

آژانس دیجیتال مارکتینگ چیست؟

مزایا و معایب همکاری با آن
به عنوان کارمند، ناشر و مشتری

نویسنده: نیما شفیع زاده



BARAYAND
انتشارات برآیند

عادل طالبی

کارشناس ارشد مدیریت کسب و کارهای الکترونیک



۱۳۷۲: برنامه‌نویسی اسمبلی - بیسیک - سی - سی پلاس پلاس

۱۳۷۶: نرم‌افزارهای مالی، اداری، اتوماسیون اداری و ...

۱۳۷۹: آغاز به کار در حوزه وب با طراحی سایت

۱۳۸۲: اولین فروشگاه اینترنتی

۱۳۸۲: اولین وب‌سایت در حوزه بازاریابی محتوایی

۱۳۸۳: اولین پلت‌فرم B۲B - آغاز فعالیت در حوزه بازاریابی اینترنتی

۱۳۸۳: نرم‌افزارهای مدارس، وب‌سایت مدارس و ..

۱۳۹۰: راه‌اندازی چند استارت‌آپ در حوزه‌های B۲B و خدمات

۱۳۹۴: راه‌اندازی استارت‌آپ **تیزلند**

۱۳۹۵: راه‌اندازی چند فروشگاه اینترنتی از جمله کتابم‌کو

۱۳۹۶: عضویت در هیات مدیره انجمن صنفی کسب و کارهای اینترنتی

۱۳۹۶: **انتشارات برآیند** (ناشر تخصصی حوزه کسب و کارهای دیجیتال)

۱۳۹۷: آژانس تخصصی خدمات دیجیتال منظم

۱۳۹۷: استارت‌آپ **میم**

۱۳۹۸: دبیر انجمن صنفی کسب و کارهای اینترنتی

۱۳۹۹: مجموعه ارائه **خدمات دیجیتال منظم**

www.atalebi.com

info@atalebi.com

adel.talebi@gmail.com

@adeltalebi

https://t.me/kar_kasb

<https://www.linkedin.com/in/adeltalebi>

<https://www.pinterest.com/adeltalebi>

<https://www.facebook.com/adeltalebi>

<https://youtube.com/c/adeltalebi>

<https://instagram.com/adeltalebi>

https://instagram.com/kar_kasb

<https://slideshare.net/adeltalebi>

<https://aparat.com/adel.talebi>

<https://twitter.com/adeltalebi>





عادل طالبی

مدیر نشر برآیند، استراتژیست
کسب و کارهای آنلاین و مدرس
دروس دیجیتال مارکتینگ در
سازمان مدیریت صنعتی ایران
و دانشگاه تهران

در ایران، آژانس‌های دیجیتال مارکتینگ به سرعت در حال رشد هستند. زمانی، تا همین چند سال پیش، حضور در فضای دیجیتال یک انتخاب بود. صاحبان کسب و کارها بررسی می‌کردند که آیا لازم است در فضای دیجیتال هم حضور داشته باشند یا خیر. با گذشت زمان این «انتخاب» به یک «الزام» تبدیل شد. حتی پیش از شروع کرونا، کسب و کارها دریافته بودند که دنیای کسب و کار، به طور کامل تغییر کرده و بدون حضور مؤثر در فضای دیجیتال نمی‌توان فرآیندهای بازاریابی را به سرانجام رساند. کرونا، تیر خلاص را زد و حالا، همه به دنبال حضور موفق در فضای دیجیتال هستند. پیشگامان حضور در فضای دیجیتال، با آزمون و خطا، به تدریج و با صرف هزینه‌های بعضاً بالا توانسته‌اند فرآیندهای حضور دیجیتال خود را نهادینه کنند، تیم‌های بازاریابی دیجیتال خود را تشکیل دهند و از این فضا بهره‌های لازم را ببرند. اما آن‌هایی که به تازگی وارد این فضا می‌شوند معمولاً سؤالات بی‌شماری دارند و در اجرا مشکلات متعددی گریبان‌گیرشان می‌شود. اینجاست که استفاده از خدمات تخصصی آژانس‌های بازاریابی دیجیتال اهمیت پیدا می‌کند.

انتخاب یک آژانس دیجیتال مارکتینگ خوب، بسیار پیچیده است. آنها، به نوعی حتی شریک تجاری کسب و کار به حساب می‌آیند یا در این سطح اهمیت دارند. اگر به درستی عمل نکنند، منابع مالی و از آن مهمتر زمان، مهم‌ترین دارایی کسب و کار را به هدر داده‌اند و گاهی فرصت جبرانی هم در سیر تحولات سریع این حوزه برای کسب و کار وجود نخواهد داشت و قافیه را به رقبا خواهند باخت. اگر هم عملی عمل کنند می‌توانند سکوی پرش کسب و کار باشند.

فصل اول

آژانس دیجیتال مارکتینگ چیست و چه وظایفی بر عهده دارد؟

آژانس چیست؟	۱۲
دیجیتال مارکتینگ چیست؟	۱۲
آژانس دیجیتال مارکتینگ چیست؟	۱۵
اهداف آژانس دیجیتال مارکتینگ	۱۷
اعضای تیم آژانس دیجیتال مارکتینگ	۱۸
فهرست ابزارهای آژانس دیجیتال مارکتینگ	۱۹
وظایف آژانس دیجیتال مارکتینگ	۲۰
خدمات آژانس دیجیتال مارکتینگ	۲۱
فرایند کار در آژانس دیجیتال مارکتینگ	۲۲
فهرست آژانس‌های دیجیتال مارکتینگ ایران	۲۳
مصاحبه با بهرنگ تنکابنی	۲۶
نتیجه‌گیری	۳۲

فصل دوم

مزایای همکاری با آژانس‌های دیجیتال مارکتینگ چیست؟

مزایای همکاری با آژانس‌های دیجیتال مارکتینگ به عنوان کارمند	۳۵
مزایای همکاری با آژانس‌های دیجیتال مارکتینگ به عنوان ناشر	۳۸
مزایای همکاری با آژانس‌های دیجیتال مارکتینگ به عنوان مشتری	۴۱
مصاحبه با نگار حقیقی	۴۶

فصل سوم

معایب همکاری با آژانس‌های دیجیتال مارکتینگ چیست؟

معایب همکاری با آژانس‌های دیجیتال مارکتینگ به‌عنوان کارمند	۵۲
معایب همکاری با آژانس‌های دیجیتال مارکتینگ به‌عنوان ناشر	۵۸
معایب همکاری با آژانس‌های دیجیتال مارکتینگ به‌عنوان مشتری	۶۱
مصاحبه با میلاد صفایی	۷۱

سخن پایانی

نیما شفیع زاده

سردبیر نیما تودی

می گویند حرف اگر کوتاه باشد زودتر به دل می نشیند؛ پس، سعی می کنم در سخن پایانی خیلی روده درازی نکنم. اگر در بین دوستان یا آشنایان خود کسی را دارید که فکر می کنید خواندن این کتاب می تواند به او کمک کند، پیشنهاد می کنم یک نسخه آنلاین از این کتاب را تهیه کنید و به عنوان هدیه برای او بفرستید.

با این کار هم دوست شما خوشحال می شود و هم من به خاطر اینکه از زحماتم حمایت کردید، خوشحال و سپاسگزار خواهم شد.



دم شما گرم

ffo.ir/BarayandT





جعبه ابزار کارآفرینی
علی خادم‌الرضا



چهار تاکتیک و تکنیک...
رازوان گاوریلانس



آژانس دیجیتال مارکت...
نیما شفیق‌زاده



نوهزینه گاهی...
استیفن وانگر



جعبه ابزار کارآفرینی...
علی خادم‌الرضا



هنر برند شدن
مارک شفر



خون نحس
جان کریو



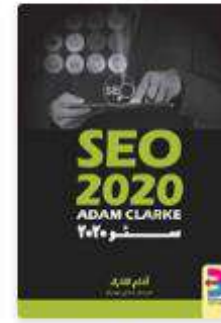
برنامه‌ریزی بازاریابی
اریک داویس



کارآفرینی کماندویی
علی خادم‌الرضا



راهنمای جامع پرسونا...
آژانس بازاریابی هوشمند...



سئو 2020
آدام کلارک



ffo.ir/BarayandT

Google



عادل طالبی

عادل طالبی
عادل طالبی آپارات
عادل طالبی دیجیتال مارکتینگ
عادل طالبی بازار یابی دیجیتال
عادل طالبی
وبینار عادل طالبی
دکتر عادل طالبی
عادل طالبی متمم
عادل طالبی مارکتینگ
عادل طالبی بازار یابی

Google Search

I'm Feeling Lucky

[Report inappropriate predictions](#)

www.atalebi.com

info@atalebi.com

adel.talebi@gmail.com

@adeltalebi

https://t.me/kar_kasb

<https://www.linkedin.com/in/adeltalebi>

<https://www.pinterest.com/adeltalebi>

<https://www.facebook.com/adeltalebi>

<https://youtube.com/c/adeltalebi>

<https://instagram.com/adeltalebi>

https://instagram.com/kar_kasb

<https://slideshare.net/adeltalebi>

<https://aparat.com/adel.talebi>

<https://twitter.com/adeltalebi>

