

EMARKETING EXCELLENCE

PLANNING AND OPTIMIZING
YOUR DIGITAL MARKETING

برای آن‌که بتوانید یک برنامه قدرتمند داده محور ایجاد کنید، در نخستین گام باید روی مباحث مرتبط با بانک‌های اطلاعاتی تسلط داشته باشید. به عبارت دقیق‌تر باید بدانید برای ساخت بانک‌های اطلاعاتی در مقیاس کوچک و مدیریت درست آن‌ها چه کارهایی باید انجام دهید. کتاب مفاهیم بانک‌های اطلاعاتی با این هدف به رشته تحریر درآمده است. کتابی که ویژه دانشجویان مقطع کارشناسی، کارشناسی ارشد و همچنین متخصصان کسب‌وکار است. این کتاب با اتکا بر اکسس 2016 سعی کرده مفاهیم و تکنیک‌هایی را که در پس‌زمینه طراحی بانک‌های اطلاعاتی وجود دارند، به شما نشان دهد. برای این منظور سه پروژه در نظر گرفته شده تا مخاطبان به شکل عینی با مفاهیمی که در دنیای کسب‌وکار با آن روبه‌رو خواهند شد، آشنا شوند. شیوایی این کتاب به شما کمک می‌کند بدون مشکل خاصی سطح دانش خود را در این زمینه افزایش دهید.

نام کتاب: سرآمدی بر بازاریابی الکترونیکی (ویرایش چهارم)

(Emarketing Excellence)

ناشر: Routledge

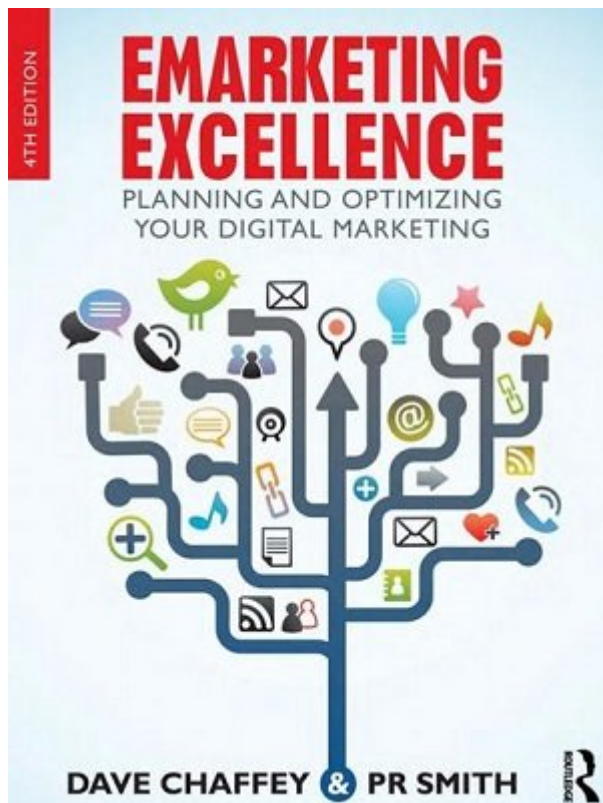
نویسندگان: پی آر اسمیت، دیو چاوفی

(Dave Chaffey, PR Smith)

سال انتشار: 2018

شابک: 13: 0415533379-978

تعداد صفحات: 640 صفحه



شرح مختصری از کتاب

اولین پرسشی که پیش از مطالعه این کتاب باید به آن پاسخ داده شود این است که کتاب یاد شده برای چه گروه از افراد جامعه مناسب است؟

در جواب این پرسش باید بگوییم مدیران **بازاریابی** که مسئولیت تبیین و تدوین **استراتژی‌های بازاریابی**، پیاده‌سازی و اجرای این استراتژی‌ها و همچنین پشتیبانی از سایت شرکت همگام با بازاریابی سنتی به آن‌ها واگذار شده، کارشناسان بازاریابی دیجیتال که مسئولیت یکپارچه‌سازی و همچنین اجرای طرح‌های بازاریابی الکترونیکی به آن‌ها واگذار شده، مدیران ارشد سازمانی که در نظر دارند از راهکارهای موثری در زمینه **بازاریابی الکترونیکی** استفاده کنند، مدیران سامانه‌های اطلاعاتی که مسئولیت توسعه و اجرای طرح‌های راهبردی بازاریابی الکترونیکی با آن‌ها است، مدیران فنی پروژه‌ها که نیاز دارند از جزئیات زیربنایی ساخت یک سایت اطلاع داشته باشند، از مخاطبان اصلی این کتاب به شمار می‌روند.

در مقدمه این کتاب آمده است: «ما دنیای تجارت الکترونیک را همراه با مزایای متعدد آن برای شما بر خواهیم شمرد. در این کتاب با مفاهیم کلیدی که برای موفقیت در **بازاریابی** تجارت الکترونیک به آن‌ها نیاز دارید، آشنا خواهید شد. اگر در یک سازمان بزرگ به فعالیت اشتغال دارید، به احتمال زیاد سازمان شما به بازاریابی الکترونیکی نیاز خواهد داشت. این کتاب به شما نشان می‌دهد که چگونه می‌توانید چهارچوب‌های درستی را برنامه‌ریزی کرده و از چک‌لیست‌ها به منظور ارزیابی و بهبود وضعیت فعلی **استراتژی بازاریابی الکترونیکی** خود استفاده کنید.»

این کتاب به 10 فصل تقسیم شده است: در فصل اول این کتاب با انواع مختلف تجارت‌ها، به‌کارگیری اینترنت در زمینه فروش، ارائه سرویس‌های مشتری‌محور و ابزارهایی که برای ساخت یک برند به آن‌ها نیاز دارید، آشنا می‌شوید؛ در فصل دوم با مفهوم واژه رمیکس، **بازاریابی** ترکیبی، محصولات، نحوه قیمت‌گذاری، مشتریان، مشاهدات شهودی و فرآیندها آشنا می‌شوید؛ در فصل سوم با مدل‌های مختلف تجارت الکترونیک همچون مدل‌های میانی، ارتباطی، پردازش اطلاعات مشتری، مدل‌های مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی و مدل‌های تجارت الکترونیک مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی آشنا خواهید شد؛ در فصل چهارم با مفهوم مشتریان الکترونیکی، پردازش اطلاعات آنلاین، روند خرید آنلاین، انجمن‌ها و شبکه‌های اجتماعی، تبدیل کاربر به مشتری وفادار آشنا می‌شوید؛ در فصل‌های دیگر با نحوه ساخت درست سایت‌ها ایجاد یک ترافیک درست برای سایت، نرم‌افزارهای مدیریت ارتباط با مشتری، مدیریت بر **بازاریابی** دیجیتالی و طرح‌های تجارت الکترونیک آشنا می‌شوید. در مجموع این کتاب هر آن چیزی را که برای پیاده‌سازی یک استراتژی قدرتمند و به‌کارگیری تاکتیک‌های موثر در زمینه بازاریابی الکترونیک به آن نیاز دارید، در اختیارتان قرار می‌دهد.

نشانی منبع:

<https://www.shabakeh-mag.com/information-feature/14196/%D9%86%D8%A7%D9%85-%DA%A9%D8%AA%D8%A7%D8%A8-%D8%B3%D8%B1%D8%A2%D9%85%D8%AF%DB%8C-%D8%A8%D8%B1-%D8%A8%D8%A7%D8%B2%D8%A7%D8%B1%DB%8C%D8%A7%D8%A8%DB%8C-%D8%A7%D9%84%DA%A9%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%DB%8C%DA%A9%DB%8C-%D9%88%DB%8C%D8%B1%D8%A7%DB%8C%D8%B4-%DA%86%D9%87%D8%A7%D8%B1%D9%85>