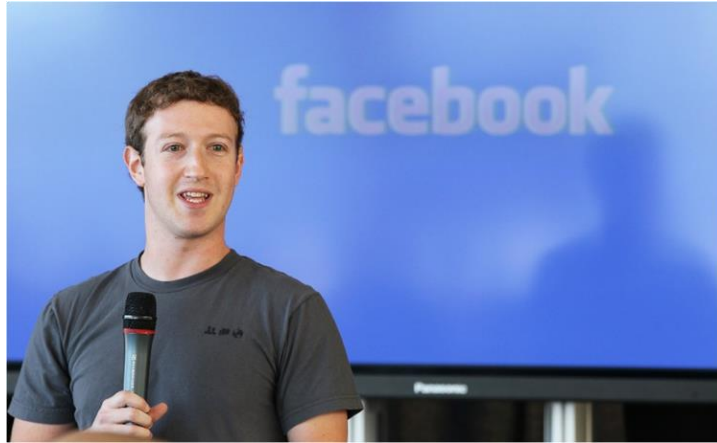


سورة التين

فوق علمنا



# محمد رضا شیخ بهائی

مشاور و مجری طرح های تجارت الکترونیک

- ✓ مدرس و محقق دانشگاه
- ✓ مدیرعامل آژانس دیجیتال مارکتینگ آواتاج (شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان)
- ✓ رئیس هیئت مدیره شرکت نرم افزاری توسعه فناوری پویافراز **Usermap**
- ✓ رئیس هیئت مدیره گروه صادراتی **Gimex**
- ✓ رئیس هیئت مدیره گروه توسعه بازار احسان فراز **Mapsell**
- ✓ نایب رئیس هیئت مدیره توسعه سلامت خورشید اکسین
- ✓ نایب رئیس هیئت مدیره توسعه ارتباطات شهر هوشمند
- ✓ نایب رئیس هیئت مدیره مدرسه اقتصاد
- ✓ عضو کارگروه تجارت الکترونیکی کمیته **ICT** اتاق بازرگانی اصفهان
- ✓ دبیر علمی همایش بهبود و توسعه پایدار کسب و کار الکترونیکی
- ✓ مشاور و مجری پروژه های **eCommerce, Digital Marketing**
- ✓ مولف کتب:

- ✓ مرجع کامل بازاریابی دیجیتال ۲۰۲۰
- ✓ مبانی تجارت الکترونیکی و سیستم های هوشمند
- ✓ کسب و کار الکترونیکی با رویکردی بر سیستم های اطلاعاتی
- ✓ مفاهیم بنیادی بازاریابی الکترونیکی
- ✓ بازاریابی الکترونیکی با رویکردی بر ارتباط با مشتریان
- ✓ مفاهیم و کاربردهای هوش تجاری







خوب گوش کن ! داده ها با ما حرف می زنند.

سال‌هاست که داده‌های دیجیتال به زندگی ما قدم گذاشته‌اند  
و تبدیل به لازمه **سنجش و ارزیابی** شده‌اند.



وقتی پای تبلیغات و بازاریابی در میان باشد،  
**داده ها تمام آن چیزی هستند که به آن اعتماد می کنیم**  
در دست داشتن داده،  
قدرت منحصر بفردی به بازاریابان دیجیتالی می دهد  
که با استفاده از آن می توانند بهترین تصمیم ها را بگیرند.



A

B

C

D

E

F

G

H

I

J

K

L

M

N

O

P

Q

R

S

T

U

V

W

X

Y

Z





محصولات

قیمت گذاری

چرا میسل؟

منابع

معرفی شرکت

جستجو

ورود

درخواست دمو

# سامانه CRM و راهکار فروش برای پیشرفت فروش شما

اولین طراحی شده در ایران که توسط فروشندگان حرفه ای طراحی شده است

۱۵ روز استفاده رایگان

ثبت نام بسیار آسان و دسترسی کامل به تمامی قسمت ها بدون نیاز به پرداخت هزینه

The screenshot displays the 'Deals' section of the CRM software. At the top, there is a search bar labeled 'Search Pipedrive' and a user profile for 'Phyllis Yang, Silicon Links Inc'. Below this, a summary shows '25 350 \$ · 12 deals'. The main area is divided into five stages of the sales pipeline:

- Qualified:** 10 000 \$ · 4 deals. Includes 'Umbrella Corp deal' (1 500 \$).
- Contact Made:** 5 350 \$ · 3 deals. Includes 'Principalspace Inc deal' (2 300 \$).
- Demo Scheduled:** 3 100 \$ · 2 deals. Includes 'Moveer Limited deal' (1 400 \$).
- Proposal Made:** 2 700 \$ · 1 deal. Includes 'Omicorp deal' (2 700 \$).
- Negotiations Started:** 4 200 \$ · 2 deals. Includes 'Big Wheels Inc deal' (2 600 \$).

عضویت ثبت نام



m.sheikhbahaei@gmail.com

.....

ورود

فراموشی رمز عبور

مرا به خاطر بسپار



# آژانس دیجیتال مارکتینگ آواتک

تمامی کاربران | تمامی برچسب ها | آژانس دیجیتال مار... | ۲۵ فرصت | ریال ۹۶,۰۰۹,۹۹۸,۹۷۶ | معامله +

قرارداد ریال ۳۰,۵۲۰,۰۰۰,۰۰۰	پرزنت و مذاکره ریال ۱۱,۷۰۰,۰۰۰,۰۰۰	پروپزال ریال ۲۶,۰۷۰,۰۰۰,۰۰۰	ارسال اطلاعات ریال ۲۰,۳۸۰,۰۰۰,۰۰۰	تماس اولیه ریال ۷,۳۴۰,۰۰۰,۰۰۰
<b>معامله مپسل</b> مپسل محمد رضا شیخ بهائی بهائی ۵۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال	<b>قرارداد توسعه اقتصاد امید ملل</b> توسعه اقتصاد امید ملل محمد رضا شیخ بهائی بهائی ۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال	<b>قرارداد فروشگاه سپاس</b> فروشگاه سپاس محمد رضا شیخ بهائی بهائی ۱۲۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال	<b>معامله توسعه ارتباطات شهر هوشمند</b> توسعه ارتباطات شهر هوشمند محمد رضا شیخ بهائی بهائی ۹۸۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال	<b>معامله توسعه سرمایه آواتک</b> توسعه سرمایه آواتک محمد رضا شیخ بهائی بهائی ۵۴۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال
<b>قرارداد پخش رخ آرا</b> پخش رخ آرا محمد رضا شیخ بهائی بهائی ۳۶۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال	<b>قرارداد آموزشگاه خوارزمی</b> آموزشگاه خوارزمی محمد رضا شیخ بهائی بهائی ۵۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال	<b>معامله توسعه بازار احسان فراز</b> توسعه بازار احسان فراز ایرانیان محمد رضا شیخ بهائی بهائی ۲۸۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال	<b>قرارداد سیمای شهر</b> سیمای شهر محمد رضا شیخ بهائی بهائی ۴۸۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال	<b>قرارداد سازمان نظام پزشکی</b> سازمان نظام پزشکی محمد رضا شیخ بهائی بهائی ۹۷۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال
<b>معامله بورس مپ</b> بورس مپ محمد رضا شیخ بهائی بهائی ۵۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال	<b>قرارداد کارخانه شیدکو</b> کارخانه شیدکو محمد رضا شیخ بهائی بهائی ۱۲۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال	<b>قرارداد گروه همگام</b> گروه همگام محمد رضا شیخ بهائی بهائی ۸۴۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال	<b>معامله توسعه سلامت خورشید اوکسین</b> توسعه سلامت خورشید اوکسین محمد رضا شیخ بهائی بهائی ۴۵۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال	<b>قرارداد صنایع شیمیایی رازی</b> صنایع شیمیایی رازی محمد رضا شیخ بهائی بهائی ۹۷۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال
<b>قرارداد فروشگاه امامی</b> فروشگاه امامی محمد رضا شیخ بهائی بهائی ۳۵۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال	<b>قرارداد مواد غذایی سرزمین</b> مواد غذایی سرزمین محمد رضا شیخ بهائی بهائی ۴۵۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال	<b>قرارداد آواکادو</b> آواکادو محمد رضا شیخ بهائی بهائی ۶۴۳۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال	<b>قرارداد دانتل</b> دانتل محمد رضا شیخ بهائی بهائی ۱۲۸۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال	
<b>قرارداد فروشگاه سایه</b> فروشگاه سایه		<b>قرارداد آوای هنر</b> آوای هنر		



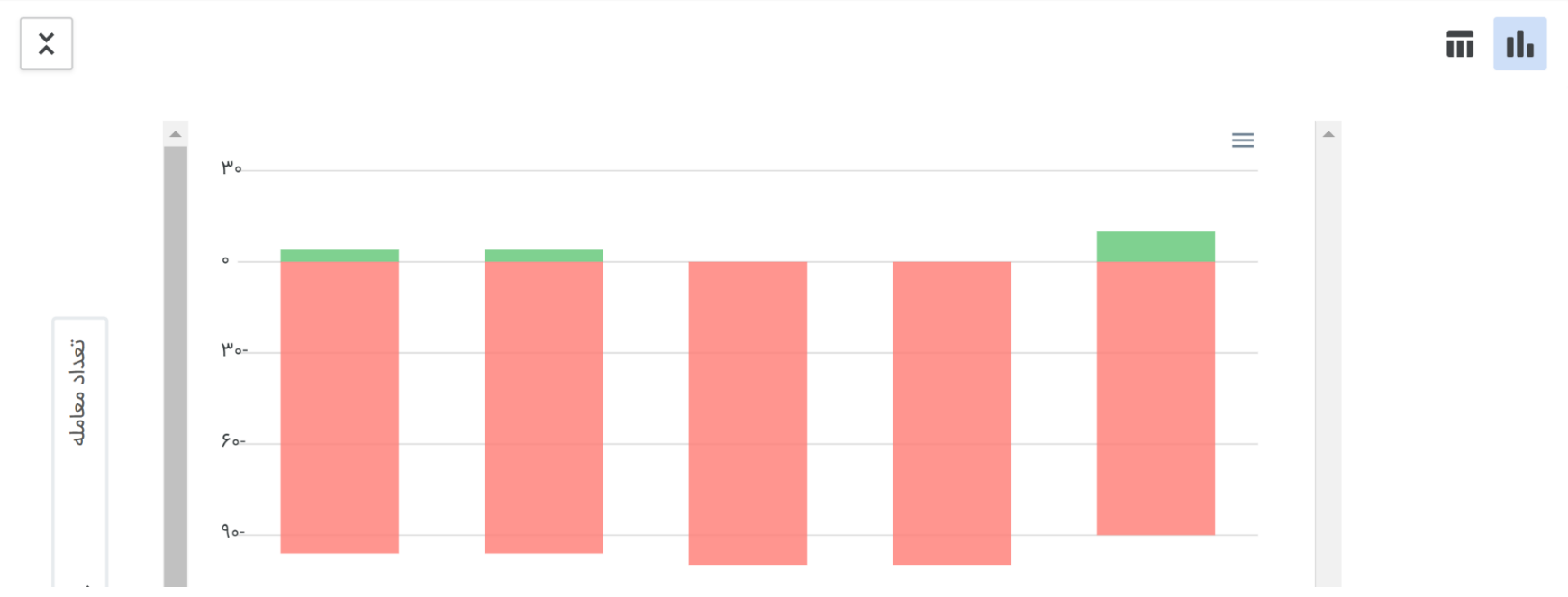


+ جستجو

ذخیره برنده/بازنده قیف گزارشات نرخ تبدیل

سال جاری . سال جاری

۱۴۰۲/۱۲/۲۹ ۱۴۰۲/۰۱/۰۱ سال جاری مساوی است با زمان ایجاد معامله اضافه کردن شرط



جستجو

داشبورد

داشبوردهای من

آژانس دیجیتال مارکتینگ آواتاج

اهداف

اهداف من

هدف

هدف

گزارشات

گزارشات من

گزارشات نرخ تبدیل

گزارشات انواع فعالیت و وضعیت

گزارش وضعیت سرخ ها

گزارش ، فعالیت ها ، انحام نشده



# گام های بازاریابی دیجیتالی

## 1 تدوین بیزینس مدل

بخش بندی مشتریان

ارزش پیشنهادی

کانال ارتباطی

ارتباط با مشتریان

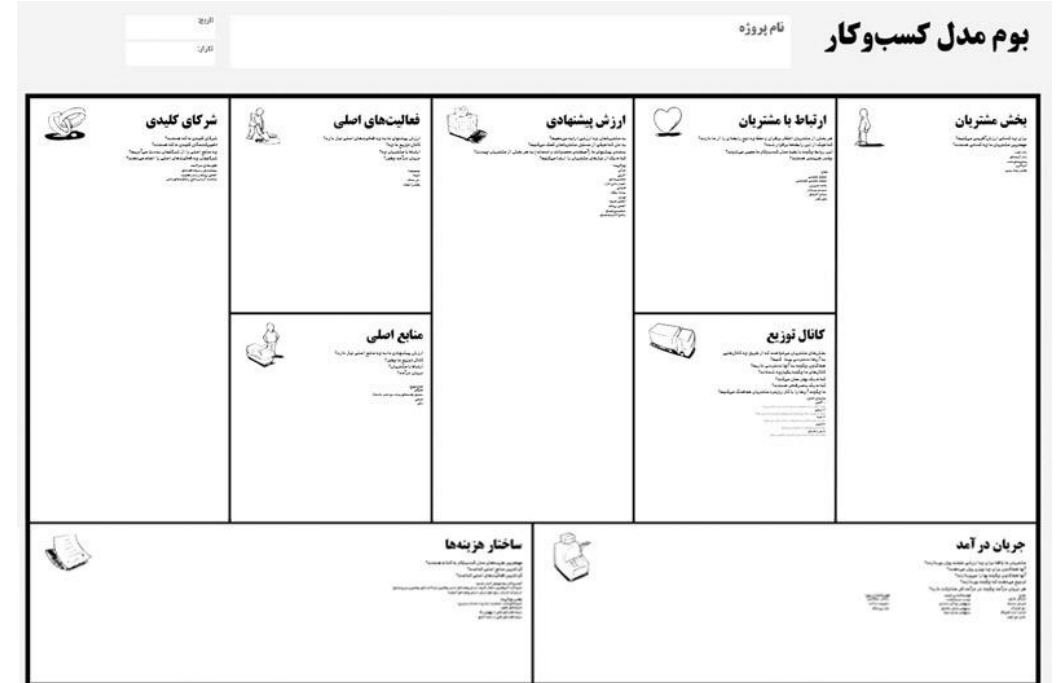
منابع اصلی

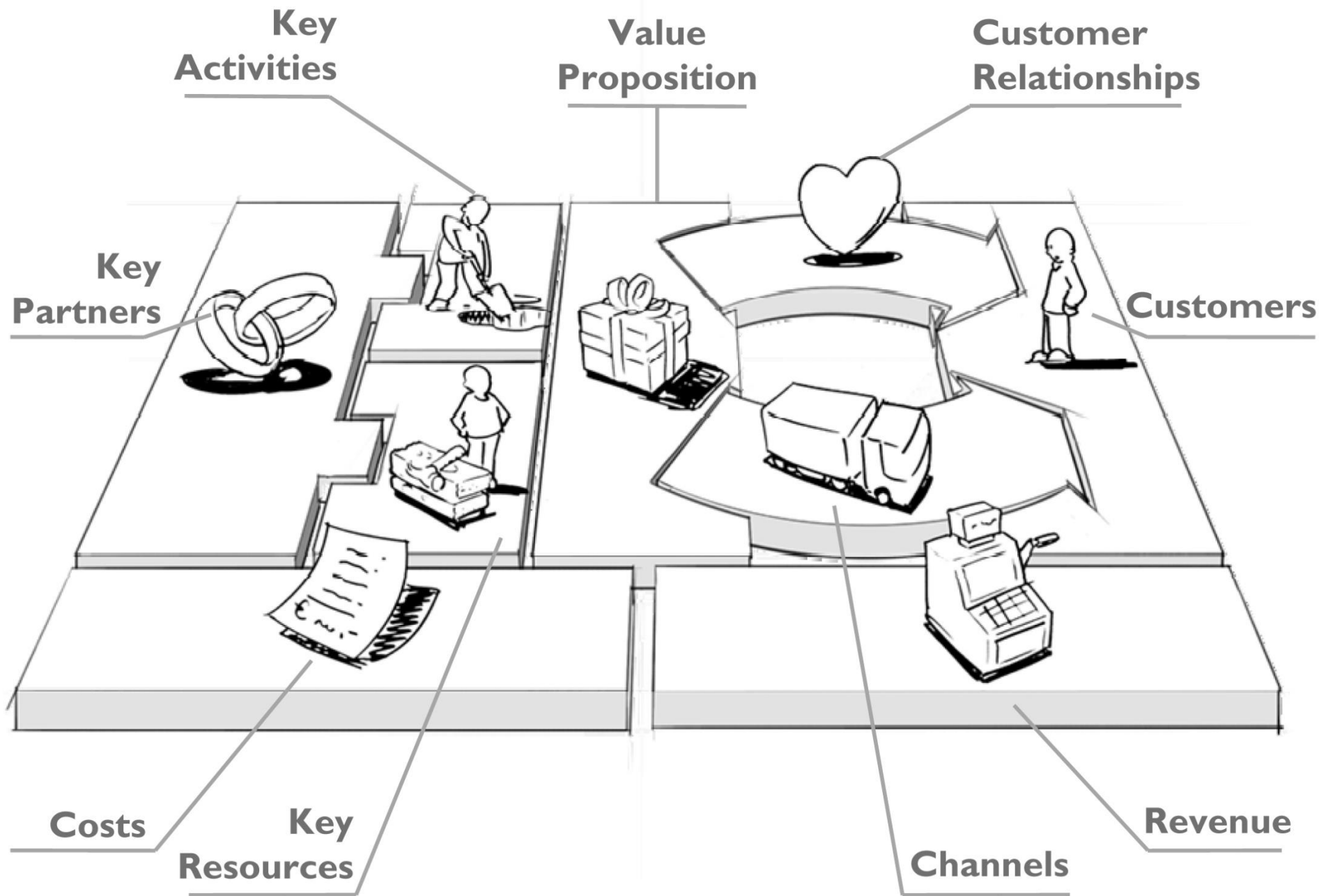
فعالیت های کلیدی

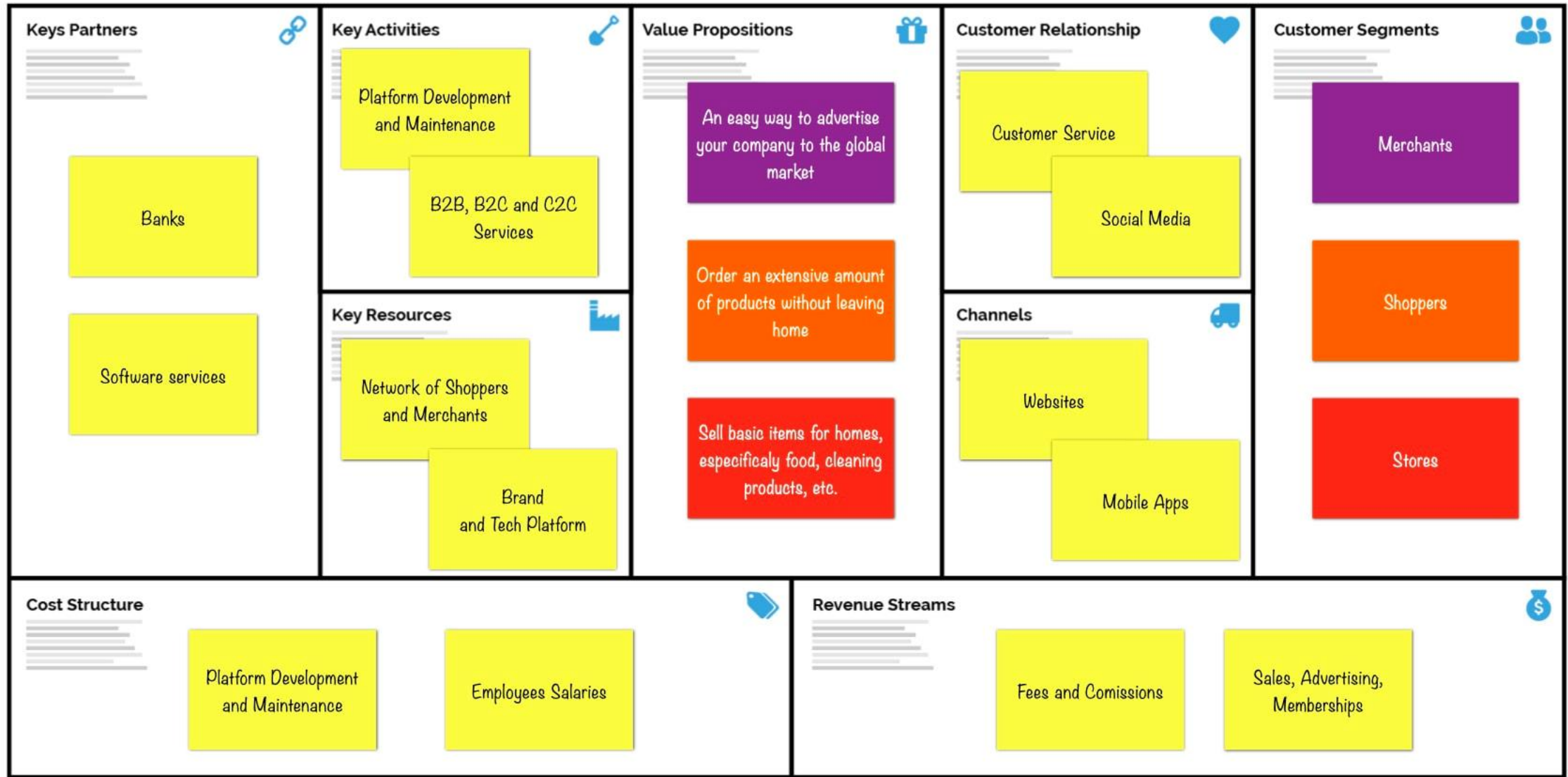
شرکای کلیدی

جریان درآمدی

ساختار هزینه ها

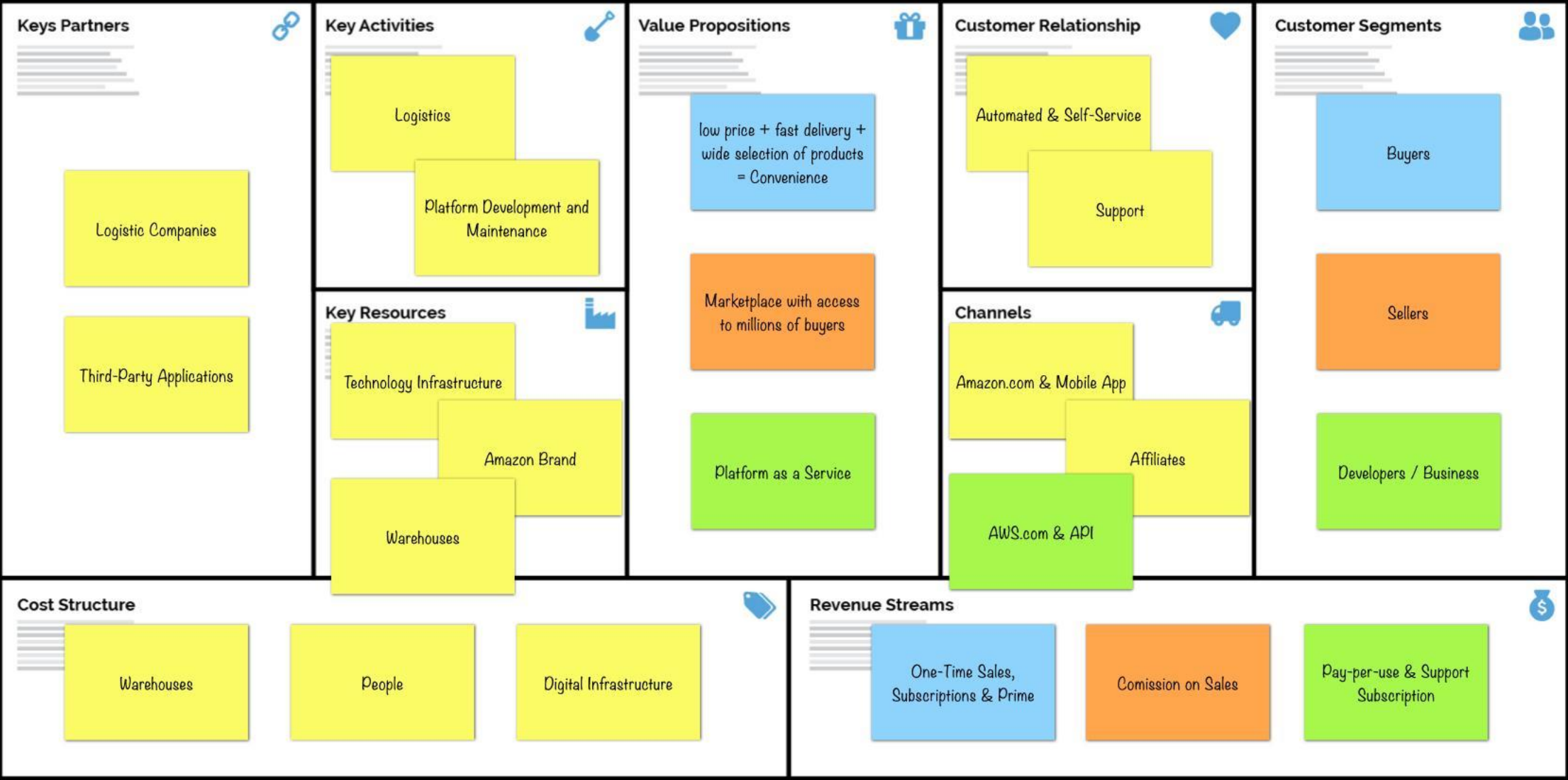




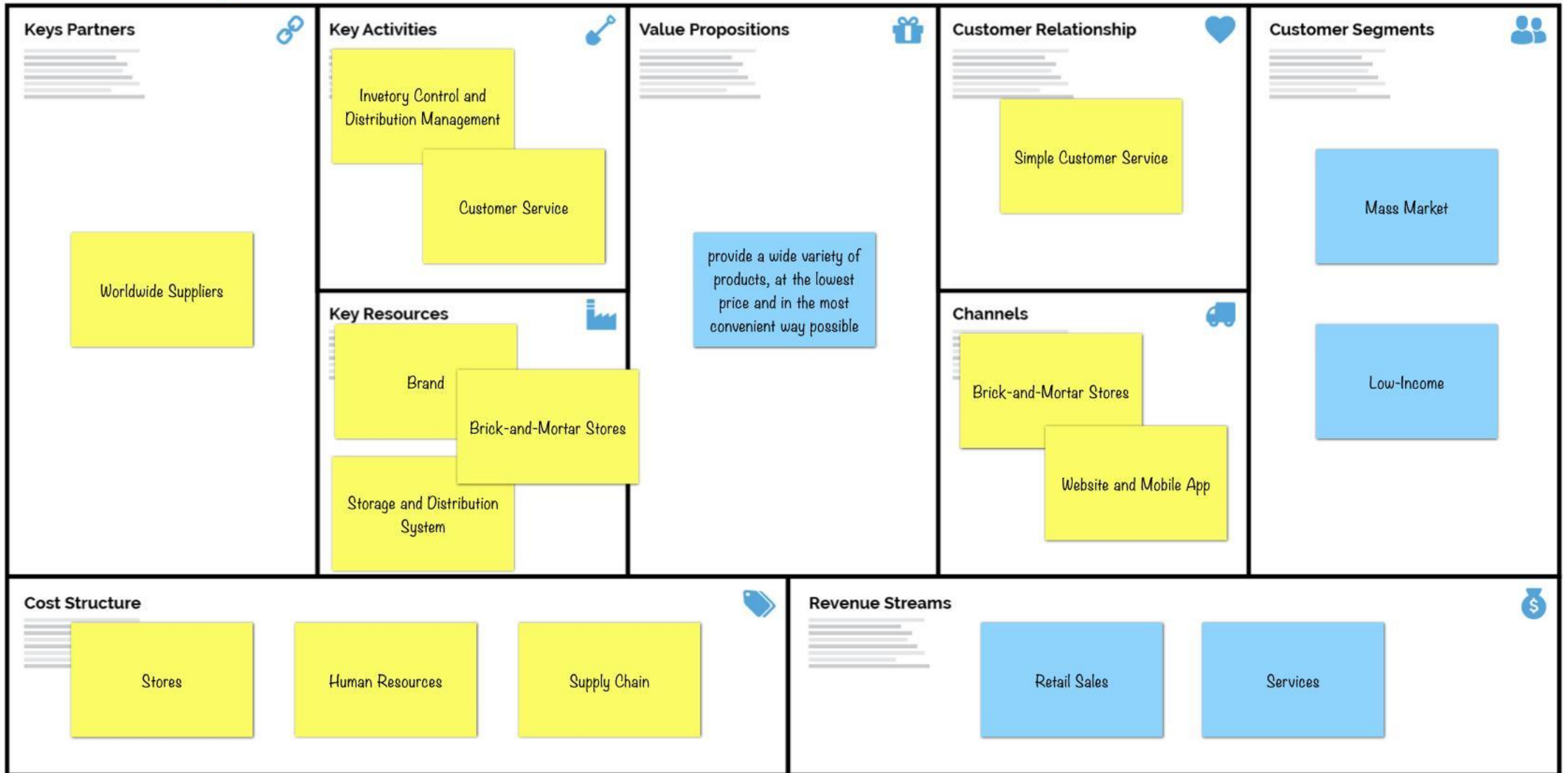




# amazon - Business Model Canvas



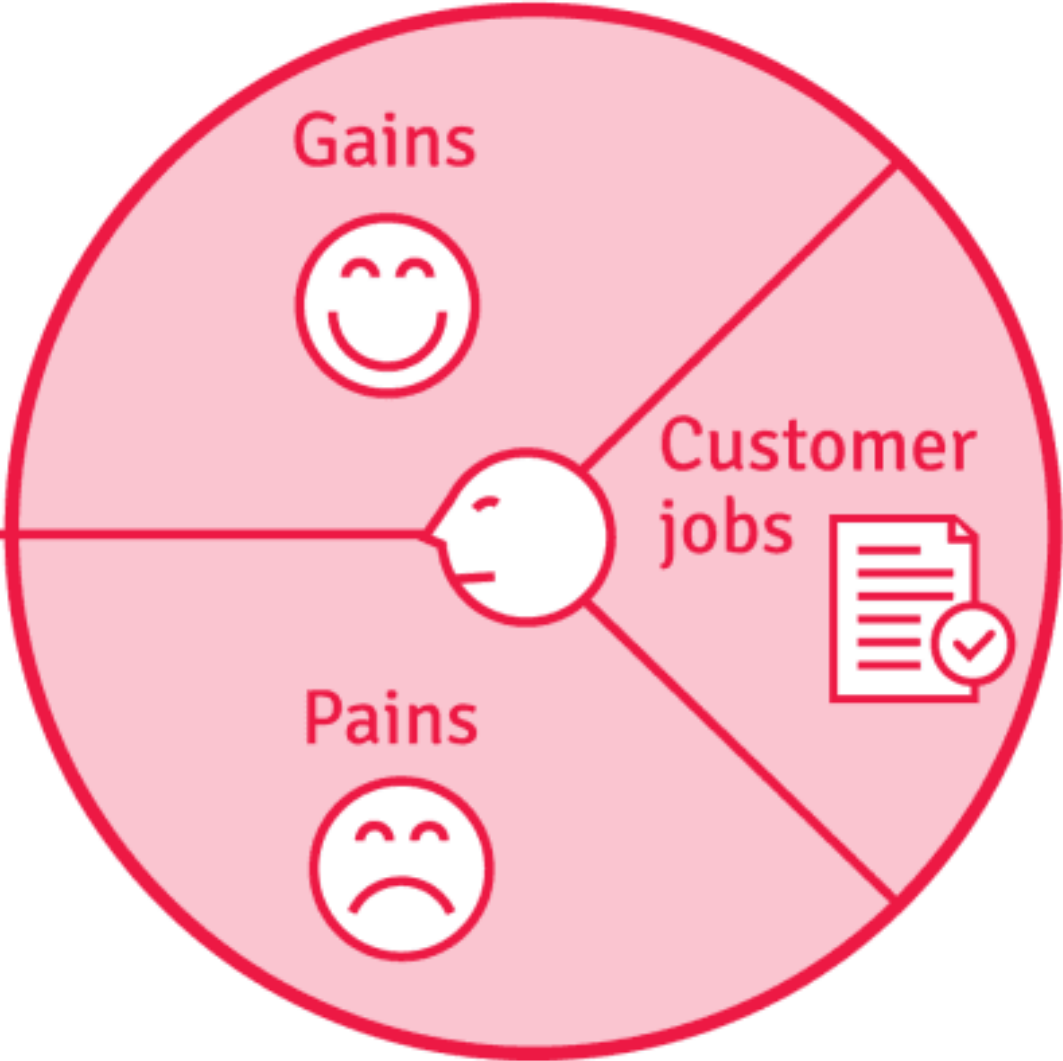
# Walmart - Business Model Canvas



# Value Proposition



# Customer Profile



نقشه سفر مشتری

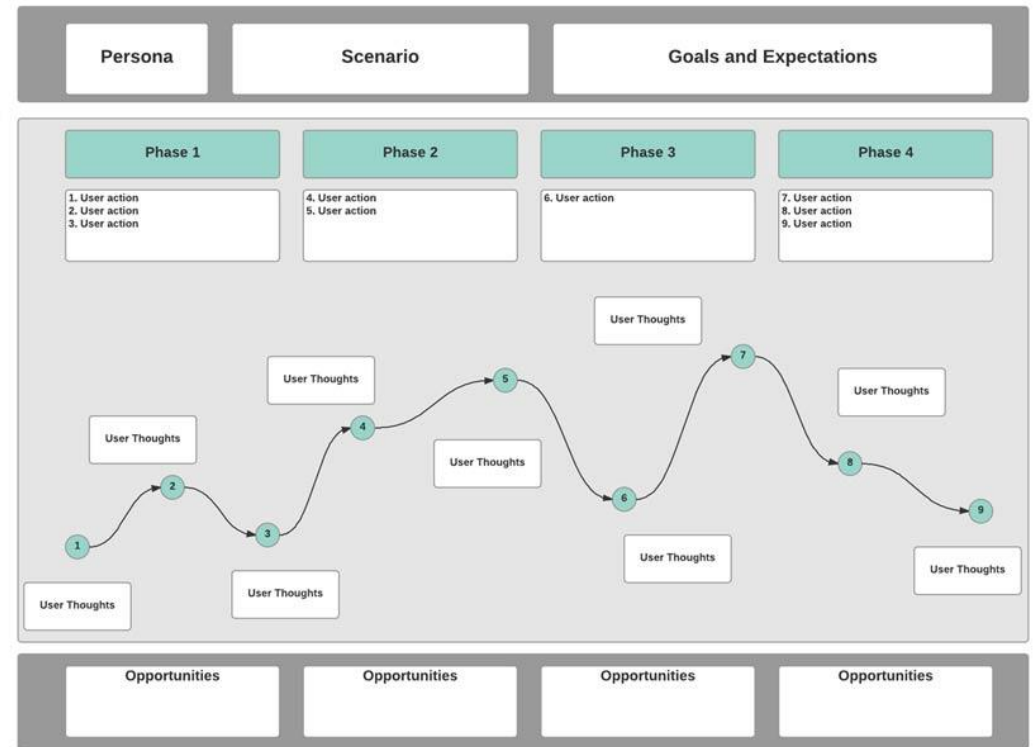
Customer Journey

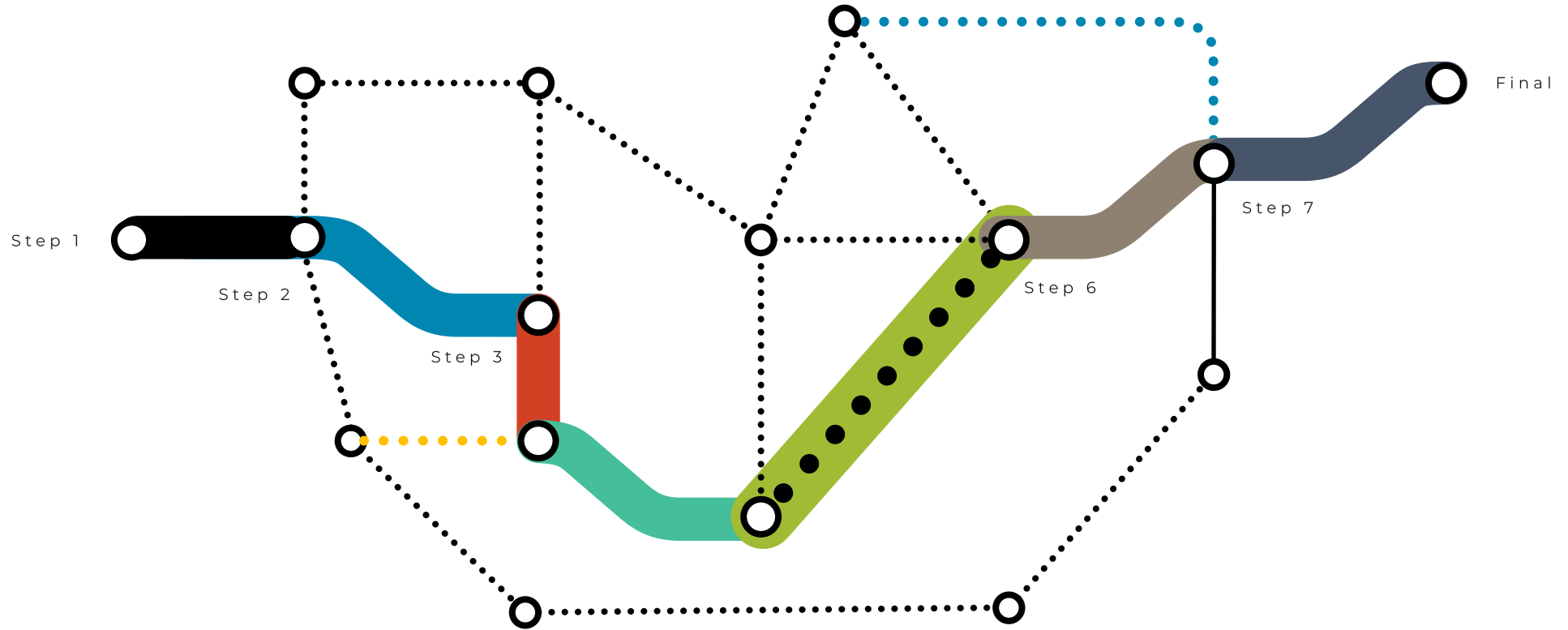


# نقشه سفر مشتری

2

## CUSTOMER JOURNEY MAP





# B2B Customer Journey Mapping Process

This slide exhibits B2B customer journey mapping process management. It includes major elements such as- inbound marketing campaign, direct mail to users and sales team assessment



This slide is 100% editable. Adapt it to your need and capture your audience's attention.



# CUSTOMER JOURNEY MAP *Shopping for a New Car*

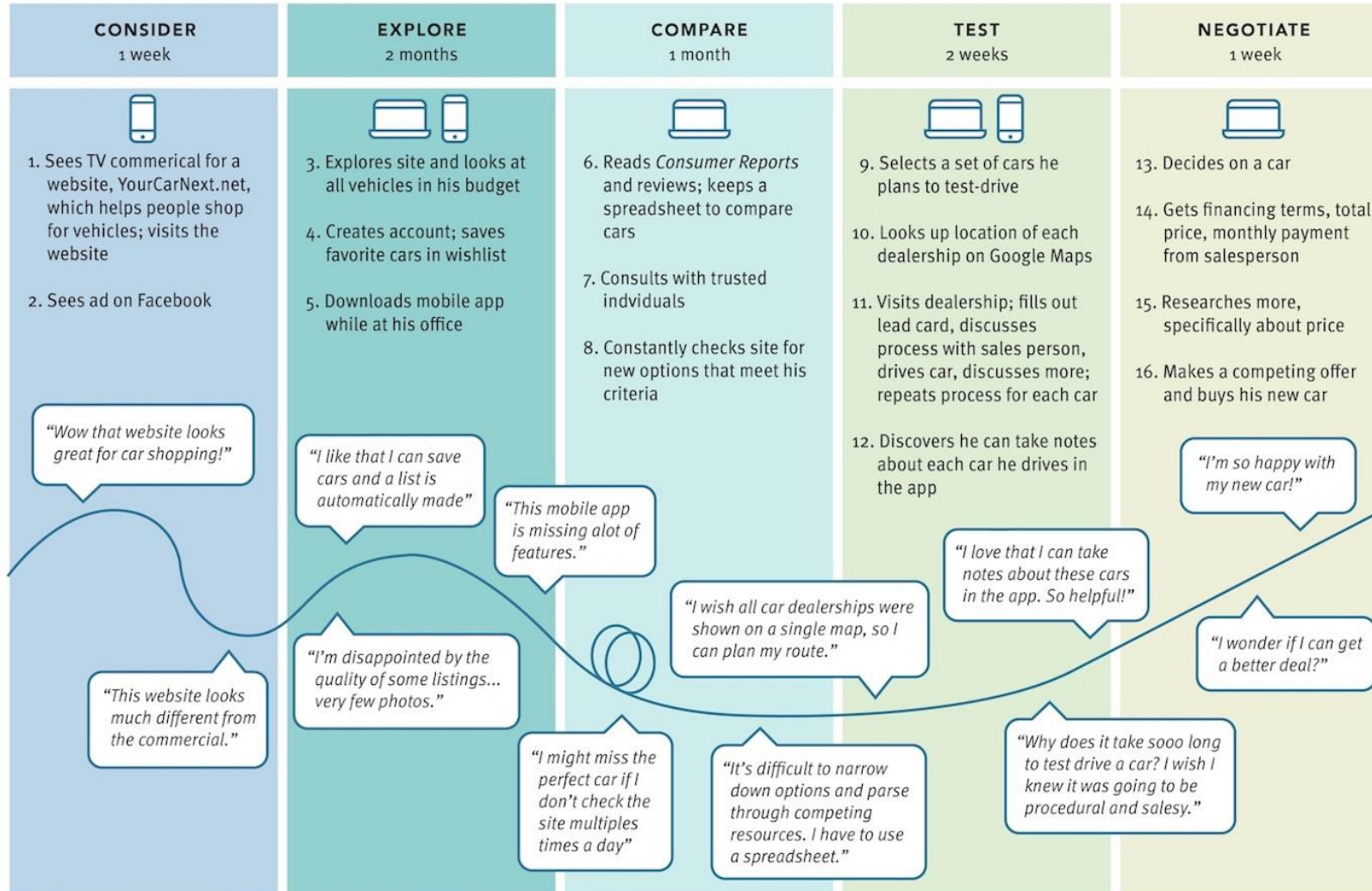


## EMOTIONAL ERIC

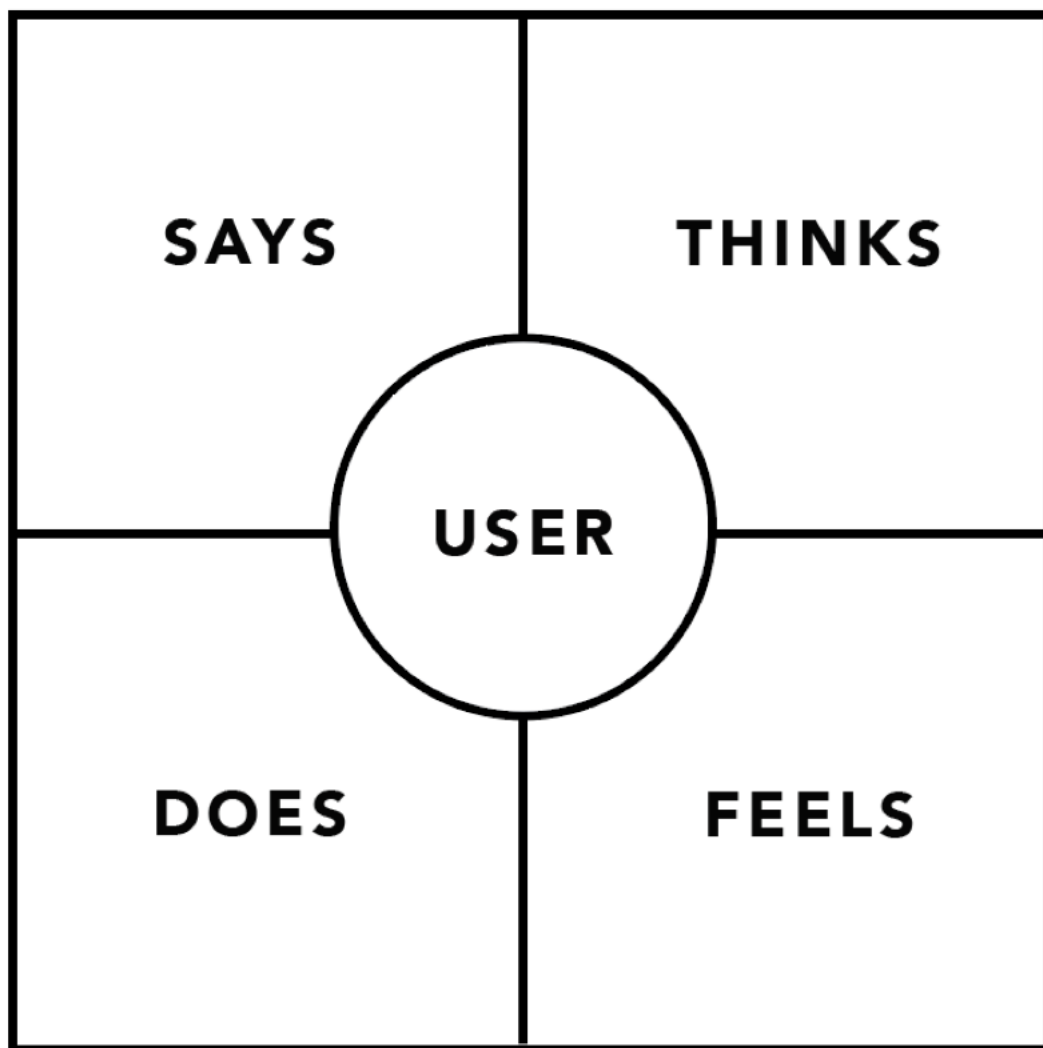
Eric is an emotional car buyer. He purchases based on aesthetics and status.  
**Scenario:** Eric recently moved to the area. He is shopping for a car that is fun to drive and dependable enough for use for everyday commuting.

## EXPECTATIONS

- Ability to compare cars and their breakdowns
- Good photography with closeups, inside and out
- Video overview of car with demonstrations

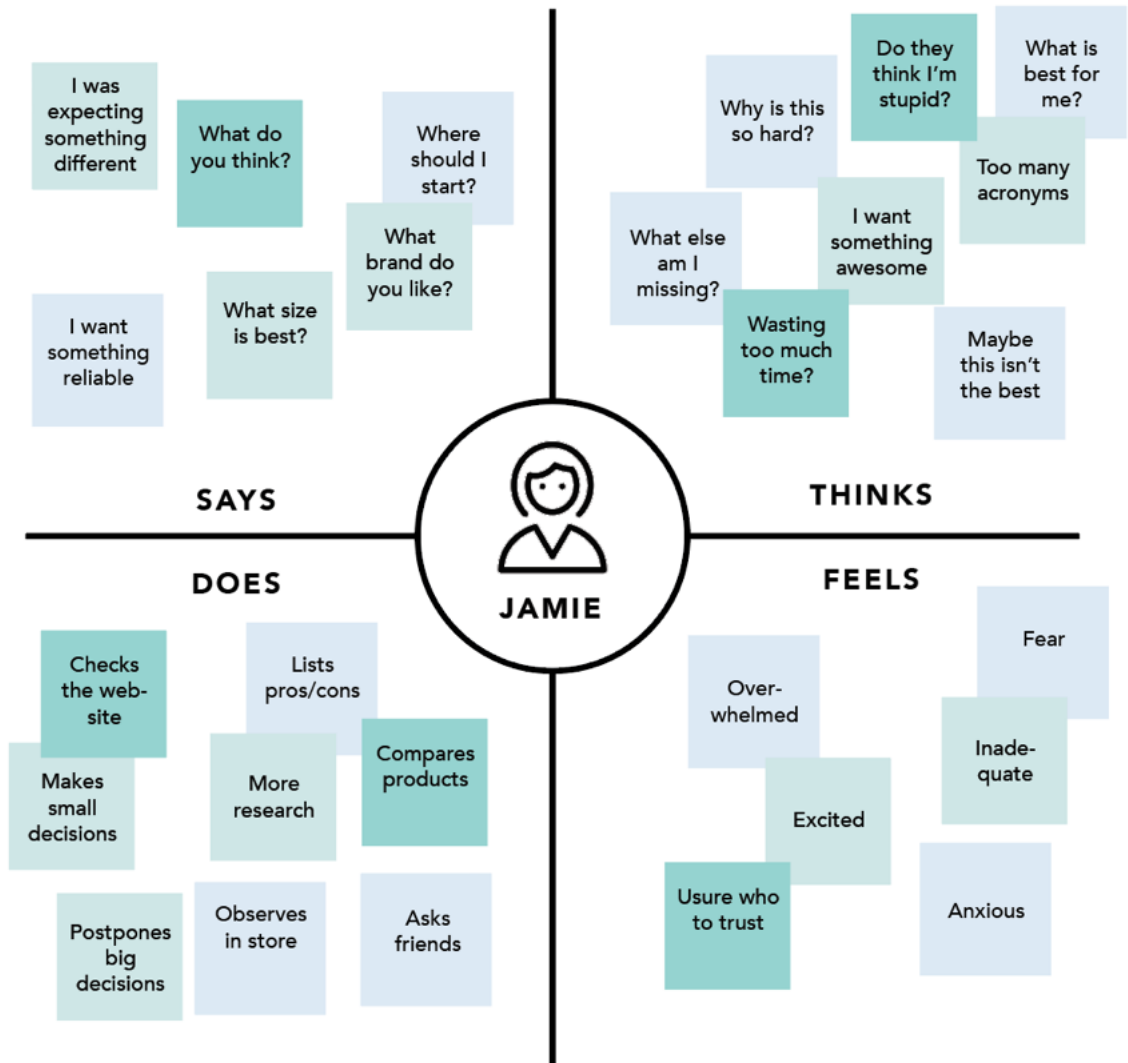


# EMPATHY MAP





# EMPATHY MAP Example (Buying a TV)



### BUYER PERSONA



**Skills**

Your Skill 1:

Your Skill 2:

Your Skill 3:

**Goals**

- A: Goal description
- B: Goal description
- C: Goal description

**Fears, Frustrations**

Placeholder text for fears and frustrations.

**Needs**

Placeholder text for needs.

**Personality**

Placeholder text for personality.

Name: John Michael  
Age: 29  
Occupation: Artist

### BUYER PERSONA



**Skills**

Your Skill 1:

Your Skill 2:

Your Skill 3:

**Goals**

- A: Goal description
- B: Goal description
- C: Goal description

**Fears, Frustrations, Needs**

Placeholder text for fears, frustrations, and needs.

**Personality**

Placeholder text for personality.

Name: Sarah Michael  
Age: 31  
Occupation: Director

### BUYER PERSONA



**Personality**

Placeholder text for personality.

**Skills**

Your Skill 1:

Your Skill 2:

**Goals**

- A: Goal description
- B: Goal description
- C: Goal description
- D: Goal description

Name: Anna Doe  
Age: 26  
Occupation: Business

### BUYER PERSONA



**Skills**

Your Skill 1:

Your Skill 2:

Your Skill 3:

**Fears, Frustrations**

Placeholder text for fears and frustrations.

**Goals**

- A: Goal description
- B: Goal description

**Bio**

Placeholder text for bio.

Name: Michael Doe  
Age: 32  
Occupation: Artist



**STEVE, 47**

### Who is he?

- CEO of large financial company worth € 85 million.
- Has been in this role for ten years.
- He is an innovator and isn't afraid to take risks.
- He likes to communicate via email or face-to-face. He is on LinkedIn and Twitter.
- He reads financial and economic publications and attends financial conferences.

## PERSONA PROFILE

### How he finds us

- He was referred onto by someone he trusts.
- He comes to the website at the beginning of his buying journey.
- He isn't interested in using the information on the site beyond research.

### Pain points

- The size of the service team is very important to him.
- There are five other people involved in the buying decision.
- He wants a competitive price with strong experience.

### What he wants to know

- Latest projects
- Testimonials
- Expertise
- Awards
- He is looking for a partner-led approach

### What he doesn't want

- He doesn't want to pay large fees. Value for money is important.

### Why he buys from us?

Price and Expertise

### SERVICE TEAMS

# پرسونا پروفایل



شناخت تصویر

ذهن مخاطب

# Usermap

## صفحات ورود

کاربران شما از طریق کدام صفحات وارد سایت شما می شوند؟

صفحه اصلی سایت

ثبت نام

ورود

به یوزرمپ خوش آمدید  
برای ادامه وارد شوید.

نام کاربری یا ایمیل

رمز عبور

ورود به سیستم

بازیابی رمز عبور



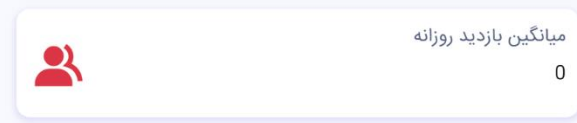
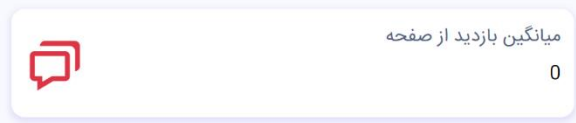
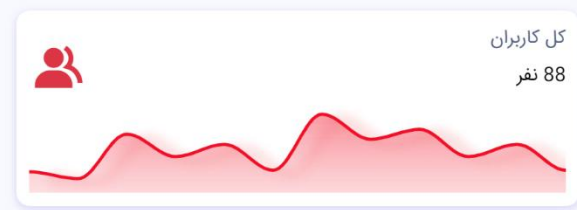
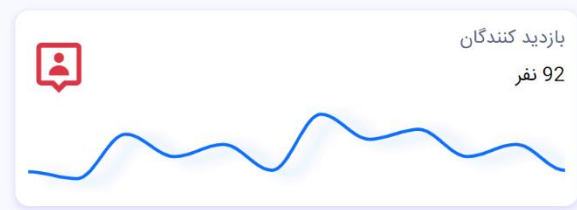
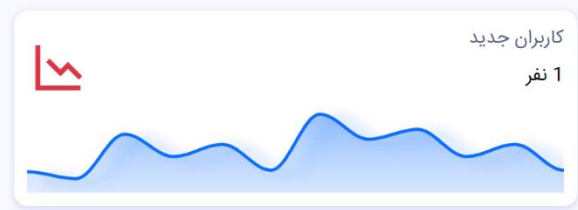
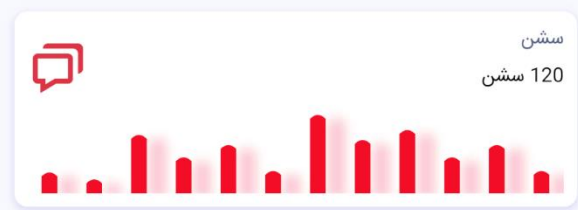
pooyaghandi  
admin@admin.com

pouyafaraz.com/mag

# pouyafaraz.com/mag

## شایان پلاس

### اطلاعات کلی



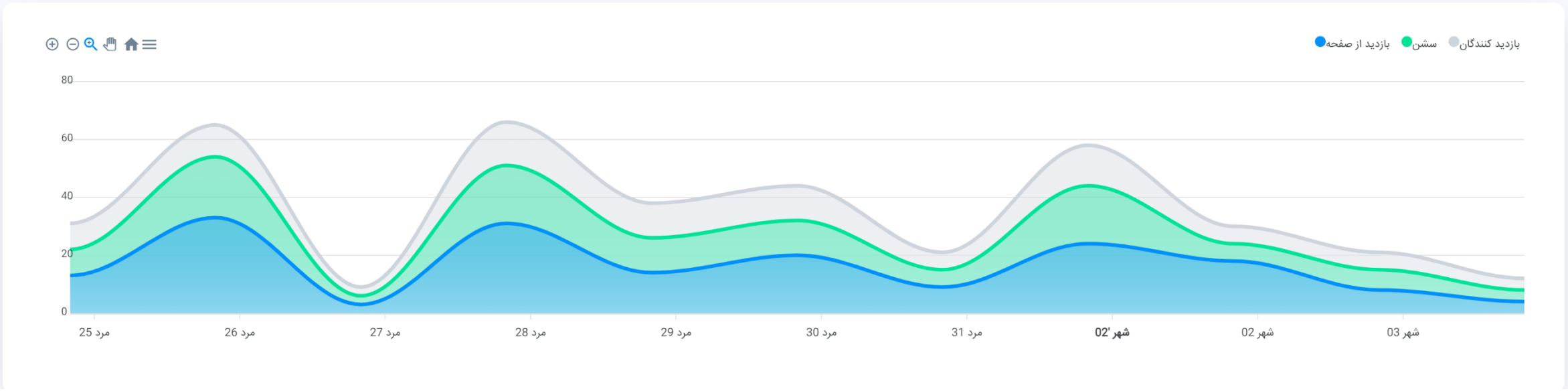
USERMAP

آنالیتیکس

- 🎯
- 🕒
- 👤
- 🔥
- 📁
- 🖥️
- 📊
- 🌐
- ?

### اطلاعات کاربران

 <p>تعداد کاربران موبایل 24</p>	 <p>سیستم های عامل 5</p>	 <p>کشورها 8</p>	 <p>شهر 10</p>
 <p>تعداد صفحه نمایش 27</p>	 <p>ویدیوکاربران 71</p>	 <p>مرورگرها 6</p>	 <p>تعداد کاربران کامپیوتر 64</p>
			 <p>زبان های مرورگر 2</p>



آنالیتیکس

- 🏠
- 📊
- 🕒
- 👤
- 🔥
- 📁
- 📊
- 📺
- 📄
- 👤
- 🌐
- ?

pooyaghandi  
admin@admin.com

pouyafaraz.com/mag

243 کلیک

نقشه های حرارتی > نقشه حرارتی  
index  
/pouyafaraz.com/mag جمع آوری داده ها





زمان شروع تا پایان  
14:00:00 → 13:57:04

مدت زمان رکورد  
00:02:56

تاریخ  
1402/6/4

بازدید کننده  
Iran, Islamic Republic of

تاریخچه کاربر  
مشاهده

انقضای رکورد  
3 ماه ها

رویدادهای ردیابی شده  
90

مشاوره طراحی سایت طراحی باشگاه مشتریان طراحی فروشگاه اینترنتی طراحی اپلیکیشن

طراحی سایت طراحی وردپرس مشاوره دیجیتال مارکتینگ مشاوره تبلیغات مشاوره برندینگ

دیویا فراز

در سایت جستجو کنید

جستجو...

مطالب ویژه سایت

طراحی سایت  
طراحی سایت ریسپانسیو

www.pouyafaraz.com

09145608560

00:00 00:00



صفحات بازدید شده

بازدید کنندگان - igimex.com

مشاهده	صفحات بازدید شده	ارجاع دهنده	مرورگر	وضوح	IP	تاریخ	
	صفحه ۱ - ثانیه ...index.php?route=produ/	yandex.com		۳۶۰x۳۶۰		May ۲۶ ۱۷:۱۵:۴۵	<input type="checkbox"/>
	صفحه ۲ - ثانیه ...index.php?route=produ/ ...index.php?route=produ/	yandex.com		۳۶۰x۳۶۰	۷۷.FL*	May ۲۳ ۱۴:۲۳:۲۳	<input type="checkbox"/>
	صفحه ۲ - ثانیه ...index.php?route=produ/ ...index.php?route=produ/	yandex.com		۳۶۰x۳۶۰	۷۷.FL*	May ۲۳ ۱۱:۵۷:۲۴	<input type="checkbox"/>
	صفحه ۱ - ثانیه ...index.php?route=produ/	yandex.com		۳۶۰x۳۶۰	*.۵.۸	May ۲۲ ۲۳:۳۱:۱۶	<input type="checkbox"/>
	صفحه ۲ - ثانیه ...index.php?route=produ/ ...index.php?route=produ/	yandex.com		۳۶۰x۳۶۰	*.۵.۸	May ۲۲ ۱۷:۵۹:۱۰	<input type="checkbox"/>
	صفحه ۴ - ثانیه ...index.php?route=produ/ ...index.php?route=produ/ ...index.php?route=produ/ ...index.php?route=produ/	yandex.com		۳۶۰x۳۶۰	۷۷.FL*	May ۲۲ ۹:۳۷:۵۱	<input type="checkbox"/>
	صفحه ۱ - ثانیه ...index.php?route=produ/	yandex.com		۳۶۰x۳۶۰	*.۳۱.Y	May ۲۱ ۲۲:۲۷:۳۴	<input type="checkbox"/>
	صفحه ۱ - ثانیه ...index.php?route=produ/	yandex.com		۰x۰	*.۵.۸	May ۲۱ ۱۶:۴۳:۰۸	<input type="checkbox"/>
	صفحه ۱ - ثانیه ...index.php?route=produ/	yandex.com		۳۶۰x۳۶۰	۷۷.FL*	May ۲۱ ۱۶:۴۲:۵۲	<input type="checkbox"/>
	صفحه ۱ - ثانیه ...index.php?route=produ/	yandex.com		۳۶۰x۳۶۰	۳.YF۲*	May ۲۱ ۱۱:۲۶:۳۵	<input type="checkbox"/>

# Usermap

جریان رفتاری کاربران

کاربران که از یک صفحه مشخص وارد شده اند، از کدام صفحه خارج شده اند

صفحه اصلی سایت

ورود

ثبت نام

10 روز تحلیل رایگان هدیه یوزر مپ

نام

موبایل

ایمیل

admin@admin.com

کلمه عبور

.....

تایید و ثبت نام

ورود به سیستم



## 5 طراحی پلن بازاریابی دیجیتال



# SOSTAC



# RACE





# RACE & SOSTAC

دسترسی

فعالیت

تبدیل

تعامل و مشارکت

تجزیه و تحلیل موقعیت: در حال حاضر چگونه از بازاریابی دیجیتال استفاده می‌کنیم؟

SWOT در برگزیده مرور و بررسی  
بازاریابی دیجیتال شخصی

تجزیه و تحلیل  
مشتری و مخاطب

بنچ مارک کردن رقبا

تجزیه و تحلیل  
تاثیرگذاران و شرکا

کنترل/تنظیم اهداف: از چه اهداف و KPI هایی باید استفاده کنیم؟

تنظیم مأموریت و دید

اهداف بازاریابی  
و کسب‌وکار

اهداف SMART و KPI ها

داشبوردها و  
آنالیتیکس دیجیتال

استراتژی: چگونه می‌توانیم به اهداف خود دست پیدا کنیم؟

بخش‌بندی و هدف‌گیری

موقعیت برند و  
گزاره‌های ارزشی

استراتژی محتوا و تعامل

ارتباط چند کانالی یکپارچه

قوانین: چگونه بازاریابی دیجیتال را مدیریت کنیم؟

تبدیل دیجیتال

سرمایه‌گذاری و اولویت‌بندی

منابع چند کانالی

چابکی دیجیتال

# RACE & SOSTAC

دسترسی

فعالیت

تبدیل

تعامل و مشارکت

## تاکتیک‌ها: چه فعالیت‌های بازاریابی دیجیتال را بهینه‌سازی می‌کنیم؟

### دسترسی

استراتژی‌های کسب برای ایجاد آگاهی خارج از سایت و آفلاین جذب مشتری و بازدیدکننده به سایت شرکت

بهینه‌سازی سایت برای موتورهای جستجو (سئو)

پرداخت به ازای هر کلیک

بازاریابی مشارکتی

تبلیغات آنلاین

روابط عمومی آنلاین

رسانه‌های اجتماعی

### فعالیت و تبدیل

استراتژی تبدیل برای رسیدن به اهداف بازاریابی تولید سرنخ و فروش بر روی سایت و به صورت آفلاین

سفر مشتری  
دسکتاپ و موبایل

بازاریابی محتوایی

اتوماسیون بازاریابی

شخصی سازی و  
تجاری سازی

بهینه‌سازی نرخ تبدیل

تجارت اجتماعی

### تعامل

استراتژی حفظ و رشد برای ایجاد مشتری و حمایت طرفداران، بازدید تکراری و فروش

پذیرش مشتری

مدیریت تجربه مشتری

استراتژی تماس مشتری

خدمات و پشتیبانی مشتری

کلان داده

CRM اجتماعی

# SWOT Analysis

## Strengths

*Your advantages*

## Weaknesses

*Areas for improvement*

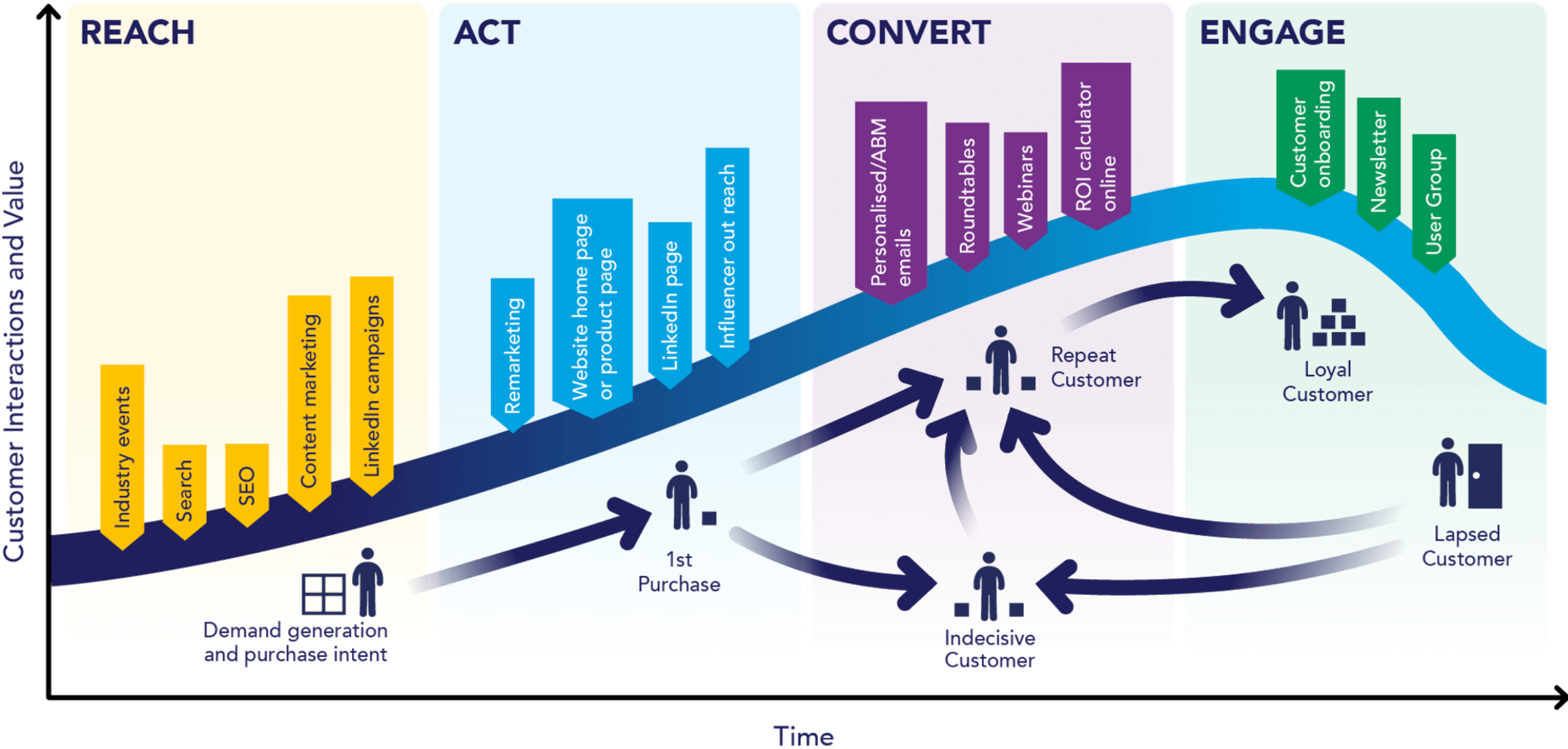
## Opportunities

*Situations to apply your advantages*

## Threats

*Where you are at risk*

		Internal factors	
		Strengths	Weaknessess
		<i>Your advantages</i>	<i>Areas for improvement</i>
External factors	Opportunities	Attack strategies	Reinforce strategies
	<i>Situations to apply your advantages</i>		
	Threats	Develop strategies	Avoid strategies
	<i>Where you are at risk</i>		



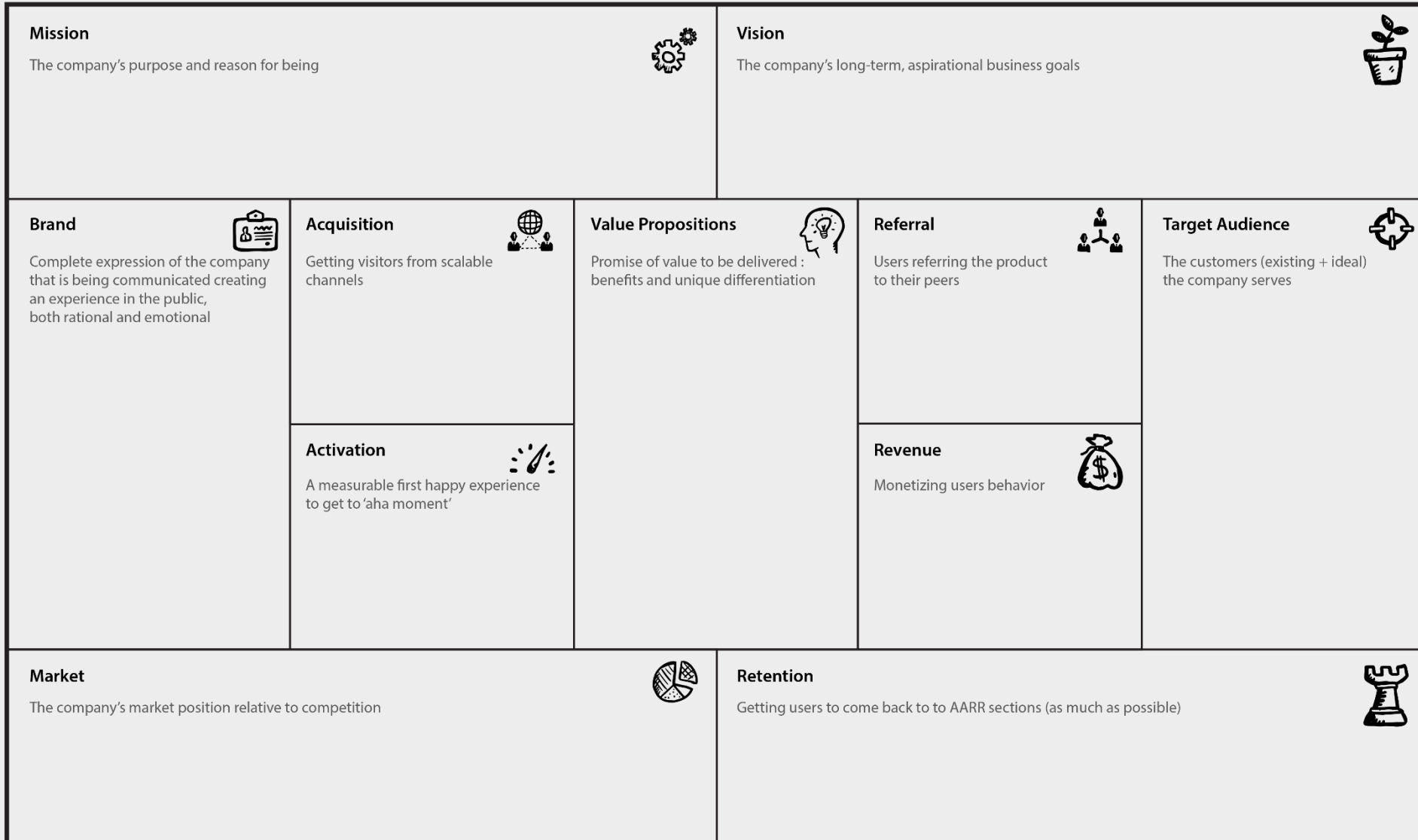


# The Digital Marketing Canvas

Develop a strategy to accelerate business growth

Designed for:

Date:



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.















[www.digitalmarketingcanvas.co](http://www.digitalmarketingcanvas.co)

Designed by: Jeremy Corman

# The Digital Marketing Canvas

Develop a strategy to accelerate business growth



<b>Mission</b> The company's purpose and reason for being  * Connecting people who need a place with people who have a surplus space * Local people + cultures 		<b>Vision</b> The company's long-term, aspirational business goals  * Connecting with like minded people 		
<b>Brand</b> Complete expression of the company that is being communicated creating an experience in the public both rational and emotional  * Hospitality * People + Places + Love  	<b>Acquisition</b> Getting visitors from channels  * Craislisgt 'growth hack' (early stage)  	<b>Value Propositions</b> Promise of value to be delivered: benefits and unique differentiation  * Your home everywhere * Safe way to travel * Easy    	<b>Referral</b> User referring the product to their peers  * Sending flowers to influential customers with personalized message  	<b>Target Audience</b> The customers (existing + ideal) the company serves  * Travelers * Locals * Influencers  
	<b>Activation</b> A measurable rst happy experience to get to 'aha moment'  * Professional pictures (x3 conversion rate) * Price tips  	<b>Revenue</b> Monetizing users behavior  * Host fee (range from 3%) * Guest fees (ranges from 6-12%)  		
<b>Market</b> The company's market trends and position relative to competition  * Saturated market * Expensive * Legal issues   		<b>Retention</b> Getting users to come back to AARR sections (as much as possible)  * Identity verification * Cleaning services * \$1.000.000 host guarantee * Airbnb Plus / Collection / Experiences / Advertures / Luxury retreats / ...  		



Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) You are free to: Share & Adapt. Under the following terms: Attribution – You must give appropriate credit, provide a link to the license, and indicate if changes were made. You may do so in any reasonable manner, but not in any way that suggests the licensor endorses you or your use.

[www.digitalmarketingcanvas.co](http://www.digitalmarketingcanvas.co)

Designed by: Jeremy Corman



# SWOT matrix

Strategic planning



## Helpful

to achieving the objective

## Harmful

to achieving the objective

**Internal origin**  
(attributes of the organization)

- \* Product expansion – Airbnb has expanded its products outside its core accommodations, thereby aiming to set up an end to end travel platform.
- \* A cheaper alternative to hotels
- \* Global recognition build by thinking glocal
- \* Good customer service
- \* Airbnb Plus (additional amenities like those found in hotels)
- \* Airbnb Collections

- \* Laws and regulations violations
- \* Being poor hosts
- \* Easy to copy its Business Model
- \* Criticized for higher prices
- \* Home owners discrimination cases
- \* Airbnb doesn't have control over services offered by homeowner

**External origin**  
(attributes of the environment)

- \* Expand into Emerging Markets
- \* Expand its product (eg.: providing car rentals,...)
- \* IPO
- \* Charitable donations

- \* Laws and regulations in every country
- \* Lawsuits
- \* Competitors (VRBO, Evaneos, etc.)
- \* Bad press
- \* Risk of losing identity by competing in the hotel business.

S  
O

W  
T



Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) You are free to Share & Adapt.  
Under the following terms: Attribution – You must give appropriate credit, provide a link to the license, and indicate if changes were made.  
You may do so in any reasonable manner, but not in any way that suggests the licensor endorses you or your use.

Brought on Figma by: Jeremy Corman

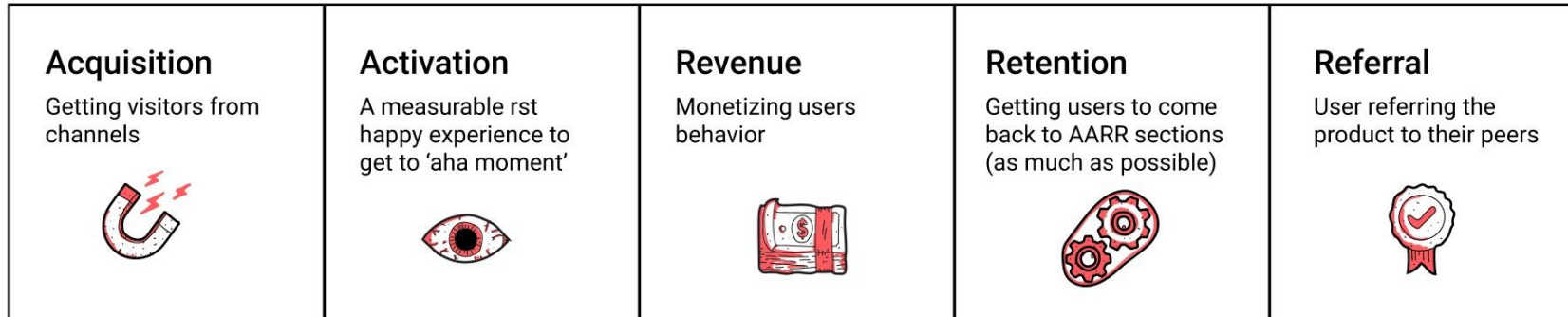
[www.digitalmarketingcanvas.co](http://www.digitalmarketingcanvas.co)



# AARRR model

Adapted version of AARRR model of the Customer Journey

## Brand Awareness



Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) You are free to: Share & Adapt.  
Under the following terms: Attribution – You must give appropriate credit, provide a link to the license, and indicate if changes were made.  
You may do so in any reasonable manner, but not in any way that suggests the licensor endorses you or your use.

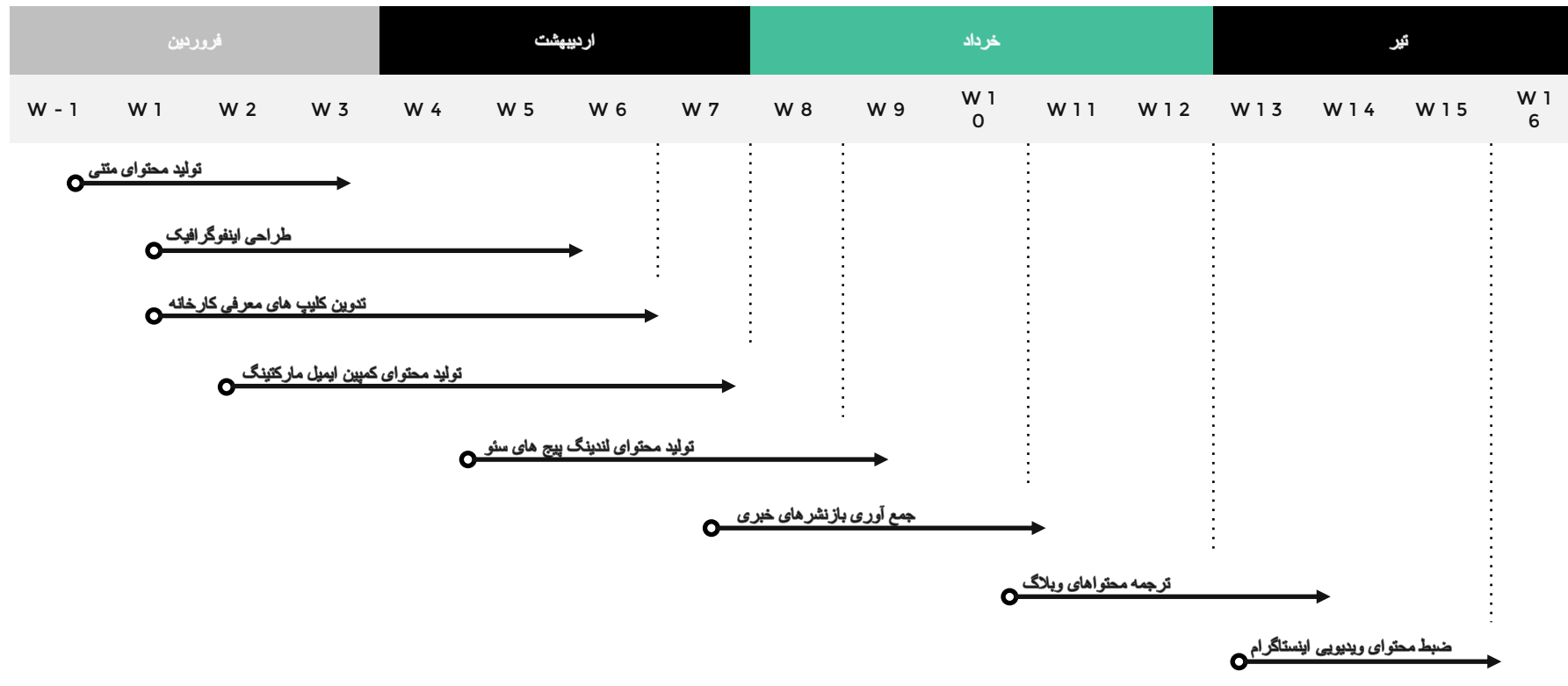
[www.digitalmarketingcanvas.co](http://www.digitalmarketingcanvas.co)

Adapted version of AARRR model of the Customer Journey, also called Pirate Metrics by Dave McClure  
Designed by: Jeremy Corman



# Content Calendar

Sheikhbahei.com





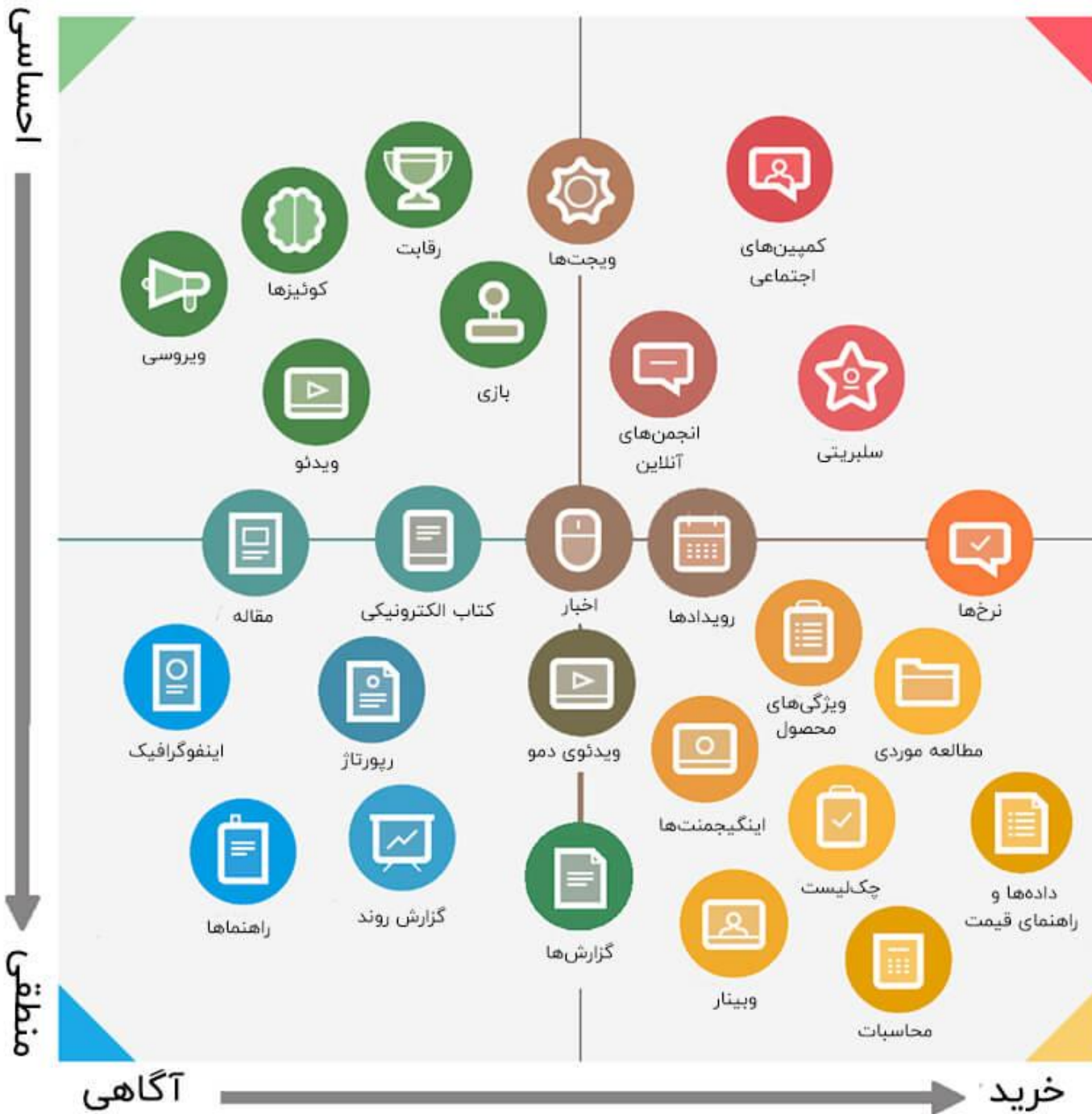
# Content Calendar

Sheikhbahei.com



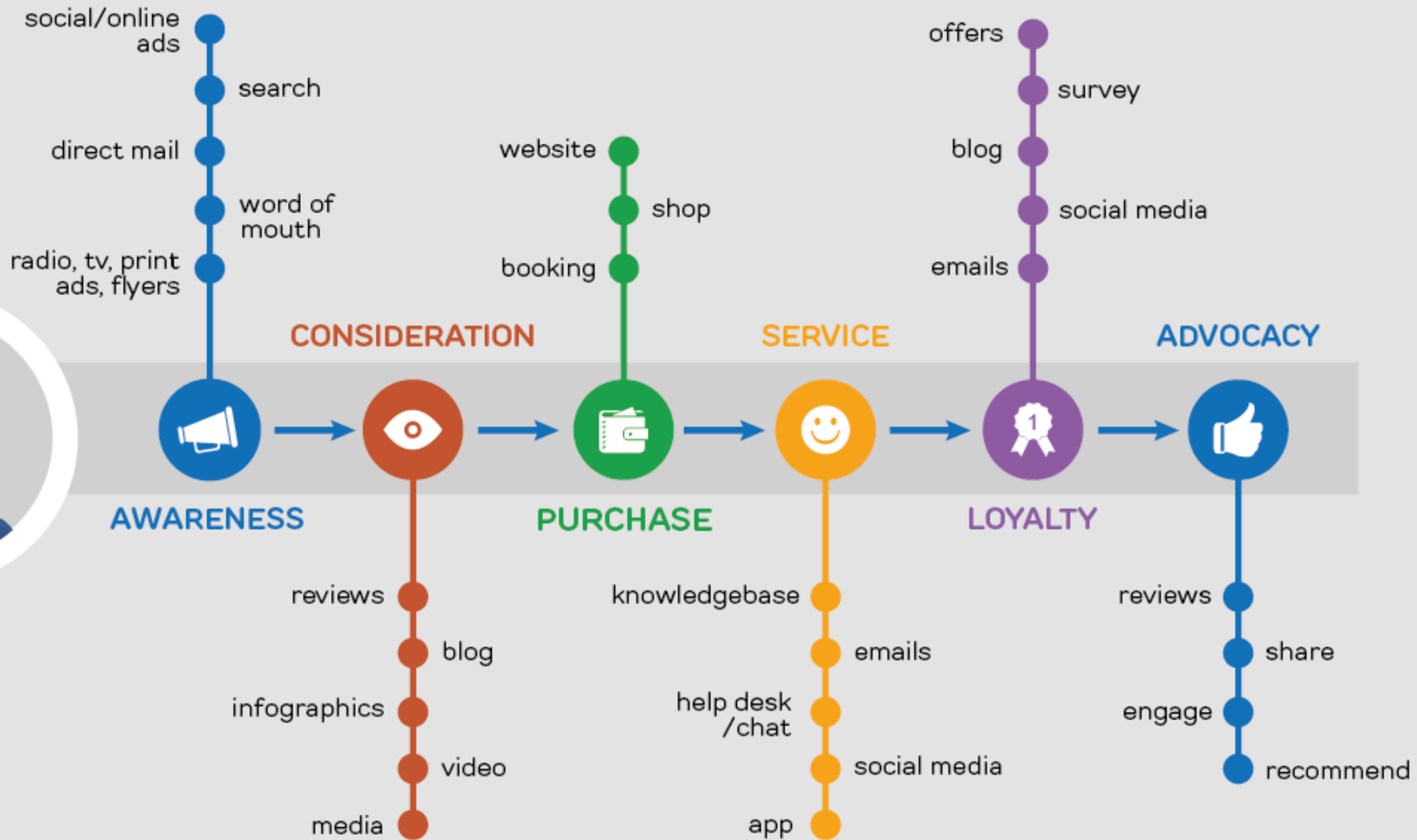
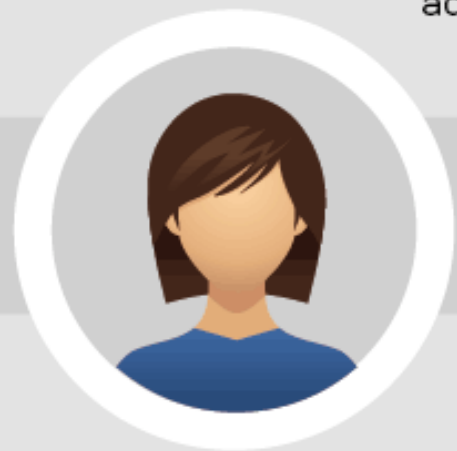
<https://sheikhbahei.com/ContentCalendar>

# ماتریس بازاریابی محتوایی



# Digital Marketing Funnel







# جدول تناوبی عناصر گیمیفیکیشن

1 <b>Rr</b> پاداش های تصادفی										2 <b>Fr</b> پاداش های ثابت	3 <b>Td</b> چالش های وابسته به زمان
4 <b>Ob</b> آشنایی	5 <b>Si</b> تابلوهای راهنما	6 <b>La</b> نفرت از شکست	7 <b>I</b> سرمایه گذاری					8 <b>Pf</b> پیشرفت/بازخورد	9 <b>T</b> تیم	10 <b>N</b> داستان سرایی	11 <b>C</b> کنجکاوی
12 <b>Tp</b> فشار زمان	13 <b>S</b> نایابی	14 <b>St</b> استراتژی	15 <b>F</b> غررگی	16 <b>Co</b> عواقب	17 <b>Gt</b> تیم ها	18 <b>Sn</b> شبکه های اجتماعی	19 <b>Ss</b> جایگاه اجتماعی	20 <b>Sd</b> اکتشاف اجتماعی	21 <b>Sp</b> فشار اجتماعی	22 <b>Cm</b> رقابت	
23 <b>Ch</b> چالش ها	24 <b>Ce</b> گواهی ها	25 <b>L</b> یادگیری	26 <b>Q</b> ماموریت ها	27 <b>Lp</b> مراحل و پیشرفت	28 <b>Bb</b> غول مرحله آخر	29 <b>E</b> جستجو	30 <b>Bc</b> تصمیمات شاخه شاخه	31 <b>Ee</b> تخم مرغ عید پاک	32 <b>U</b> آیتم های بازشدنی	33 <b>Ct</b> ابزارهای خلاقیت	
34 <b>Cu</b> شخصی سازی	35 <b>Ap</b> اهداف نوع دوستانه	36 <b>Cg</b> مراقبت کردن	37 <b>A</b> دسترسی	38 <b>Cn</b> کلکسیون	39 <b>Gs</b> هدیه دادن	40 <b>Ks</b> اشتراک دانش	41 <b>P</b> امتیازات	42 <b>Pr</b> جوایز	43 <b>Le</b> جدول برندگان	44 <b>B</b> نشان ها	
		45 <b>Ve</b> اقتصاد مجازی	46 <b>Lo</b> لاتاری	47 <b>Ip</b> پلتفرم های خلاقیت	48 <b>V</b> رای دادن	49 <b>Dt</b> ابزارهای توسعه	50 <b>A</b> ناشناس بودن	51 <b>Lt</b> رویکرد خردمندانه	52 <b>An</b> هرج و مرج		

انواع برنامه ریزی برای اعطای پاداش	عمومی	اجتماعی	دست یابنده	آزادی خواه	خیرخواه	بازیکن	تغییر دهنده
------------------------------------	-------	---------	------------	------------	---------	--------	-------------



با گیمیفیکیشن  
یک تجربه به یاد ماندنی  
برای مشتریان بسازید

# گیمیفیکیشن

بازی کردن نیست

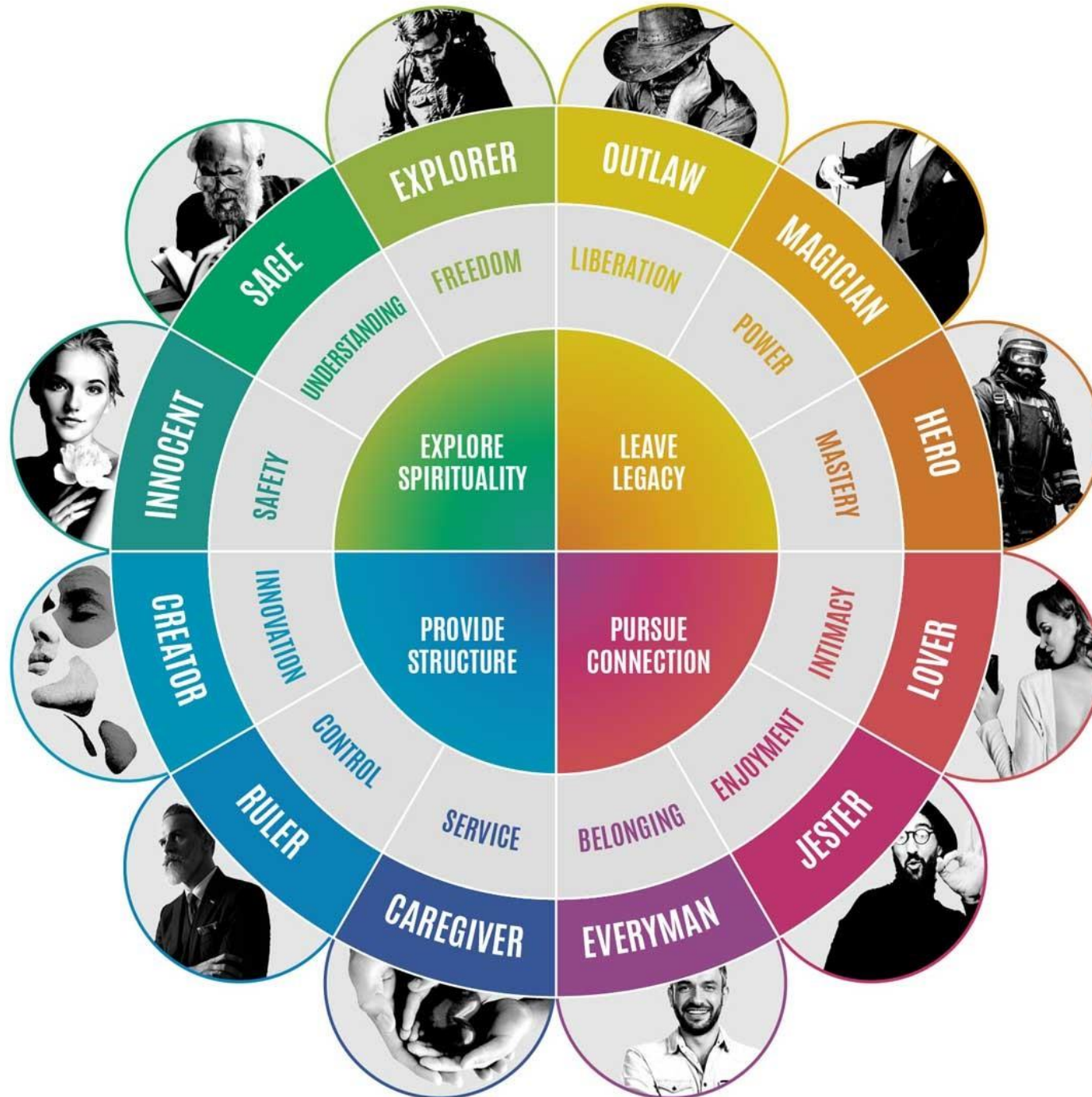
استفاده از ویژگی های بازی است

بالا بردن انگیزه/حس رقابت/کنجکاوی/ بهبود تجربه مشتری





# شخصیت برند



# تکنیک های بازاریابی دیجیتالی

7



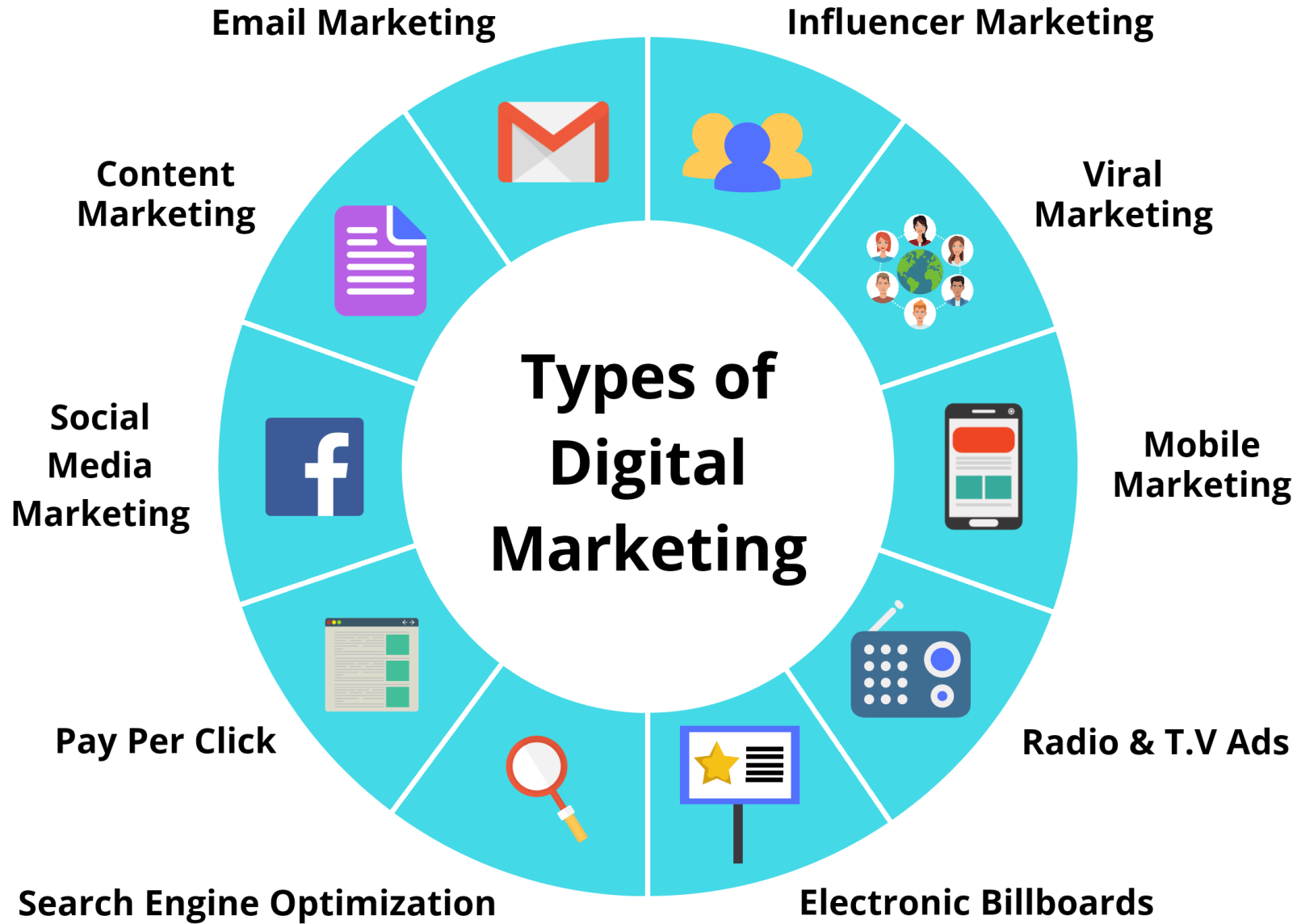


# Campaign

Sheikhbahei.com



<https://sheikhbahei.com/Campaign>





8

## آنالیزگرها و داشبوردهای تحلیلی





9 برند فراگیر



# برند فراگیر





# مدیریت پروژه دیجیتال مارکتینگ

10





Let's  
Discussion





The  
END

Thank you

for watching

## Digital goals

Brand goals and strategy

SMART comms objectives

Always-on and campaign integration

Digital transformation and disruption

Business and revenue models (monetisation)

## Digital audiences

Business-to-consumer

Business-to-business

Consumer-to-consumer

Target markets, segments and personas

## Digital devices

Smartphone

Tablet

Desktop

Smart speaker and in-home

Digital TV and Out-of-home signage

## Digital platforms

Facebook

Amazon

Microsoft

Google

Apple

Other sector-specific intermediaries

## Digital media

Paid

Owned

Earned

Websites and apps

Search, social and email marketing

Content marketing and PR

## Digital data

Customer profiles

Customer behaviours

Customer value

Communications preferences

Big Data

## Digital technology

Software-as-a-Service

Martech including Marketing clouds

Marketing automation

Artificial Intelligence

Augmented and virtual reality



لا إله إلا الله محمد رسول الله



باسپاس از همراهی شما سروران عزیز

[www.sheikhbahaei.com](http://www.sheikhbahaei.com)

۰۹۱۳۱۰۹۸۸۷۵

