



معاونت آموزش و کار آفرینی

سلسله نشست های علمی آینده مشاغل و مشاغل آینده
سواد دیجیتالی و بازاریابی محصول در مشاغل آینده

سخنران: آقای دکتر حمیدرضا عظیمی

دکتری مدیریت بازرگانی
مشاور بازاریابی اینترنتی و کسب و کار

زمان: سه شنبه مورخ ۲ آذر
ساعت ۱۰ الی ۱۱



بنام خداوند جان و



مقدمه:

- پیشرفت و توسعه روزانه تکنولوژی و وابسته شدن زندگی همه ی انسان های جهان به آن، این ضرورت را ایجاد می کند که هرکس اطلاعات کاملی در این زمینه کسب کند تا بتواند از تکنولوژی استفاده ی مفید و سودآوری داشته باشد.
- امروزه زندگی دیجیتالی یکی از وجوه زندگی همه ی ماست و حتی اگر بپذیریم که می توانیم سهم تکنولوژی دیجیتال را در زندگی خود کاهش دهیم، اما بی تردید حذف کردن تکنولوژی از زندگی تقریباً امکان پذیر نیست (برخی از سبک های زندگی غیرممکن می شوند).
- به همین علت، بسیاری از کشورهای جهان، تقویت سواد فناورانه و افزایش سواد دیجیتال را در برنامه ی آموزش و پرورش کودکان و نوجوانان و نیز در برنامه های آموزشی دانشگاهی گنجانده اند.



معرفی

سواد دیجیتال

- سواد دیجیتال چیست ؟
- مهارت‌هایی که افراد را برای استفاده موثر از فضای دیجیتال آماده ساخته و به آن‌ها فرهنگ استفاده از رسانه‌ها را نشان می‌دهد سواد دیجیتال یا سواد تکنولوژی می‌گویند. این مهارت‌ها که به سه بخش تقسیم می‌شود هر کدام یک جنبه مهم فضای دیجیتال را برای استفاده بهتر از آن در بر می‌گیرد.
- بخش اول به چگونگی استفاده از تکنولوژی و نحوه عملکرد آن، بخش دوم به تجزیه اطلاعات خوب از بد در فضای مجازی و بخش سوم به دانش فرهنگ استفاده از فضای مجازی می‌پردازد. این مهارت‌ها کامل کننده یکدیگر می‌باشد و به تنهایی نه تنها سودمند نیستند بلکه باعث زیان و ضرر به دنیای دیجیتال می‌شود.
- نام سواد دیجیتال اولین بار در کتاب سواد دیجیتال پال گیلستر (Paul Gilster) در دهه ۱۹۹۰ استفاده شد. در این دهه به دلیل این‌که اینترنت به تازگی اختراع شده بود، مردم اطلاعات کافی برای استفاده از آن را نداشتند؛ به همین دلیل پال گیلستر که از همان اوایل از قدرت و پتانسیل اینترنت آگاه بود، برای آگاه‌سازی مردم این کتاب را نوشت.

بازاریابی محصول

- بازاریابی محصول به پروسه آوردن محصول به بازار، تبلیغ کردن محصول و فروختن آن به مشتری است. بازاریابی محصول شامل داشتن درک مناسب و شناخت کافی از مخاطبان هدف و استفاده از پیام رسانی و قرارگیری استراتژیک در بازار برای افزایش سودآوری و تقاضا برای محصولات می‌باشد.
- چه چیزی باعث می‌شود تا بازاریابی محصول منحصر به فرد باشد؟ چه تفاوت‌هایی با بازاریابی مرسوم دارد؟ بیایید تفاوت‌هایشان را بررسی کنیم.



انواع سواد دیجیتالی

- سواد دیجیتال فقط مختص دنیای مجازی یا همان اینترنت نمی‌شود بلکه نحوه به‌کارگیری نرم‌افزارها و سخت‌افزارها به صورت بهینه نیز شامل می‌شود. سواد دیجیتال به سه نوع سواد فنی، سواد رسانه‌ای و سواد دیجیتال تقسیم می‌شود.

سواد فنی

- دانش به‌کارگیری ابزارهای دیجیتالی به بهترین شکل برای استفاده بهینه از تکنولوژی به سود خود سواد فنی گفته می‌شود. این دانش در واقع همان تعریف کلی سواد دیجیتال است اما تمام آن را در بر نمی‌گیرد و فقط بخشی از سواد تکنولوژی است.

سواد رسانه‌ای

- سواد رسانه‌ای یا **مدیریت رسانه (Media management)** به تجزیه و تحلیل اطلاعات و محتواهای موجود در فضای دیجیتال و قابلیت تشخیص محتوای خوب و بد گفته می‌شود. سواد رسانه‌ای به ما کمک می‌کند در این دنیای پر هرج و مرج مجازی راه درست و بهینه را تشخیص داده و از آن بهره‌مند شویم.

سواد اجتماعی

- قطعاً در دنیای دیجیتال و **بازاریابی شبکه‌های اجتماعی** مشکلاتی وجود دارد اما نباید آن را به عنوان یکی از معایب سواد دیجیتال در نظر بگیریم؛ بلکه این مشکلات به خاطر کمبود سواد اجتماعی در فضای مجازی می‌باشد. سواد اجتماعی در واقع دانش فرهنگ استفاده از محیط‌های دیجیتال می‌باشد.

بازاریابی محصول در مقابل بازاریابی سنتی

- بازاریابی محصول کاملاً استراتژیک است در حالی که بازاریابی سنتی کاملاً محیطی است. بازاریابی محصول به عنوان بخشی از بازاریابی مرسوم و سنتی به حساب می‌آید. در واقع اگر شما به P ۷ بازاریابی نگاه کنید، می‌بینید که بازاریابی محصول یکی از مهم‌ترین جنبه‌های فعالیت‌های بازاریابی می‌باشد. بازاریابی محصول تمرکز خود را بر روی افزایش تقاضا برای محصول و وفق پیدا کردن محصول با مشتریان کنونی است. این بازاریابی بر روی مراحل که مردم برای خریدن محصول شما برمی‌دارند تمرکز می‌کند تا بازاریابان محصول بتوانند کمپین‌هایی را ایجاد کنند که از این کار پشتیبانی کنند.
- بازاریابی محصول نیازمند داشتن درک صحیح و در سطوح عمیق از مخاطبان هدف محصول مورد نظر است و سپس توسعه پیاده‌سازی موقعیت و پیامی از سوی محصول که برای این گروه از مخاطبان راضی‌کننده باشد. بازاریابی محصول بخش عرضه و اجرای محصول را علاوه بر استراتژی بازاریابی این محصول دربر می‌گیرد و به همین دلیل است که کار یک بازاریاب محصول در مرکز فعالیت‌های تیم بازاریابی، فروش و تبلیغات محصول می‌باشد.

آینده دیجیتال مارکتینگ در ایران : ۱۰ پیش بینی در مورد آینده دیجیتال مارکتینگ

“اینترنت یک پدیده بسیار هیجان انگیز است. زیرا لایه های زیادی از اقتصاد را از بین برده و باعث می شود که یک شرکت کوچک به اندازه یک شرکت بزرگ در بازار حضور داشته باشد و دیده شود”

-استیو جابز-



سواد دیجیتال و بازاریابی محصول

- این موضوع در مورد آینده دیجیتال مارکتینگ نیز صادق است. بازاریابی اینترنتی، SEO، بازاریابی موتورهای جستجو (SEM)، در کنار بازاریابی شبکه های اجتماعی و بازاریابی محتوا، فروشگاه های کوچک را به قطب های بزرگ تجاری تبدیل کرده است.
- گوشی های هوشمند فاصله میان مشتریان و کسب و کارها را به کلی از بین برده اند. مشتریان در چند ثانیه محصول مورد نظر خود را جستجو کرده، به سرعت آن را با سایر محصولات مقایسه کرده و نظرات بقیه خریداران را بررسی می کنند. بر اساس یک تحقیق، ۷۰٪ از فرایند خرید مشتریان حتی قبل از رسیدن به نقطه پرداخت، کامل می شود. این یعنی قدرت دیجیتال مارکتینگ.



آینده دیجیتال مارکتینگ در ایران : ۱۰ پیش بینی در مورد آینده دیجیتال مارکتینگ

سواد دیجیتال و بازاریابی محصول

چرا دیجیتال مارکتینگ برای کسب و کار شما ضروری است؟

- امروزه رفتار مشتریان و مصرف کنندگان به شدت در حال تغییر است. حتی می توان گفت که رشد تکنولوژی خیلی سریعتر از بهره برداری از آن می باشد. بنابر این هر کسب و کاری که از تحولات و تغییرات دنیای دیجیتال و تکنولوژی غافل باشد محکوم به شکست است. این موضوع برای هیچ کسب و کاری استثنا قائل نیست. اگر می خواهید رقابت کنید و پیشرفت داشته باشید باید با تغییرات تکنولوژی همگام شوید. گذشته، حال و آینده دیجیتال مارکتینگ به جمع آوری اطلاعات در مورد مشتریان گره خورده است.

- بسیاری از کسب و کارهای فیزیکی و غیر آنلاین در دوران کرونا تعطیل شدند. اولین قدم برای هر کسب و کار نگهداری مشتریان موجود و ایجاد ثبات در کسب و کار است. اینجاست که اهمیت دیجیتال مارکتینگ مشخص می شود.
- کسب و کارها با استفاده دیجیتال مارکتینگ و از طریق ابزار دیجیتال می توانند با مشتریان ارتباط برقرار کنند. به کمک دیجیتال مارکتینگ، تمرکز بر تجربه مشتریان و نگهداشت آنها ساده تر است چرا که تبلیغات دیجیتال شخصی سازی شده و خودکار هستند. صرف زمان و هزینه برای دیجیتال مارکتینگ به شما کمک می کند که کشتی در حال غرق شدن کسب و کار خود را نجات داده و آن را در مسیر درست هدایت کنید.

مشاغل آینده و نوظهور در این حوزه

فریلنسرها

به کسی فریلنسر گفته می‌شود که به صورت قراردادی برای مشتری‌هایش (معمولا به صورت دورکاری و با استفاده از اینترنت) کار به خصوصی را انجام می‌دهد. شغل این دسته افراد با فضای دیجیتال پیوند خورده است؛ بنابراین احاطه کامل بر تمام جنبه‌های تکنولوژی و نحوه استفاده از آن بر آن‌ها واجب است. تمام کسانی که به کسب درآمد از اینترنت مشغول هستند هم شامل این گروه می‌شوند.

کسب و کارهای مبتنی بر موبایل (M-Business)

- کسب درآمد مبتنی بر بازی سازی و گیمیفیکیشن و یا تقویت کسب و کارها به وسیله گیمیفیکیشن
- خلق و توسعه کسب و کارهای مبتنی بر شبکه های اجتماعی
- طراحی و توسعه محصولات دیجیتال
- و ...



مهارت های مورد نیاز برای مشاغل آینده

سواد اجتماعی دیجیتال یا Social Digital Literacy

بازاریابی محصول

- فهرست برخی از مهارت هایی که در این بخش مطرح می شوند به شرح زیر است:
- آشنایی با شبکه های اجتماعی
- اخلاق دیجیتال و مسئولیت اجتماعی در دنیای دیجیتال
- شناخت و تحلیل فرهنگ های دیجیتال
- حریم شخصی
- مهارت همدلی در فضای دیجیتال
- بهداشت و سلامت در فضای آنلاین
- سرگرمی دیجیتال و تحلیل بازیها در فضای دیجیتال
- سبک زندگی دیجیتال
- مهارت های ارتباطی و زبان بدن
- فنون مذاکره
- آشنایی با مفاهیم بازاریابی
- شناخت محصول و بازار هدف
- به روز بودن



توصیه های تخصصی (آموزش های مهارتی و عالی)

نکات کاربردی در بازاریابی خدمات و یا محصولات آموزشی

- به دست آوردن اطلاعات بیشتر در مورد رقبا (محصولات و تاکتیک های بازاریابی)

- نیازسنجی موثر از بازار هدف

- کسب مزیت رقابتی در ارائه خدمات و یا تولید محصولات

- و ...



مثال های کاربردی از کسب و کارها



به امید فرداهای روشن تر ...



سپاس از حسن توجه شما