

همه چیز درباره برون سپاری دیجیتال مارکتینگ

این روزها کسب و کارها برای عقب نماندن از رقابت، باید دست به دامان تبلیغات گسترده، بخصوص در فضای آنلاین بشوند. اما با وجود این همه کار و دغدغه مختلف مگر می‌توان زمان کافی برای بازاریابی و تبلیغات را پیدا کرد؟ علاوه بر این، فضای تبلیغات آنلاین مانند یک دریای مواج است که هر لحظه تغییر می‌کند و نمی‌توان به راحتی آن را شناخت یا کنترل کرد. اینجاست که برون سپاری دیجیتال مارکتینگ به کمک کسب و کارها می‌آید. با این کار، صاحبان کسب و کار می‌توانند سکان بازاریابی و تبلیغات را به یک ناخدای کاربلد بسپارند و خود به سایر امور تجاری خود بپردازند. در این مقاله، با همه نکات مهم در برون سپاری دیجیتال مارکتینگ آشنا خواهید شد.

برون سپاری دیجیتال مارکتینگ به چه معناست؟

به زبان ساده اگر بگوییم، برون سپاری دیجیتال مارکتینگ به معنای کار را به کاردان سپردن است. این فرآیند شامل انتقال مسئولیت‌های مختلف از جمله مدیریت رسانه‌های اجتماعی، تولید محتوا، بهینه‌سازی موتورهای جستجو (SEO) و تبلیغات آنلاین به تیم‌های متخصص است. هدف اصلی این رویکرد، کاهش بار کاری داخلی و استفاده از دانش و تجربه متخصصین در زمینه دیجیتال مارکتینگ است.

به عنوان مثال، یک کسب‌وکار کوچک که توانایی استخدام یک تیم بازاریابی داخلی را ندارد، می‌تواند با برون‌سپاری این فعالیت‌ها به یک آژانس معتبر، کیفیت خدمات خود را افزایش و هزینه‌ها را کاهش دهد. آژانس‌ها با استفاده از ابزارها و تکنیک‌های پیشرفته، می‌توانند کمپین‌های بازاریابی موثری را طراحی و اجرا کنند. این همکاری باعث می‌شود که کسب‌وکارها بتوانند به راحتی به اهداف خود برسند و در عین حال از تغییرات بازار مطلع شوند.

مزایای برون سپاری دیجیتال مارکتینگ

صرفه جویی در زمان و انرژی: وقتی دغدغه بازاریابی و فروش را نداشته باشید، می‌توانید با تمرکز بیشتری به فعالیت‌های اصلی خود رسیدگی کنید. این کار ویژه برای شرکت‌هایی که منابع انسانی محدودی دارند، اهمیت زیادی دارد.

بهره گیری از تیم متخصص: بازاریابی و دیجیتال مارکتینگ به دانش آکادمیک و تخصص و تجربه نیاز دارد و این طبیعی است که صاحبان کسب و کار، زمانی برای یادگیری و تجربه نداشته باشند. یک تیم متخصص با تجربه، می تواند کسب و کار شما را به راحتی به سمت فروش و سوددهی بیشتر هدایت کند.

سئو شدن سایت: بسیاری از کسب و کارها این روزها سایت خود را دارند و به فروش کالا می پردازند. با این حال، سایت هایی که درنتایج اول جستجو دیده نمی شوند، شانس برای فروش ندارند. برون سپاری دیجیتال مارکتینگ به یک تیم متخصص، می تواند سئو سایت شما را ارتقا دهد.

قدرت بیشتر در تولید محتوا: آژانس های دیجیتال مارکتینگ با مطالعه و بررسی روزانه بازار، بهتر می دانند که چه محتوایی بهتر دیده می شود و کدام محتوا مناسب نیست. در نتیجه، می توانند محتواهای بیشتر و درعین حال مفیدتری تولید کنند که بازدهی بالایی برای شما داشته باشد. در نتیجه شما دیگر نیازی به آزمون و خطا در دادن بودجه خود ندارید.

چالش های برون سپاری دیجیتال مارکتینگ

برون سپاری دیجیتال مارکتینگ اگرچه مزایای بسیاری دارد، اما خالی از چالش هم نیست. به عنوان مثال، با این کار شما ارتباط مستقیم خود با مشتریان را از دست می دهید و ممکن است نتوانید کیفیت محصولات و خدمات خود را مطابق با نیاز مشتریان افزایش دهید. برای حل این چالش باید جلساتی با تیم دیجیتال مارکتینگ خود در فواصل زمانی منظم داشته باشید و از آن ها بخواهید که تحلیلی دقیق از نیازهای مشتریان و نظرات آنان را در اختیار شما قرار دهند.

پیدا کردن یک تیم متخصص و یا یک آژانس دیجیتال مارکتینگ حرفه ای نیز کار راحتی نیست. برای این کار باید مدتی را به تحقیق و جستجو، مشاهده و بررسی نمونه کارهای آژانس ها و مقایسه شرایط و خدمات ارائه شده توسط آن ها باتوجه به هزینه هایشان بپردازید. علاوه بر این، فرآیند دیجیتال مارکتینگ در ابتدای کار کمی زمان بر است و ممکن است مدتی طول بکشد تا نتایج عملکرد آن ها را به طور محسوس مشاهده کنید و تصمیم بگیرید که آیا عملکرد خوبی داشته اند یا خیر.

کدام خدمات دیجیتال مارکتینگ را می‌توان به آژانس‌ها سپرد؟

خدمات دیجیتال مارکتینگ زیادی را می‌توان به شرکت‌های متخصص سپرد. برخی از این خدمات عبارت‌اند از:

بهبود سئو سایت

خدمات مربوط به سئو سایت شامل تکنیک‌هایی مانند تحقیق کلمات کلیدی، بهینه‌سازی محتوا، و ساختار وب‌سایت، و لینک‌سازی است. به عنوان مثال، اگر یک فروشگاه آنلاین لباس بخواهد در نتایج جستجو برای کلمات کلیدی مانند «خرید لباس زنانه» رتبه بهتری کسب کند، باید محتوای مرتبط و جذابی تولید کند که شامل این کلمات کلیدی باشد. بهینه‌سازی سرعت بارگذاری سایت و طراحی واکنش‌گرا نیز از جمله عوامل مهم در سئو هستند. قبل از برون سپاری این خدمت می‌توان سایت‌های سئو شده توسط شرکت را بررسی کرد تا از بابت خدمات آنان آسوده خاطر شد.

مدیریت تبلیغات گوگل

یکی از روش‌های مفید در جذب ترافیک هدفمند به سایت، استفاده از تبلیغات کلیک گوگل است. با استفاده از تبلیغات (PPC پرداخت به ازای کلیک)، کسب‌وکارها می‌توانند تبلیغات خود را در بالای نتایج جستجو نمایش دهند. اما اینکه چگونه تبلیغات را به موثرترین شیوه ممکن طراحی کرد تا بیشترین بازدهی را داشته باشد، پرسشی است که آژانس‌های متخصص پاسخ آن را می‌دانند. کمک گرفتن از افراد متخصص برای تبلیغات کلیک گوگل به جلوگیری از هدررفت سرمایه و افزایش نرخ بازدهی منجر می‌شود.

راه‌اندازی کمپین‌های تبلیغاتی

یک کمپین تبلیغاتی کامل می‌تواند شامل تبلیغات آنلاین، رسانه‌های اجتماعی، و حتی تبلیغات آفلاین باشد. به عنوان مثال، یک برند آرایشی ممکن است یک کمپین ویژه برای معرفی محصول جدید خود راه‌اندازی کند که شامل تخفیف‌های ویژه و مسابقات در شبکه‌های اجتماعی باشد. کمپین‌های تبلیغاتی نیز اقداماتی هستند که به زمان و هزینه زیادی نیاز دارند و بازدهی هرچه بیشتر آن‌ها به حاکمیت سرمایه شما و سوددهی بیشتر کمک خواهد کرد.

بازاریابی محتوا

بازاریابی محتوا به تولید و توزیع محتوای ارزشمند و مرتبط با هدف جذب و نگهداری مخاطبان اشاره دارد. این نوع بازاریابی می‌تواند شامل وبلاگ‌ها، ویدئوها، پادکست‌ها و محتوای اجتماعی باشد. برای مثال، یک شرکت فناوری ممکن است با ایجاد وبلاگ‌های آموزشی درباره نحوه استفاده از محصولات خود، به جذب مشتریان جدید کمک کند. علاوه بر این، با بهینه‌سازی محتوای تولید شده برای سئو، می‌توان ترافیک ارگانیک وبسایت و در نتیجه فروش را افزایش داد. اما این کار زمانی اتفاق می‌افتد که محتوای شما توسط یک تیم متخصص و باتجربه تولید شده باشد.

تبلیغات بنری

اگرچه تبلیغات بنری یکی از شیوه‌های قدیمی در بازاریابی دیجیتال است اما هنوز قدرت و تاثیرگذاری گذشته خود را دارد. هرچه بنرهای تبلیغاتی شما کامل و درعین حال جذاب باشند، شانس بیشتری برای کلیک خوردن و هدایت ترافیک به سمت وبسایت شما خواهند داشت. اما طراحی یک بنر حرفه‌ای کار راحتی نیست، برای دریافت بهترین بازخورد، باید با اصول طراحی، اصول انتخاب رنگ و فونت و اصول انتخاب بهترین کلمات تبلیغاتی آشنا بود. این همان چیزی است که شرکت‌ها، چندین سال برای یادگیری و اجرای آن آموزش دیده‌اند.

ایمیل مارکتینگ

ایمیل مارکتینگ هم یکی از روش‌های قدیمی اما موثر است که اگرچه ساده به نظر می‌رسد، اما به تخصص زیادی نیاز دارد. با ارسال ایمیل‌های هدفمند و شخصی‌سازی شده، برندها می‌توانند اطلاعات جدید، پیشنهادات ویژه یا محتوای آموزشی را به مخاطبان خود ارائه دهند. تجزیه و تحلیل نرخ باز شدن و کلیک ایمیل‌ها نیز می‌تواند به کسب‌وکارها کمک کند تا استراتژی‌های خود را به روز کرده و ارتباط موثری با مشتریان برقرار کنند.

ویژگی‌های مطلوب یک آژانس دیجیتال مارکتینگ

برای انتخاب یک آژانس دیجیتال مارکتینگ مناسب، توجه به چند ویژگی اساسی ضروری است:

- تجربه و تخصص: آژانس باید دارای سابقه کار قوی در زمینه دیجیتال مارکتینگ باشد و تیمی متشکل از متخصصان با تجربه داشته باشد.

- رضایت مشتریان قبلی: بررسی نظرات و تجربیات مشتریان قبلی می‌تواند نشان‌دهنده کیفیت خدمات آژانس باشد. این اطلاعات کمک می‌کند تا کسب‌وکارها تصمیمات بهتری بگیرند.
- تعهد و مسئولیت پذیری: یک آژانس خوب باید متعهد به انجام وظایف خود به درستی و در زمان مقرر باشد و در صورت بروز مشکلات، مسئولیت آن را بپذیرد. این ویژگی نشان‌دهنده حرفه‌ای بودن آژانس است.
- تولید محتوای باکیفیت و خلاقانه: توانایی تولید محتوای جذاب و منحصر به فرد برای جذب مخاطبان بسیار مهم است. محتوایی که هم جذاب باشد و هم تخصصی، علاوه بر افزایش تعداد مخاطبان، اعتبار شما را نیز افزایش خواهد داد.
- قیمت‌های منصفانه: قیمت خدمات باید با توجه به کیفیت ارائه شده منصفانه باشد تا ارزش افزوده‌ای برای کسب‌وکار ایجاد کند. توجه کنید که قیمت پایین ممکن است نشان از بی‌تجربگی یا کیفیت پایین باشد. با این حال، قیمت‌های نجومی نیز تضمینی بر کیفیت کار آن تیم نیست.
- ارائه خدمات مشاوره‌ای: آژانس نباید منفعلانه دستورات شما را اجرا کند. بلکه باید در مواقعی به شما مشاوره‌های لازم برای تغییر و اصلاح استراتژی‌های بازاریابی و یا حتی بهبود محصولات و خدمات را ارائه دهد.

کارهایی که قبل از برون سپاری دیجیتال مارکتینگ باید انجام دهید

آگاهی از اهداف و نیازهای کسب‌وکار

ابتدا مشخص کنید که کسب و کار شما به چه چیزهایی نیاز دارد و چه اهدافی از بازاریابی دیجیتال دارید؟ کدام خدمات را می‌خواهید برون سپاری کنید؟ بازدهی مورد انتظار شما چقدر است و در چه زمانی می‌خواهید به نتیجه برسید؟ دقت کنید که اهداف شما باید واضح، قابل اندازه‌گیری و منطقی باشند. به عنوان مثال: «افزایش فروش از طریق اینستاگرام، به میزان ۳۰ درصد در یک بازه ۵ ماهه» یک هدف معین، منطقی و قابل اندازه‌گیری است.

تعیین بودجه

نباید بی‌گدار به آب زد! ابتدا مشخص کنید که چه بودجه‌ای را برای خدمات مورد نظر خود می‌خواهید در نظر بگیرید. این بودجه بهتر است یک بازه مشخص از کمترین تا بیشترین میزان را داشته باشد. بودجه مورد نظر خود را به طور شفاف و صادقانه با چند آژانس دیجیتال مارکتینگ درمیان بگذارید و ببینید که هرکدام چه خدماتی را متناسب با آن مبلغ ارائه می‌دهند.

تحقیق برای پیدا کردن بهترین آژانس دیجیتال مارکتینگ

از همکاران خود کمک بگیرید، نگاهی به رقبای خود بیاندازید، به صورت آنلاین تحقیق کنید تا در نهایت، یک لیست چند موردی از بهترین آژانس‌ها را پیدا کنید. سپس نمونه‌کارها و نظرات مشتریان سابق را بررسی کنید و از بین آن‌ها دو یا سه مورد بهترین را جدا کنید. در این مرحله، با هر دو یا سه آژانس درباره بودجه و اهداف خود صحبت کنید و با مقایسه خدمات و نظرات آنان، بهترین گزینه را انتخاب کنید.

معرفی کامل کسب و کار به آژانس

اغلب آژانس‌های دیجیتال مارکتینگ به علت همکاری با مشتریان مختلف، همه فن حریف‌اند! با این حال، اگر کسب و کار شما تخصصی است و اگر فکر می‌کنید آژانس منتخب شما اطلاعات کافی درباره کسب و کار شما را ندارد، باید خودتان کسب و کارتان را به طور کامل به آنان معرفی کنید. همچنین با معرفی رقا و همکاران خود به آنان کمک می‌کنید تصویر بهتری از جایگاه کسب و کار شما در بازار پیدا کرده و استراتژی‌های بهتری تنظیم کنند.

تعیین دستورالعمل‌های دقیق و شفافیت در خواسته‌ها

جنگ اول به از صلح آخر! تمام خواسته‌های خود را در همان ابتدای کار، به طور شفاف برای آژانس تعریف کنید. برای این کار عجله نکنید. کمی صبر کنید و همه نکاتی که انتظار دارید آژانس مورد نظر در خدماتش برای شما لحاظ کند را برای آنان لیست کنید. با این کار، از سوءتفاهم و اختلافات آینده جلوگیری خواهید کرد. دقت کنید که آژانس‌ها هرچقدر هم متخصص باشند، باز تصویری از ذهنیت شما ندارند. به همین دلیل باید در مطرح کردن خواسته‌های خود شفاف باشید.

سخن پایانی

برون‌سپاری دیجیتال مارکتینگ می‌تواند یک راهکار مؤثر برای افزایش کارایی کسب‌وکارها باشد. اما برای این کار، به رعایت مقدماتی نیاز است تا بتوان بهترین نتایج را به دست آورد. با رعایت نکات مطرح شده در این مقاله می‌توانید یک آژانس دیجیتال مارکتینگ حرفه‌ای را انتخاب کنید و سپس، اهداف و خواسته‌های خود را با آنان مطرح کنید تا هر دو به ذهنیتی مشابه برسید. سپس، با خیالی آسوده از بابت بازاریابی و فروش، به باقی کارهای خود خواهید پرداخت.

منابع:

++

<https://monazam.agency/blog/outsourcing-the-work-of-the-digital-marketing-team/>

<https://www.triboon.net/blog/۳۱۰۲۵/%D۸%A۸%D۸%B۱%D۹%۸۸%D۹%۸۶-%D۸%B۳%D۹%BE%D۸%A۷%D۸%B۱%DB%۸C-%D۸%AA%D۹%۸۸%D۹%۸۴%DB%۸C%D۸%AF-%D۹%۸۵%D۸%AD%D۸%AA%D۹%۸۸%D۸%A۷/>