

کمپین های بازاریابی آنلاین چیست؟

کمپین های بازاریابی آنلاین در واقع همان شیوه هایی است که برای بازاریابی حرفه ای و فروش بیشتر و شناساندن بهتر خود به مخاطبان، در فضای دیجیتالی و آنلاین برای هر کسب و کاری لازم است.

ما در این مقاله قصد داریم در ابتدا به تعریف مختصری از کمپین پردازیم و در ادامه به توضیح بازاریابی آنلاین خواهیم پرداخت.

کمپین به معنای تلاش برای برطرف کردن یک نیاز است که برطرف کردن آن نیاز، ممکن است هدف نهایی باشد. انتخاب راه مناسب در کمپین ها برای برطرف کردن آن نیاز، بسیار هدفمند است؛ در واقع هر تلاشی برای برطرف کردن یک نیاز بدون هدفمندی، کمپین نامیده نمی شود. به هر حال هر کمپین باید تا رسیدن به هدف نهایی پا برجا بماند؛ فرقی نمی کند که چقدر زمانبر باشد، ممکن است ما مجبور باشیم برای رسیدن به هدفمان سال ها صبر کنیم و کمپین خود را ادامه دهیم.

در تعریف [بازاریابی آنلاین](#) نیز می توان ذکر کرد که این یک نوع بازاریابی است که در آن از ابزارهای آنلاین استفاده می شود. برقراری ارتباط به صورت آنلاین و شبانه روزی، کاهش هزینه های بازاریابی سنتی و... از مزایای آن است اما باید دقت داشت که هدف آن با بازاریابی سنتی یکسان است و فقط توانایی جذب مشتری در آن بالاتر است.

در زمان کنونی ما حتی برای به دست آوردن اطلاعاتی جزئی نیز نیاز داریم که به سراغ اینترنت برویم. اینترنت امروزه در زندگی بشر بیش از حد راه یافته، از گرفتن یک بلیط برای رفتن به مسافرت یا حتی تعویض وسائل خانه و... اینترنت، امکاناتی را در اختیارمان می گذارد. بازاریابی آنلاین یا همان [بازاریابی اینترنتی](#) زمینه را برای معرفی محصول در بستر اینترنت فراهم می کند. اگر بستر بازاریابی شما اینترنت باشد، باید خود را در آن میدان قوی و مجهز نمایید مثلاً اگر در صفحه اول گوگل به مشتری معرفی شوید، امکان کنار زدن رقیبان تان برای شما فراهم می شود.

کمتر کسی است که در زمان کنونی به دنبال محصولی بگردد و آن را در اینترنت جستجو نکند! مطمئن باشید کاربران بیشتر انتخاب خود را از همان صفحه های اول موتورهای جستجو انجام

خواهند داد و کمتر به صفحه های بعدی مراجعه می کنند، به همین دلیل بهینه سازی موتورهای جستجو یا به عبارتی استفاده از [سئو سایت](#) از اهمیت بالایی برخوردار است و شما را در بازاریابی آنلاین یاری می کند. البته ایجاد ترافیک بیشتر در سایت نیز با استفاده از کلیدواژه های مناسب باعث می شود، کاربرانی که به محصولات شما احتیاج دارند، شما را بهتر بیابند. اما اگر شما یک وب سایت قدرتمند هم داشته باشید و دائماً آن را به روز نکنید، مسلماً مشتری های خود را در زمان کوتاهی از دست می دهید. شما ناچارید در بازاریابی خود یک روش برنامه ریزی شده مناسب را انتخاب نمایید تا بتوانید در مقابل رقیبان تان موفق به حفظ کسب و کار خود شوید. کمپین های بازاریابی آنلاین جنبه های دیگری نیز دارد که در زیر به آن ها می پردازیم.

حتماً بخوانید: چگونه یک وب سایت موفق داشته باشیم؟

تولید محتوای بازاریابی

ارائه [محتوای بازاریابی](#) از آن جنبه های بازاریابی آنلاین محسوب می شود. محتوایی که مورد نیاز مشتری باشد، یک سرمایه گذاری بلند مدت به حساب می آید که ممکن است متقاضیان زیادی را در مدت زمان بالایی به خود جلب کند. در [بازاریابی محتوایی](#) باید به طور کامل مشتریان خود را شناخت و متناسب با نیاز آنها محتوای بازاریابی تولید نمود. هنگامی که شما به تولید یک محتوای خوب اما زنجیره ای می پردازید، به کاربران خود این نکته را القا می کنید که برای شما اهمیت دارند و شما با تمام نیرو در جهت رضایت آن ها گام بر می دارید.

شبکه های اجتماعی

یکی دیگر از کمپین های بازاریابی آنلاین، شناساندن وب سایت و وبلاگ خود در [شبکه های اجتماعی](#) می باشد. نکته ای که در این جا از اهمیت زیادی برخوردار است، علاوه بر تولید محتوا برای این شبکه ها که بتواند محصولات شما را معرفی نماید، انتخاب شبکه اجتماعی مناسب با فضای کسب و کار شماست؛ در غیر این صورت، بازاریابی شما اثر بخشی خود را به طور کامل نخواهد داشت. پس اینکه انتخاب نمایید در چه شبکه اجتماعی کالای خود را معرفی کنید، بستگی به دیدگاه شما از جایگاه کسب و کارتان دارد.

حتماً بخوانید: شبکه های اجتماعی در بازاریابی دیجیتال

تبلیغات

نوع دیگری از بازاریابی که در کمپین ها به آن پرداخته می شود، این است که شما از یک وب سایت دیگر بخواهید تا محصولات تان را در سایت خود معرفی نماید که البته ممکن است برای شما هزینه بر باشد. آژانس های تبلیغاتی نیز در این زمینه می توانند به شما کمک نمایند که در این روش شما تقریباً بر بازاریابی کنترل کنید.

بیا یاد تصور کنید که از یک وب سایت خریدی نموده اید که بسیار راضی هستید؛ پس یکی از دوستانتان را نیز تشویق به خرید همان کالا می کنید و این وب سایت درصدی به خاطر معرفی این خریدار به سایتش به شما هدیه می دهد، همکاری در فروش چیزی است که بسیاری از سایت ها امروزه آن را انجام می دهند و به اصطلاح به آن بازاریابی وابسته گفته می شود.

ارسال ایمیل ها برای بازاریابی ابزار بسیار قدرتمندی است، به شرط آن که به مواردی چون مشخص نمودن لیستی از مخاطبان خود، انگیزه ها و احتیاجات آن ها توجه کرده تا باعث شود شما، در این نوع از بازاریابی هدفمند تر عمل کنید.

حتماً بخوانید: بازاریابی ایمیلی

باید دقت داشت که هر چند بازاریابی آنلاین جنبه های مختلفی دارد اما نقاط مشترکی نیز با هم دارند که همگی سعی در بالا بردن فروش کالا و جلب رضایت مشتری دارند. بازاریابی آنلاین در واقع سعی می کند برای مشتریان بالقوه خود برندسازی نماید.

به هر حال نمی شود این نکته را نادیده گرفت که بازاریابی آنلاین نسبت به بازاریابی های دیگر از هدر رفتن سرمایه جلوگیری می کند و باعث توسعه کسب و کار شما با تحقیق در درک رفتار مشتریان می شود و مخاطبان هدف را برای شما می جوید و با اطلاعاتی که در اختیار شما می گذارد، کمک می کند که هدف مناسب را انتخاب نمایید.

ایجاد کمپین های بازاریابی آنلاین نیاز به صرف زمان زیادی ندارد و به سرعت اجرائی می شود. کمپین های بازاریابی آنلاین بسیار انعطاف پذیر بوده و به محض یافتن مشکلی تغییرات آنی امکان پذیر است و نکته مهم در آن، افزایش فروش است که هدف نهایی و آرمانی هر کسب و کاری را تشکیل می دهد.