



کالج تپسل برگزار می‌کند:
دوره تخصصی لینکدین

چند نمونه جالب و قابل توجه از اجرای درست
گوریلا مارکتینگ یا بازاریابی پارتیزانی



به احترام تو، آقای چندلر بینگ

چه شاخص‌هایی در تبلیغات برای گوگل مهم است؟

گوگل ادز سرویس تبلیغات آنلاین شرکت گوگل است. این برنامه به شما امکان می‌دهد تا تبلیغات خود را در صفحات جست‌وجوی گوگل قرار دهید و به ازای کلمات کلیدی خاص، مخاطبان خاص خود که مشتریان بالقوه شما هستند را از سرویس و یا محصول خود مطلع کنید

سوزه

می‌شود که معمولا بدون اجازه برگزارکنندگان رویداد است.

چند نمونه جالب و قابل توجه از اجرای درست

هرچند که در دو دهه گذشته، گوریلا مارکتینگ‌های جذاب و خلاقانه‌ای در تمام دنیا اجرا شده‌اند در ادامه این متن به چند نمونه از موفق‌ترین نمونه‌های گوریلا مارکتینگ اشاره کرده‌ایم.

۱. بستنی غول‌آسای برند بونتی

یک لیوان یک‌بار مصرف غول‌آسای قهوه و یک بستنی چوبی بزرگ در حال ذوب، بخشی از شاهکار گوریلا مارکتینگ برند بونتی بودند. کمپنی با نام مهارت‌های بزرگ که در آپریل سال ۲۰۰۹ در آمریکا اجرا شد. شاید این سوال برای مخاطب ایجاد شود که آیا یک بیلپورد خوب و خلاقانه همین اثر را نداشت؟ پاسخ جالب است. اگر نگاهی ساده به زندگی روزانه خود بیندازید، می‌بینید که خود شما هم هر روز در تلاش هستید که تبلیغات را به نوعی از زندگی خود حذف کنید اما تصور کنید که در مسیر روزانه خود در خیابان با یک بستنی دومتری غول‌آسا مواجه می‌شوید. آیا به آسانی یک بیلپورد، تراکت، تبلیغات پری‌رول در اپلیکیشن و ... آن را نادیده خواهید گرفت؟ قطعاً پاسخ به این سوال نه است.

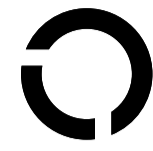
احتمالا شما هم در تابستانی که گذشت، به همت برندهای ایرانی مانند کارنامه، فیلیمو، شیپور، میسویک و ... شاهد نمونه‌های جالب و خلاقانه‌ای از تبلیغات بودیم که معمولا با عبارتهایی مانند از آنها یاد می‌شد. این در حالی بود که بجز مارکترها، شاید این عبارات بار اول بود که به گوش سایر مردم و متخصصان حوزه‌های دیگر می‌خورد و البته مدل این مدل از تبلیغات نیز، اتفاق تازه‌ای بود. اما گوریلا مارکتینگ چیست و چگونه در دنیای تبلیغات سر بر آورد؟

ممکن است برای بار اول که عبارت گوریلا مارکتینگ (Guerrilla Marketing) را می‌شنوید، فکر کنید کلمه گوریل در گوریلا مارکتینگ به اسم حیوان اشاره دارد اما هرچند این کلمه تلفظ مشابهی با گوریل دارد، معنای این کلمه، نبرد پارتیزانی یا چریکی است و درست هم به همین معناست که برای اولین بار حوالی سال ۱۹۸۰ توسط یک نویسنده استفاده شد و به معنای سبکی از تبلیغات است که در آن یک برند از تعاملات غافلگیر کننده و غیرمعارف برای تبلیغ محصول یا خدمات خود استفاده می‌کند، کم خرج یا بی خرج بودن نیز یکی از دیگر شاخصه‌های بارزو همیشگی گوریلا مارکتینگ است. درواقع در این تکنیک مارکترها بیشتر روی خلاقیت، شگفت‌زده کردن مردم در اثر یک اقدام نامتعارف و البته وایرال شدن آن در شبکه‌های اجتماعی حساب باز می‌کنند.

یکی از انواع گوریلا مارکتینگ، گوریلا مارکتینگ در فضای باز و بسته هستند که چیزی را به محیط شهری اضافه می‌کند که پیش از این وجود داشته‌اند. مثلا قرار دادن شی‌ای در پیاده‌روها یا خیابان‌ها یا آویزان کردن آن روی مجسمه‌ها. گوریلا مارکتینگ داخلی نیز درست برعکس این مدل است و در ایستگاه‌های قطار، فروشگاه‌ها و ... انجام می‌شود.

گوریلا مارکتینگ کمپین در رویداد نیز یکی دیگر از انواع بازاریابی است که در یک رویداد در حال اجرا مانند کنسرت یا مسابقه فوتبال به روشی قابل توجه تبلیغات گوریلابی انجام





سوزه

سفید، رنگ‌آمیزی کرد و در انتهای خط، لوگوی این برند را چسباند. در نتیجه در یک نگاه ساده این‌طور به نظر می‌رسد که سایر خطوط کثیف و آلوده هستند اما خطی که از محصولات این برند استفاده کرده است، سفید و تمیز است و در واقع تلاش می‌کرد که به نوعی قدرت تمیز کنندگی بالای خود را به رخ مخاطب بکشد.

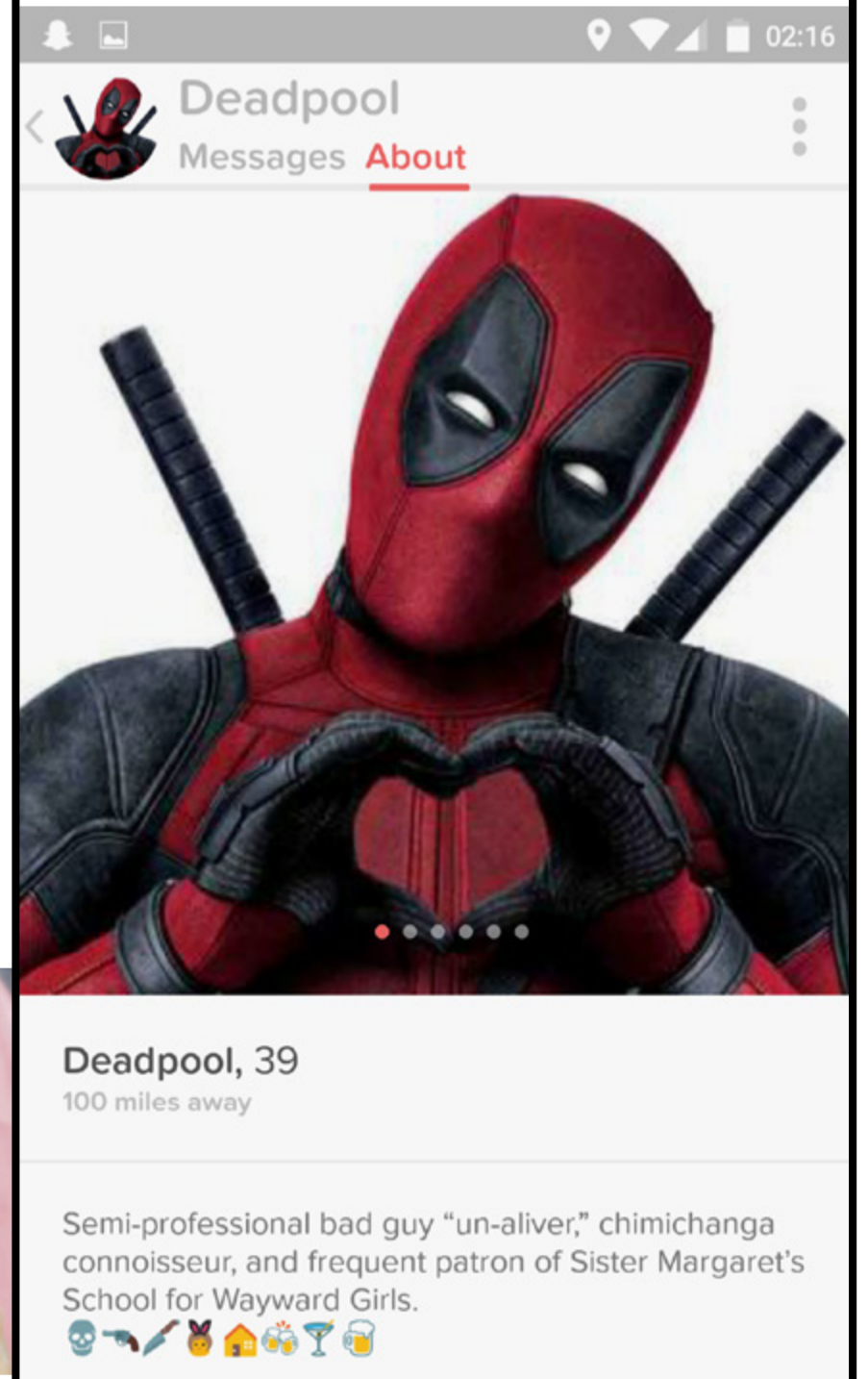


خود نیمکت‌های معمولی را تبدیل به کیت کت طراحی کرد.



۲. اکانت تیندر برای ددپول

درست در آستانه اکران فیلم ددپول، کاربران پلتفرم پارتنریابی تیندر با اکانتی با نام و عکس ددپول مواجه شدند. توضیحات بانمک و عکس‌های دلبرانه از نقش اول این فیلم تمام ماجرا نبود و درواقع کاربران با حرکت دادن پروفایل ددپول به سمت راست (عملی که در تیندر برای قبول کردن پروفایل فرد مورد استفاده قرار می‌گیرد) وارد سایتی برای خرید بلیط این فیلم می‌شدند. همه این اقدامات در حالی بود که هر نوعی از تبلیغات در تیندر مجاز نیست.



۴. مسواک چوبی Colgate وسط بستنی

برند خمیردندان کلگیت به مناسبت ماه بهداشت دهان کمپین چریکی را اجرا کرد که با بازخوردهای مثبت زیادی روبرو شد. این برند در این کمپین چوب وسط بستنی را به شکل یک مسواک چوبی طراحی کرده بود که پس از تمام شدن بستنی پدیدار می‌شد. روی این چوب عبارت «فراموش نکنید» به همراه لوگوی این برند درج شده بود تا به مردم یادآوری کند که پس از خوردن بستنی، مسواک زدن را فراموش نکنند. در واقع این برند سعی کرد تا علاوه بر پرموت برند خود، با یک تکنیک بسیار غافل گیر کننده اهمیت مسواک زدن را به کودکان و بزرگسالان یادآوری کند.



۶. ماشین فروش خوراکی یونیسف

در شرایطی که روزانه بیشتر از ۴۰۰۰ نفر در دنیا به دلیل آب آلوده جان خود را از دست می‌دهند، یونیسف کمپینی را اجرا کرد تا این موضوع را به مردم یادآوری کند. در این کمپین که در سال ۲۰۰۹ اجرا شد، یونیسف یک دستگاه خودکار فروش خوراکی را در یکی از میدان‌های نیویورک قرار داد که به جای خوراکی یا نوشیدنی، آب کثیف می‌فروخت و مردم می‌توانستند با پرداخت یک دلار، با هدف کمک به یونیسف، یکی از این بطری‌های آب را که با مریضی‌های مختلفی آلوده شده بود، خریداری کنند. یونیسف در این کمپین به مردم یادآوری کرده بود که با هر یک دلار می‌توان برای یک کودک تا ۴۰ روز آب آشامیدنی سالم تامین کرد.



۵. خط کشی عابر Mr.Clean

یکی از مثال‌های به حق ابتکار تمام عیار، کمپین تبلیغاتی چریکی برند Mr.Clean بود که در حوزه اقلام شوینده و بهداشتی فعالیت می‌کند. این برند در کمپین خود، یک کار ساده کرد؛ یکی از خطوط خط‌کشی عابر را با رنگ

۳. نیمکت‌های کیت‌کت

یکی از موفق‌ترین گوریلا مارکتینگ‌های اجرا شده متعلق به برند کیت‌کت است که برای جلب توجه مخاطبان خود یک کمپین گوریلا در فضای باز اجرا کرد. این برند در واقع در کمپین



دکه

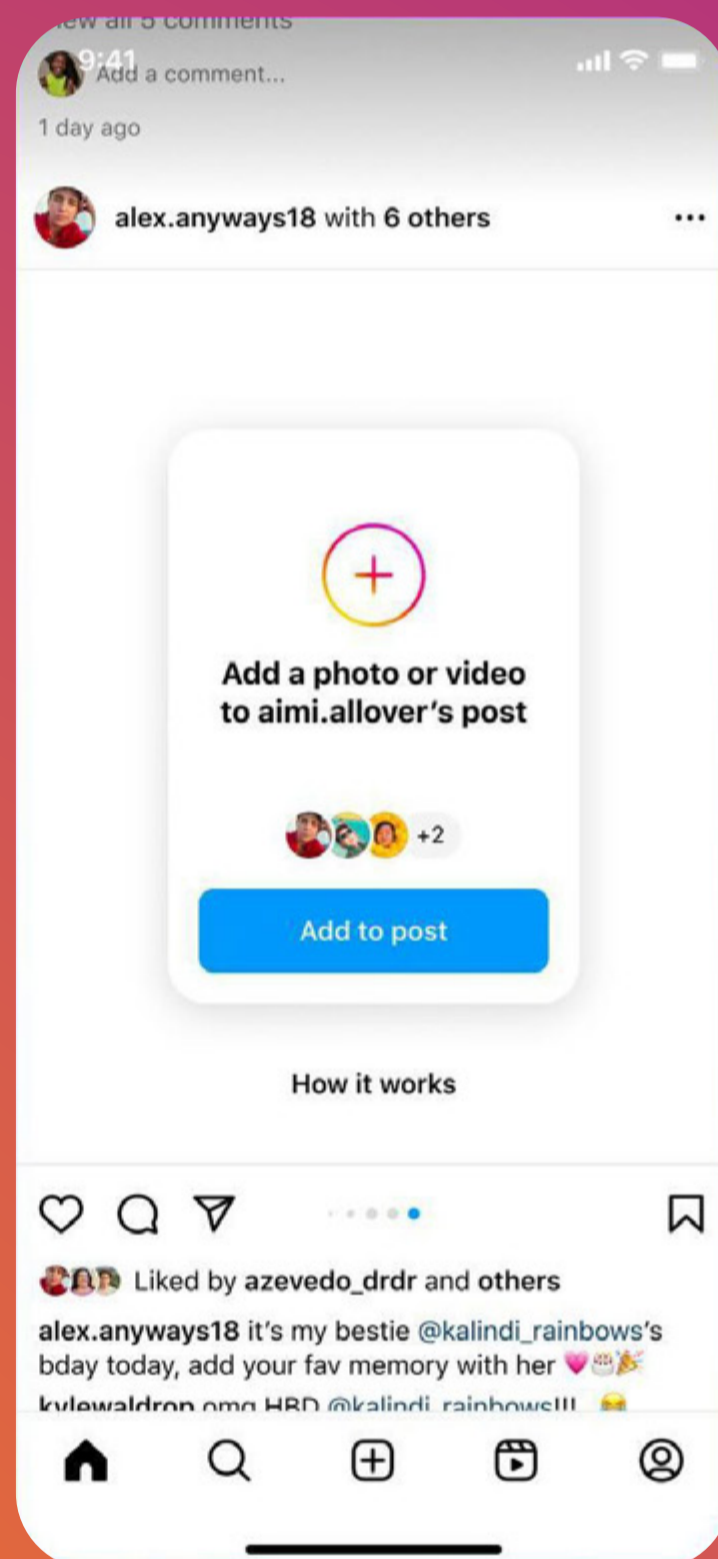
امکان پست اشتراکی در اینستاگرام آزمایش می‌شود

به نقل از پیوست، اینستاگرام در حال آزمایش قابلیت جدیدی است که از طریق آن می‌توانید به همراه دوستانتان پستی منتشر کنید. وقتی می‌خواهید یک پست با چند تصویر منتشر کنید، این گزینه را خواهد داشت که به دوستانتان اجازه دهید تصاویر و ویدیوهای خود را برای انتشار در همین پست پیشنهاد کنند. البته این تصاویر به صورت خودکار داخل پست قرار نگرفته و شما ابتدا باید آنها را تایید کنید.

براساس اسکرین‌شاتی که آدام موسری، مدیرعامل اینستاگرام منتشر کرده، کاروسل‌های مشترک به یک دکمه «add to post» در پایین سمت چپ مجهز می‌شوند که از طریق آن می‌توانید محتوای پیشنهادی خود را به پست اضافه کنید و در صورت تایید ناشر منتشر شود.

این قابلیت به نظر برای انتشار تصاویر یک سفر مشترک مناسب است و شاید کاربردهای دیگری هم برای کاربران داشته باشد.

اینستاگرام پیش از این نیز به شما اجازه همکاری با دیگر تولیدکنندگان محتوا را می‌داد و دو صفحه امکان آن را داشتند تا در پستی مشترک اقدام به انتشار محتوا کنند. این پلتفرم همچنین کلکسیون‌های اشتراکی را به تازگی منتشر کرده که از طریق آن می‌توانید تصاویری را با سرحد ۲۵۰ نفر به اشتراک گذاشته و ذخیره کنید.





♦ ماجرای تپسل ♦

می‌توانید بعد از اتمام دوره کماکان با مدرس آن در ارتباط باشید.

بورسیه و تخفیف‌های کالج تپسل

کالج تپسل شرایطی را فراهم کرده است تا علاقه‌مندان واجد شرایط برای شرکت در دوره جامع گوگل ادز، بورسیه و کمک هزینه آموزشی دریافت کنند. چنانچه جزو یکی از گروه‌های زیر هستید، درخواست خود را از طریق فرم زیر ثبت کنید. در انتهای این متن همچنین لینک ثبت‌نام درج شده است.



لینک ثبت‌نام



فرم دریافت بورسیه یا تخفیف

باشید. این دوره با تدریس آتوسا آهنگ، کارشناس ارشد شبکه‌های اجتماعی از ۱۵ آبان تا ۱۱ آذر ۱۴۰۲ برگزار خواهد شد و پس از پایان دوره مدرک رسمی کالج تپسل دریافت می‌کنید.

مزیت‌های این دوره آموزشی:

بعد از شرکت در این دوره؛ به جز زمان‌هایی که لینکدین به روزرسانی جدیدی ارائه بدهد، از شرکت در دوره‌های دیگر بی‌نیاز می‌شوید. این دوره برای کسانی که تخصصشان شبکه‌های اجتماعی، روابط عمومی و ساخت برند کارفرمایی است، مناسب است. در واقع هم می‌توانید برای فعالیت در حساب شخصی خودتان اطلاعات مفیدی به دست بیاورید و هم برای مدیریت حساب لینکدین یک کسب‌وکار خودتان را بروز کنید. محتوای این دوره تکراری و شبیه دوره‌های دیگر نیست. خیلی تخصصی و جامع طراحی شده و در نهایت یک ارزش افزوده مهم دارد:

کالج تپسل برگزار می‌کند: دوره تخصصی لینکدین

لینکدین، شبکه اجتماعی موردعلاقه متخصصان است. کاربران از این فضا برای رشد حرفه‌ای، پیدا کردن شغل تازه، ساخت ارتباط‌های جدید کاری و... استفاده می‌کنند.

وقتی موضوعی را از کسی یاد می‌گیریم که خودش پیش‌تر آن را آزموده و به شکل عملی با چالش‌هایش روبرو شده و حالا با تسلط به زیر و بم قضیه می‌خواهد به ما آموزش بدهد، مطمئن می‌شویم که قرار است روش‌های عملی و جواب داده‌ای یاد بگیریم. درست است که این دوره شبیه به یک کارگاه انتقال تجربه است، اما تلاش‌مان را کردیم تا محتوایی تر و تازه و به روز داشته باشد. سرفصل‌هایی که قرار است در مورد آنها گپ و گفت کنیم در ادامه آمده‌اند تا در جریان روند این دوره قرار بگیرید.

اگر برای‌تان مهم است که لینکدین را با روش درستی یاد بگیرید، در این دوره همراه ما

college

کالج تپسل برگزار می‌کند

۱۵ آبان الی ۱۱ آذر ۱۴۰۲

دوره تخصصی لینکدین

مدرس: آتوسا آهنگ | مدرس بازاریابی شبکه‌های اجتماعی

تخفیف‌های متنوع برای ثبت‌نام در دوره

اعطای مدرک رسمی کالج تپسل

طراحی تخصصی و جامع دوره

دارای محتوای تازه و به روز

TAPSELL

◆ سینما و نمایشات ◆

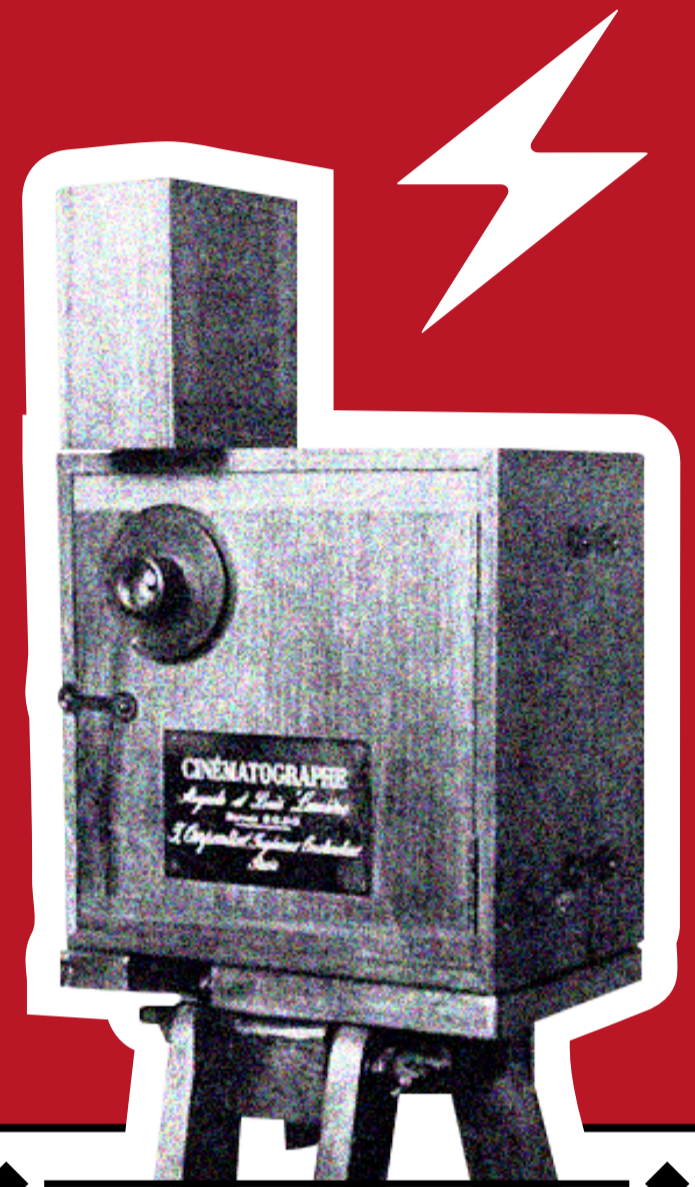
حتی در حین ضبط سریال فرزندز از مشکل اعتیاد و افسردگی شدید رنج می‌برد؛ تا جایی که او اشاره کرده بود که هیچوقت سریال فرزندز را تماشا نکرده چون دقیقا می‌دانسته است که در کدام فصل‌ها با چه اعتیادی دست و پنجه نرم می‌کرده. حتی در قسمت ازدواجش با مونیکا، مستقیما از یک مرکز ترک اعتیاد می‌آید و پس از ضبط نیز به همانجا باز می‌گردد.

او در بخشی از کتاب زندگی‌نامه خود نوشته است: «در چهل و نه سالگی، هنوز از تنها بودن می‌ترسیدم. تنها که می‌شدم ذهن دیوانه‌ام بهانه‌ای می‌تراشید تا سراغ چیزی برود که نباید. مدام پر می‌شوم از حس تنهایی که کمین کرده؛ از حس نیاز و می‌چسبم به این فکر که چیزی از بیرون قرار است بیاید و حال من را خوب کند اما تمام چیزی را که بیرون می‌توانست ارائه دهد، از قبل داشتم. جولیا رابرتز دوست دخترم بود، همین خانه رویاهایم را خریده بودم و هفتگی یک میلیون دلار در می‌آوردم. همه چیز در زندگی داشتم اما همه اش فریب بود...»

تلخ می‌شود وقتی متوجه می‌شوید که تمام این اتفاقات غم‌انگیز در پشت صحنه سریالی رخ داده‌اند که میلیون‌ها میلیون آدم با تماشای آن خندیده‌اند و حتی بعضی هاشان گفته‌اند که تماشای فرزندز آنها را از افسردگی نجات داده است. این تضاد که در واقع بخش زیادی از این اتفاق را کاراکتری رقم زده که خود در زندگی‌اش با افسردگی تمام قدی دست و پنجه نرم می‌کند، از همه بدتر است.

با این‌همه چندلر بینگ / متیو پری حالا در سن ۵۴ سالگی در جکوزی خانه‌اش این دنیا را ترک کرده اما این زندگی برای او هرقدر هم محنت‌بار، یک مزیت اصلی داشته است. او هنرمند بود و هنرمند جاودان است و تا ابد در آثار خود زنده است؛ حداقل تا وقتی که مردم آثارش را تماشا کنند و او را با آثارش به یاد بیاورند.

در ادامه به احترام او فیلم‌هایی را معرفی می‌کنیم که متیو پری در آنها به ایفای نقش پرداخته است.



به احترام تو، آقای چندلر بینگ

روز گذشته، خبری تمامی هواداران سیت‌کام فرزندز را بسیار غمگین کرد؛ متیو پری، بازیگر نقش چندلر بینگ درگذشت. این خبر، هرچند تنها خبر فوت یک سلبریتی غیرایرانی بود، واکنش‌های بسیار شدیدی را برانگیخت و دلیلش هیچ چیز نبود جز عشق و هم‌ذات‌پنداری طرفداران فرزندز با چندلر بینگ. حس آنها به متیو پری، چیزی بیشتر از یک طرفداری ساده بود. درواقع کاراکتر چندلر بینگ با تمام آسیب‌پذیری‌های شخصیتی‌اش توانسته بود هم‌ذات‌پنداری عجیبی را در دل بسیاری ایجاد کند. او یک کاراکتر ابرقهرمان، یک پسر پولدار و خوش‌قیافه نبود. پسر جوان آسیب‌دیده‌ای بود که با مشکلات خانوادگی عجیبی روبرو شده بود و اعتماد به نفس پایینی داشت اما با این حال می‌توانست در بدترین اوقات دیگران را به خنده بیندازد.

اما کاراکتر دل‌نشین و مشهور چندلر همه ماجرا نبود. در واقعیت شخصیت متیو پری چندان از کاراکتر چندلر دور نبود و تقریبا همه طرفداران او می‌دانند که او سال‌های سال

◆ سینما و نمایشات ◆



شماره سه: Numb
بی‌حس ساخته سال ۲۰۰۷، روایت یک فیلم نامه نویس افسرده است که به شدت در تلاش است که برای خود درمانی پیدا کند. در این مسیر با دختری آشنا می‌شود و مسیر متفاوتی برای زندگی او پیش می‌آید.

امتیاز: 6.6/10 · 8.6K



شماره چهار: Studio 60 on the Sunset Strip
این سریال در بین سال‌های ۲۰۰۶ تا ۲۰۰۷ منتشر شده است و یک سریال کمدی درام است که در واقع پشت صحنه یک سیتکام کمدی است.

امتیاز: 8.3/10 · 25K



شماره چهار: The End of Steve
این فیلم در سال ۲۰۰۸ و در ژانر کمدی ساخته شده است که یک مجری سیتکام و مهمانان او را به تصویر می‌کشد.

امتیاز: 7.2/10 · 125



شماره یک: Fools Rush In
این فیلم در سال ۱۹۹۷ به کارگردانی اندی تننت ساخته شده است و متیو پری و سلما هایک بازیگران اصلی آن هستند. هجوم احمق‌ها داستان الکس ویتمن (متیو پری)، مهندس ساختمانی اهل نیویورک را روایت می‌کند که به لاس‌وگاس فرستاده می‌شود تا بر ساخت کلابی که شرکتش سفارش بنای آن را به عهده دارد، نظارت کند. شبی در آن جا با یک عکاس آمریکایی - مکزیک‌ای شاد و سرزنده آشنا می‌شود و ادامه داستان اتفاق می‌افتد.

امتیاز: 6.1/10 · 38K

شماره دو: The Ron Clark Story
این فیلم که در سال ۲۰۰۶ ساخته شده است. این فیلم که بر اساس زندگی معلمی به نام ران کلارک (Ron Clark) در سال ۲۰۰۶ ساخته شده است و در واقع روایت معلمی ست که با انتخاب و علاقه خودش، در مدرسه یکی از مناطق پرآسیب و محروم آمریکا، به اسم هارلم، مشغول به کار می‌شود.

بچه‌ها برای ارتباط گیری با معلم جدید مقاومت‌هایی دارند، و ران کلارک تلاش می‌کند که با شگردهای مختلف به بچه‌ها نزدیک شود، و نشان دهد که کنارشان است و دوستشان دارد. در حالی که کادر مدرسه، از بچه‌های کلاس ران کلارک، انتظار پابینی دارند، اما معلم جدید که شاگردانش، بلکه انسان را باور دارد تلاش می‌کند که احترام و ارزش دانش‌آموزان را به خودشان و بقیه نشان دهد. طبیعتاً این‌طور نیست که همه چیز برای معلم جدید، خوب پیش برود، فیلم خستگی‌ها و ناامیدی‌های معلم را هم روایت می‌کند؛ اما عشق و تکاپوی ران کلارک و صبری که در این مسیر دارد، او را از ناامیدی‌های مسیر به سلامت عبور می‌دهد.

امتیاز: 7.5/10 · 11K

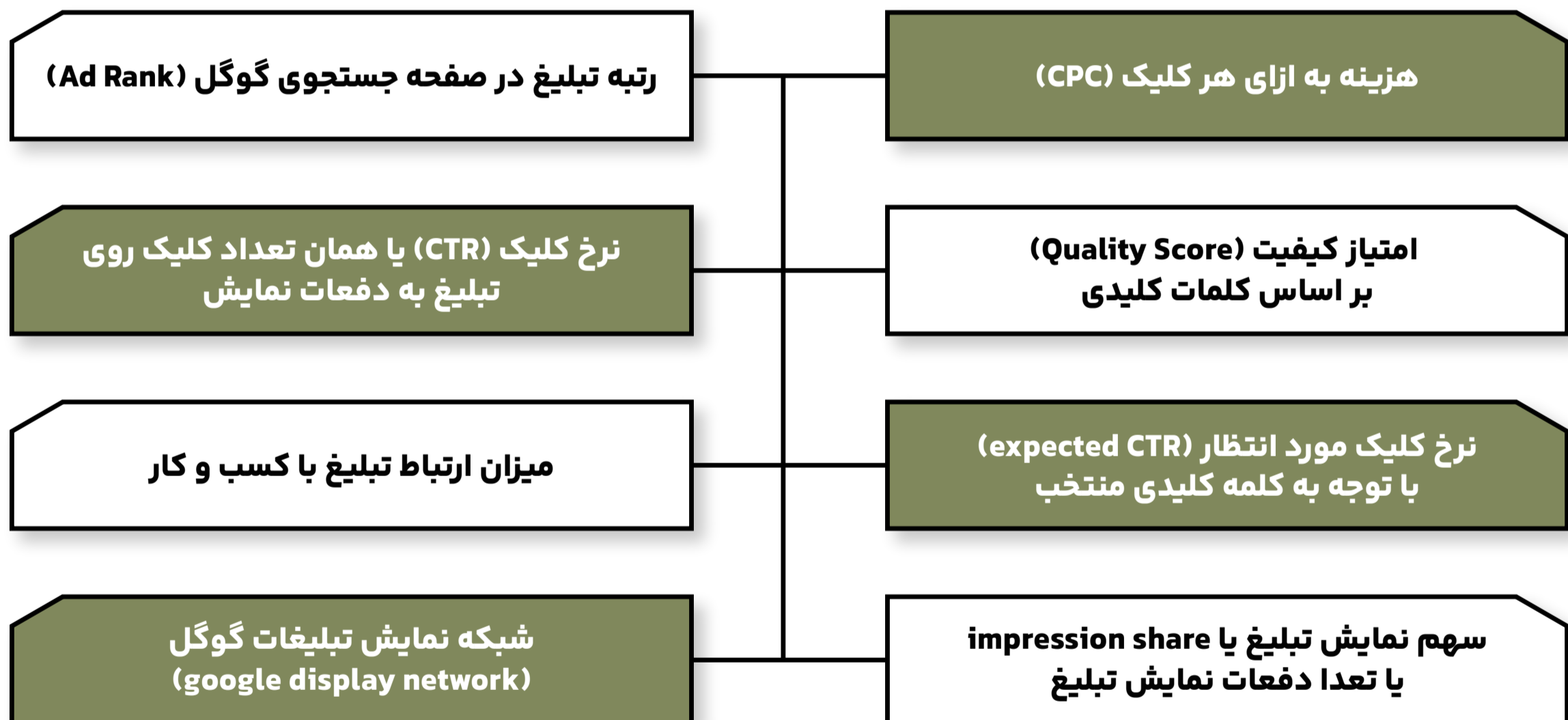




♦ فوت کوزه گری ♦

چه شاخص هایی در تبلیغات برای گوگل مهم است؟

در دنیای امروز که اکثریت ما بیشتر از هر چیز با ابزارهای دیجیتال سروکار داریم، یکی از کارآمدترین روش های تبلیغات، تبلیغات آنلاین است. گوگل ادز سرویس تبلیغات آنلاین شرکت گوگل است. این برنامه به شما امکان می دهد تا تبلیغات خود را در صفحات جست و جوی گوگل قرار دهید و به ازای کلمات کلیدی خاص، مخاطبان خاص خود که مشتریان بالقوه شما هستند را از سرویس و یا محصول خود مطلع کنید. برای استفاده از سرویس گوگل ادز، شاخص هایی هستند که اهمیت زیادی در موفقیت این روش دارند. در ادامه برخی از این شاخص ها را معرفی می کنیم:



تمامی ترفندهای بالا در بلوک «دیجیتال مارکتینگ» به صورت کامل توضیح داده شده است. برای اطلاع از روش های انجام هر یک از این ترفندها به این بلوک مراجعه کنید.

Google Ads

college
TAPSELL