ و بر اساس آن، سه سفر مشتری^۵ تعریف کنید. (هر سفر مشتری باید شامل Awareness، Consideration، Conversion و Retention باشد)
- با توجه به پرسونای تعریف شده، دموگرافیک مخاطبین وبسایت انتخاب شده در فاز اول و با کمک پنل یکتانت، اقدام به طراحی و ایجاد یک کمپین دیجیتال مارکتینگ کنید. انواع تبلیغات شامل تبلیغات بنری، تبلیغات همسان، تبلیغات پوش و تبلیغات ویدیویی می‌باشد. هنگام انتخاب کمپین، بودجه‌ی تبلیغات را در نظر داشته باشید. (در طراحی کمپین می‌بایست از URL که در بخش طراحی لندینگ پیج ایجاد کردید، استفاده نمایید)
- از تمام مراحل ایجاد کمپین، اسکرین‌شات تهیه کنید.
- دلیل انتخاب کمپین مورد نظر و شرح انجام کار را به طور خلاصه شرح دهید.
- با توجه به کمپین انتخابی، حداقل دو تبلیغ جذاب با هدف جذب و هدایت مخاطب به لندینگ پیج طراحی کنید.

^۳Section

^۴Persona

^۵Customer Journey



صورت پروژه‌ی درس اصول بازاریابی دیجیتال – فاز عملی پروژه

- پس از اجرای کمپین و گذشت زمان موردنظر، گزارش تجمیلی از میزان کلیک و نرخ کلیک بر روی تبلیغ خود تهیه کنید.
- لندینگ پیج طراحی شده را به ابزار Google Analytics متصل کنید.
- حال با توجه به داده‌هایی که در پنل یکتانت وجود دارد و همچنین داده‌های موجود در ابزار Google Analytics، به سؤالات زیر پاسخ دهید:
 - جذاب‌ترین تبلیغ شما برای مخاطبان کدام تبلیغ بوده؟ (به نظر شما دلیل این که این تبلیغ جذاب‌ترین بوده، چیست؟)
 - بیشترین ورودی‌ای که داشته‌اید از طریق کدام رسانه بوده است؟
 - کدام رسانه کم‌ترین CAC (Customer Acquisition Cost) و کدام رسانه بیشترین CAC را داشته‌اند؟
 - هزینه‌ی هر کلیک در موبایل و دسکتاپ را مقایسه کنید.
 - Bounce rate, Average time on page, Pageview لندینگ پیج طراحی شده در بازه‌ی کمپین چه میزان بوده است؟
 - کاربران را بر اساس Source, Medium, Campaign, Content و ورودی به سایت از منظر Pageview, Time on page, Bounce Rate بررسی کنید.
 - آیا تفاوتی میان داده‌های گزارش شده در پنل یکتانت با داده‌های گزارش شده در ابزار Google Analytics وجود دارد؟ (به نظر شما دلیل آن چیست؟)
 - داده‌های بازدیدکنندگان لندینگ پیج را از نظر دموگرافیک (سن، جنسیت و علاقه‌مندی‌ها) بررسی کنید آیا این داده‌ها با پرسونا‌های طراحی شده مطابقت دارد؟

بهبودسازی:

با توجه به نتایج بدست آمده از کمپین و همچنین بررسی گزارش‌های Google Analytics، چه مواردی از کمپین و لندینگ پیج را اصلاح خواهید کرد؟ به‌طور کامل موارد اصلاحی و دلایل خود را شرح دهید.