

عنوان کتاب :

بازاریابی با شبکه های اجتماعی

نویسنده :

مجتهد درویش زاده

مهندس فناوری اطلاعات و ارتباطات

با تشکر از :

خانم سعیده حاجی پور - خانم مونا شاه حسینی

تقدیم به :

همه کسانی که میخواهند از شبکه های اجتماعی برای رونق بخشیدن

به کسب و کارشان بهره ببرند .

اطلاعات کتاب :

ویرایش اول - ۶۹ صفحه - بهار ۱۳۹۶ - ۲۵,۰۰۰ تومان

سخن نویسنده

واقعا خوشحالم که میتونم چند دقیقه ای رو با شما گفتگو کنم به گفتگو چون شما هم میتونید به من **پیام بدید و با من در ارتباط باشید ...**

تبریک میگم بهتون که چشمتون به دنیای جدیدی باز شده ، دنیای **تبلیغات شبکه های اجتماعی** بهتون پیشنهاد میکنم حتما **آموزش ها و مقالات شبکه های اجتماعی** رو در سایت لاین استور بخونید و توصیه میکنم قدر بدونید لحظات زیبای عمرتون رو □ ...

مطالعه آموزش ها و مقالات مرتبط

میتوانید شماره من رو (۰۹۱۵۸۱۱۴۵۶۴) ذخیره کنید و **در تلگرام پیام بدید** (اگر رپورت هستید میتونید با پیامک اسم و فامیل و شماره تلگرامتون رو بفرستید بعد از ذخیره کردن شماره شما میتونید به من پیام بدید)

ارسال پیام به مهندس درویش زاده

این کتاب و دیگر آموزش ها و کتاب های سایت لاین استور برای استفاده بهینه و هدفمند از شبکه های اجتماعی تهیه و گردآوری شده اند در حال حاضر بسیاری از کسانی که این آموزش ها رو فرا گرفته اند برای خودشون توی تلگرام و دیگر شبکه های اجتماعی مشغول به کار هستند و عده ای هم بطور مستقیم با **لاین استور** همکاری میکنند و **صد البته متأسفانه** دوستانی هم بوده اند که بعد از فرا گرفتن این آموزش ها از آن ها استفاده نکرده اند

بازاریابی شبکه های اجتماعی



این روزها نقل و نبات محفل اکثر دپارتمان های بازاریابی دیجیتال، توصیه به حضور در شبکه های اجتماعی است.

راستی چرا شبکه های اجتماعی جدیدترین ابزار برای ایجاد و حفظ محبوبیت برندگان در دنیای دیجیتال هستند؟

براساس گزارش سه ماهه اول سال ۲۰۱۶ هر کاربر اینترنت به طور میانگین روزانه ۱ ساعت و ۴۹ دقیقه از زمان خود را در شبکه های اجتماعی سپری می کند که این عدد در مقایسه با سال ۲۰۱۲ که برابر با ۱ ساعت و ۳۶ دقیقه بوده، رشد ۱۳ دقیقه ای داشته است.

از نظر تقسیم بندی دموگرافیک، افراد جوان تر و با سطح درآمدی پایین تر بیشترین زمان را در این فضا سپری می کنند.

در سراسر دنیا ۹۲ درصد از افراد بزرگسال (بالای ۱۶ سال) حداقل در یکی از شبکه های اجتماعی حساب کاربری داشته و ۷۸ درصد آنها در یکی از شبکه ها فعالانه حضور دارند.

بیشتر افراد از این ابزارها برای ارتباط با دوستان خود (۴۴ درصد) و سپس پر کردن اوقات فراغت و گذراندن زمان (۳۹ درصد) استفاده می کنند.

شبکه های اجتماعی مکانی است که مخاطبان می توانند باور کنند پشت پرده کسب و کارتان آدم های واقعی حضور دارند، آدم هایی که دغدغه های آنها را می-

فهمند و نیازهای آنها را می شناسند.

آدم هایی که می خواهند با عکسی از صبحانه ی دورهمی و یا ابزار تبریک سال نو از این دریچه لذتشان را با مخاطبانشان به اشتراک بگذارند. اما بخاطر داشته باشید که هدف شما از حضور در شبکه های اجتماعی تنها سرگرمی و تفریح نیست!

برندهای مطرح دنیا با تولید محتوای مرتبط و مناسب، از این رسانه های سودمند برای حفظ

محبوبیت خود بهره می برند. شبکه اجتماعی مجازی زنجیره ای از ارتباطات و گره های شبکه

اجتماعی یا حضور غیر فیزیکی افراد در یک محل مجازی است. در شبکه اجتماعی مجازی ارتباط افراد و سازمان ها یا گروه ها رو در رو و بدون واسطه نیست بلکه به ابزاری به نام اینترنت بستگی دارد. این روزها وقتی صحبت از شبکه اجتماعی در اینترنت می شود در واقع در حال صحبت از نوع مجازی و غیر قابل لمس شبکه ای از ارتباطات انسانی هستیم. همزمان با ظهور شبکه های اجتماعی مجازی اصطلاحات جدیدی مثل رسانه اجتماعی و مهندسی اجتماعی نیز به گوش می خورند.



رسانه اجتماعی بدون وجود اینترنت و شبکه اجتماعی مجازی بی معنا خواهد شد و در واقع

رسانه اجتماعی (سوشیال مدیا) ابزارهای نرم افزاری تحت وبی را می گویند که به کاربران

اجازه به اشتراک گذاری، ایجاد یا استفاده از محتوای تولید شده را می دهد و در واقع رسانه

اجتماعی بستر یا باعث تشکیل یک شبکه اجتماعی می شوند یا ابزاری است که در یک

شبکه اجتماعی برای به اشتراک گذاری محتوا استفاده می شود.

آیا می دانید لحن و ساختار محتوایی که در هر یک از شبکه های اجتماعی منتشر می شود

باید چگونه باشد؟

آیا می دانید محتوای تولیدی شما باید چه زمان و در چه جایی انتشار یابد؟

ویژگی های افراد علاقمند به شناخت محصولات و خدمات شما چیست؟

چه نوع محتواهایی می بایست در هر یک از شبکه های اجتماعی شما تولید و مدیریت شود

که قابلیت اشتراک گذاری بالایی داشته باشد؟

و هزاران سوال دیگر...



هفت اصل طلایی برای مدیریت شبکه های اجتماعی



مرحله ۱: حصول اطمینان از قابلیت حل چالش ها توسط شبکه های اجتماعی

مرحله ۲: شناسایی افراد پر تلاش سازمان که نقش بسزایی در تولید محتوا دارند

مرحله ۳: تمرکز بر روی شبکه هایی که ارزش افزوده ای دارند

مرحله ۴: ایجاد مطالب جذاب و متناسب

مرحله ۵: شناسایی فرصت های تجاری از طریق شبکه های اجتماعی

مرحله ۶: ایجاد تعامل و درگیر کردن مخاطب از طریق برگزاری کمپین های تبلیغاتی خلاقانه

مرحله ۷: کمک به بهبود گسترش بازار و شناسایی مخاطب بالقوه

بازاریابی اینترنتی و مدیریت شبکه های اجتماعی

خیلی از کسب و کارهای کوچک و بزرگ، برای توسعه بازاریابی اینترنتی خود، زمان خیلی زیادی را برای ایجاد کردن و کار کردن بر روی شبکه ها و رسانه های اجتماعی صرف می کنند. رسانه های اجتماعی برای همیشه رایگان نیستند. زمان، هزینه است و صرف کردن زمان خیلی زیاد در سایت های شبکه های اجتماعی، می تواند جنبه های مالی کسب و کار و بازاریابی اینترنتی را زیر سؤال برده و کسب و کار را متضرر نماید.

در ادامه به معرفی راه هایی برای صرفه جویی در زمان و در عین حال نتیجه گرفتن مطلوب از استراتژی های بازاریابی اینترنتی و مدیریت شبکه های اجتماعی می پردازیم.

"محتوا" فاکتوری خیلی مهم

"برای خود، انبار محتوا ایجاد کنید." به عنوان بخشی از زمانی که صرفه به روز رسانی شبکه اجتماعی و گسترش بازاریابی اینترنتی خود می کنید، زمانی را برای انتخاب کردن محتوای خوب و همچنین تفکر و تمرکز برای به ارمغان آوردن ایده های عالی اختصاص

دهید تا بتوانید این ایده ها را بر روی شبکه های اجتماعی مثل فیس بوک، توئیتر و غیره، پیاده سازی کنید.

این کار به شما کمک می کند تا بتوانید در زمان مناسب، محتوا و مطالب خود را پست کنید و دیگر نیاز نیست که به دنبال محتوا بگردید و زمان را از دست بدهید. داشتن محتوای

آماده شده از قبل به شما این امکان را می دهد تا در وقت خود صرفه جویی کنید و بهترین محتوا را در بهترین زمان، پست کرده و شبکه های اجتماعی خود را به روز رسانی کنید.

توصیه بالا، راهی مناسب برای مدیریت استراتژی های بازاریابی اینترنتی و همچنین سازمان دهی کردن محتوا و مطالبی است که قرار است پست شود. **محتوای مناسب** می

تواند ابزاری مناسب برای گسترش بازاریابی اینترنتی و تبلیغات باشد و همچنین باعث جلوگیری از منتشر کردن و پست کردن مطالب و محتوای های سطح پایین می شود که فقط

برای اعلام حضور در فضای مجازی است.

مدیریت شبکه های اجتماعی

هنگامی که مدیریت شبکه های اجتماعی بر عهده خود شماست پست کردن و به روز رسانی مطالب، در اکانت های گوناگون، مشکل خواهد بود. شما می توانید با استفاده از ابزارهای مختلف، مطالب و پست های خود را مدیریت و سازمان دهی کرده و آنها را به صورت همزمان در هر زمانی که می خواهید، به روز رسانی کنید.

با استفاده از این ابزار قادر خواهید بود که برای پست ها و مطالب خود از قبل برنامه ریزی کرده و آنها را به صورت برنامه ریزی شده، به روز رسانی کنید. استفاده از این ابزار باعث می شود که با هماهنگی میان ابزارها و استراتژی استفاده شده، موفقیت بیشتری در بازاریابی اینترنتی کسب و کار شما حاصل شود.

برنامه ریزی

بر خلاف تصور خیلی از افراد، مطالب جدید که قرار است پست شود نباید در هر زمان و در هر شبکه اجتماعی قرار داده شود. زمان یکی از حساس ترین و کلیدی ترین عناصر در

[بازاریابی اینترنتی](#) می باشد. این کار می تواند زمان زیادی را هدر دهد و باعث به هم

ریختگی در برنامه های شما برای دست یابی به اهداف بازاریابی اینترنتی می شود. یکی از مهمترین نکات آن است که باید از با ارزش بودن محتوای خود اطمینان حاصل کنید؛ این ارزش محتوا می تواند، ارتباط خوبی با هواداران شما برقرار کند.

پست های مداوم و مرتب، بسیار مؤثر است اما به معنی این نیست که هر روز بیشتر از یکبار مطالب خود را به روز رسانی کنید و همینطور هیچ لزومی ندارد که شما هر روز در شبکه های اجتماعی پست بگذارید. به عنوان مثال شما می توانید سه بار در هفته با مطالب خوب، محتوای شبکه های اجتماعی را به روز رسانی کنید و نتیجه مثبت آن را در دست یابی به اهداف بازاریابی اینترنتی خود ببینید. در حقیقت مشتریان ترجیح می دهند که دوره به

روز رسانی مطالب و پست ها در حداقل خود باشد، زیرا که پست کردن بیش از حد از نظر آن ها بیهوده و اضافی و به عنوانی اسپم به نظر می رسد.

قوانین مهم فعالیت در شبکه های اجتماعی



تاثیر شبکه های اجتماعی در بازاریابی و سئو این روزها غیر قابل انکار است. استفاده از

ظرفیت این شبکه ها برای بازاریابی و برندینگ بین شرکت های مختلف در سراسر دنیا امری

رایج است و هر کدام به شیوهی خود سعی در جذب مخاطبان این شبکه های اجتماعی و

فروش بیشتر و بهتر محصولات خود دارند.

بهره بردن از قدرت محتوا و بازاریابی شبکه های اجتماعی می تواند باعث بهبود چشم گیر

جایگاه مخاطبان و مشتریان شما گردد. اما ورود به این حوزه، **بدون هیچ گونه درک یا**

تجربه ی قبلی می تواند چالش آفرین نیز باشد. درک اصول و قواعد بازاریابی در شبکه های

اجتماعی، یک مساله ی بسیار حیاتی است. از به حداکثر رساندن کیفیت، تا افزایش بازدید سایت شما، با تبعیت از قوانین بسیار ساده می توانید شالوده ای بسازید که به مشتریان شما، برسد شما و شاید از همه مهم تر، به میزان سود شما کمک کند.

۱- قانون شنیدن

بر خلاف رسانه های دیگر، رسانه های اجتماعی همگی تعاملی هستند. این دقیقا همان عاملی است که موجب متمایز شدن رسانه های اجتماعی از دیگر رسانه ها می شود. موفقیت در بازاریابی آنلاین، نیاز به بیش تر گوش کردن و کم تر حرف زدن دارد.

مشتریان شما یک ارتباط داینامیک و دو سویه با محصول شما دارند، اما این ارتباط در طی زمان دست خوش تغییر شده و میزان آن کم یا زیاد می شود و شما تنها در صورتی که به مخاطب خود و گفتگوی های وی با دیگران گوش فرا دهید می توانید از تکامل و تغییر این

ارتباط مطلع شوید.

محتوای تولید شده توسط مخاطبان هدف تان را در محیط های آنلاین بخوانید و در بحث های آن ها شرکت کنید تا بفهمید چه چیزی برایشان بیش تر اهمیت دارد. تنها آن زمان می توانید محتوایی تولید کنید که چیز ارزشمندی به زندگی آن ها اضافه کند.

۲- قانون تمرکز

یک بازار تخصصی برای خود پیدا کنید. جمعیتی از مخاطبین هدف خود پیدا کنید. بیان ویژه و یکتایی برای خود داشته باشید و بر این موارد و ویژگی ها تمرکز کنید. بهتر این است که در یک حوزه، متخصص باشید، تا این که در همه ی زمینه ها اندکی سررشته داشته باشید. یک استراتژی بازاریابی شبکه های اجتماعی و بازاریابی محتوای به شدت متمرکز، که قصد ایجاد یک برند قدرتمند را دارد، شانس موفقیت بسیار بیشتری نسبت به آن استراتژی گسترده ای دارد که می خواهد همه چیز را برای همه کس فراهم کند.

۳- قانون صبر

این قانونی است که در اغلب مسائل و موضوعات زندگی صادق است و جالب تر اینکه اغلب مردم اصلا تصور نمی کنند که در شبکه های اجتماعی هم صدق می کند موفقیت در بازاریابی



محتوا و شبکه های اجتماعی یک شبه به دست نمی آید. در عین حال که ممکن است بصورت

اتفاقی بتوانید در مدت زمان کوتاه به مقصود مورد نظر تان برسید، اما به احتمال زیاد، برای دست یابی به نتایج مناسب، بایستی مسیری طولانی را طی کنید.

۴- قانون ترکیب کردن

اگر شما محتوای باکیفیت تولید کنید و کاربران، مطالب شما را با مخاطبان خودشان در

توییتر، فیس بوک، لینکدین و همین طور در وبلاگ های خودشان به اشتراک خواهند

گذاشت. این اشتراک گذاری ها و بحث های شکل گرفته حول مطالب شما، باعث ایجاد نقاط

ورود جدیدی برای موتورهای جستجو مانند گوگل می گردد و سبب یافته شدن مطالب شما

در کلمات کلیدی مختلف خواهد شد. این نقاط ورود جدید می توانند در غالب صدها یا

هزاران راه بالقوه ی دیگر برای یافته شدن شما توسط مردم افزایش پیدا کنند.

۵- قانون تاثیر گذاری

زمان صرف کنید و افراد اثرگذار آنلاین در بازار مرتبط با حوزه ی کسب و کارتان را شناسایی

کنید. این افراد که احتمالاً به محصولات، خدمات یا کسب و کار شما علاقه خواهند داشت،



مخاطبان با کیفیت بسیاری دارند. با این اشخاص در تماس باشید و سعی کنید با آنها رابطه برقرار کنید.

اگر این افراد، شما را به عنوان یک منبع موثق و مفید اطلاعات ببینند، ممکن است مطالبتان را با مخاطبان خودشان به اشتراک بگذارند. این امر باعث خواهد شد که شما و کسب و کارتان با حجم عظیمی از مخاطبان با کیفیت جدید روبه رو شوید.

۶- قانون کیفیت در بازاریابی

شما خواهان داشتن ارتباطی خوب و با کیفیت در شبکه های اجتماعی هستید. همانند داشتن دوستان خوب و با کیفیت که ارزشی برابر وزن خودشان در قبال طلا دارند. متمرکز بودن به این موضوع بسیار کمک می کند. این کار باعث می شود تا قادر به برآورده ساختن نیازها و انتظارات بهترین مشتریان خود شوید. اما شما نیاز به سرمایه گذاری در بهترین روابط دو سویه می باشید و این کار از طریق تولید محتوای با کیفیت انجام پذیر می باشد. تولید محتوای با کیفیت از طریق برقراری تعامل با مشتریان امکانپذیر است که با گوش دادن و توجه کردن به محتوای منتشر شده در شبکه های اجتماعی می توانید به هدف خود

برسید.

۷- قانون ارزش

ارزش، یکی از حیاتی ترین مسائلی است که شما باید از طریق شبکه های اجتماعی به

مشتریان خود اثبات کنید. محتوای شما به آنها چه چیزی می دهد که پیش از این از آن

بی بهره بودند؟ پاسخ به این سؤال ممکن است چیزی بی دوام و زودگذر باشد: شاید یک

خنده ساده! یا شاید چیزی واقعی و با دوام باشد: اطلاعات مفید و باارزش.

تعداد بسیار زیادی از شرکت ها هستند که باور دارند این تنها محصول آنهاست که باید

ارزشی را برای مصرف کننده ایجاد کند. اما در حقیقت ارتباطات آنها هم باید ارزشی مناسب

و مفیدی را برای مخاطبین آنها فراهم بیاورد.

۸- قانون تشکر

تشکر و مقابله به مثل موجب شکل گرفتن رابطه می شوند. مردم دوست دارند احساس کنند که توسط دیگران شنیده می شوند و دیده می شوند. بنابراین به سوی آنها نگاه کنید و به گفته های آنها توجه کنید.

اگر به مردم توجه نمی کنید، محتوای آنها را به اشتراک نمی گذارید و در مورد آنها یا با آنها صحبت نمی کنید، نمی توانید از آنها چنین انتظاری داشته باشید. بنابراین توجه داشته باشید که همواره بخشی از زمانی را که در شبکه های اجتماعی سپری می کنید باید به توجه کردن و اشتراک گذاری مطالب منتشر شده توسط دیگران سپری شود.

۹- قانون در دسترس بودن

همچنان که قبلا هم به این موضوع اشاره کردیم، یکی بخش های حیاتی رسانه های اجتماعی خاصیت تعامل پذیری آنها می باشد. فقط و فقط اقدام به انتشار محتوای خود و سپس غیب شدن از صحنه نکنید. همواره در دسترس مخاطب خود باشید. همیشه بخشی از گفتگوی بین اعضاء را به خود اختصاص دهید. همواره به طور مستمر در شبکه های اجتماعی خود حاضر شوید و رابطه ای دوسویه را با آنها شکل دهید.

۱۰- به روز رسانی

باید سعی کنید که به روزرسانی شما به صورت روزانه انجام شود. هنگامی که مشتریان از صفحاتی بازدید می کنند که آن صفحات از ماه ها پیش به روز رسانی نشده، آنها تصور خواهند کرد که کسب و کار اینترنتی شما غیر فعال بوده و پیگیر مطالب صفحه ی شما نخواهند شد.

افراد به راحتی به سراغ رقبای شما خواهند رفت، زیرا صفحات آنها فعال بوده و آنها احساس می کنند که کسب و کار اینترنتی شان خدمات بهتری به آنها خواهد داد. اگر نمی خواهید این اتفاقات برای شما پیش بیاید، پس به طور مرتب صفحات تجاری تان در شبکه های اجتماعی را به روز رسانی نمایید.

۱۱- انتخاب عاقلانه

آنچه شما می گوئید برای همیشه در معرض دید عموم در اینترنت ثبت می شود. پس برای ارسال مطالب در صفحه تان انتخاب عاقلانه داشته باشید. اگر نمی خواهید بیش از این

استرس داشته باشید و شخصی را برای انجام کارهای بازاریابی شبکه اجتماعی تان انتخاب کرده اید، مطمئن شوید که شخصی را انتخاب کرده اید که می توانید به او اعتماد نمایید.

لاین استور، مشاور و مجری خدمات شبکه های اجتماعی

۱۲- مسئولیت رسیدگی به مشتریان عصبانی را بپذیرید.

اگر فکر می کنید در مخمصه افتاده اید باید در به روزرسانی خود اعلام نمایید که کسب و کارهای اینترنتی شما برای رفع هر نوع مشکلی فعالیت و تلاش خود را خواهد کرد. هرگز به طور مستقیم به تک تک افراد معترض پاسخ شخصی ندهید که در این صورت برنده نخواهید بود. همچنین هرگز وعده و قولی که قادر به انجام آن نیستید را به مشتریان خود ندهید.

۱۳- ارسال لینک

اگر مطالب جالب و مرتبطی در وب پیدا کردید، آن را به صفحه ی فیس بوک و یا تویتر یا دیگر شبکه های اجتماعی خود لینک کنید. به شرکت ها، مقالات و وب سایت های مناسب

لینک بزنید. فقط قبل از ارسال لینک از خود بپرسید که آیا این لینکها و مطالب آن با

کسب و کار اینترنتی من مرتبط می باشد؟

۱۴- ایجاد لینک به وبلاگتان

اگر شما تلاش زیادی برای نوشتن مطالب جذاب در وبلاگتان کردهاید و هیچ کس نیز

آن را یک بار هم نخوانده است. باید نوشته های وبلاگتان را به صفحه تویتر یا فیس بوک

تان لینک بدهید. این نکته در بازاریابی نوین بسیار حائز اهمیت است. در هر صورت هر

تصمیمی که اتخاذ می کنید و اولین نکته ای که باید در نظر بگیرید این موضوع است که:

این فعالیت چگونه بر روابط دو سویه من با مخاطبین تاثیر می گذارد؟ آیا این کار روابط

گذشته ای که با مخاطبین داشتم را قوی تر می کند؟ آیا مخاطبین بیشتری برای من به

ارمغان می آورد؟

کدام شبکه های اجتماعی بیشترین نقش را در بازاریابی مجازی (تجاری) دارند؟



بیشترین تعاملات شرکتهای برتر و فعال اینترنتی و شبکه های برای توسعه بازارهای جهانی

darvishzade.com

از طریق شبکه های اجتماعی انجام میشود.

به گزارش سرویس فناوری اطلاعات و ارتباطات خبرگزاری تسنیم، اتصالات و ارتباطات

فوری در دنیای مجازی زمینه غیر قابل چشم پوشی را برای بخش های بازاریابی به وجود

آورده تا با استفاده از ظرفیت های این بخش به تجمیع مخاطبان اینترنتی و تحت شبکه

بپردازند.

در کل استراتژی بازاریابی در این عصر نیز تا اندازه قابل توجهی مبتنی بر شبکه شده است و در بعضی موارد شاهد هستیم تمرکز روی این بخش حتی از توجه به برنامه ریزی های سابق بیشتر می شود و مدیران این بخش تیم های مستقلی را برای توسعه استراتژی های اجتماعی مبتنی بر شبکه بر می گزینند.

البته بیشتر بنگاه های تجاری هم در قرن حاضر به سرمایه گذاری های مستقل در این حوزه می پردازند و ردیف بودجه های مشخصی را برای توسعه ظرفیت های الکترونیکی اختصاص می دهند. توسعه شبکه های اجتماعی، عرصه نو ظهوری را پیش پای خرده فروشان و فروشندگان با هدف بازارهای جهانی گذاشته است به گونه ای که ۹۷ درصد از ۲۵۰ فعال و خرده فروش برتر اینترنتی، حداقل صفحه و لاگی را در فیس بوک برای خود در نظر گرفته اند و در آن به بازاریابی محصولات و تولیدات خود می پردازند.

براساس آمار، ۲۴۲ فروشنده در بازارهای جهانی از میان ۲۵۰۰ خرده فروش برتر اینترنتی در شبکه اجتماعی فیس بوک برای خود دارای صفحه یا شبکه ای مجزا هستند که به تبلیغ برند می پردازند. از میان همین جامعه آماری ۲۵۰ فروشنده برتر شبکه ای در دنیا، ۹۶۶

درصد هم شبکه توئیتر را برگزیده اند و در واقع رقابت سرسختی را با فیس بوک انجام

می دهند تا از این طریق موفق به جذب سلیق متعدد از گوشه و کنار جهان شوند.

شبکه های دیگری نظیر یوتیوب، گوگل پلاس و پینترست هم با به وجود آوردن ظرفیت های

۹۰، ۶۷ و ۶۱۱ درصدی در رده های بعدی رقابت قرار گرفته اند و فروشندگان اینترنتی و

شبکه ای به سمت آن ها روی آورده اند. ۲۳۹ رقیب اینترنتی در حوزه برندهای تجاری از

توئیتر، ۲۲۴ شرکت از یوتیوب و ۱۶۷۷ خرده فروش از گوگل پلاس استفاده کرده اند.

البته جالب توجه است که هر کدام از این شبکه های اجتماعی با ارائه مشتریان متعددی،

میزان متفاوتی از جلب رضایت را برای اعضا خود به ارمغان آورده اند.

فیس بوک توانسته برای این ۲۵۰ شرکت برتر با رسالت فعالیت جهانی، ۹۳۵ میلیون و

۷۵۸۸ بازدیدکننده و مشترک، توئیتر ۵۷ هزار و ۹۷ مشترک، یوتیوب ۴ هزار و ۳۷۱



darvishzade.com

مشترک و گوگل پلاس ۱۶ هزار و ۷۷ مشترک تقدیم کند. پینترست هم با ارائه ۷۳۱

مخاطب جهانی زمینه ای را برای بازاریابی اینترنتی به ارمغان آورده است.

09158114564

09158114564

www.linestore.ir

darvishzade.com

09158114564

09158114564

www.linestore.ir

darvishzade.com

09158114564

09158114564

www.linestore.ir

darvishzade.com

اشتباهات رایج در بازاریابی شبکه های اجتماعی



شبکه های اجتماعی فرصت بسیار مناسبی برای تجارت ها و کسب و کارهایی هستند که قصد دارند مشتریان، بازدید کنندگان و ترافیک وبسایت خود را افزایش دهند. اما زمانی که از شبکه های اجتماعی به درستی استفاده نشود می تواند باعث آسیب رسیدن و ایجاد خطرات برای وبسایت و برند شما شود.

در عین حال که بازاریابی شبکه های اجتماعی امکانات بسیار زیادی را در اختیار شما قرار می دهند، باید کاملاً از جوانب کار با آنها و خطرات و مشکلات کار نکردن درست با آنها کاملاً مطلع باشید.

برخی از اشتباهات رایج در شبکه های اجتماعی که شما باید به هر قیمتی که شده از آنها

دوری کنید:

(۱) داشتن پروفایل های متعدد در شبکه های اجتماعی به طور همزمان



با توجه به تحقیقات اخیر صورت گرفته، بیشتر شرکت ها و کمپانی های بزرگ، تنها بر روی

داشتن تعداد اندکی پروفایل در شبکه های اجتماعی برای برندسازی خود تمرکز کرده اند:

Facebook

Twitter .۲

LinkedIn .۳

اگر آمار بیشتری را بخواهیم بررسی کنیم، امروزه بیش از ۵۰۰ میلیون کاربر فعال بر روی اینستاگرام و بیش از ۱۰۰ میلیون کاربر فعال بر روی پینترست هستند. برای سایت هایی که به عکس ها و تصاویر گرافیکی وابستگی بیشتری دارند، تمرکز بر روی شبکه هایی مانند اینستاگرام، فیسبوک و پینترست رایج تر است.

اما اگر وبسایت شما در زمینه ای خاص و حرفه ای فعالیت میکند و نیازمند در ارتباط بودن با اشخاصی در آن حرفه است، داشتن صفحاتی در لینکدین و توییتر برای شما بهتر خواهد بود.

بخاطر داشته باشید شبکه ای که شما بیشترین فعالیت را بر روی آن می کنید، باید بیشترین بازگشت هزینه در مقابل سرمایه گذاری شما را داشته باشد.

راه حل: به جای آنکه چندین صفحه در شبکه اجتماعی مانند لینکدین، فیسبوک، توییتر، گوگل پلاس، پینترست، اینستاگرام و ... به صورت همزمان داشته باشید و بخواهید

همزمان همه آنها را مدیریت کنید، بر روی تعداد کمی از آنها فعالیت کنید (مثلاً بر روی یک یا دو صفحه) و وقت بیشتری برای آن بگذارید. این کار نتیجه بهتری برای شما خواهد داشت تا اینکه در چندین شبکه فعال باشید و محتوای بی کیفیت تولید کنید.

به راحتی می توانید بررسی کنید که مشتریان شما بیشتر در کدام شبکه ها فعال هستند و زمان خود را در کدام پلتفرم صرف می کنند، سپس فعالیت خود بر روی آن شبکه ها را بیشتر کنید. هنگامی که شما نخستین پروفایل خود را ساختید و فعالیت خود بر روی آن را تکمیل کردید می توانید برای ساخت دومین صفحه در شبکه ای دیگر اقدام کنید.



۲) جدی نگرفتن دیدگاه های منفی و انتقادات کاربران شبکه های اجتماعی

انتقادات و دیدگاه های منفی خیلی رایج هستند، شما نباید هیچوقت آنها را نادیده بگیرید.

این یک موقعیت خاص است که شما بدانید مشتریان از شما چه می خواهند و کدام بخش

از خدمات ارائه شده شما، از نظرشان مطلوب نیست. به این ترتیب می توانید در آینده

تمامی این نقاط ضعف را تغییر دهید و در نهایت بازار بهتری را برای کسب و کار خود فراهم

کنید. اینکه چگونه پاسخ این انتقادات را بدهید نشان دهنده اعتبار برند شماست.

بسیاری از برندها و شرکت های بزرگ به سادگی از این انتقادات و نظرات منفی رد میشوند

و آنها را حذف میکنند، اما باید بدانید که این انتقادات و نظرات منفی نه تنها برای شما

ضرری ندارند، بلکه فرصتی مناسب برای دستیابی به پیشرفت های بزرگ را در اختیار شما

قرار می دهند.

از نظرات منفی درس بگیرید و مشکلات موجود را اصلاح کنید. همچنین با این روش می

توانید نشان دهید که شما برای مشتریان خود احترام قائل هستید و به آنها ارزش می

دهید. اگر به درستی این عملیات را انجام ندهید، مطمئن باشید در آینده متضرر خواهید

شد. این مسئله یکی از مهمترین نکات فعالیت در شبکه های اجتماعی است که بسیاری از

برندها آن را نادیده می گیرند.

راه حل: به تمامی این دیدگاه های منفی دقت کنید. دیدگاه های مثبت، حس خوب و

انرژی بالایی به شما خواهند داد. اما این دیدگاه های منفی هستند که برندان را شکل می

دهند چرا که با مطالعه این انتقادات خواهید فهمید که مشتریان و بازار هدف شما از شما چه

چیزی می خواهند.

البته منظور از دیدگاه های منفی آنهایی است که واقعاً به انتقاد از مبحث یا مشکل خاصی

پرداخته اند، نه آن تعدادی که بدون ذکر دلیل خاصی تنها با کلمات و جملات منفی بازی

کرده اند.

۳) ارسال مطالب مشابه در شبکه های اجتماعی



ارسال مطالب مشابه به صورت مداوم برای بازدید کنندگان شما خسته کننده خواهد بود و آنها اینطور فکر می کنند که شما مطلب خاص برای ارائه به آنها ندارید و به همین دلیل به مرور از شما نا امید خواهند شد.

بجای ارسال لینک ها و یا نقل قول ها یکی پس از دیگری، باید سعی کنید که روابط خود را با مشتریانان تقویت کنید و بیشتر باز گذشته با ایشان در تعامل باشید. اگر شما روند ارسال مطالب مشابه را تکرار کنید، کاربران به زودی از شما و مطالبتان خسته خواهند شد و شما آنها را از دست خواهید داد.

راه حل: به صورت مداوم مطالبی جدید، جذاب و خلاقانه در صفحات شبکه های اجتماعی خود

ارسال کنید. این کار به شما کمک می کند که کاربران و بازدیدکنندگان از صفحات شما

بیشتر با شما رابطه برقرار کنند و روند دنبال کردن مطالب پر از خلاقیت و جدید شما را ادامه

دهند. اگر حتی خودتان قادر به انجام این کار نیستید می توانید یک تیم تولید

محتوا استخدام کنید یا با شرکتی که در این زمینه فعالیت می کند، همکاری کنید تا کار

تولید محتوا و بروزرسانی شبکه های اجتماعی شما را برایتان انجام دهد.

لاین استور، مشاور و مجری خدمات شبکه های اجتماعی

اگر ایده هایتان به اتمام رسیده و نمیدانید چه مطالبی در شبکه های اجتماعی به اشتراک

بگذارید می توانید به سادگی با بررسی صفحات شبکه های اجتماعی **۵ شرکت رقیب خود**،

ایده های جدید بسیاری به دست آورید و حتی از روش های بازاریابی شبکه های اجتماعی

آنها ایده برداری کنید. سپس با تغییراتی اندک در این روش ها و به کار بردن ترفندهایی

کوچک، استراتژی بازاریابی شبکه های اجتماعی خود را تعیین کنید.

اما به خاطر داشته باشید که هیچگاه نباید دست از تلاش برای تولید محتوای خلاقانه و جدید

بردارید.



۴) ارسال مطالب بسیار زیاد در بازه زمانی کوتاه

آیا شما یکی از آن برندهایی هستید که در بازه ی زمانی کوتاه، تعداد بسیار زیادی مطلب

در شبکه های اجتماعی ارسال می کنید و سیلی از نارضایتی ها را برای مشتریان به وجود

می آورد؟

در این صورت احتمال اینکه بازدید کنندگان به سادگی از روی مطالب شما رد بشوند و حتی

به آنها توجهی نکنند، بسیار زیاد می شود. همچنین ممکن است حتی شما را از لیست

کسانی که دنبال میکنند خارج کنند (Unfollow) و در آینده نیز با دیدن نام برند تان از شما فرار کنند.

شما باید این فعالیت ها (ارسال مطالب در شبکه های اجتماعی) را توسط نرم افزار هایی که برای زمان بندی ارسال مطالب در شبکه های اجتماعی ساخته شده اند کنترل کنید و در بازه های زمانی با فاصله های مشخصی این مطالب را ارسال کنید. زمان بندی ارسال پست

یکی از مهمترین عوامل رشد یک صفحه در شبکه های اجتماعی است. در بین شبکه های اجتماعی معروف، فیسبوک یکی از آنهاست که به شما این امکان را میدهد که با مشاهده میزان بازدید در ساعات مختلف (Analytics) بفهمید که در کدام ساعات از شبانه روز مطالب شما بیشتر مورد توجه قرار گرفته و همچنین در کدامین ساعات مشتریان و کاربران مورد نظر شما بیشتر آنلاین بوده اند.

راه حل: یک تقویم ارسال مطالب برای خود درست کنید. برای خود برنامه ریزی کنید و در ساعات مشخصی این پست ها را ارسال کنید. برای مثال ۴ الی ۵ آپدیت در شبانه روز برای گوگل پلاس، همین تعداد برای فیسبوک و یا ۱۰ تا ۱۲ آپدیت برای اینستاگرام.

همچنین سعی کنید از محتوای گوناگون برای آپدیت و بروزرسانی شبکه های اجتماعی

خود استفاده کنید. استفاده کردن از متن بدون تصویر یا برعکس زیاد مناسب نیست. باید

سعی کنید از تمامی حالات ارسال محتوا از جمله ویدئو، متن، اینفوگرافیک، عکس، صدا و

... استفاده کنید.

۵) تحلیل نکردن آمار و نتایج شبکه های اجتماعی



برای اینکه بتوانید بازار خود را روز به روز بهتر کنید، باید نتایج حاصله از هر بخش از تبلیغات

خود را به طور کامل بررسی کنید. برای مثال نتایج حاصل از تبلیغات در شبکه های اجتماعی

را بررسی کنید. مهم نیست که نتایج منفی بوده اند یا نتایج مثبت. مهم این است که با بررسی و تحلیل و آنالیز آنها استراتژی خود را برای بازاریابی شبکه های اجتماعی بهینه سازی کنید.

مسئله مهمی که وجود دارد این است که شما این نتایج را به طور کامل بررسی کنید. اینکه هر صفحه در شبکه های اجتماعی بر اساس مقدار زمانی که برایش صرف شده است، چه مقدار بازگشت هزینه برای شما داشته است و آیا در آینده باید همین روش را گسترش داد یا باید آن را تغییر داد؟ بررسی این موارد بسیار مهم هستند.

بخاطر داشته باشید که نباید تنها بر روی جمع کردن تعداد زیادی دنبال کننده (Follower) و یا پسندها (Likes) و یا نظرات کاربران (Comments) تمرکز کرد. ممکن است شما روز به روز در تعداد این معیارها، رشد چشمگیری داشته باشید اما نرخ تبدیل شدن این آمار به مشتریان بسیار پایین باشد. در این صورت باید حتماً به دنبال استراتژی جدیدی برای بازاریابی شبکه های اجتماعی خود باشید.

راه حل: هفته ای یکبار با تیم خود و همکارانتان نشستی داشته باشید و در رابطه با تحلیل

بازار و میزان مشتریان خود از شبکه های اجتماعی تحلیل و بررسی انجام دهید. اگر

آشنایی زیادی با تحلیل نتایج و نرخ تبدیل (Conversion Rate) ندارید می توانید با

یک شرکت متخصص همکاری کنید تا آنها مدیریت صفحات، تحلیل و بررسی آمار ورودی

و نرخ تبدیل این شبکه های اجتماعی را برای شما به عهده بگیرند.

لاین استور، مشاور و مجری خدمات شبکه های اجتماعی

آنالیز کردن نتایج و آمار بازدید از شبکه های اجتماعی می تواند تاثیر بسیار زیادی در روند

رشد تجارت شما داشته باشد و در آینده میزان مشتریان شما را افزایش خواهد داد.

۶) اضافه کردن URL در بخش توضیحات



هیچگاه آدرس (URL) را در بخش توضیحات مطلبی که در شبکه های اجتماعی ارسال

میکنید قرار ندهید. این کار باعث میشود که کاربران بدون توجه به پستی که شما ارسال

کرده اید و بدون دیدن محتوای آن به سادگی از روی مطلب شما بگذرند و مطلب بعدی را

بخوانند.

راه حل: بجای آن میتوانید در توضیحات متنی مرتبط با عکس ارسال خود بنویسید و یا

لینکی کوتاه با استفاده از کوتاه کننده های لینک یا همان *URL Shortener* ها قرار دهید

که هم به چشم زیبا بیاید و هم باعث اذیت شدن کاربر نشود.

darvishzade.com



09158114564

09158114564

www.linestore.ir



www.linestore.ir



darvishzade.com



09158114564

09158114564

www.linestore.ir



www.linestore.ir



darvishzade.com



09158114564

09158114564

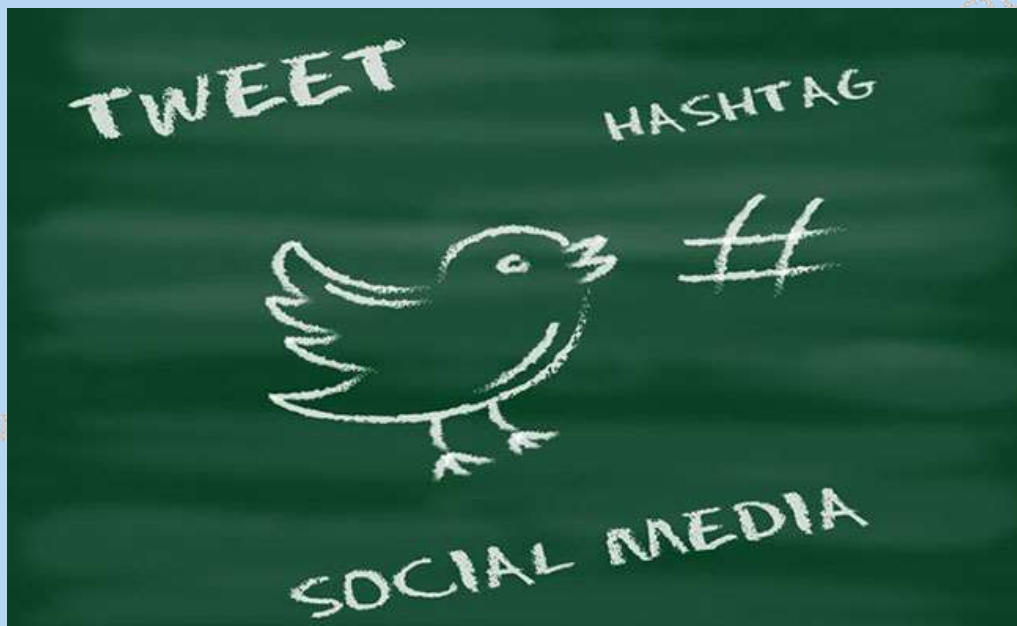
www.linestore.ir



darvishzade.com



۷) استفاده از هشتگ های نامرتبط در شبکه های اجتماعی



باید تلاش کنید که حتماً برای تمامی مطالب ارسالی خود از هشتگ های درست و مناسب

استفاده کنید زیرا هشتگ ها یکی از بهترین روش ها برای افزایش میزان بازدید مطالب

شماست.

راه حل: سعی کنید با تحلیل و بررسی صفحات مشابه ببینید که آنها از کدام هشتگ ها

بیشتر استفاده میکنند و شما نیز آن هشتگ ها را در استراتژی خود قرار دهید.

۱) عدم استفاده از عکس در آپدیت های شبکه های اجتماعی



استفاده نکردن از عکس ها می تواند نتیجه منفی و بدی بر روی برندسازی و جذب مشتری

شما از طریق شبکه های اجتماعی داشته باشد. نتایج و آمار نشان می دهد که استفاده از

عکس ها در مطالب شبکه های اجتماعی نتیجه های بهتری را به دنبال داشته است. کاربران

وقتی مطلبی را می خوانند دوست دارند که عکس های مرتبط و جذابی در رابطه با همان

موضوع ببینند.

بنابراین، هنگامی که مطالبی را در شبکه های اجتماعی ارسال می کنید، سعی کنید عکسهای مرتبط و جذابی را به همراه آنها ارسال کنید که این امر باعث افزایش میزان علاقه کاربران به خواندن مطالب شما خواهد شد.

راه حل: هر بار که صفحات شبکه های اجتماعی خود را بروزرسانی میکنید سعی کنید عکسهایی مرتبط با مطلب ارسالی خود در آنها بگذارید. آلبوم های عکس درست کنید و آنها

را به اشتراک بگذارید. از عکس های جذاب استفاده کنید و سعی کنید عکسهایی با حداکثر کیفیت ارسال کنید. همچنین، در صورت نیاز فراموش نکنید که به منبع عکس مربوطه هم لینک بدهید.

۹) عدم بروزرسانی مداوم شبکه های اجتماعی



اکثر ما فکر می کنیم که داشتن یک عکس پروفایل با کیفیت و جذاب، یک عکس کاور خیلی خوب یا داشتن یک متن درباره ما (About us) می تواند تمامی مشکلات را حل کند. اما این تنها بخش کوچکی از کار است. بروزرسانی مداوم یکی از مهمترین عوامل موفقیت یک صفحه در بین تمامی رقبای خود در شبکه های اجتماعی است. داشتن توضیحات، درباره ما، عکس پروفایل یا عکس کاور به تنهایی چاره ساز نیست.

راه حل: باید سعی کنید که به طور مداوم مطالب جدیدی با خلاقیت و جذابیت بسیار زیاد ارسال کنید و این روند را روزانه ادامه دهید تا به نتایج قابل قبولی دست پیدا کنید. با در پیش گرفتن این روش می توانید پیشرفت خود را قطعی کنید. همچنین با بررسی و تحلیل و آنالیز مطالب ارسالی و میزان علاقمندی کاربران به مطالب، می توانید بفهمید که چه مطالبی کاربران شما را تحت تاثیر قرار داده است.

جمع بندی

با دوری کردن از این ۹ مورد ذکر شده و در پیش گرفتن روند صحیح ارسال مطالب و روزرسانی شبکه های اجتماعی می توانید کسب و کار و تجارت خود را به نحو احسن به مخاطبان خود معرفی کنید و همچنین رشد روز افزون آن را تضمین ببخشید.

تنها کاری که باید بکنید این است که از این اشتباهات رایجی که بسیاری از مدیران آنها را تکرار میکنند دوری کنید. و یا اگر میخواهید از سردرد این همه مسائل در رابطه با مدیریت محتوا و استراتژی بازاریابی آنلاین دوری کنید کفایت با یک شرکت همکاری کنید تا مسئولیت مدیریت تمامی این مشکلات را بر عهده بگیرد و آن را برای شما به بهترین شکل ممکن انجام دهد.

لاین استور، مشاور و مجری خدمات شبکه های اجتماعی

ارسال پیام به مهندس درویش زاده

پاسخ اولین سوال احتمالی شما

احتمالا میگوید من باید همه این ها رو رعایت کنم؟ این که خیلی سخته و ...

پاسخ: توجه داشته باشید که فعالیت در شبکه های اجتماعی اول از همه امری ست پیوسته و

زمانی فعالیت در شبکه های اجتماعی با بازدهی خوبی همراه خواهد بود که پیوسته و مداوم

باشه اما در خصوص رعایت همه نکات هم باید بهتون بگم در ابتدا شاید همه نکات رو نتونید و

لازم هم نباشه که رعایت کنید اما زمانی که شبکه شما گسترده شده و به چند هزار کاربر هدفمند

رسید مطمئنا لازم هست که شما هم به کاربران احترام گذاشته و به سمت بهتر شدن و رعایت

نکات و موارد یاد شده گام بردارید

سفارش تبلیغات در شبکه های اجتماعی

حتما در زمان ارتباط و ثبت سفارش یادآوری کنید که از خریداران کتاب هستید تا از ۱۵ درصد تخفیف برخوردار شوید

توصیه: همیشه سعی کنید با زمانبندی و برنامه زمانی و همراه با مشخص کردن درصد

پیشرفت و افق پیش رو اون هم به صورت مکتوب نه اینکه در ذهن، پیش ببرید

پیشنهاد: حتما من (مجید درویش زاده - ۰۹۱۵۸۱۱۴۵۶۴) رو به کسانی که احتیاج به تبلیغات

در شبکه های اجتماعی دارند یا کسانی که سوال در زمینه شبکه های اجتماعی دارند معرفی کنید

من در ساعات کاری پاسخگوی تماس و پیام های شما دوستان و سروران گرامی هستم.

خواهش: به یاد بیماران سرطانی، سالمندان و کم بضاعتان باشید و برای شادی و حمایت از

اون ها هرچقدر که میتونید و در توانتون هست فعالیت کنید

<http://mehrabanan.ir>

<http://telegram.me/meherabanan>

سخن آخر

ممنونم از این که کتاب رو تهیه و مطالعه کردید و امیدوارم که براتون مفید باشه ...
چنانچه این کتاب رو از منبعی غیر از سایت لاین استور به نشانی <http://linestore.ir> تهیه کرده اید یا به دستتون رسیده و در صورتیکه از اطلاعات **کتاب رضایت داشته اید** هزینه کتاب را [در سایت لاین استور پرداخت نمایید](http://linestore.ir).

با تشکر از کلیه دوستانی که هزینه کتاب رو **پس از** مطالعه و رضایت از کتاب پرداخت میکنند برای استفاده از خدمات **پشتیبانی** میبایست نام و نام خانوادگی رو زمان پرداخت وارد نمایید

پرداخت ۹.۹۰۰ تومان بجای ۲۵.۰۰۰ تومان (۶۱ درصد تخفیف)

پرداخت ۲۵.۰۰۰ تومان

شما هم میتوانید این کتاب رو به دوستانتون هدیه کنید پس تا دیر نشده حالا که این کتاب به دستتون رسیده اون رو به دوستانتون ارسال کنید تا اونا هم از این اطلاعات بهره مند بشوند...
ضمناً شما میتونید از پشتیبانی سایت ما استفاده کنید و مشکلاتتون رو با ما در میان بگذارید.

ورود به پشتیبانی سایت

فروش این کتاب به دیگران به شرط خرید یک نسخه اصلی از لاین استور بلامانع هست

فروش این کتاب در خارج از سایت لاین استور حداکثر ۷۰۰۰ تومان مجاز میباشد

هرگونه کپی برداری مطالب بدون درج منبع شرعا، عرفا، اخلاقاً، وجداناً **حلال** است راحتی کپی کنید

دوره ها و کمپ های تلگرامی ما

برای دیدن جزییات هر دوره روی تصویر ضربه بزنید

کمپ ویژه چهار روزه + پشتیبانی ۳۱ روزه
آموزش تمام فوت و فن های تلگرامی لازم برای
درآمدزایی از تلگرام

۱۱ مهتابید که قیمت افزایش هزار عضو کانال
بین ۳۵.۰۰۰ تا ۶۰.۰۰۰ تومان هست

فوت و فن های تلگرامی / مجید درویش (M) / پدیدآورنده دانشگاه شبکه های اجتماعی
اولین مدرس لین استارگرام / دکتر مازیار میر / مشاور کسب و کار های نوین و تلگرامی
مدیریت روابط با کاربران اینترنتی / معبد حسینی / بنیانگذار فرونگاه بدون کامپیوتر

تست نام ۷۰ هزار تومان ثبت نام و تعهد ۹۱۵۸۱۱۴۵۶۴ - شروع فردا ساعت ده صبح

کمپ یک هفته ای اینستاگرام
هر آنچه از اینستاگرام باید بدانید
نظری - عملی

دریافت کد تخفیف در تلگرام
پشتیبانی ۳۱ روزه نظری، تلگرامی و اینستاگرامی

۹۹ هزار تومان - ثبت نام ۹۱۵۸۱۱۴۵۶۴

طراحی سایت رایگان برای کسب و کارهای نوین
و برای کسب و کارهای نوین
پیشنهاد قیمت جاشما

۰۵۱-۳۲۲۲۲۱۲۰۷
۰۹۱۵۸۱۱۴۵۶۴
mehrabanan.ir

نکات و ترفندهای کانال واری
تجزیه و تحلیل - ساخت کاروبار

دریافت کد تخفیف در تلگرام
پشتیبانی ۳۰ روزه تلگرامی

۴۹ هزار تومان - ثبت نام ۹۱۵۸۱۱۴۵۶۴

دوره مجازی تایپ ده انگشتی
تأیید شده ای نوبه
نظری - عملی

دریافت کد تخفیف در تلگرام
پشتیبانی ۲۵ روزه نظری و تلگرامی

۶۹ هزار تومان - ثبت نام ۹۱۵۸۱۱۴۵۶۴

آموزش طراحی سایت بدون کد نویسی
دامین - هاست - سئو
نظری - عملی

دریافت کد تخفیف در تلگرام
پشتیبانی ۱۰ روزه نظری و تلگرامی

۱۵۹ هزار تومان - ثبت نام ۹۱۵۸۱۱۴۵۶۴

چند مقاله آموزشی کاربردی که حتما باید بخوانید

