



بازاریابی ایمیلی

ایمیل یکی از قدیمی‌ترین روش‌های بازاریابی مستقیم است که هنوز نقش مهمی در جذب و حفظ مشتری ایفا می‌کند. یک استراتژی بازاریابی ایمیلی عالی می‌تواند به کسب‌های کوچک و بزرگ در راه‌اندازی کمپین‌های موفقیت‌آمیز کمک کند. یک بازاریاب دیجیتالی باتجربه به خوبی می‌داند هر مرحله از بازاریابی ایمیلی باید به‌دقت برنامه‌ریزی و بهینه‌سازی شود تا کاربران برای ایجاد تعامل جذب شوند. افراد ممکن است حساب شبکه‌های اجتماعی یا نشانی خانه خود را تغییر دهند ولی تمایلی به تغییر نشانی ایمیل خود ندارند. به همین دلیل، شرکت‌های بسیاری متقاضی آن دسته از افراد حرفه‌ای هستند که قدرت بازاریابی ایمیل را برای ارتباط مستقیم با مشتریان درک کرده‌اند. مربیان نباید به ایمیل به عنوان یک ابزار قدیمی نگاه کنند بلکه باید دانشجویان را تشویق به استفاده از ایمیل در نقش‌های خود کنند.

بازاریابی موبایلی

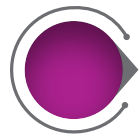
طبق گزارش Hootsuite، استفاده از موبایل به صورت پیوسته افزایش می‌یابد و ۹۷ درصد جمعیت دنیا از آن استفاده می‌کنند. از آنجا که ترافیک گوشی هوشمند بیشتر از ترافیک دسکتاپ شده است، اکنون گوگل از نسخه موبایل سایت هنگام خزیدن در صفحات و رتبه‌بندی استفاده می‌کند. اهمیت این تغییر به اندازه‌ای است که گوگل صفحه‌ای برای تست سرعت و قابلیت استفاده برای نسخه موبایل وبسایت‌ها ساخته است. افراد جویای کار می‌توانند از این دانش برای بهینه‌سازی کمپین‌ها طبق آخرین پیشرفت‌ها در جست‌وجو موبایل و تجربه کاربر استفاده کنند.

فروش در شبکه‌های اجتماعی

برای برقراری ارتباط و تأثیرگذاری بر مشتریان، متخصصان فروش باید بدانند مشتریان بالقوه آنها در کجا هستند؛ در فضای آنلاین! ۶۵ درصد از فروشندگان برای دستیابی به فروش بیشتر به شبکه‌های اجتماعی متکی هستند. همچنین شبکه‌های اجتماعی در ۱۴ صنعت بزرگ نیمی از درآمد را ایجاد می‌کنند. برای ارتباط با خریداری که به نقدوبررسی‌ها و نظرات شبکه‌های اجتماعی اعتماد می‌کند، ابزارهای اجتماعی بسیار کارآمد محسوب می‌شوند.

سخن آخر

در آخر باید ذکر شود که علاوه بر مهارت‌های ذکرشده، مهارت‌هایی مانند استراتژی و برنامه‌ریزی، بازاریابی تبلیغات کلیکی و ویدئو نیز می‌توانند در استخدام سریع دانشجویان مفید واقع شوند. برخی دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی برنامه آموزشی خود را به علت تقاضا برای نیروهایی با مهارت‌های دیجیتالی تغییر داده‌اند ولی بسیاری از مربیان در آموزش این مهارت‌ها با مشکلاتی روبه‌رو هستند.



از آنجا که ترافیک

گوشی هوشمند

بیشتر از ترافیک

دسکتاپ شده،

گوگل هم از نسخه

موبایل سایت هنگام

خزیدن در صفحات

و رتبه‌بندی استفاده

می‌کند



۸۱ درصد کاربران

اینترنتی برای خرید

محصول یا خدمت

به صورت آنلاین

جست‌وجو می‌کنند و

۷۰ درصد آنها در گوگل

این جست‌وجو را انجام

می‌دهند



۷ مهارت دیجیتالی که می‌تواند به استخدام فوری دانشجویان بیانجامد

با این مهارت‌ها بیکار نمی‌مانید

در دهه گذشته، شرکت‌های صنایع مختلف عملیات و پروسه‌های خود را دیجیتالی کرده‌اند. حتی برخی کسب‌وکارها اقدام به استفاده از هوش مصنوعی می‌کنند تا روند کار و زنجیره تأمین را کارآمدتر کنند بنابراین اگر افراد جویای کار می‌خواهند متمایزتر از سایرین دیده شوند، باید مهارت‌های تخصصی داشته باشند. در این گزارش، ما به ۷ مهارت دیجیتالی که مربیان باید به دانشجویان خود برای دستیابی به بهترین شغل‌ها در صنایع مختلف آموزش دهند خواهیم پرداخت. طی سال‌های اخیر به‌طور روزافزون بر تعداد افرادی که به‌صورت آنلاین تحقیق کرده و اقدام به خرید اینترنتی می‌کنند اضافه می‌شود بنابراین همه شرکت‌ها چه بزرگ و چه کوچک به افرادی نیاز دارند که بدانند چگونه به‌صورت آنلاین کار و تبلیغ کنند و نیز با سایر افراد ارتباط برقرار کنند. مهارت‌های دیجیتالی برای کسب‌وکارهایی که می‌خواهند آگاهی از برند را افزایش داده و خدمات عالی در شبکه‌های اجتماعی به مشتریان ارائه و درآمد خود را افزایش دهند، ضروری هستند.



سیده زهرا حسینی

خبرنگار

تعریف یونسکو از مهارت‌های دیجیتالی عبارت است از: «مهارت‌هایی برای استفاده از دستگاه‌های دیجیتالی، اپلیکیشن‌های برقراری ارتباط و شبکه‌ها برای دسترسی و مدیریت اطلاعات. افراد با این مهارت‌ها قادر خواهند بود محتوای دیجیتالی بسازند و آن را به اشتراک بگذارند، با افراد ارتباط برقرار کنند، همکاری کنند و مشکلات را برای خود شکوفایی در زندگی، یادگیری، کار و فعالیت‌های اجتماعی حل کنند.»

شبکه‌های اجتماعی

طبق تحقیقات اخیر، ۴/۲ میلیارد کاربر فعال در شبکه‌های اجتماعی وجود دارند و این تعداد همواره افزایش می‌یابد. هر فرد حرفه‌ای باید مهارت درک و استفاده از شبکه‌های اجتماعی را داشته باشد. بازاریابی شبکه‌های اجتماعی درک رابطه پویا بین برندها، افراد تأثیرگذار و مشتریان است. به عبارت ساده‌تر، کسب‌وکارها باید با مشتریان برای افزایش بازدید سایت یا محصول ارتباط برقرار کنند. از آنجا که بسیاری از کاربران شبکه‌های اجتماعی را برای پرسیدن سؤالات یا نوشتن نظرات انتخاب می‌کنند، چنین مهارتی نقشی کلیدی ایفا می‌کند. مربیانی که از تأثیر شبکه‌های اجتماعی آگاه هستند باید جزئیات هر شبکه اجتماعی و پتانسیل آن را برای حداکثرسازی مشارکت کاربران درک کنند تا بتوانند دانشجویانی با مهارت‌های ارزشمند و کاربردی به جامعه تحویل دهند.

بهینه‌سازی موتورهای جست‌وجو

۸۱ درصد کاربران اینترنتی برای خرید محصول

تحلیل داده‌ها

طبق گفته‌های McKinsey، یک شرکت کالاهای مصرفی پیش‌بینی کرد زمانی که مردم از قرنطینه خارج شوند، تقاضا برای محصولات آرایشی افزایش خواهد یافت. آنها با توجه به بازگشایی‌ها و استفاده از اطلاعات بر هزینه‌های رسانه‌ای خود متمرکز شدند و افزایشی دو رقمی در فروش را مشاهده کردند بنابراین داده‌ها می‌توانند اطلاعات بسیاری برای دانشجویان فراهم کنند و افزایش فروش نتیجه استفاده درست از این داده‌ها خواهد بود. اعداد می‌توانند موفقیت‌آمیز بودن کمپین و درصد موفقیت آن را نشان دهند. مساله مهم است که دانشجویان باید بدانند چه اطلاعاتی باید جمع‌آوری و اندازه‌گیری کنند تا کمپین بعدی را بهبود ببخشند. به عبارت دیگر، باید بدانند چگونه باید به هدف حداکثرسازی تأثیر کمپین‌ها و بهینه‌سازی بازگشت سرمایه رسید.

بازاریابی محتوایی

محتوا شکل‌های مختلفی مانند پست‌های وبلاگ، ویدئوها، پادکست‌ها و اینفوگرافیک‌ها دارد. بازاریابان زمان خود را برای بهینه‌سازی کلمات کلیدی و تبلیغ کمپین‌ها صرف می‌کنند ولی محتوا هنوز پادشاه است. اگر سایت یا صفحه شبکه‌های اجتماعی محتوایی نداشته باشد، مشتریان راهی برای درک مزایای محصولات یا خدمات نخواهند داشت. محتوا برای افزایش آگاهی از برند حیاتی است بنابراین استخدام‌کنندگان جدید نه تنها اهمیت تولید محتوا بلکه باید بهینه‌سازی محتوای مرتبط با کلمه کلیدی را درک کنند.