

# اینترنت، بازار بالقوه کسب و کار

علی جوانمردی

کارشناس فناوری اطلاعات



شناسایی کردید، یک راهنما یا پست که جست و جوگر به دنبال آن است ایجاد کنید. این اطلاعات به عنوان بازاریابی محتوا شناخته می شود. هدف یک موتور جست و جو ارائه اطلاعات عالی درباره موضوع مورد تحقیق کاربر است، بنابراین بهترین راه برای نشان دادن ابتدا ایجاد اطلاعات عالی و کامل در مورد آن موضوع است.

**لینک سازی:** در مرحله بعد، موتورهای جست و جو می خواهند مطمئن شوند که کاربران را فقط به منابع قابل اعتماد و معتبر می فرستند. موتورهای جست و جو

اعتبار یک وب سایت را با محاسبه تعداد (و اعتبار) وب سایت های دیگر در سراسر اینترنت که به آن وب سایت اشاره و پیوند دارند، ارزیابی می کنند. اگر صاحب یک کسب و کار محلی و دارای موقعیت فیزیکی هستید، پیروی از بهترین شیوه های سئو محلی، مانند ارسال آن به Google My Business و جذب لینک های محلی و موارد دیگر نیز مهم است.

**رسانه های اجتماعی:** از دیگر کانال های بازاریابی اینترنتی که به طور گسترده محبوب شده است، بازاریابی شبکه های اجتماعی است.

در اینجا مروری بر محبوب ترین پلتفرم های رسانه های اجتماعی و این که کدام یک برای موارد مختلف بهترین هستند، توضیح داده می شود:

تجارت الکترونیک اینستاگرام، ویدئو فرم کوتاه، گرافیک، توئیتر، محتوای مبتنی بر متن، لینکدین، برای ایجاد دنبال کننده در رسانه های اجتماعی مناسب است، فقط بایستی متوجه باشید نیاز به زمان و صبر دارد. احتمالاً باید ماه های زیادی محتوا را پست کنید تا این که الگوریتم ها شروع به افزایش دسترسی محتوای کسب و کار شما کنند. همچنین اگر انتشار محتوا را برای مدتی متوقف کنید، تعامل شما کاهش می یابد و باید مخاطبان خود را دوباره از نو بسازید.

با این حال، رسانه های اجتماعی یک کانال بازاریابی عالی برای افزایش آگاهی از برند و ایجاد روابط با مشتریان بالقوه شما هستند. همچنین می توانید یک برند شخصی در رسانه های اجتماعی بسازید و سپس برای تبلیغ کسب و کار خود از دنبال کنندگان خود استفاده کنید.

اکثر استراتژی های بازاریابی توسط الگوریتم ها کنترل می شوند، به این معنی که محتوای شما فقط در صورتی به دنبال کنندگان یا مشترکان شما می رسد که الگوریتم آن را به آنها نشان دهد.

آینده مشاغل بازاریابی دیجیتال به شدت تحت تأثیر افزایش تقاضا برای مهارت های تخصصی رو به افزایش است و ابزارهای فعالیت و تنوع کار برای پیشبرد اهداف روز به روز افزایش می یابد. نقش هایی با ایجاد محتوا از کسب و کارها متصور است که بسیار مورد توجه قرار خواهند گرفت، بازاریاب هایی که می توانند از تحلیل ها استفاده و فناوری های جدید را دریافت کنند.



اگر بتوانید کسب و کار خود را در مقابل مشتریان بالقوه ای که در حال جست و جو در اینترنت هستند قرار دهید، می توانید فروش بیشتری کسب کنید. استراتژی بازاریابی اینترنتی راه حلی است که به شما کمک می کند تا کسب و کار خود را به مشتریان ارائه و در معرض دید آنها قرار دهید.

بازاریابی اینترنتی چیست؟ بازاریابی اینترنتی یک استراتژی است که از رسانه های برخط مانند وب سایت، پست رسانه های اجتماعی یا ویدئو برای معرفی مشتریان بالقوه به کسب و کار شما استفاده می کند. بهترین کانال های بازاریابی اینترنتی، بازاریابی مشارکتی هستند که می توانید با اینفلوئنسر ها که با کانال های اصلی در ارتباط هستند در میان بگذارید.

مشتریان بالقوه شما در حال جست و جوی محصولات و خدماتی هستند که شما به صورت آنلاین (اغلب در گوگل یا سایت اختصاصی کسب و کارتان) ارائه می دهید. **تحقیق کلمات کلیدی:** ابتدا در نظر بگیرید که اگر افراد به دنبال محصول یا خدمات شما هستند، چه چیزی را می توانند در نوار جست و جو تایپ کنند. این فرآیند به عنوان تحقیق کلمات کلیدی شناخته می شود.

**بازاریابی محتوا:** هنگامی که کلمات کلیدی خاصی را که مشتریان بالقوه شما به دنبال آن هستند،

## پیامدهای زیست محیطی دیجیتالی شدن

پریسا حاجی محمدی

کارشناس اقتصاد فناوری



بر ضرورت تکمیل تعهدات بین المللی در زمینه هایی مانند کار، بهداشت و محیط زیست، حمایت از رویکردهای عملی برای پرداختن به چالش های پایداری تاکید شد. به طور کلی، در آن نیاز به همکاری و گفت و گوی نهادی قوی ترین کشورها و سازمان ها اشاره شده است.

گزارش اقتصاد دیجیتال ۲۰۲۴ نیز بر نیاز فوری به استراتژی های پایدار و فراگیر از دیدگاه زیست محیطی تأکید می کند. فناوری های دیجیتال و زیرساخت ها به شدت به مواد اولیه و منابع انرژی بستگی دارد و همراه با نیازهای رو به رشد آب و انرژی، خطرات و تلفات نامتعادل و سنگینی را بر کره زمین وارد می کند.

تغییرات جهانی با تمرکز بر تولید و مصرف مسئولانه مردم برای حفظ کره زمین به نیرویی توانمند نیاز دارد. گزارش اقتصاد دیجیتال ۲۰۲۴ تأثیرات زیست محیطی رو به رشد و در حال گسترش اقتصاد دیجیتال را در جهان تحلیل می کند. این گزارش خواستار اقدام جسورانه از سوی سیاست گذاران، مدیران کسب و کارها و صنعت و مصرف کنندگان است. این گزارش به طور مفصل نشان می دهد در حالی که دیجیتالی شدن باعث رشد اقتصاد جهانی می شود و فرصت های منحصر به فردی را برای کشورهای در حال توسعه ارائه می دهد، پیامدهای زیست محیطی آن بسیار بیشتر می شود.

کشورهای در حال توسعه به دلیل شکاف های موجود دیجیتال و توسعه، هم از نظر اقتصادی و هم از نظر زیست محیطی به طور نابرابر تحت تأثیر قرار می گیرند، اما آنها پتانسیل این را دارند که از تغییرات دیجیتال برای تقویت توسعه در کشور خود استفاده کنند. تقویت همکاری بین کشورها باعث می شود از دسترسی عادلانه به فناوری ها و منابع دیجیتال اطمینان حاصل شود. حال آن که جهان و محیط پیرامون ما ناگزیر با سرعتی شگفت انگیز به سمت دیجیتالی شدن پیش می رود، بنابراین نباید مدیریت منابع و انرژی و تحلیل اقتصاد جهانی نیز از این حیث دور بماند.

درگفت وگوهای بین المللی در کنفرانس UNCTAD

کشورهای در حال توسعه تأثیرات زیست محیطی اقتصاد دیجیتال را به دوش می کشند اما مزایای نسبتاً کمی از دیجیتالی شدن مواد معدنی کلیدی دریافت می کنند. دیجیتالی شدن یک استقبال و محرک ضروری برای رشد اقتصاد جهانی است. با این حال، باید فراگیر و پایدار باشد، زیرا دیجیتالی شدن سریع نگرانی های زیست محیطی را تشدید می کند.

ظهور فناوری هایی مانند هوش مصنوعی و استخراج ارزهای دیجیتال، مصرف انرژی را به میزان قابل توجهی افزایش داده است. به عنوان مثال، بین سال های ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۴ مصرف انرژی در استخراج بیت کوین ۳۴ برابر افزایش یافته است و به حدود ۱۴۱ تراوات ساعت رسید.

امروزه کشورهای در حال توسعه، تولیدکنندگان کلیدی مواد معدنی و حیاتی ضروری برای اقتصاد دیجیتال هستند، آنها کلید رشد اقتصاد دیجیتالی را که شاهد آن هستیم، در دست دارند. می توانیم دیدگاه مثبتی بر اساس فرصت ها داشته باشیم، زیرا به اقتصاد دیجیتال برای تسريع و رشد آتی نیاز داریم. افزایش ۵۰۰ درصدی تقاضا برای مواد معدنی حیاتی برای دیجیتالی شدن تا سال ۲۰۵۰ پیش بینی می شود که ناشی از وسایل الکترونیکی مصرفی، باتری های خودروهای الکتریکی و ذخیره انرژی تجدیدپذیر است.

