

تبلیغات سنتی یا بازاریابی محتوا؟

تبلیغات سنتی همان بیلبورد اتوبان‌ها و سطح شهر و آگهی تلویزیونی و رادیویی است. با پیام‌های تبلیغاتی خواسته یا ناخواسته که صبح تا شب از فروشندگان لباس زیر مردانه و زنانه تا آژانس‌های گردشگری به آفریقا و فروشندگان پایان‌نامه دکترها و امثال آن برای ما ارسال می‌کنند و به تنها چیزی که توجه ندارند، جنس و سن و نیاز دریافت‌کننده این تبلیغات است! دوران این تبلیغات گذشته است و آنهایی که هنوز روی این موضوعات و سبک تبلیغات بازاریابی اصرار دارند، در معدن طلا استخراج ماسه می‌کنند!

تبلیغات سنتی اشتباهات فراوان و محدودیت‌های بسیار در انتخاب شیوه ارائه محتوا و همچنین نحوه دسترسی مخاطب به آن دارد و روز به روز هزینه تبلیغات سنتی افزایش و میزان کارایی کاهش می‌یابد.

علت را باید در تغییر اکوسیستم تبلیغات و نیازهای مخاطبان و همچنین دگرگونی در فناوری‌های جدید تبلیغاتی و رسانه‌های دانست. در روزگاری که استارت‌آپ با تبلیغات اینترنتی غوغایی به پا کرده‌اند، کسب و کارهای سنتی که حتی قادر به حفظ مشتریان گذشته و جذب هوشمندانه مشتریان جدید نیستند، برگ برنده‌ای در اختیار نخواهند داشت و باید هر چه سریع‌تر برای عقب‌نiftyان از قافله، به دنبال راه‌های خلاقانه و نوآورانه تبلیغات بازاریابی به سمت جذب مشتری جدید باشند.

یکی از روش‌ها که حتی کسب و کارهای سنتی نیز باید به آن روی بیاورند، بازاریابی محتوا است. پس باید تولید محتوا و ترغیب‌ها و شیوه‌های تولید محتوای دیجیتال جذاب و نوآورانه را جدی گرفت و این پیام مهمی که فریلنسرها است که در این عرصه نیز فعالیت کنند.

تبلیغات بازاریابی آنلاین؟

دنیای بازاریابی آنلاین یک دنیای غنی و متنوع است و در آن کسب و کارها می‌توانند از دهها روش و استراتژی برای جذب افراد و افزایش نرخ تبدیل استفاده کنند. البته با وجود این تنوع، بیشترین استراتژی‌ها را میتوان در دو نوع اصلی دسته‌بندی کرد: بازاریابی رایشی و برون‌گرا.

بازاریابی برون‌گرا شیوه سنتی تر تبلیغات است که در آن از تبلیغات خارجی برای جلب توجه کاربران جهت خرید یک محصول استفاده می‌شود. برای مثال، تبلیغات در نتایج جستجو می‌تواند یک کاربر را تشویق کند تا کتابی را مستقیماً از صفحه نتایج موتورهای جستجو خریداری کند.

اما بازاریابی رایشی به معنای این است که کاربران را به صورت طبیعی به سایت هدایت کنید. منظور این است که روش‌های طبیعی، استفاده از روش‌های مثل SEO و بازاریابی محتوایی است.

انرژی تبلیغات دیجیتال

عنوان این گفتار این بود که انرژی تبلیغات سنتی بیشتر است یا دیجیتال؟ ابتدا باید مشخص کنیم که منظور ما از انرژی چیست. معیار ما چیست، چگونه می‌توان یک کمپین بازاریابی را اندازه‌گیری کنیم؟ آیا انرژی یک کمپین را میزان درآمد حاصله از آن تعیین می‌کند؟ این کمپین باید به چه اهداف خاصی دست پیدا کند که به عنوان یک کمپین موثر شناخته شود؟ بازگشت سرمایه مقوله مهمی است. یعنی هزینه صرف شده برای اجرای هر استراتژی و میزان سودی که از طریق این استراتژی به کسب و کار می‌رسد.

مزایای بازاریابی محتوایی و تبلیغاتی

تبلیغات، روشی ساده‌تر است و می‌توانید آن را به راحتی به سمت هدف نهایی هدایت کنید. اما طیف مزایای آن نیز محدود است. اما بازاریابی محتوایی از طرف دیگر، میزان مجموعه وسیعی از مزایا است.

با استفاده از بهترین شیوه‌ها و استراتژی‌های در بازاریابی محتوایی می‌توانید شاهد مزایایی مانند افزایش بازدید از برند، بهبود شهرت برند، افزایش ترافیک از منابع خارجی مانند موتورهای جستجو و شبکه‌های اجتماعی و نرخ تبدیل بهتر باشید.

هزینه‌ها

اتخاذ هر رویکرد در کنار مزایا، قطعا هزینه‌های خاص خود را نیز دارد. مدل تعیین هزینه‌های تبلیغاتی معمولاً ساده‌تر است و در آن به ازای هر کلیک، مبلغی را پرداخت می‌کند و این مدلی نسبتاً قابل پیش‌بینی و ساده برای اندازه‌گیری کمپین‌ها است. اما در حوزه محتوا کمی کار پیچیده‌تر است. زیرا لزوماً نباید هزینه‌های برای اتخاذ این استراتژی بکشید. در عوض، بازاریابی محتوایی به صرف حجم زیادی از زمان برای توسعه و انتشار محتوای با ارزش دارد.

دستاورد های کوتاه مدت و بلندمدت

دستاورد هایی که تبلیغات و بازاریابی محتوایی می‌توانند در کوتاه مدت و بلندمدت به دست بدهند در واقع بزرگ‌ترین نقطه تمایز بین این دو استراتژی است. بزرگ‌ترین نقطه قوت بازاریابی محتوایی در واقع بزرگ‌ترین نقطه ضعف آن نیز هست. بازاریابی محتوایی برای با گرفتن به زمان نیاز دارد. احتمالاً، در ماه‌های اولیه اجرای کمپین بازاریابی محتوایی به ندرت می‌توانید شاهد یک جهش باشید. اما بعد از چند ماه، نشانه‌های بازاریابی و بازگشت سرمایه آشکار می‌شود. از طرف دیگر، تبلیغات می‌تواند در مدت کوتاه‌تری به نتیجه برسد. اما میزان رشد و انرژی‌گذاری آن ممکن است از بازاریابی محتوایی کمتر باشد.

گوگل لنز به Image Search گوگل می‌آید

احتمالاً با گوگل لنز آشنا هستید؛ هوش مصنوعی گوگل که می‌تواند با آنالیز تصویری اشیاء، آن‌ها را تشخیص داده و در اینترنت به دنبال اطلاعات تکمیلی بگردد. به تازگی خبر رسیده که گوگل طی هفته‌های آینده، این تکنولوژی را به پلتفرم جستجوی تصاویر خود می‌آورد.

با آمدن گوگل لنز به Image Search گوگل می‌توانید در مورد محتوای تصویری که حین جستجوهایتان به آن‌ها برخورد می‌کنید، اطلاعات بیشتری به دست بیاورید. برای دسترسی به این اطلاعات یک آیکن اختصاصی گوگل لنز زیر هر تصویر قرار می‌گیرد.

گوگل لنز با اضافه شدن به پلتفرم جستجوی تصاویر گوگل، می‌تواند عکس‌ها را آنالیز کرده و موارد مرتبط به آن را به شما نمایش دهد. همچنین در صورتی که سوزه جستجوی شما از اینترنت قابل خرید باشد، لنز می‌تواند تصویر آن را به فروشگاه‌های فروشنده سوزه لینک کند. همچنین می‌توانید هنگام جستجوی تصاویر، با انگشتان قسمت کوچکی از عکس را علامت‌بندی تا نتایج جستجو روی آن بخش به خصوص متمرکز شوند.

تیم گوگل اخیراً با انتشار یک پست وبلاگی، در مورد نحوه کار گوگل لنز اطلاعات بیشتری در اختیار کاربران قرار داده است: «ما در تلاشیم که محتوای تصویری و ویدئویی بیشتری را به سرچ گوگل بیاوریم، از جمله گزارشات هواشناسی تصویری و کلیپ‌های زنده ورزشی و حتی آموزش آشپزی ویدئویی. به لطف پیشرفت‌هایی که در تکنولوژی بینایی کامپیوتری حاصل شده، ما قادر به انجام این کار بوده‌ایم و حالا می‌توانیم از تصاویر مفاهیم مختلفی استخراج کنیم، ما از هر تصویر ویدئو، میلیون‌ها مفهوم مختلف را مدلسازی می‌کنیم. به عنوان مثال، تصویر بیکر بی می‌تواند شامل مفاهیمی مثل «گره»، «حیوان» یا «گره بزرگ» باشد. این کار سبب می‌شود که ما تنها با نگاهی به پیکسل‌های یک عکس، آن را شناسایی کنیم و نیازی به توصیفات نوشتاری در صفحات اینترنت‌ی نداشته باشیم.»

همچنین بد نیست بدانید که قابلیت تازه‌ای به نام «Featured Videos» در گوگل لنز هم می‌تواند کلیپ‌هایی مرتبط با کلیدواژه مورد جستجوییتان را هم به نمایش در آورد.

سرخابی‌های پایتخت به نتیجه صفر - صفر رضایت دادند

دربی کسل کننده



مدت‌ها انتظار برای هیچ، برای یک بازی صفر-صفر، برای یک بازی زیر صفر. بیچاره تماشاگرانی که از صبح زود در ورزشگاه بودند، بیچاره هوادارانی که از شب قبل در ورزشگاه خوابیده بودند. خوابیده بودند و خواب می‌دیدند که دربی واقعی را می‌بینند. کاش خوابشان تا جمعه شب ادامه پیدا می‌کرد تا نمی‌دیدند دربی بی کیفیت فوتبال ایران را، نمی‌دیدند بازی بی فوتبال ایران را.

از پرسپولیس که سه‌شنبه باید به مصاف السد قطر در مرحله نیمه‌نهایی باشگاه‌های آسیا برود و با توجه به جایگاهش در جدول رده‌بندی لیگ به نتیجه تساوی و بازی محتاطانه رو آورد، اما استقلال که هم از لیگ قهرمانان آسیا حذف شده و هم در لیگ برتر نتوانسته انطور که باید و شاید انتظارات هواداران را برآورده کند انتظار می‌رفت بازی شجاعانه‌تری از خود به نمایش بگذارد و با برد احتمالی جبران مافات کند و هم تا حدودی دل هوادارانش را به‌دست آورد.

به لطف تغییر ساعت در نیمه دوم سال، شاهد یک شهرآورد پاییزی در زیر نورافکن‌های آزادی بودیم. شهرآوردی که به مسائل غیرورزشی‌مان گره خورده بود. مردمی که در کشاکش مسائل اقتصادی این روزها و عدم ثبات بازار با مشکلات عیدمندی دست و پنجه نرم می‌کنند انتظار آن را داشتند تا حداقل ساعتی فارغ از این مسائل شاهد یک بازی جسورانه از دو تیم بزرگ پایتخت باشند. فوتبالی که کمتر کسی را ۹۰ دقیقه به این مستطیل سبز خیره کرد.

با به صدا در آمدن سوت پایان بازی، در جستجوی کوتاهی در شبکه‌های اجتماعی فقط یک جمله را می‌خواندیم: «دربی افتضاح بود.»

بر جامعه همچنان در انتظار رسیدن روزی که شاهد یک بازی زیبا از سرخابی‌های پایتخت در مقابل هم باشند.

نیمه نخست

علی‌علیپور می‌توانست خیلی زود و در دقیقه یک استقلال را غافلگیر کند و اما ضربه سر این بازیکن از میان مدافعان آبی‌پوش دقیق نبود و راهی اوت شد. هر دو تیم در ۱۰ دقیقه نخست سعی در حفظ توپ و میدان داشتند اما تاکنون هیچ کدام نتوانستند برای بیش از چند ثانیه نبض بازی را در اختیار بگیرند. در دقیقه ۱۱، ارسال وریا غفوری از زوی ضربه ایستگاهی و برگشت ناقص مدافعان پرسپولیس منجر به فراهم شدن موقعیت مناسب برای روح الله باقری شد که شوت فنی و محکم در آغوش بیرون‌اند آرام گرفت. احمد نوراللهی با حرکتی خیلی خوب وارد محوطه جریمه استقلال شد اما پاس او از زاویه بسته و مماس با خط اقی زمین به سمت دروازه استقلال رفت که ممکن بود توپ با پای رحمتی وارد دروازه آبی‌ها شود اما دروازه‌بان استقلال توپ را کنترل کرد.

در حالی که بازی بدون هیجان و با اشتباهات متعدد بازیکنان هر دو تیم تمام شد تا هواداران در بجهوه شرایط بد اقتصادی حاکم

دو تیم دنبال می‌شد، حسین ماهینی در برخورد با بازیکن استقلال مصدوم شد تا برانکو با وجود کمیود بازیکن، شایان مصلح را به صورت اجباری وارد زمین کند.

نیمه دوم

شرف این نیمه را با بیرون کشیدن طارق همام و ورود الحاجی گرو شروع کرد تا تیشم با سه مهاجم هجومی کار را دنبال کند اما اولین فرصت نه چندان جدی بازی را علی‌علیپور با شوت از پشت محوطه جریمه به سمت دروازه رحمتی ساخت که توپ داخل چارچوب نبود اما اعتراض شدید رحمتی را به دنبال داشت. نیمه دوم هم همانند نیمه نخست بسیار پراشش‌آه آغاز شد و در دقیقه ابتدایی موقعیت جدی نداشت. در دقیقه ۶۳ پرسپولیس حمله تند و تیزی را تدارک دید که حرکت علی‌علیپور داخل محوطه جریمه استقلال سرنگون شد و توپ به رحمتی رسید که داور اعتدالی به خطای پناستی نداشت. استقلال در دقیقه ۶۵ و روی حرکت انفرادی اسماعیلی جدی‌ترین موقعیت بازی را در اختیار داشت که ضربه او در حالت نامتعادل و از فاصله چند

متری توسط بیرون‌اند کنترل شد. بازی بر اشتباه و بی کیفیت دو تیم در نیمه دوم سرمریبان دو تیم را وادار به انجام چند تعویض فنی کرد. در دقیقه ۸۴، کمال کامیابی‌نیا می‌توانست از زوی توپ ارسالی به روز دروازه استقلال دروازه رحمتی را باز کند اما ضربه او داخل چارچوب دروازه استقلال نبود. دقیقاً پایانی این دیدار بسیار پراشش‌آه دنبال شد تا داری ۸۸ پایتخت یکی از کم موقعیت‌ترین و بی کیفیت‌ترین تقابل‌های دو تیم نام بگیرد.

ترکیب استقلال: سید مهدی رحمتی، میلاد زکی‌پور، آرمن سهرابیان (کارت زرد، دقیقه ۲۵)، پژمان منتظری (کارت زرد، دقیقه ۴۸)، وریا غفوری، علی کریمی، روزبه چشمی (کارت زرد، دقیقه ۹۰+)، طارق همام، فرشید اسماعیلی، روح‌الله باقری (اللیهار) صیادمشمش (دقیقه ۵۹) و مرزئی تبریزی (مهدی قائدی، دقیقه ۸۳). ترکیب پرسپولیس: علیرضا بیرانوند، سید جلال حسینی، حسین ماهینی (شایان مصلح، دقیقه ۴۰)، شجاع خلیل‌زاده، محمد انصاری، کمال کامیابی‌نیا، احمد نوراللهی (آدام همتی، دقیقه ۷۸)، سیامک نعمتی، پشارسن، علی‌علیپور و گادوین منشا.

تغییرات احتمالی پرسپولیس با مصدومیت ماهینی

ترس از شجاع، آشتی با رامین!



مقطع اعلام کرده بود رضاییان در لیگ بلژیکی است و قصد بازگشت ندارد. در حالی که با شروع لیگ‌های اروپایی، رامین هنوز با هیچ تیمی به توافق نرسیده و بعید نیست که راضی به برگشت شود. به خصوص اینکه مدتی قبل خبر مذاکراتش با تراکتورسازی هم به گوش رسیده بود. اتفاقاتی که شایعه بازگشت رامین را از نو استارت خواهد زد.

و خیالش جمع است به محض پوشیدن پیراهن پرسپولیس، در مسابقات رسمی این تیم حاضر می‌شود. به خصوص اینکه این مصدومیت باعث شده مدافع محبوب برانکو یعنی شجاع خلیل‌زاده از قلب دفاع فاصله بگیرد و پروفیسور از این اتفاق اصلاً راضی نخواهد بود. برانکو برای اینکه زودتر شجاع را به مرکز دفاع برگرداند، حتماً شیرینی را از لفظهای که قانون اجازه دهد وارد ترکیب پرسپولیس می‌کند.

رامین رضاییان برمی‌گردد؟

دو هفته نمی‌شود که شایعه بازگشت رامین رضاییان به پرسپولیس مطرح شد و برانکو پاسخ این شایعه را داد. ابتدا جواب برانکو را یک بار دیگر مرور می‌کنیم: «من هم این خبر را شنیدم. اما رضاییان در یک باشگاه مطرح بلژیکی است. فکر نمی‌کنم بخواهد به پرسپولیس برگردد و دعوتش به تیم ملی را به چالش بکشد البته ما در جست و جوی حسین ماهینی را داریم. من با هیچ بازیکنی مشکل ندارم. در پست رضاییان فرستاد و به ماهینی و محرمی دادم. رضاییان هم خواست به اروپا برود». در صحبت‌های برانکو یک نکته مهم وجود دارد. اینکه پروفیسور بارها تأکید کرده ماهینی را در پست رضاییان دارد و دیگر نیازی به حضور او نیست. حالا که دیگر خبری از ماهینی نیست، آیا برانکو به بازگشت رامین رضایت می‌دهد؟ ضمن اینکه برانکو در آن

شاید رامین رضاییان برگردد، و اگر هم این اتفاق نیفتد، به نفع خرید جدید برانکو خواهد شد که همه شرایط برای بازی کردن او مهیا شده است.

به گزارش وبسایت نود، مسابقه با نساجی، اولین دیداری بود که برانکو در این فصل تلاش کرد بازی بدون ماهینی را تمرین کند. آخرین تعویض برانکو در آن مسابقه بیرون کشیدن حسین ماهینی و ورود شایان مصلح بود. تغییری که آرایش خط دفاع پرسپولیس را به کل عوض کرد. مصلح به سمت چپ دفاع رفت، انصاری از سمت چپ به قلب دفاع تغییر مکان داد و شجاع هم شد دفاع راست. ماهینی بعد از آن هم خیلی زود مصدوم شد تا در بازی با الدحیل نیز برانکو این تغییر اجباری را در ترکیب تیمش ایجاد کند. ماهینی در دربی روز قبل هم خیلی زود از ناحیه زانو آسیب دید تا پرسپولیس حدود یک ساعت مقابل استقلال هم با این آرایش جدید و اجباری بازی کند. آرایشی که با حداقل تا پایان نیم‌فصل اول ادامه پیدا کند.

مصدومیتی به نفع خرید جدید پرسپولیس

برانکو در ابتدای فصل برای تقویت دفاع راست تیمش سراغ مهدی شیرینی رفت. بازیکنی که با جدایی صادق محرمی قرار بود در نیم فصل دوم با حسین ماهینی رقابت کند. ولی حالا با مصدومیت ماهینی و دوری او تا پایان فصل، شیرینی دیگر رقیبی ندارد

مهارت خواندن و نوشتن دختران بهتر از پسران است

در طول ۲۷ سال، مهارت خواندن و نوشتن دختران به میزان قابل توجهی بهتر بوده است. ریلی افزود: تفکر مشترک این است که پسران و دختران با داشتن توانایی شناختی یکسان در مقطع ابتدایی تحصیل را آغاز می‌کنند. اما این تحقیق مخالف آن نشان می‌دهد. تحقیقات ما نشان داد که تا اوایل کلاس چهارم به طور کلی مهارت خواندن و نوشتن دختران بهتر از پسران است.

مشکلات رفتاری مانند بی توجهی که اغلب در پسران دیده می‌شود، همچنین می‌تواند سبب ایجاد تفاوت در این زمینه شود. برای مثال براساس مطالعات پیشین، دختران از هر دو نیم‌گروه مغز برای خواندن و نوشتن استفاده می‌کنند. در حالی که پسران به طور معمول تنها از

نیز ممکن است مسئله زمان ورود همزمان پسران و دختران به مقطع متوسطه را نیز به چالش بکشاند. دیوید ریلی نویسنده ارشد این مطالعه گفت: به رغم تلاش‌های ما برای تغییر در روش‌های تدریس، به نظر می‌رسد که شکاف جنسیتی در مهارت نوشتن زیاد مورد بررسی قرار نگرفته است و این شکاف در طول زمان کاهش پیدا کرده است. ریلی و دیگر پژوهشگران اطلاعات ۳.۹ میلیون نمره آزمون سواد آموزی ذخیره شده در «پایگاه ملی پیشرفت تحصیلی ایالات متحده» را مورد بررسی قرار دادند. پژوهشگران نمرات دانش آموزان پایه‌های چهارم، هشتم و دوازدهم (دانش آموزان ۱۰ تا ۱۸ ساله) را مورد بررسی قرار دادند. با بررسی اطلاعات پژوهشگران دریافتند

طبق یک مطالعه جدید، مهارت خواندن و نوشتن دختران از سن ۱۰ تا ۱۸ سالگی بهتر از پسران است.

به گزارش اینستا و به نقل از دلی‌ویل، پژوهشگران پس از بررسی نمرات آزمون چهار میلیون دانش‌آموز دبیرستانی آمریکایی و پس از حدود سه دهه مطالعه و بررسی به این نتیجه رسیدند. مطالعات پژوهشگران «آنتی‌گانه‌گرینیت» استرالیا نشان می‌دهد که به طور عمده مهارت خواندن و سخن گفتن به عنوان مهارت‌های زنانه شناخته شده است و این به آن معناست که پسران برای بهبود این دو مهارت در خود تلاش نمی‌کنند بلکه زمان خود را صرف بهبود آرم‌های مردانه می‌کنند. پژوهشگران بر این باورند که این یافته‌ها

غول بی‌شاخ و دم آمریکایی!



فولاد با آن صدای مهیب هم بدن را به لرزه می‌اندازد! هنسی اشاره‌ای به وزن خودرو نداشته اما می‌دانیم که Goliath از کیت افزایش ارتفاع ۸ اینچی و مخفضه بار سفارشی برای جادان اکسل اضافه سود می‌برد. همان گونه که انتظار می‌رود این خودرو دارای سیستم تعلیق عقب جدید برای عملکرد بهتر سود می‌برد. همچنین یک دست لاستیک BF گوودریج آفرود ۲۷ اینچی زیر خودرو به کار رفته است. هنسی همچنین در جلو و عقب از سپرهای سفارشی، چراغ‌های LED و پکیج گرافیک هنسی استفاده می‌کند. شاید احساس برانگیخته‌ترین ویژگی این پیکاپ پوشش گارانتی سه‌ساله هنسی برای محصول خود باشد. به نظر می‌رسد این تینون از کیفیت کار خود کاملاً مطمئن است. البته پکیج آیشنال ۸۰۸ اسب بخاری هم در دسترس است که ترمزهای برمیو و کابینی سفارشی را به همراه می‌آورد اما فاقد گارانتی یاد شده است.

اگر می‌توانید ۳۷۵ هزار دلار بی‌زبان برای این پیکاپ ۶ چرخ بپردازید احتمالاً درباره گارانتی آن نگران نخواهید بود. تنها ۲۴ دستگاه از این هیولا ساخته خواهد شد.