



چک لیست تبلیغات همسان

برای آشنایی با بازار یابی میتوانید از چک لیست زیر استفاده بکنید:

بررسی هدف کمپین	
☐ ☐ ☐ ☐	تعیین هدف اصلی (فروش، برندینگ، لید) مشخص کردن KPI های قابل اندازه گیری تعریف بازه زمانی کمپین تعیین بودجه کلی و روزانه
تعریف پرسونای مخاطب هدف	
☐ ☐ ☐ ☐	مشخص کردن سن، جنسیت و موقعیت جغرافیایی تحلیل نیازها و دردهای مخاطب بررسی رفتار آنلاین مخاطب شناسایی کانال های مصرف محتوا
انتخاب لندینگ پیج مناسب	
☐ ☐ ☐ ☐	هماهنگی پیام تبلیغ با صفحه فرود بهینه بودن طراحی UX سرعت لود صفحه وجود CTA واضح
انتخاب پلتفرم تبلیغات همسان	
☐ ☐ ☐ ☐	بررسی شبکه های داخلی و خارجی تحلیل هزینه هر کلیک یا نمایش بررسی کیفیت ترافیک ورودی انتخاب بر اساس هدف کمپین
طراحی تیتر جذاب تبلیغ	
☐ ☐ ☐ ☐	ایجاد کنجکاوی در مخاطب استفاده از کلمات احساسی پرهیز از تبلیغ مستقیم تست چند نسخه تیتر



arsanet.co



arsanet.org

آژانس دیجیتال مارکتینگ آرسانت
Digital marketing agency



چک لیست تبلیغات همسان

برای آشنایی با بازار یابی میتوانید از چک لیست زیر استفاده بکنید:

تولید محتوای تبلیغاتی	
☐ ☐ ☐ ☐	نوشتن متن غیر تبلیغاتی (Native Style) تمرکز روی حل مشکل کاربر استفاده از داستان سرائی هماهنگی متن و تصویر
بهینه سازی CTR	
☐ ☐ ☐ ☐	تست A/B روی تیترها تغییر تصویر کاور بررسی جایگاه نمایش تحلیل رفتار کلیک کاربران
انتخاب مدل پرداخت	
☐ ☐ ☐ ☐	انتخاب CPC برای عملکردمحور انتخاب CPM برای برندینگ بررسی هزینه نهایی کمپین مقایسه بازدهی مدل ها
ردیابی و تحلیل داده ها	
☐ ☐ ☐ ☐	استفاده از UTM برای لینک ها اتصال به Google Analytics بررسی نرخ تبدیل تحلیل مسیر کاربر
بهینه سازی کمپین	
☐ ☐ ☐ ☐	ایجاد کنجکاوی در مخاطب افزایش بودجه کمپین موفق تست محتوای جدید اصلاح هدف گذاری



arsanet.co



arsanet.org

آژانس دیجیتال مارکتینگ آرسانت
Digital marketing agency

