



چالش‌ها و فرصت‌های دیجیتال مارکتینگ

- تحقیقات نشان می‌دهد که 42٪ از کسب‌وکارها هنوز استراتژی دیجیتال تعریف‌شده‌ای ندارند.
- این آمار موانع قابل توجهی را در مسیر ادغام برنامه‌ریزی دیجیتال در سازمان‌ها نشان می‌دهد.
- برای سازمان‌های بزرگ، داشتن یک استراتژی دیجیتال مارکتینگ اختصاصی می‌تواند نقطه شروعی برای ایجاد برنامه‌های جامع‌تر باشد.
- هوش مصنوعی در بازآرایی نقش هوش مصنوعی در بهینه‌سازی کمپین‌ها و استراتژی‌ها روز به روز پررنگتر می‌شود.
- بلوغ دیجیتال: سازمان‌هایی که به بلوغ دیجیتال رسیده‌اند، بهتر می‌توانند از ابزارهای پیشرفته و روندهای جدید بهره ببرند.
- بازآرایی بدون کلیک: استراتژی‌هایی که بدون نیاز به کلیک مستقیم، تعامل و ترافیک ایجاد می‌کنند، در حال رشد هستند.

ادغام استراتژی دیجیتال

- کسب‌وکارها باید سرمایه‌گذاری‌های خود را در دیجیتال مارکتینگ برنامه‌ریزی‌شده و هدفمند کنند.
- برای موفقیت در این زمینه ضروری است SMART تعیین اهداف به ایجاد یک نقشه راه عملیاتی برای RACE استفاده از چارچوب دستیابی به اهداف کمک می‌کند.
- میانگین سطح بلوغ دیجیتال در کسب‌وکارها ۲.۴ از ۵ است.
- با منابع محدود، (SMEs) کسب‌وکارهای کوچک و متوسط بیشترین چالش‌ها را در این زمینه دارند.
- پیش‌بینی می‌شود که کسب‌وکارها در سال 2025 به سطوح بالاتر بلوغ دیجیتال برسند.

(SOPs) استفاده از رویه‌های عملیاتی استاندارد

- ها به کسب‌وکارها کمک می‌کنند تا فرایندها را کارآمدتر SOP کرده و بهبود مستمر را تسهیل کنند.
- استاندارد است که فعالیت‌های SOP شامل ۷۰ RACE چارچوب استراتژیک و تاکتیکی کانال‌های دیجیتال را پوشش می‌دهد.
- ها می‌توانند به افزایش کارایی و کاهش خطاها SOP استفاده از کمک کند.
- افزایش کارایی: استانداردسازی فرایندهای تکرار شونده و کاهش زمان اجرا.
- ها می‌توانند SOP ارتقای بلوغ دیجیتال: کسب‌وکارها با استفاده از به سطوح بالاتری از بلوغ دیجیتال دست یابند.
- کاهش خطاها: با استانداردسازی فرایندها، احتمال بروز خطا در اجرا کاهش می‌یابد.

بازآرایی هوشمندتر با کمک هوش مصنوعی مولد

- هوش مصنوعی مولد به بازآراییان کمک می‌کند تا با بودجه و نیروی انسانی محدود، بازدهی بیشتری داشته باشند.
- این فناوری به‌ویژه برای کسب‌وکارهایی که با محدودیت منابع مواجه‌اند، راهکاری مؤثر برای مدیریت و اجرای فرایندهای پیچیده فراهم می‌کند.
- پذیرش هوش مصنوعی مولد در کسب‌وکارها هنوز در مراحل اولیه است و بسیاری از کسب‌وکارها از این فناوری بهره نمی‌برند.
- تدوین سیاست مدیریت هوش مصنوعی: تعریف ابزارها و فرایندها برای استفاده مؤثر از هوش مصنوعی.
- آموزش و استفاده مؤثر: آموزش تیم‌ها درباره استفاده صحیح از ابزارهای هوش مصنوعی.
- کنترل کیفیت محتوا: تعریف فرایندهایی برای بررسی و ارزیابی محتوای تولیدشده توسط هوش مصنوعی.

سختی بهینه‌سازی دیجیتال مارکتینگ

- چالش‌های بهینه‌سازی در دیجیتال مارکتینگ
- کمتر از ۲۰٪ شرکت‌ها برنامه‌ای مستمر و ساختاریافته برای آزمایش و بهینه‌سازی دارند.
- این کمبود باعث می‌شود کسب‌وکارها از مزایای بهینه‌سازی مستمر بی‌بهره بمانند.
- معرفی یک رویکرد ساختاریافته: استفاده از چارچوب‌های معتبر RACE مانند برنامه‌ریزی ۹۰ روزه.
- تمرکز بر چهار ستون اصلی بهینه‌سازی: رسانه‌های دیجیتال، تجربیات کاربری، محتوا و پیام‌رسانی.
- ایجاد یک برنامه مستمر: ادغام فرایندهای بهینه‌سازی مستمر در استراتژی دیجیتال.

آینده بدون کوکی‌ها

- چشم‌انداز آینده بدون کوکی‌ها
- گوگل تصمیم به حفظ کوکی‌های شخص ثالث گرفته و به‌جای حذف کامل آن‌ها، گزینه‌های جدیدی برای مدیریت ترجیحات کوکی ارائه خواهد داد.
- این تصمیم به کسب‌وکارها زمان بیشتری برای آماده‌سازی و سازگاری می‌دهد.
- بررسی انطباق با الزامات حریم خصوصی: تطبیق استفاده از کوکی‌های شخص ثالث با قوانین حریم خصوصی.
- اقدامات پیشنهادی برای آماده‌سازی
- Privacy ازمایش جایگزین‌ها: بررسی ابزارهایی مانند Privacy Sandbox و تمرکز بر داده‌های شخص اول.
- آموزش تیم‌ها: آموزش تیم‌های بازاریابی و فناوری اطلاعات درباره تغییرات پیش‌رو و جایگزین‌های کوکی.

و کاهش استفاده SERPs ادغام هوش مصنوعی در AI از جستجو به دلیل

- تأثیر هوش مصنوعی بر نتایج جستجو
- از اواسط سال ۲۰۲۴، گوگل نتایج تولیدشده توسط هوش مصنوعی نمایش می‌دهد SERPs را در بالای این تغییرات احتمال کلیک بر روی نتایج سنتی را کاهش می‌دهد و کاربران می‌توانند پاسخ‌های مستقیم دریافت کنند.
- ها بر رتبه‌بندی سایت: استفاده از ابزارهای AIO ارزیابی تأثیر تخصصی برای ارزیابی اثربخشی عملکرد سایت.
- اقدامات پیشنهادی برای بهبود کیفیت محتوا
- بهبود کیفیت محتوا: ارائه محتوای جامع و جذاب که کاربران را به کلیک ترغیب کند.
- ارزیابی جایگاه خود در ویژگی‌های SERPs: بررسی عملکرد در و تلاش برای حفظ برتری SERPs مختلف.

(Zero-Click Marketing) بازآرایی بدون کلیک

- مفهوم بازآرایی بدون کلیک
- بازآرایی بدون کلیک به کاهش تعداد کلیک‌های کاربران از گوگل اشاره دارد و کاربران پاسخ سوالات خود را مستقیماً در صفحه نتایج جستجو دریافت می‌کنند.
- آمارها نشان می‌دهند که کمتر از ۴۰٪ جستجوهای کاربران منجر به کلیک می‌شود.
- ایجاد کمپین‌های ارزشمند: تمرکز بر ایمپرشن‌ها و ارتباط احساسی با مخاطبان.
- شناخت رفتار و ترجیحات مخاطبان: تحلیل رفتار و دموگرافیک کاربران.
- بهینه‌سازی محتوا برای تعاملات بدون کلیک: ایجاد پست‌هایی که تعامل بالا داشته باشند.

Martech (Martech Composability) سازگاری در

- مفهوم Martech Composability
- به ساخت سیستم‌های نرم‌افزاری Martech Composability از اجزای کوچک و مستقل اشاره دارد که قابلیت ترکیب و استفاده در کنار یکدیگر را دارند.
- این رویکرد به سازمان‌ها امکان می‌دهد از اجزای مستقل برای ساختاردهی سیستم‌های خود استفاده کنند و انعطاف‌پذیری بیشتری ایجاد کنند.
- ایزراهای فعلی خود را بازبینی کنید: Martech Stack بررسی و عملکرد آن‌ها را بهینه کنید.
- تمرکز بر ابزارهای مناسب: از ابزارهایی استفاده کنید که با سازگار باشند RACE چارچوب.
- تمرکز بر قابلیت ترکیب‌پذیری: استفاده از نرم‌افزارهایی که باحسب صورت مستقل عمل می‌کنند اما امکان ادغام با دیگر سیستم‌ها را دارند.