

مهم‌ترین مهارت‌های مورد نیاز مدیران کسب و کار برای بازاریابی دیجیتال

بیشتر افرادی که سنشان بالاتر از ۲۵ سال است، دورانی را به یاد می‌آورند که در آن، بازار، به محدوده‌ای خاص از هر شهر گفته می‌شد که در آن مغازه‌های مختلفی مشغول به کسب و کار بودند. مشتریان و فروشندگان اغلب یکدیگر را می‌شناختند و رقابت، تنها محدود به چند خیابان اطراف بود. در طی چند سال اخیر اما، با گسترش روزافزون استقبال مردم از اینترنت، بازار نیز راه خود را به عصر دیجیتال باز کرد. بازار دیجیتالی، اگرچه فرصت‌های زیادی برای کسب و کارهای امروزی فراهم کرده و صاحبان کسب و کار، به مشتریانی از سراسر کشور دسترسی دارند، اما این بدان معناست که محدوده رقابت نیز گسترش یافته و اکنون به دانش و توانمندی‌های بیشتری برای ماندن در رقابت نیاز است. صاحبان کسب و کار باید مهارت‌های بسیاری در بازاریابی دیجیتال داشته باشند تا بتوانند کسب و کار خود را نجات دهند. در این مقاله، به مهم‌ترین مهارت‌های مورد نیاز در بازاریابی دیجیتال پرداخته‌ایم.

مهارت‌های لازم برای دیجیتال مارکتینگ

یک مدیر کسب و کار و یا تیم مدیریتی یک کسب و کار، برای موفقیت در بازاریابی دیجیتال، باید مجموعه‌ای از مهارت‌ها را دارا باشند. از خلاقیت و داشتن مهارت‌های ارتباطی قوی گرفته تا شناخت دقیق بازار و توان تجزیه تحلیل داده‌ها و آشنایی با تکنیک‌های دیجیتال مارکتینگ مانند سئو و تبلیغات آنلاین. توجه داشته باشید که این بسیار طبیعی است که یک فرد، همه‌ی توانمندی‌های مورد نیاز بازاریابی دیجیتال را نداشته باشد؛ به همین دلیل دریافت خدمات کوچینگ کسب و کار از افراد و شرکت‌های متخصص در زمینه دیجیتال مارکتینگ، می‌تواند به پیشرفت کسب و کارها کمک کند. مهارت‌های مورد نیاز برای دیجیتال مارکتینگ عبارت‌اند از:

۱. آشنایی با سئو

اولین مهارت مورد نیاز برای دیجیتال مارکتینگ، آشنایی با سئو است. سئو (SEO) یا بهینه‌سازی موتور جستجو، شامل تکنیک‌هایی است که باعث می‌شود وبسایت‌ها در نتایج جستجو رتبه بالاتری کسب

کنند. آشنایی با سئو به کسب و کارها کمک می‌کند تا محتوای خود را به گونه‌ای طراحی کنند که بیشتر مورد توجه موتورهای جستجو قرار گیرد. فرقی نمی‌کند شما در حال مدیریت سایت فروشگاهی باشید یا شرکتی و یا اصلاً یک وبسایت شخصی؛ در هر حالت، فهم الگوریتم‌های موتورهای جستجو و نحوه تأثیرگذاری آن‌ها بر رتبه‌بندی وبسایت‌ها باعث جذب ترافیک ارگانیک و افزایش بهره‌وری سایت خواهد شد. اجرای صحیح سئو، اگرچه کمی زمان‌بر است اما نتایجی پایدار و بلندمدت خواهد داشت.

۲. داشتن تفکر استراتژیک

استراتژی در کسب و کار به معنای داشتن یک بینش کلی نسبت به اهداف کوتاه‌مدت و بلند مدت، تعیین مسیر رسیدن به آن‌ها، و همچنین تعیین مسیرهای جایگزین برای شرایط پیش‌بینی نشده است. استراتژی برندینگ باعث می‌شود که تمامی تلاش‌ها و منابع موجود در راستای اهداف کسب و کار باشند. تفکر استراتژیک شامل تحلیل بازار، شناسایی رقبا و درک نیازهای مصرف‌کنندگان می‌باشد. با این حال، بسیاری از صاحبان کسب و کار، زمان کافی برای تعیین استراتژی را ندارند. بسیاری از افراد نیز از استعداد تفکر استراتژیک بی‌بهره‌اند. در چنین شرایطی، شرکت‌های دیجیتالی مارکتینگ به کمک کسب و کارها آمده و سعی در پیش‌بینی چالش‌های پیش رو و پیدا کردن راه حل‌های آن‌ها می‌کنند. خدمات این شرکت‌ها تخصصی و تضمینی بوده و می‌توانند بار سنگینی را از دوش صاحبان کسب و کار بردارند.

۳. قدرت در برنامه‌ریزی

برنامه‌ریزی شامل تعیین اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت، شناسایی منابع مورد نیاز و زمان‌بندی فعالیت‌ها می‌شود. با داشتن یک برنامه منظم، کسب و کارها می‌توانند پیشرفت خود را پیگیری کرده و نقاط قوت و ضعف خود را شناسایی کنند. مزیت دیگر برنامه‌ریزی مناسب این است که باعث می‌شود که تیم‌ها بتوانند به صورت هماهنگ عمل کنند و از اتلاف منابع جلوگیری شود. برای تعیین یک برنامه‌ریزی مناسب، هدفمند و در عین حال انعطاف‌پذیر، بهتر است از خدمات مشاوره رشد کسب و کار که افراد و شرکت‌های متخصص ارائه می‌دهند استفاده کرد. با این کار، صاحبان کسب و کار می‌توانند وقت و انرژی خود را صرف رشد و پیشرفت کسب و کار کنند.

۴. بازاریابی محتوا

برای موفقیت در بازاریابی محتوا، افراد باید توانایی خلق محتوای جذاب و آموزنده را داشته باشند که بتواند نیازهای مخاطبان را برآورده کند. آشنایی با فرمت‌های مختلف محتوا از جمله مقالات، ویدئوها، پادکست‌ها و اینفوگرافیک‌ها در این بخش ضروری است. افراد باید بدانند که هر محتوا مناسب چه پلتفرمی است و چه عناصری برای انواع محتوا جذاب‌تر هستند. به عنوان مثال، آشنایی با رنگ‌ها و فرمت‌های گرافیکی برای تصاویر اینفوگرافی و آشنایی با انواع ادبیات نوشتاری برای مقالات، جزو ضرورت‌های تولید و بازاریابی محتوا هستند. به علاوه، محتوای خوب می‌تواند تأثیر مثبتی بر سئو داشته باشد و به افزایش ترافیک وبسایت کمک کند.

۵. آشنایی با تبلیغات گوگل

ممکن است برخی کسب و کارها تمایلی به پرداخت هزینه برای تبلیغات پولی مانند گوگل ادز نداشته باشند. علت این عدم تمایل اغلب از ناآگاهی نسبت به پتانسیل‌های تبلیغات کلیکی گوگل است. آشنایی با نحوه عملکرد تبلیغات گوگل، انتخاب کلمات کلیدی مناسب و تنظیم بودجه تبلیغاتی از جمله مهارت‌های ضروری برای هر بازاریاب دیجیتال محسوب می‌شود. تبلیغات گوگل به کسب و کارها اجازه می‌دهد تا مخاطبان هدف خود را مشخص کرده و پیام‌های خود را به صورت دقیق منتقل کنند. از طرفی دیگر، تجزیه و تحلیل نتایج تبلیغات برای ارزیابی کارایی کمپین‌ها بسیار مهم است. با استفاده از تبلیغات گوگل، کسب‌وکارها می‌توانند ترافیک وبسایت خود را افزایش داده و نرخ تبدیل را بالا ببرند.

۶. بازاریابی ایمیلی

این روزها بسیاری از ما اصلاً ایمیل‌های خود را چک نمی‌کنیم و اگر این کار را کنیم، احتمالاً ایمیل‌های تبلیغاتی را باز نمی‌کنیم. اینجاست که ایمیل مارکتینگ، برخلاف نام راحتی که دارد، به یک چالش برای کسب و کارها تبدیل می‌شود. برای موفقیت در بازاریابی ایمیلی، باید توانایی طراحی ایمیل‌های جذاب و متقاعدکننده را داشت که بتواند توجه مخاطب را جلب کند. دسته‌بندی مخاطبان و طراحی پیام‌های شخصی‌سازی شده، بازدهی این نوع از بازاریابی را افزایش خواهد داد.

از لحاظ فنی نیز آشنایی با ابزارهای مدیریت ایمیل و تجزیه و تحلیل نتایج کمپین‌ها بسیار مهم است. با استفاده از داده‌هایی مانند نرخ باز شدن ایمیل‌ها و نرخ کلیک، کسب و کارها می‌توانند عملکرد کمپین‌های خود را ارزیابی کرده و آن‌ها را ارتقا دهند.

۷. بازاریابی پیامکی

پیامک مارکتینگ، به معنای ارسال پیامک‌های کوتاه و هدفمند به تلفن همراه مشتریان است. مانند بازاریابی ایمیلی، برای موفقیت در این حوزه، باید توانایی نوشتن پیام‌های مختصر و جذاب که بتواند توجه مخاطب را جلب کند را داشت. آگاهی از قوانین مربوط به ارسال پیامک‌های تبلیغاتی نیز کاری بسیار مهم است تا از مشکلات قانونی جلوگیری شود.

یکی از مزایای بزرگ بازاریابی پیامکی این است که نرخ باز شدن پیامک‌ها بسیار بالا است و تنها کافی است متنی کوتاه و در عین حال جذاب بنویسید که در پایان مخاطب را وادار به اقدام کند. این کار اگرچه ساده به نظر می‌رسد، اما نیازمند مهارت و دانش بالایی در انتخاب کلمات مناسب است.

۸. مدیریت ارتباط با مشتری

این فرآیند، یکی از بهترین راه‌های افزایش فروش فروشگاه است که شامل جمع‌آوری اطلاعات مشتریان، تحلیل رفتار آن‌ها و ارائه خدمات شخصی‌سازی شده بر اساس نیازهای آن‌ها می‌شود. برای موفقیت در مدیریت ارتباط با مشتری، باید توانایی استفاده از نرم‌افزارهای CRM را داشت که تا به کمک آن‌ها بتوان تعاملات با مشتریان را پیگیری کرد.

خارج از مباحث فنی نیز می‌توان با ارائه خدمات پس از فروش، پاسخگویی به سوالات مشتریان و ایجاد محیطی صمیمانه و محترمانه رضایت آن‌ها را افزایش داد و با افزایش وفاداری آن‌ها به کسب و کار و برند شد. توجه کنید، مشتریانی که از شما راضی باشند، خود بخشی از فرآیند بازاریابی را انجام داده و شما را به دوستان و آشنایان خود نیز معرفی خواهند نمود.

۹. فعالیت در شبکه‌های اجتماعی

فعالیت مناسب و هدفمند در شبکه‌های اجتماعی یکی دیگر از تکنیک‌های جذب مشتری است که فرصتی بی‌نظیر برای ورود به بازارهای بزرگ‌تر و دسترسی به مشتریان بیشتر را فراهم می‌کند. برای موفقیت در این حوزه، باید توانایی تولید محتوای جذاب و متنوع که بتواند توجه کاربران را جلب کند را داشت. آشنایی با الگوریتم‌های هر شبکه اجتماعی و نحوه استفاده از آن‌ها برای افزایش دسترسی به مخاطبان بسیار مهم است. تعامل مستمر با دنبال‌کنندگان، پاسخگویی به نظرات و ایجاد بحث‌های مثبت نیز از جمله نکات کاربردی در فعالیت در شبکه‌های اجتماعی هستند.

علاوه بر این، شبکه‌های اجتماعی فرصتی برای جذب نیروهای کارآمد و متخصص را نیز فراهم می‌کند. از مزایای برخی شبکه‌های اجتماعی مانند لینکدین برای کسب و کارها، امکان ایجاد یک پروفایل حرفه‌ای برای برند است که می‌تواند به محلی برای جذب نیروهای خبره تبدیل شود.

۱۰. تجزیه و تحلیل داده‌ها

کسب و کارهایی به تجزیه و تحلیل داده‌ها بی‌توجه باشند، با هر کمپین و هر تلاش، باید کار خود را از صفر شروع کنند. در الی که بررسی داده‌ها، چه از تجربیات گذشته‌ی خود برند باشد و چه بررسی مهم‌ترین دلایل شکست کسب و کارهای اینترنتی رقیب، به مدیران کسب و کار کمک می‌کند تا عملکرد کمپین‌ها را ارزیابی کرده و تصمیماتی آگاهانه بگیرند.

این فرآیند شامل جمع‌آوری اطلاعات از منابع مختلف مانند وبسایت‌ها، شبکه‌های اجتماعی و ایمیل‌هاست تا الگوهای موجود شناسایی شوند. از لحاظ دانش فنی، آشنایی با ابزارهای تحلیلی مانند Google Analytics بسیار مهم است زیرا این ابزارها اطلاعات دقیقی درباره رفتار کاربران ارائه می‌دهند. با استفاده از داده‌ها، دیجیتال مارکترها می‌توانند نقاط قوت و ضعف کمپین‌های خود را شناسایی کرده و تغییرات لازم را اعمال کنند. در نتیجه قدرت پیش‌بینی کسب و کارها نسبت به رفتار مشتریان بیشتر شده و می‌توانند کمپین‌هایی کارآمد را برای آینده طراحی کنند.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

موفقیت در بازاریابی دیجیتال نیازمند تسلط بر مجموعه‌ای از مهارت‌هاست. از آشنایی با سئو و تبلیغات گوگل گرفته تا مدیریت ارتباط با مشتری و تجزیه و تحلیل داده‌ها، هر یک از این مهارت‌ها به نوعی بر روی عملکرد کلی کمپین تأثیرگذار هستند. بنابراین، افرادی که قصد دارند در بازار دیجیتال موفق شوند باید همواره در حال یادگیری بوده و خود را با تغییرات روز بازار وفق دهند. با توسعه مهارت‌های لازم در این حوزه، کسب و کارها می‌توانند رشد و بقای خود را در رقابت تضمین کنند. این مسئله روی تجربیات مثبت خریداران نیز تأثیر گذاشته و باعث ایجاد یک شبکه بازاریابی نفر به نفر نیز می‌شود که در بلندمدت، هزینه‌های تبلیغات و بازاریابی را کاهش خواهد داد.

منابع

<https://www.yektanet.com/blog/۴۰۷۳۶/digital-marketing-skills/>

<https://careerfoundry.com/en/blog/digital-marketing/digital-marketing->

[manager-skills/](#)