

بوت کمپ دیجیتال مارکتینگ



قبل از همه چیز، آیا دوره مناسب شماست؟

همونطور که در صفحه دوره هم مطالعه کردید به دلیل تخصصی بودن پروژه و فضای حل مسئله، این بوت کمپ مناسب افرادی که دانش اولیه دیجیتال مارکتینگ رو دارند و بسیاری از مباحث اجرایی کار با ابزارها و نگاه استراتژیک به مسائل رو «به شکل تئوری» یاد گرفته اند و ممکنه تجربه کمی در فضای کار این حوزه هم داشته باشند. پس اول از همه چیز مطمئن بشید که توی این حوزه با زیرساختهای تئوری آشنا هستید، و بعد برای اینکه هم خیال ما راحت باشه که زمان و هزینه شما تلف نمیشه و هم خودتون به تشخیص بهتری برسید که آیا این دوره مناسبتون هست یا نه، به این ۱۵ سوال با بله و خیر پاسخ بدید و یک ارزیابی اولیه از خودتون داشته باشید.

- ۱- با روش تحقیق کمی آشنا هستم و نحوه طراحی و استفاده از پرسشنامه رو به عنوان یکی از ابزارهای اصلی این روش برای رسیدن به اهداف تحقیقات بازاریابی بلدم.
- ۲- با مفهوم استراتژی در مارکتینگ و مفاهیم پایه مارکتینگ مثل STP و ارتباطات یکپارچه بازاریابی (IMC) آشنا هستم.
- ۳- با فریم ورک های استراتژیک دیجیتال مارکتینگ مثل SOSTAC آشنا هستم.
- ۴- با مفهوم مارکتینگ پلن و اجزای مختلف آن مثل هدفگذاری، تخصیص بودجه، مشخص کردن KPI و ... آشنا هستم.
- ۵- سند استراتژی محتوا و اجزای مختلف آن مثل بیانیه محتوا و پرسونا رو میشناسم.
- ۶- ساخت UTM برای لینک های یک کمپین و خواندن اطلاعات اون در گوگل آنالیتیکس رو بلدم.
- ۷- با مفهوم Event Tracking در گوگل آنالیتیکس آشنا هستم و میتونم بر پایه یک ایونت ساخته شده در تگ منیجر، یک Goal در آنالیتیکس تعریف کنم.
- ۸- با مفهوم استراتژی در شبکه های اجتماعی آشنا هستم، و برای تبلیغات در شبکه های اجتماعی و پیام رسان ها و استفاده از ظرفیت اینفلوئنسرها میتوانم هدفگذاری کنم.
- ۹- اهمیت نوشتن متن های تبلیغاتی درست را در کانال های مختلف می دانم و با مفهوم CTA و کارکرد آن آشنا هستم.
- ۱۰- نحوه استفاده از کانال هایی مثل ایمیل و SMS رو با هدف جذب کاربر جدید و حفظ ارتباط با کاربرهای قبلی به منظور افزایش نرخ بازگشت میدونم.
- ۱۱- تعریف CTR رو در تبلیغات میدونم و راهکارهای افزایش اون رو بلدم.
- ۱۲- اهمیت Conversion Rate رو در ارزیابی کانال های مارکتینگ می دونم و با روش های مختلف بهینه سازی این پارامتر آشنا هستم.
- ۱۳- ساخت یک کمپین Search Ads رو در گوگل ادز بلدم، و با مفاهیمی مثل Quality Score و Extension آشنا هستم.
- ۱۴- با شبکه های تبلیغاتی و نحوه استفاده درست از مدل های مختلف تبلیغات (مثل Native یا بنری) در آن ها آشنا هستم.
- ۱۵- انواع روش های قیمت گذاری در تبلیغات مثل CPV، CPA، CPC و ... را می شناسم.

حالا تعداد جواب های بله خود را بشمارید.

● اگر به بیش از ۱۰ سوال جواب مثبت دادید، دوره بوت کمپ مناسب تونه و می تونید در اولین فرصت چالش رو انجام بدید و فرایند ثبت نامتون رو تکمیل کنید. البته که گذروندن آموزش های قرار گرفته در بخش Warm Up و مطالعه درباره مواردی که پاسخ منفی بهشون دادید کمک می کنه که خیالتون بابت اینکه از دوره بیشترین استفاده رو ببرید راحت بشه.

● اگر تعداد جواب های مثبت شما کمتر از ۱۰ تاست نیازه که دقیق تر وضعیت خودتون رو ارزیابی کنید و حتما تا قبل از شروع بوت کمپ یه سر به دوره های مقدماتی و پیشرفته دیجیتال مارکتینگ بزنید. در دوره دیجیتال مارکتینگ مقدماتی از پایه ای ترین مفاهیم دیجیتال مارکتینگ شروع به صحبت می کنیم و با کانال ها و ابزارهای مختلف آشنا می شید و البته با مشاهده و انجام صفر تا صد یک پروژه واقعی با همه مفاهیم در لایه اجرا هم آشنایی کافی رو پیدا می کنید. اما اگر با ابزارها آشنایی اولیه رو دارید ولی در لایه مفاهیم کلاسیک مارکتینگ و استراتژی های هر سرفصل دانش کافی رو ندارید دوره دیجیتال مارکتینگ پیشرفته می تونه شما رو در لایه عمیق تر استراتژی و بهینه سازی با هر مبحث آشنا کنه.

قبل از همه چیز، آیا دوره مناسب شماست؟

۲. چالش ورود به بوت کمپ

۳. گرم بشیم برای یادگیری!

۱. قبل از همه چیز،
آیا دوره مناسب شماست؟

۲. چالش ورود به بوت کمپ

۳. گرم بشیم برای یادگیری!

و حالا، این شما و این چالش!

اگر بعد از جواب دادن به سوالات خودارزیابی، تصمیم گرفتید با یه سری مطالعات که توی زمان باقی مونده تا دوره دارید خودتون رو برای شرکت در بوت کمپ آماده کنید، پس الان موقع اینه که به سوالات زیر جواب بدید و فایل PDF جواب هاتون رو در فرایند ثبت نام برامون آپلود کنید.

سوال اول:

یک استارتاپ در حوزه دلیوری محصولات سوپرمارکتی را در نظر بگیرید که یک سال از شروع فعالیتش می‌گذره. بیزینس مدل این استارتاپ بر پایه همکاری با سوپرمارکت‌های زنجیره‌ای شکل گرفته و طی یک سال اخیر فقط در استان تهران خدماتش رو ارائه میداده، و اکنون قصد توسعه بازار هدفش رو به دو استان مجاور یعنی البرز و قم دارد. البته که بخاطر فضای رقابتی شدید این حوزه و ورود رقبای جدید مدیران سازمان اعتقاد دارند که این توسعه بازار باید در ۶ ماه پیش رو اتفاق بیفتد. بخاطر اینکه هنوز جذب سرمایه در این استارتاپ اتفاق نیفتاده بودجه بخش مارکتینگ محدود به ۱۲۰ میلیون برای این ۶ ماه هست. با توجه به محدودیت بودجه و زمان، پیشنهاد شما در لایه استراتژی و اجرا برای رسیدن به این هدف چیه؟

سوال دوم:

یک استارتاپ در حوزه فروش کتاب‌های الکترونیکی قصد داره یک لاین جدید تحت عنوان کتاب‌های صوتی به محصولاتش اضافه کنه، و به واسطه آن قصد داره که برای سه ماهه پایان سال رشد فروش ۱۵ درصدی در مجموع درآمد خود ایجاد کند. برای این موضوع تیم مارکتینگ قصد داره که یک کمپین یک ماهه در دی ماه لانچ کنه. پیشنهاد شما برای موضوع و پیام‌های کمپین چیه و از چه کانال‌ها و ابزارهایی برای رسیدن به هدف استفاده می‌کنید؟ (این نکات را در نظر بگیرید که این استارتاپ در حال حاضر ۵ هزار مشتری با حداقل یک خرید، یک اکانت اینستاگرام فعال و یک دیتابیس ایمیل ۲۰هزارتایی از ایده‌های جمع شده تا الان داره، و بودجه تیم مارکتینگ برای این کمپین ۳۰ میلیون خواهد بود)

سوال سوم:

در رابطه با یک موضوع مشخص یک کمپین Search Ads در پنل Google Ads ران شده و پس از ۳ ماه خروجی‌های زیر در رابطه با دو کیورد مختلف دیده میشه

	Max CPC	Impr.	Clicks	CTR	Avg. CPC	Cost	Conv.	Cost/Conv.	Conv. Rate
[Keyword 1]	TRY 1.5	70	46	65.7%	TRY 0.44	TRY 20.24	5	TRY 4.05	10.8%
"Keyword 2"	TRY 1.5	3113	369	11.85%	TRY 0.91	TRY336.1	5	TRY 67.22	1.36%

تحلیل شما از داده‌های جدول بالا چیه؟ برای ادامه کمپین چه تصمیمی برای این دو کیورد می‌گیرید و در صورت نیاز چه تغییراتی ایجاد می‌کنید؟ (مدل Bid Strategy کمپین روی حالت Manual CPC هست)

دقت کنید:

- ابتدای فایل ارسالی حتما نام و نام خانوادگیتون رو ذکر کنید.
- فایلی که میفرستید حتما فرمتش PDF باشه.
- به سوالات خیلی کوتاه یا خیلی طولانی پاسخ ندهید. (برای هر سوال نهایتا دو تا سه پاراگراف)
- در ارسال فرم ما مبنا رو بر صداقت شما می‌ذاریم و قطعاً خودتون واقفید که کمک گرفتن از دیگران برای پاسخ به سوالات باعث میشه روند ارزیابی شما به درستی انجام نگیره و به ضرر خود شما به عنوان شرکت کننده خواهد بود. البته که در صورت مشاهده نقض صداقت فرم ارسالی شما بررسی نخواهد شد.

۱. قبل از همه چیز، آیا دوره مناسب شماست؟

۲. چالش ورود به بوت کمپ

۳. گرم بشیم برای یادگیری!

گرم بشیم برای یادگیری!

یکی از مهم‌ترین کارهایی که هر فرد لازمه در حوزه تخصصیش انجام بده، مطالعه پیوسته مطالب اون حوزه و به روز بودن. به تعداد محتوای کاربردی رو برای مطالعه این زیر بهتون معرفی کردیم. پیشنهاد میکنیم توی مدتی که تا شروع بوت‌کمپ فرصت دارید این منابع رو مطالعه کنید تا هم برای پاسخ به چالش ورودی بتونید ازشون کمک بگیرید و هم در صورت پذیرش نهایی در بوت‌کمپ جعبه ابزار مهارت‌هاتون برای انجام پروژه تکمیل‌تر باشه. البته که اگر فکر میکنید نیاز دارید از مباحث پایه‌تر و بصورت جامع شروع به یادگیری کنید، پیشنهاد میکنیم که به نگاهی به صفحه دوره‌های **دیجیتال مارکتینگ مقدماتی** و **دیجیتال مارکتینگ پیشرفته** بندازید و با توجه به سطح اطلاعاتی که دارید دوره متناسب با خودتون رو انتخاب کنید و تا قبل ازشروع بوت‌کمپ زیرساخت‌های تئوری حوزه دیجیتال مارکتینگ رو در لایه ابزارها و استراتژی توسعه بدید.

دوره Excel for Marketers

مارکتینگ به خصوص وقتی با فضای دیجیتال و حجم زیادی از داده‌های خروجی پلتفرم‌های مختلف تبلیغاتی، آنالیز و ... ترکیب میشه، یکی از اون حوزه‌هایی که نیاز زیادی به یه نرم‌افزار صفحه گسترده مثل مایکروسافت اکسل (یا جایگزین آنلاینش یعنی گوگل شیت) رو ایجاد میکنه. البته اگر یاد بگیریم چطور از بین قابلیت‌ها و فرمول‌های متعدد اکسل، اون بخشی رو که می‌تونه به درد ما بخوره، بصورت کاربردی استفاده کنیم. دوره "اکسل برای مارکترها" که سایت آموزشی لیندا اون رو منتشر کرده، دقیقا اون بخش‌هایی از اکسل رو آموزش میده که شما به عنوان یه مارکتر در دنیای دیجیتال بهش نیاز دارید، نه بیشتر و نه کمتر! توی این دوره ویدیویی ۱۰۰ دقیقه‌ای که در سال ۲۰۱۷ منتشر شده یاد می‌گیرید که چطوری داده‌ها رو تمیز و از فرمول‌ها برای آنالیزشون استفاده کنید، مارکتینگ پلن داده محور درست کنید، A/B تست انجام بدید، عملکرد کمپین‌هاتون رو بسنجید و گزارش‌های روزانه، هفتگی و ماهانه بسازید، داده‌هاتون رو در قالب نمودارهای مناسب به تصویر بکشید و یا حتی کارهای تکراری رو بوسیله قابلیت Macro بصورت اتوماتیک انجام بدید! این آموزش رو می‌تونید از لینک زیر دانلود کنید و بعدش با خیال راحت اکسل رو به عنوان یه مهارت توی رزومه کاری‌تون بیارید.

<https://git.ir/lynda-excel-for-marketers>

دوره Google Data Studio

* لطفا برای باز کردن لینک‌ها فیلترشکن رو روشن کنید.

همونجوری که خوندن گزارش‌ها مهمه، تولید گزارش هم قطعاً توی مارکتینگ نقش مهمی داره، مخصوصاً وقتی بحث ارائه خروجی‌ها برای مدیرمون یا حتی مدیران ارشد سازمان در میون باشه! اگر کمپینی که اجرا کردید ترکونده باشه و تمام KPIها رو هم زده باشید ولی نتونید نتایج و خروجی‌ها رو به درستی به دیگران ارائه بدید، عملاً اون کمپین شکست خورده! برای اینکه این قدم آخر رو بتونید به درستی اجرا کنید قطعاً نیاز به ابزارهای مناسب دارید. ابزاری که بتونه داده‌های خام رو از فرمت سطر و ستون‌های اکسل خارج کنه و در قالب داشبوردهای تعاملی بیاره تا افراد دیگه سازمان -حتی اون‌هایی که دانش مارکتینگی کمتری دارند- بتونن با به نگاه وضعیت رو تحلیل کنند و خروجی کارمون توی تیم مارکتینگ رو متوجه شوند.

یکی از ابزارهای کاربردی برای این کار گوگل دیتا استودیو هست، ابزاری با قابلیت اتصال به انواع مختلف پایگاه‌های داده مثل گوگل شیت، گوگل آنالیتیکس، گوگل ادز، گوگل سرچ کنسول و یا حتی دیتابیس بی‌بزنس‌ها! این ابزار با دارا بودن انواع نمودارها و فیلترهای متنوع دست شما رو توی ساختن داشبوردهای مختلف باز میذاره و حتی میتونید داده‌ها رو از منابع مختلف با هم ترکیب کنید و خروجی‌ها رو بصورت Live از منبع دریافت کنید.

آموزش این ابزار کاربردی رو می‌تونید توی آکادمی گوگل از لینک زیر ببینید و در انتها گواهینامه گوگل رو هم دریافت کنید.

<https://analytics.google.com/analytics/academy/course/10>

دوره‌های Google Ads

* لطفا برای باز کردن لینک‌ها فیلترشکن رو روشن کنید.

از اون جایی که محوریت پروژه این دوره تبلیغات دیجیتاله، یکی از مهم‌ترین ابزارهایی که قراره حسابی ازش استفاده کنیم همین پنل تبلیغات گوگله. اگر دوره مقدماتی و پیشرفته دیجیتال مارکتینگ رهنما کالج رو گذرونده باشید قطعاً هم در لایه ساخت و اجرای کمپین و هم در لایه انجام بهینه‌سازی‌ها دانش خوبی رو بدست آوردید، ولی اگر به هر نحو دیگه‌ای با این ابزار تا حدودی آشنا هستید و احتیاج دارید بیشتر از جزییاتش بدونید، توصیه می‌کنیم این دوره‌های گوگل رو به ترتیب بگذرونید تا دقیق‌تر با جزییات کمپین‌های Search و Display آشنا بشید، و البته گواهینامه گوگل رو هم که در کنارش دریافت کنید.

<https://skillshop.exceedlms.com/student/path/18128-google-ads-search-certification>

<https://skillshop.exceedlms.com/student/path/18330-google-ads-measurement-certification>

<https://skillshop.exceedlms.com/student/path/69357-explore-search-ads-optimization-best-practices>

<https://skillshop.exceedlms.com/student/path/18061-google-ads-display-certification>

امیدواریم بین نفرات نهایی پذیرش شده در دوره ببینیمتون!



RAHNEMA COLLEGE

Hang out with the professionals!