



فرادرس

فراتر از یک کلاس درس
www.faradars.org

آموزش دیجیتال مارکتینگ در اینستاگرام بر اساس مدل SOSTAC

فصل چهارم: اقدامات موفقیت و کنترل اثربخشی فعالیت

مدرس:

داود موذن

دکتری مدیریت بازاریابی از دانشگاه تهران

faradars.org/fvmrt0103

کنترل اثربخشی فعالیت‌ها در اینستاگرام مارکتینگ

آیا صفحه شما رضایت کاربران را جلب می‌کند؟

آیا شاخص خالص مروجان در صفحه شما مثبت است؟

نسبت جذب فالوور به پروفایل اکتیویتی چقدر است؟

نسبت ویو ویدئو به تعداد کل فالوورها چقدر است؟

نسبت فروش به فالوور جذب شده چقدر است؟

نسبت ویو و ترک استوری‌های شما چقدر است؟



معیارهای کنترل اثربخشی فعالیت‌ها



کنترل اثربخشی فعالیت‌ها در اینستاگرام مارکتینگ

معیارهای کنترل اثربخشی فعالیت‌ها



آیا تقویم محتوای شما طبق برنامه تعیین‌شده پیش می‌رود؟

آیا سهم صدای شما تحت کنترل است؟

آیا از طریق استوری، می‌توانید فروش خود را افزایش بدهید؟

کنترل اثربخشی فعالیت‌ها در اینستاگرام مارکتینگ

نسبت‌های مهم کنترل اثربخشی فعالیت‌ها در اینستاگرام

تعداد بازدید

تشخیص

فراخوانی

سهم صدا

سود ترفیع

نرخ تبدیل

CPGRP

GRP

نسبت تبلیغات به فروش

تعداد بازدیدکننده

منابع

- سوستاک، رویکردی تمام عیار برای طرح بازاریابی دیجیتال، پی آر اسمیت، ترجمه امیر علم بیگی، انتشارات ادیبان روز، تهران. چاپ اول.
- شیوه بازاریابی محتوایی یک صفحه ای، پرافول شارما، مترجم امیر علم بیگی، انتشارات ادیبان روز، تهران، چاپ اول.
- بازاریابی رسانه‌های اجتماعی یک راهنمای کاربردی، هالنسن و همکاران، مترجم مسعود کیماسی و همکاران، انتشارات ادیبان روز، تهران، چاپ اول.
- درآمدزایی در اینستاگرام، چگونه کارآفرینان فردی و شرکت‌های کوچک میتوانند در اینستاگرام کسب درآمد کنند، کریستین اوبرگ، ملیکا نصیر، انتشارات ادیبان روز، تهران، چاپ اول
- [www. https://phlanx.com/engagement-calculator](https://phlanx.com/engagement-calculator)

این اسلایدها بر مبنای نکات مطرح شده در فرادرس
«آموزش دیجیتال مارکتینگ در اینستاگرام بر اساس مدل SOSTAC»
تهیه شده است.

برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد این آموزش به لینک زیر مراجعه نمایید.

faradars.org/fvmrt0103