

THE MAGIC OF SOCIAL MEDIA & DIGITAL MARKETING FOR STARTUPS



THE MAGIC OF SOCIAL MEDIA & DIGITAL MARKETING FOR STARTUPS



STARTUPS SOCIAL MEDIA DIGITAL MARKETING CONTENT MARKETING



دکترای تجارت الکترونیک-سوشال مدیا مارکتینگ
هم بنیانگذار شرکت خدمات استارتآپی اندیشگاه کسب و کار
هم بنیانگذار شرکت بازرگانی بین المللی سیبرلس روسیه
منتور پارک علم و فناوری و مراکز رشد استان مازندران
رییس دپارتمان روانشناسی و مشاوره شغلی
با همراهی مجموعه دیجیتال مارکتینگ تمشک

-
-
-
-
-
-



THE STARTUP PROCESS



Ideation

Concept

Prototype

Business Model

Company



The term startup refers to a company in the first stages of operations. Startups are founded by one or more entrepreneurs who want to develop a product or service for which they believe there is demand.



Common Characteristics of a **STARTUP COMPANY**

- 
- Innovative
 - Problem Solving
 - Fast Growing
 - Scalable ×
 - Flexible
 - Higher Risk
 - Strong Company Culture
 - Young in Age
 - Smaller Teams
 - Tech-Oriented
 - Often Funded by Outside Investors

×

3

New startups launch
every second

Startups with

2

Or more founders are
more likely to succeed

You should know

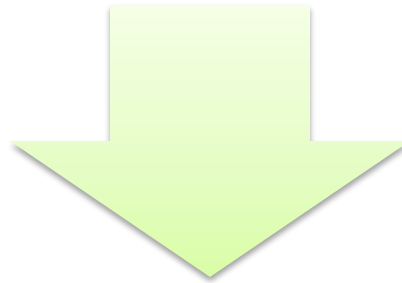
90%

Of startups fail

Premature
Scaling

Is why most
startups fail

The startup journey isn't easy



Key findings

مجمع جهانی اقتصاد، این گزارش را با نام «آینده مشاغل»
عمدتاً مبتنی بر پرس و جو از ۸۰۳ شرکت، با مجموع ۱۱,۳ میلیون کارمند،
در ۲۷ خوشه صنعتی و در ۴۵ کشور مختلف دنیا تنظیم کرده است.

Key findings

مجمع جهانی اقتصاد می گوید حدود **یک چهارم** مشاغل جهان

در ۵ سال آینده دستخوش تغییر می شوند.

پیش بینی شده تا سال ۲۰۲۷ حدود **۱۴ میلیون شغل** از صحنه روزگار محو شود،

چون **۸۳ میلیون شغل** از بین می رود،

اما تنها **۶۹ میلیون شغل** جدید جای آن ها را می گیرد

این سازمان باور دارد که **هوش مصنوعی** از جمله اصلی ترین دلایلی خواهد بود که

در کنار موضوعاتی مثل تغییرات اقلیمی بر این تغییرات گسترده دامن می زند

Key findings

مهارت های بیشتر مورد نیاز تا سال ۲۰۲۵ :

- تفکر تحلیلی، تفکر خلاق، تفکر انتقادی
- حل مسئله، خود کارآمدی و خود مدیریتی، تاب آوری، انعطاف پذیری
- سواد فناوری
- انگیزه، خودآگاهی، کنجکاوی و یادگیری مادام العمر، توانایی انطباق با محیط های کاری پُرچالش، قابل اعتماد بودن و توجه به جزئیات

experiences

قهوه استارتاباکس 3.5\$ /cup

اقتصاد تجربه

پرداخت پول بیشتر، خریداری تجربه‌ای خاص از مرکزی مشخص، در این مرکز، خود کیک به‌عنوان یک کالا، تنها جزء کوچکی از فرآیند خرید است

services

قهوه کافی شاپ 1.5\$ /cup

اقتصاد خدمات

پرداخت پول بیشتر، انتخاب از منو، دریافت خدماتی مانند ارائه در مقصد و ...

Goods

قهوه پاکتی 0.15\$ /cup

اقتصاد صنعتی

رفتن به قنادی، پرداخت پول بیشتر، خرید کیک، صرفه جویی در وقت خود

commodities

قهوه خام 0.05\$ /cup

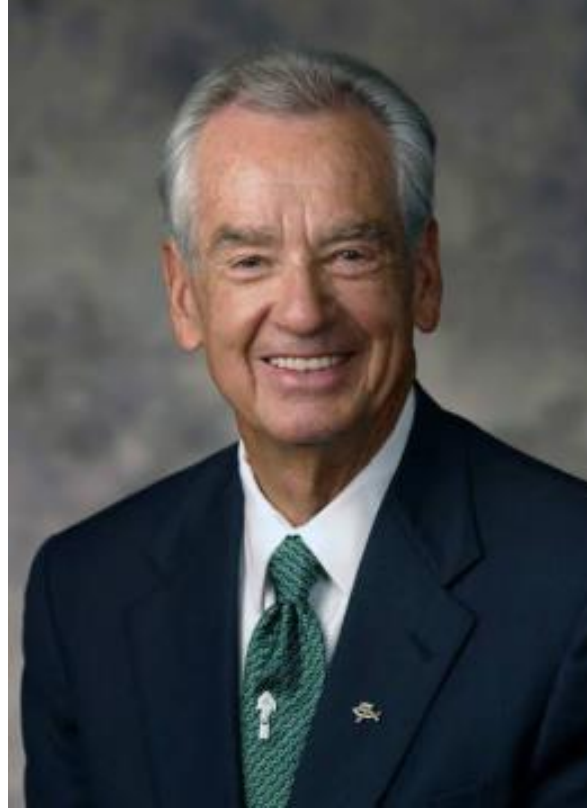
اقتصاد کشاورزی

تولید کیک: تهیه مواد اولیه، پختن توسط خود، پرداخت هزینه بسیار کم



Zig Ziglar:

“People buy on emotion and justify on logic”



مردم از روی احساسات خرید می کنند و با منطق توجیه می کنند

Hilary Hinton Ziglar (1926 –2012) author, salesman, motivational speaker



Experience economy

Entertainment

Educational

Escapist

Esthetic



Social media is an experience, not a place to mindlessly push out content



این پیغام به مغز من داده
می‌شده که آدم‌هایی با سبک
غذایی متفاوت با من وجود
دارن.
"مشاهده تفاوت‌ها"



مثلا وقتی به ماکارون از
لادوکه می‌خریم داریم برای
تجربه خوردن از به برند
معروف فرانسوی پول
می‌دیم.



تجربه‌ای بود که هتل فورسیزن
به مسافرش می‌فروخت: جزیره
خصوصی، خدمات
شخصی‌سازی‌شده، طراحی و
غذا و اسپا و ...



ما وقتی می‌ریم سفر، به کالا
نمی‌خریم.
داریم تجربه می‌خریم: تجربه
دیدن به مردمان دیگه، به
سبک زندگی دیگه، به طبیعت
دیگه ...



یا وقتی می‌ریم خرید و می‌کیم من
کیسه پلاستیکی نمی‌خواهم و خودم با
خودم ساکپارچه‌ای آوردم داریم
خودمون رو در تجربه اجتماعی حامیان
محیط زیست قرار می‌دیم.



تجربه اجتماعی خیلی کل و
کشاده: مثلا وقتی به اثر هنری
می‌خریم خودمون رو در گروه
هنردوست‌ها قرار می‌دیم.



وقتی به کفش از دیور می‌خریم
داریم واسه تجربه "خدمات
مشتریان لوکس" پول می‌دیم.



و تازه فقط این‌ها نیست! وقتی
کفش دیور می‌خریم، خودمون
رو در یک تجربه اجتماعی هم
سهیم می‌کنیم: گروه
دیورپوش‌ها



Send message

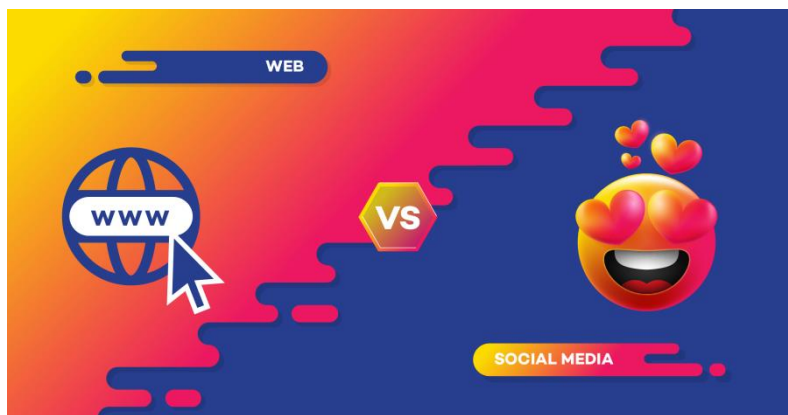


اقتصاد تجربه و رسانه های اجتماعی



تجربه	خدمت	صنعتی	کشاورزی	سطح اقتصاد
تجربیات	خدمات	کالا	مواد خام	نوع ارائه
به روی صحنه آوردن	ارائه	تولید	استخراج	کارکرد اقتصاد
خاطره انگیز	غیر ملموس	ملموس	قابل تعویض	ماهیت ارائه
شخصی	سفرشی و مشتری پسند	استاندارد شده	طبیعی	صفت کلیدی
صحنه گردان	تامین کنندگان	تولید کنندگان	بازرگانان	فروشنده
میهمان	ارباب رجوع	استفاده کنندگان	بازار	خریداران
احساسات	سود	ویژگی ها	مشخصه	فاکتورهای تقاضا





- محیط صمیمی
- اطلاعات پشت پرده
- آموزش و یاددهی (خلق ارزش)
- تاثیرگذاری با استمرار
- مدیریت تصویر پردازی ذهنی
- اقتصاد مشارکتی
- اقتصاد تجربه



Control the narrative and send people to social pages when you decide	With only social media channels, you don't own your brand
Your website is entirely customisable to suit your brand and business needs	You are limited by the interface and functionality of the social media platform
A website is a home for your online presence	Social Media is a marketing tool
A website offers more opportunity to gain insight from traffic analytics and user behaviour	Social Media is limited by the analytics and insights available from the platform



۴۵ درصد از بزرگسالان بالای ۶۵ سال آمریکا از رسانه های اجتماعی استفاده می کنند

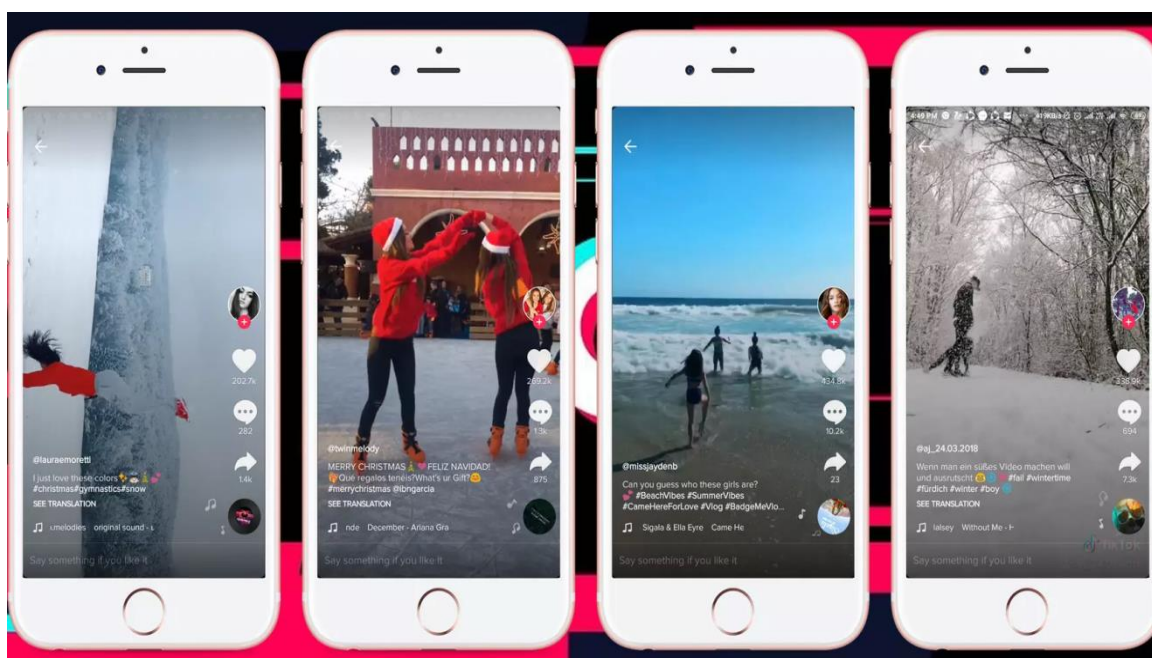
این افزایش ۴۰۰ درصدی از سال ۲۰۱۰ است

۸۱ درصد از افراد ۳۰ تا ۴۹ ساله از رسانه های اجتماعی استفاده می کنند

۸۴ درصد از افراد ۱۸ تا ۲۹ ساله از رسانه های اجتماعی استفاده می کنند



December 2023



درآمد اغلب رسانه های اجتماعی بجز ایکس در سال ۲۰۲۳ نسبت به سال قبل افزایش یافته است

درآمد رسانه های اجتماعی از طریق آگهی برای کودکان بیش از ۱۱ میلیارد دلار بوده است

درآمد چند غول رسانه های اجتماعی از آگهی حدود ۲۷۰ میلیارد دلار برآورد شد

پیش بینی شده است در دو سال آینده تیک تاک از اینستاگرام پیش بگیرد

برآورد شده امریکایی های بالاتر از ۱۸ سال، روزانه بیش از ۵۵ دقیقه را صرف تیک تاک می کنند

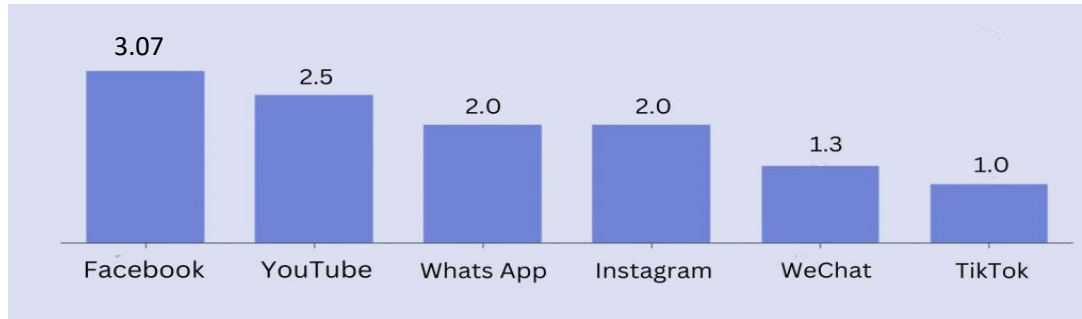
تیک تاک با رشد چشمگیر تعداد کاربران به بیش از ۱ میلیارد کاربر در سراسر جهان دست یافت

بیش از ۱۴ درصد امریکایی ها اخبار را از طریق تیک تاک دریافت می کنند



WHY? Digital Marketing

2024



۵,۳ میلیارد نفر در جهان از اینترنت استفاده می کنند

۴,۹۵ میلیارد نفر از رسانه های اجتماعی استفاده می کنند (۶۱,۴٪ جمعیت جهان)

پیش بینی شده تا پایان ۲۰۲۴ تعداد کاربران به ۵,۱۷ میلیارد نفر برسد

ارزش بازار رسانه های اجتماعی ۴۹,۰۹ میلیارد دلار با نرخ رشد ۲۶,۲٪ است

کاربران رسانه های اجتماعی هر روز به طور متوسط ۲ ساعت و ۲۴ دقیقه می گذرانند

۴۳٪ از کاربران اینترنت، برندها را از طریق رسانه های اجتماعی کشف می کنند

۷۳٪ از بازاریابان، رسانه های اجتماعی را برای ترویج برند ترجیح می دهند

If you want to stay competitive, you need to be where your customers are





Marketing is the activity, set of institutions, and processes for **creating**, **communicating**, **delivering**, and **exchanging** offerings that have **value** for **customers**, **clients**, **partners**, and **society** at large.



برند، تنها شامل یک لوگو نیست. یک هویت یا محصول هم نیست. در عوض، وعده‌ای به مشتری است.

برند نمایان‌گر این است که شما چه کسی هستید و چه کاری انجام می‌دهید.

بازاریابی برند پیوند یک نام تجاری با احساس خاص است برای دریافت آن حس توسط مشتری

مثال: «سرزمین عجایب»، «یک و یک»، «بنز»

فرآیند افزایش علاقه به محصول/خدمت یک برند است. مثلا برند قهوه، در مورد مزایای قهوه و نیاز مشتریان به قهوه می‌گوید





We serve you decaf
if you're rude.



Maxwell
House
GOOD TO THE LAST DROP!



از روش های عصب شناسی برای درک تاثیر بازاریابی بر فعالیت مغز، افکار و احساسات مشتریان استفاده می کند

به سراغ اصل مطلب بروید.

ویژگی های محصول را
تصویرسازی کنید.

احساسات را
در متن نشان دهید.

قوانین
بازاریابی عصبی

از ضمیر (ما) استفاده کنید.

از برند خود زیاد حرف نزنید.

از حاشیه پردازی دوری کنید.



بازاریابی برون گرا، روشی از بازاریابی است که در آن یک کسب و کار با استفاده از روش‌هایی (تبلیغات های محیطی، رادیویی، تلویزیونی، چاپی، ایمیل مارکتینگ و ...) سعی می‌کند با مشتری ارتباط برقرار کند. مانند: دست‌فروشی که در بازار نام و قیمت محصولاتش را بلند فریاد می‌زند و یا شرکتی که بیلبوردهای تبلیغاتی بزرگ سطح شهر را کرایه کرده است.



Enterprise



Clients



Enterprise



Clients

بازاریابی درون‌گرا روی جذب افراد با تولید محتوا تمرکز دارد؛ مثل پر کردن فرم در وب‌سایت، پست‌های شبکه‌های اجتماعی، پادکست‌ها، بلاگ‌ها، وبینارها و ... یعنی روشی است که صاحبان کسب و کار سعی می‌کنند با استفاده از تکنیک‌هایی همانند آهنربا، مشتریان را جذب خود کنند. یعنی مشتری به دنبال آنها برود.



به نوعی بازاریابی شخصی برای افراد خاص است. که با استفاده از یک سری کمپین شخصی سازی شده روی جذب خاص مشتریان یا حساب های با ارزش در یک بازار خاص تمرکز می کند. به عبارت دیگر، در اینجا شما انتخاب می کنید که چه کسی مشتری باشد. (پروفایل افراد یا سابقه پیام ها و لایک ها)

برندها به افرادی که محصولاتشان را تبلیغ کرده و به فروش رسانده، کمیسیون می دهند. (معمولا لینک فروش مشخص به آن فرد یا شرکت واسطه می دهند)

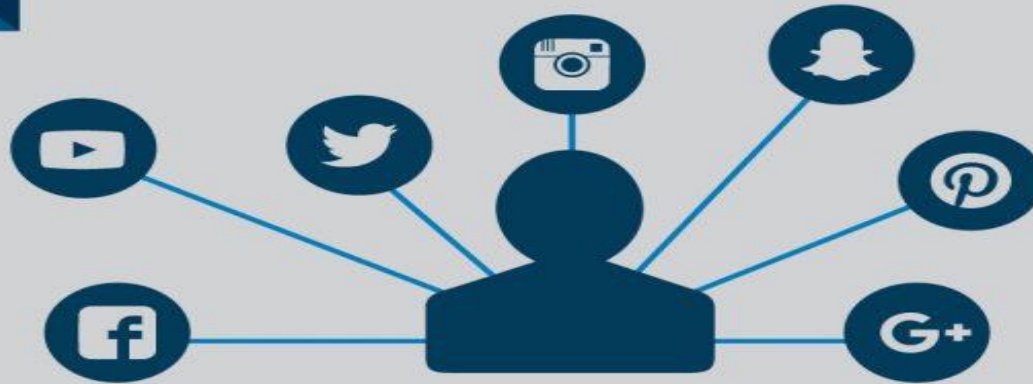


نوعی از بازاریابی درونگرا است که به فرایند تولید و به اشتراک گذاری محتوایی که باعث حفظ مشتریان قبلی و بدست آوردن مشتریان جدید است، می پردازد.



"نقطه اوج بازاریابی اینجاست"
استفاده از محتوای ایجاد شده توسط مشتری مانند تصویر، ویدیو و نظرات، برای تبلیغ یک محصول / خدمت می باشد.
۹۳٪ خریداران می گویند که نظرات سایر کاربران در زمان تصمیم گیری آنان برای خرید، موثر بوده است (عکس محصولات آپلود شده توسط کاربران در دیجی کالا)

USER-GENERATED CONTENT



69% OF PEOPLE HAVE SOME FORM OF SOCIAL MEDIA ACCOUNT

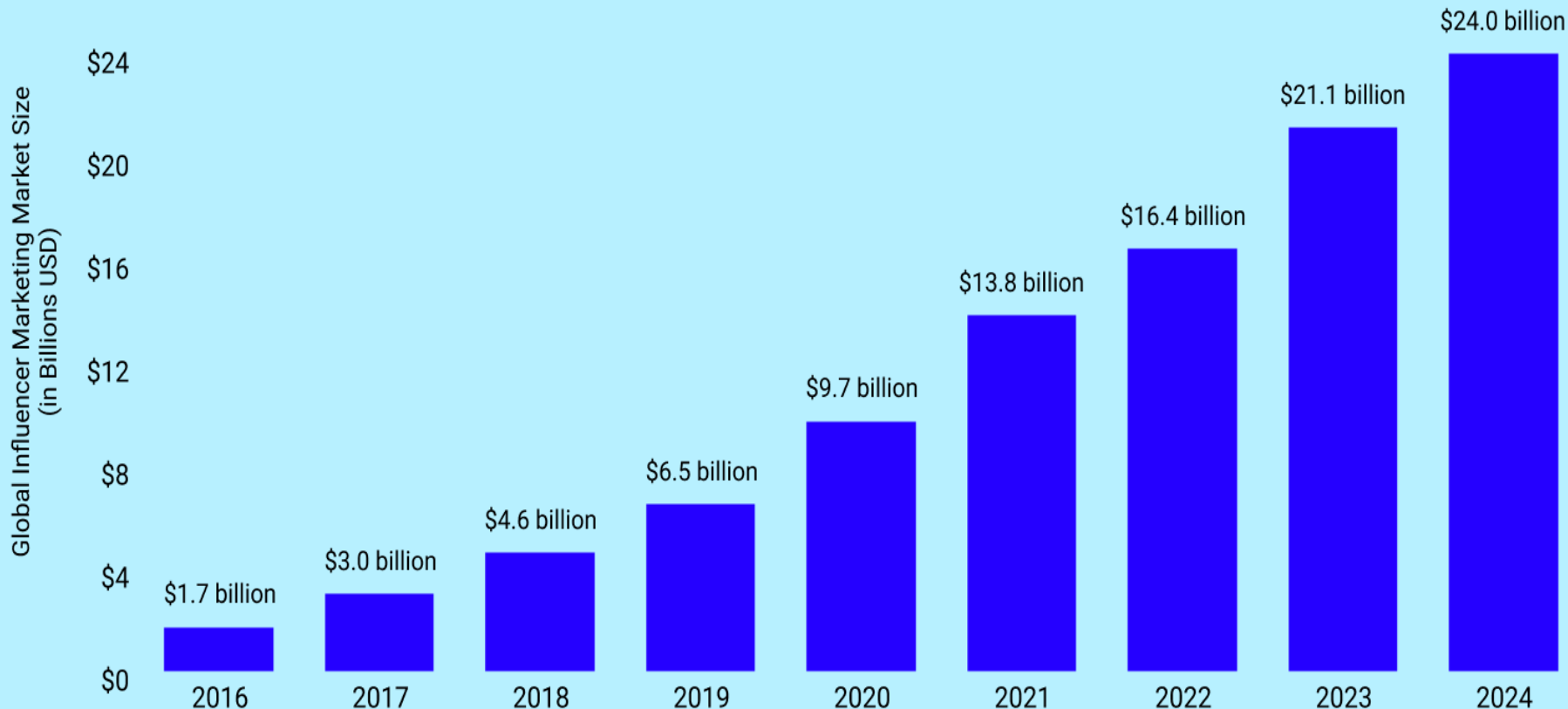


CONSUMERS ARE **83%** MORE LIKELY TO TRUST PEERS OVER THE BRAND ITSELF



YOUNGER GENERATIONS ARE MORE RELIANT ON PEER REVIEWS WHEN MAKING PURCHASING DECISIONS.

Influencer Marketing Market Size (2016-2024)



Source: Influencer Marketing Hub



Mega Influencer

Macro Influencer

Micro Influencer

Nano Influencer

انواع اینفلوئنسرها

Some of the top-paid mega influencers in 2023, according to Influencer Marketing Hub, include:

- Cristiano Ronaldo, at \$2.3 billion per post
- Kylie Jenner, at \$1.8 billion per post
- Leo Messi, at \$1.7 billion per post
- Selena Gomez, at \$1.7 billion per post

غالباً مخاطبان بسیار متنوعی با موضوعات مورد علاقه دارند. لزوماً متخصص موضوع نیستند، اما قطعاً بمب خبری هستند	تاثیرگذارتر از افراد مشهور	Mega Influencer	1M +
برندهایی که می خواهند نوع خاصی از مشتری را هدف قرار دهند، اما همچنان می خواهند به توده‌ها دسترسی پیدا کنند	معمولاً مشهوریت توسط اینترنت از راه تولید محتوا	Macro Influence	1M 100K
از آنجاکه تعامل بیشتر با مخاطبان یکسان دارند، برندها در کمپین بازاریابی با هدف دسترسی سریعتر به مشتریان هدف خود و با پرداخت مبلغ مناسب تر از آنان بهره مند می شوند	بعنوان متخصص صنعت یا متخصص موضوع مشهوریت توسط اینترنت	Micro Influence	100K 1K
برندهایی که توسط نانو اینفلوئنسرها ارائه می شوند، اغلب معتبرتر تلقی می شوند، با توجه آنکه نانو اینفلوئنسر با اکثریت فالوورهای خود رابطه واقعی دارد	سطوح بالای تعامل نفوذ در جامعه محلی	Nano Influencer	1K-

•Relevance ارتباط محتوای اینفلوئنسر با برند شما

•Reach آمار واقعی کاربران که در معرض پیام برند شما قرار می گیرند

•Resonance سطح تعاملی که اینفلوئنسر با مخاطبان در رابطه با برند شما می تواند ایجاد کند

•Content quality کیفیت محتوا اینفلوئنسر، خلاقانه و بدور از حاشیه و درگیری باشد

•Reliability قابلیت اطمینان شخص اینفلوئنسر که در زمان مناسب و با محتوای مناسب پست بگذارد

BENEFITS OF DIGITAL MARKETING



فراهم کردن فرصت های برابر برای همه

هدف قراردادن مخاطب مناسب

مقرون به صرفه

برند سازی و معرفی آن

در معرض دید قراردادن

افزایش درآمد

نتایج قابل اندازه گیری





دیجیتال مارکتینگ: استفاده از اینترنت ، دستگاه های تلفن همراه ، رسانه های اجتماعی ، موتورهای جستجو و کانال های دیگر برای دسترسی به مصرف کنندگان یا مشتریان است.

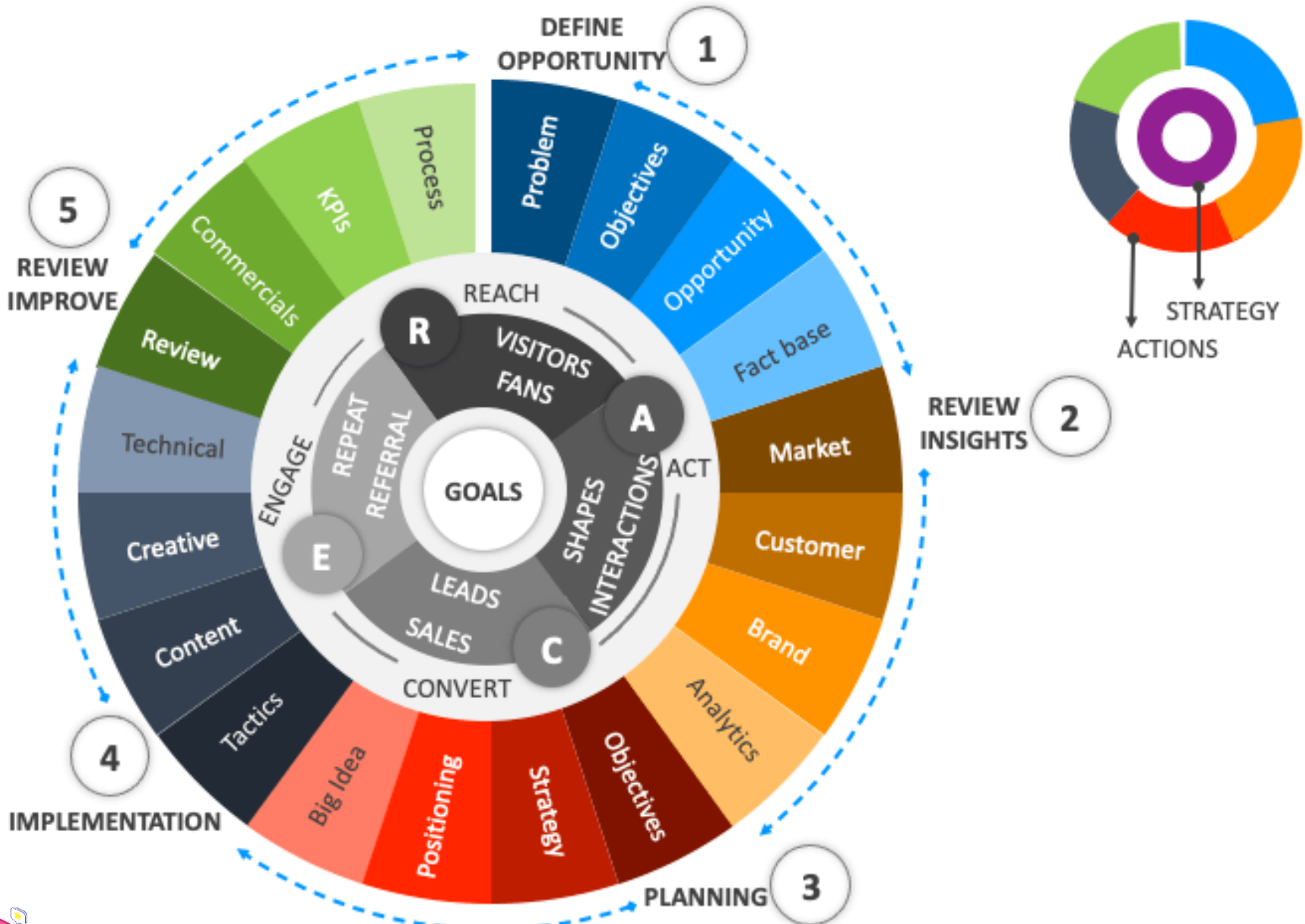
استراتژی دیجیتال مارکتینگ: برنامه‌ای است که به شما کمک می‌کند به اهداف کسب‌وکاری خود برسید و در راه رسیدن به این اهداف از ابزارهای موجود، کمپین‌ها و کانال‌هایی مثل رسانه‌های فردی، پولی و اکتسابی استفاده کنید.

مراحل تدوین استراتژی دیجیتال مارکتینگ:

- طراحی پرسونای مخاطب هدف (تصویری خیالی اما دقیق از مشتری، شامل سن، شغل، اهداف، علاقه‌ها، جنسیت، نیازها، تحصیلات، درآمد، موقعیت جغرافیایی و...)
- اهداف و منابع خود را مشخص کنید
- کانال‌های دیجیتال مارکتینگ که در اختیار دارید را ارزیابی کنید (نرخ بازگشت سرمایه ROI را بررسی کنید)
- برای تولید محتوای خود برنامه‌ریزی کنید (موج سواری، ایده گرفتن از گذشته، گپ محتوایی، تقویم محتوا و...)
- کمپین‌های رسانه‌های اکتسابی‌تان را بررسی کنید (بررسی اثربخشی در نرخ اینگیجمنت، اشتراک گذاری و...)
- کمپین‌های رسانه‌های پولی و تبلیغاتی‌تان را بررسی کنید (بررسی نرخ تبدیل و...)



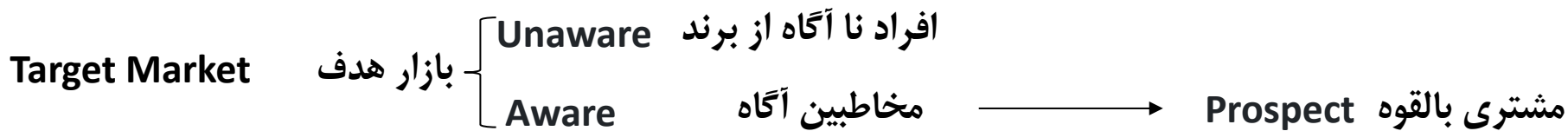
RACE DIGITAL MARKETING PLANNING



RACE، به کسب و کارها کمک می کند تا با مشتریان خود ارتباط برقرار کرده و آن ها را به مشتری وفادار تبدیل نماید.

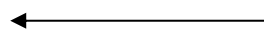


RACE DIGITAL MARKETING PLANNING



بالاترین نقطه قیف فروش

مشتری سرنخ (پیشرو : راغب) Lead



مشتری راغب تعیین صلاحیت شده از لحاظ اطلاعات

IQL: Information Qualified Lead

مشتری راغب تعیین صلاحیت شده از لحاظ بازاریابی

ML: Marketing Qualified Lead

مشتری راغب پذیرفته شده از لحاظ فروش (تایید اولیه)

SAL: Sales Accepted Lead

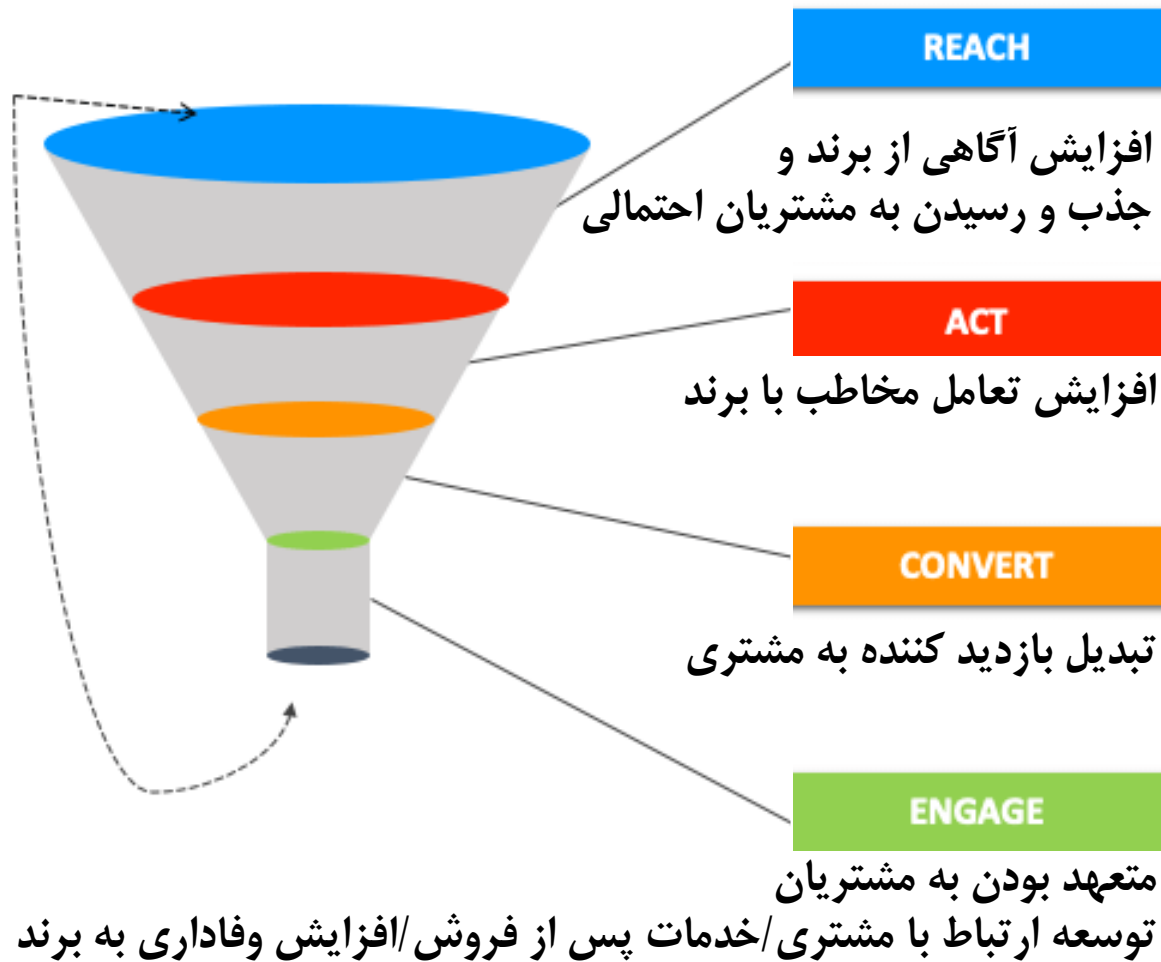
مشتری راغب تعیین صلاحیت شده از لحاظ فروش (تایید نهایی)

SQL: Sales Qualified Lead

Sales Funnel



RACE DIGITAL MARKETING PLANNING



RACE DIGITAL MARKETING PLANNING

Reach

جذب و رسیدن به مشتریان احتمالی

در این راه سوالاتی را باید از خود پرسید، مثل: مشتریان من معمولاً کجا هستند؟ آنها چه می خوانند/ می بینند/ می شنوند؟ چه نوع محتوایی را می توانم ارائه دهم که باعث ایجاد ارزش برای مخاطبان من شود؟ مخاطبان هدف از چه نوع روش های جستجویی استفاده می کنند؟ رقیبان چه می کنند؟

برای رسیدن به مشتری هدف از روش ها زیر می توان استفاده کرد:

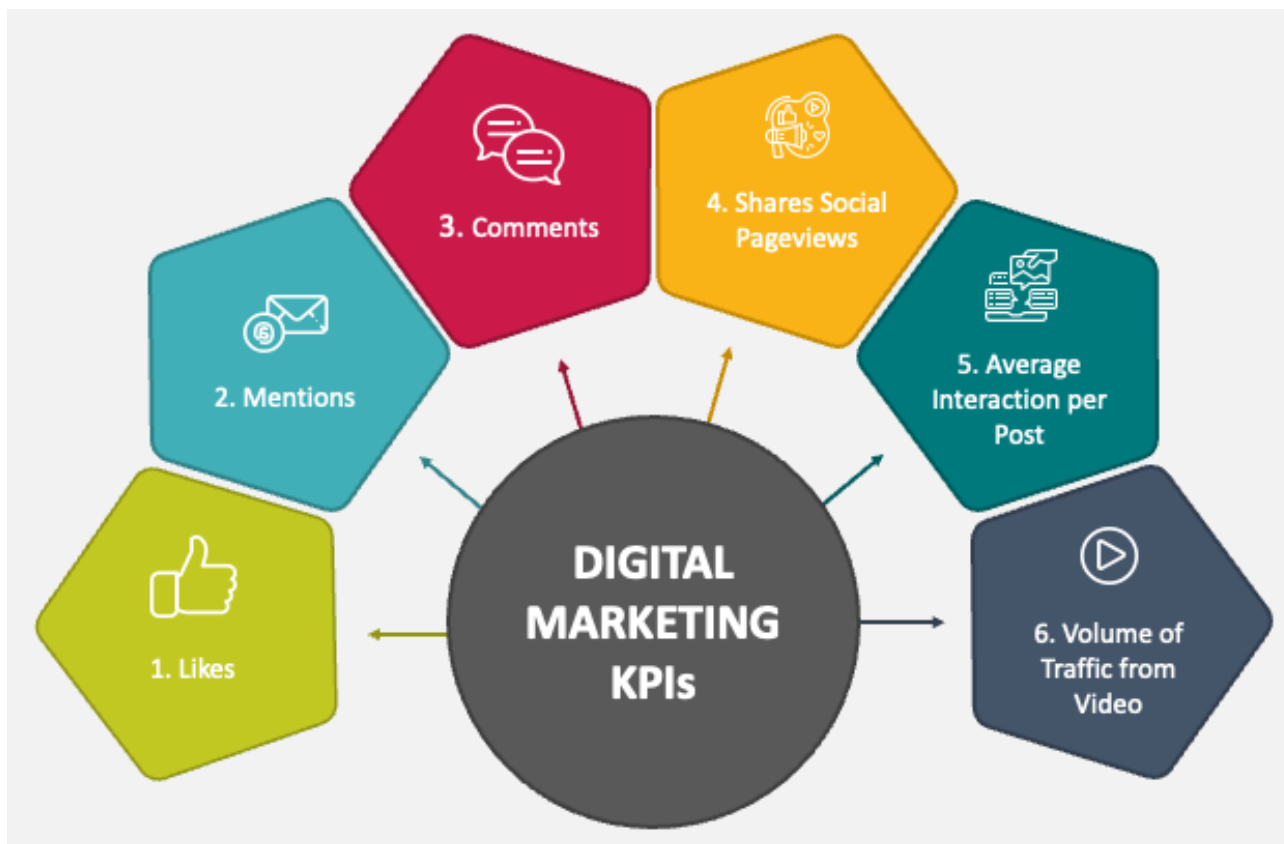
- سئو
- بازاریابی در شبکه های اجتماعی
- استفاده از تبلیغات در فضاهای فیسبوک، لینکدین و غیره
- استفاده از روابط عمومی آنلاین
- مطبوعات



RACE DIGITAL MARKETING PLANNING

key performance indicator شاخص عملکرد کلیدی:

یک مقدار قابل اندازه‌گیری است که نشان می‌دهد یک شرکت چقدر به طور مؤثر به اهداف کسب و کاری مهم خود دست پیدا کرده است. سازمان‌ها از KPI برای ارزیابی موفقیت در دستیابی به اهداف خود استفاده می‌کنند.



RACE DIGITAL MARKETING PLANNING

REACH
Awareness
and visits

Unique
visitors

Bounce
rate

Revenue
per visit

n Searches
% Brand

Reach در KPI

- بازدیدکنندگان منحصر به فرد از صفحه شما
- نرخ پرش
- ارزش (درآمد) هر بازدید
- نرخ دنبال کنندگان برند



RACE DIGITAL MARKETING PLANNING

Act

افزایش تعامل مخاطب با برند

در این مرحله باید مبادرت به تشویق بازدیدکنندگان به ارتباط برقرار کردن با خود کنید. فراموش نکنید که مشتریان به دنبال دانستن بیشتر از برند شما، محصولاتان و نقطه قوت آن نسبت به رقیبان هستند. این می تواند درخواست برای اطلاعات بیشتر در مورد شرکت یا محصول، جستجو برای یافتن محصول و یا اشتراک برای خبرنامه باشد. این ها همه اهداف اصلی شما جهت ارتباط برقرار کردن با مشتری می باشند.

جهت تعامل بهتر از ابزارهای ذیل استفاده کنید:

فرم های هوشمند / بهینه سازی از طریق CRM / بهبود فرآیند خرید
بهینه سازی قیف فروش / بازاریابی قطره ای / تماس تلفنی / خبرنامه ها



RACE DIGITAL MARKETING PLANNING

ACT
Interaction
and leads

nLeads

% Conversion
to lead

Goal value
per visit

Page views
/ visits

Act در KPI



- تعداد مخاطبان راغب (پیشرو)
- نرخ تبدیل به راغب
- ارزش هدف در هر بازدید
- بازدید از صفحه
- اشتراک گذاری، نظرات و لایکها



RACE DIGITAL MARKETING PLANNING

Convert

تبدیل بازدید کننده به مشتری

بازدید کننده را به سمت مرحله خرید سوق دهید
در اینجا سوالاتی پیش می آید. چه نوع مشوقاتی می توان قائل شد که ارتباط تا آنجا
که ممکن است نزدیک تر شود؟ آیا قیمت من قابل رقابت است؟ وضعیت رقبا در
خصوص قیمت ها چگونه است؟ چقدر فرآیند خرید در سایت فروشگاه اینترنتی ما
راحت و بی دردسر است؟ چه مشکلاتی در راه خرید مشتری وجود دارد؟

در این راه از ابزارهای ذیل استفاده کنید:

- تست A/B (با شناخت رفتار مخاطب، بهترین رابط و تجربه کاربری را ارائه دهید)
- استفاده از تکنیک های CRO بهینه سازی نرخ تبدیل
- بررسی علاقمندی مشتریان نسبت به محصولات یا خدمات



RACE DIGITAL MARKETING PLANNING

CONVERT

Sales and
profit

nSales

% Conversion
to sale

Sales
value

Average
order value

Convert در KPI

- تعداد فروش
- نرخ تبدیل به فروش
- میزان سود یا میزان درآمد
- میانگین ارزش سفارشات



RACE DIGITAL MARKETING PLANNING

Engage

متعهد بودن به مشتریان

هدف این مرحله، ایجاد یک تعامل و رابطه طولانی مدت با مشتریان است. در واقع شما باید افرادی که برای اولین بار خرید کرده‌اند را به مشتریان وفاداری تبدیل کنید که طرفدار برند و محصولات شما هستند.

اغلب برندها مشتریان خود را در بستر رسانه‌های اجتماعی و ایمیل درگیر می‌کنند. سعی کنید محتواها و مشوق‌هایی طراحی کنید که ضمن ایجاد وفاداری در مشتریان، طول عمر و ماندگار آنها را نیز افزایش دهند و در نهایت، شما را به اهداف کسب و کارتان برسانند.

در این راه از ابزارهای ذیل استفاده کنید:

- بازاریابی از طریق وبلاگ
- بازاریابی تصویری
- خبرنامه



RACE DIGITAL MARKETING PLANNING

ENGAGE
Loyalty and
advocacy

% Active
customers

% Customer
conversion

% existing
sales value

n Brands
mentions

Engage در KPI

- نرخ مشتریان فعال
- نرخ تبدیل مشتری
- نرخ ارزش فروش موجود
- نرخ منشن کردن برند شما



Personal or company brand?

Should you use
your real name or
your company name?



September 2023





@tombilyeu
1.5m followers



@garyvee
8.3m followers



@impacttheory
218k followers



@vaynermedia
214k followers



@richardbranson
4.3m followers



@joannagaines
12.7m followers



@virginatlantic
546k followers



@magnolia
5m followers





@elonmusk

37.7m followers

(Twitter)



@teslamotors

7.4m followers

People don't follow **logos**

They follow **people**



Personal or company brand or story?

January 2024





19 Posts
37.9K Followers
2,095 Following

Elon Musk / SpaceX / Startlink 🌐

@elon.musk_oficial

Mars & Cars, Chips & Dips
[startlink7.webnode.page](#)



372 Posts
8.8M Followers
162 Following

Bill Gates

@thisisbillgates

Sharing things I'm learning through my foundation work and other interests.
[gatesnot.es/TheYearAhead2024](#)



805 Posts
9.7M Followers
2 Following

Tesla
electric vehicles, giant batteries and solar
[www.tesla.com/](#) and 2 more



920 Posts
4.3M Followers
234 Following

Microsoft

@microsoft

The latest ↓
[msft.it/MSFTlinkinbio](#) and 4 more
Redmond, Washington





3,881 Posts

4.9M Followers

431 Following

Richard Branson

richardbranson

Screw it, let's do it.

virg.in/U3Xj



266 Posts

4.2M Followers

43 Following

Jeff Bezos

jeffbezos

Amazon. Blue Origin. Washington Post. Bezos Earth Fund. Bezos Academy.

hoo.be/jeffbezos



2,413 Posts

245K Followers

179 Following

Virgin

virgin

Hey you. Welcome to Virgin, home to the #VirginFamily. Painting the town red since 1970.

sprout.link/virgin



2,716 Posts

4.6M Followers

66 Following

Amazon

amazon

Retail company

Currently manifesting our wish list ✨

Tag us in your #AmazonFinds

visitstore.bio/amazon





1,354 Posts
306M Followers
165 Following

Nike

📍 nike

Spotlighting athlete* and stories

🔗 [linkin.bio/nike](#) and 1 more

One Bowerman Dr, Beaverton, Oregon 97005



3,052 Posts
17.9M Followers
4,479 Following

Starbucks

Brand

Bundle up, winter is here. ❄️

🔗 [starbucks.app.link/WinterFaves](#)



7,555 Posts
55M Followers
8 Following

Louis Vuitton

📍 louisvuitton

The official Instagram account of Louis Vuitton.

🔗 [on.louisvuitton.com/6005Rm24U](#)

🔍 LV CIRCLE • 420K members

لویی ویتون

LOUIS VUITTON



شرکت تابعه

مد و کالای لوکس

۱۸۵۴

لویی ویتون

پاریس، فرانسه

جهانی

مایکل برک [۱]

ارمیتا دیور (مدیر هنری)

مد (پوشاک)

کفش

چمدان

سینک

جوهرآلات

۳۰،۶۳ میلیارد یورو (۲۰۱۴) [۲]

ال و ام هاش

۱۲۱،۲۸۹ نفر (۲۰۱۴)

🌐 [www.LouisVuitton.com](#)

نوع

صنعت

بنا نهاده

بنیانگذاران

دفتر مرکزی

محدوده فعالیت

مدیر عامل اجرایی

افراد کلیدی

محصولات

درآمد

مالک

تعداد کارکنان

وبگاه



جان داناهو

John Donahoe



مایرون اولمن

Myron Ullman



People don't follow **logos**

They don't follow **people**

They follow **Stories**

اینفلوئنسر: فردی که بتواند تجربه زیسته خود (داستان خودش) رو با دیگران در میان بگذارد

ساعتی میزان آنی ساعتی موزون این
بعد از این میزان خود شو تا شوی موزون خویش





روز جهانی نیک

2,044
72
389

rashtmuseumcafe Follow

ذرات آرد با نور یواش آخر پاییز، طوری ...
Liked by mojtabaei_mona and 2,043 others
rashtmuseumcafe • Original audio

← rashtmuseumcafe

537 Posts 25.4K Followers 58 Following

کافه موزه رشت
Cafe

ساعت کاری کافه : ۷ صبح تا ۱۱:۳۰ شب
پیشگرفت (رزرو) از طریق تماس تلفنی
... more رشت، بلوار معلم، بین میدان معلم و میدان

See translation
کافه موزه رشت, Rasht, Iran



4,116 likes

rashtmuseumcafe بعضیا به شکل نیستن باهات اما مشکل رو حل میکنن برات! همونا که عین نصف النهار مبداء، وقتی میشن کنارت، نیمه‌ی تو رو خوب کامل میکنن! اصن گاهی تضاد، چاره‌ی رابطه‌ست تا به یه شکل درست از خودت برسی.

میدونی، شاید «شاپور قهوه‌چی» وقتی «املت شاپوری» رو برای اولین بار درست میکرد، معنی تضاد رو توی زندگی، خوب فهمیده بود!

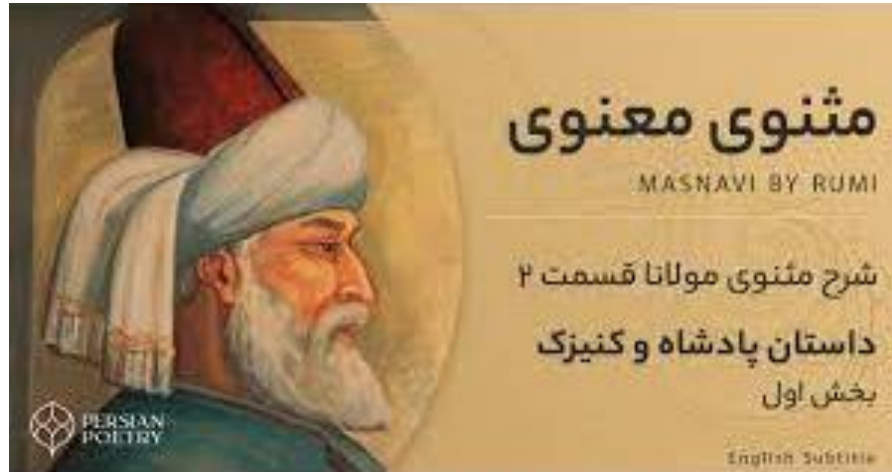
طعم: منوی صبحانه | املت شاپوری کافه موزه رشت
موسیقی: ترانه گیلکی بوشو بوشو ر | خواننده: بانو شمس و نادر گلچین

Home Search Add Post Reels





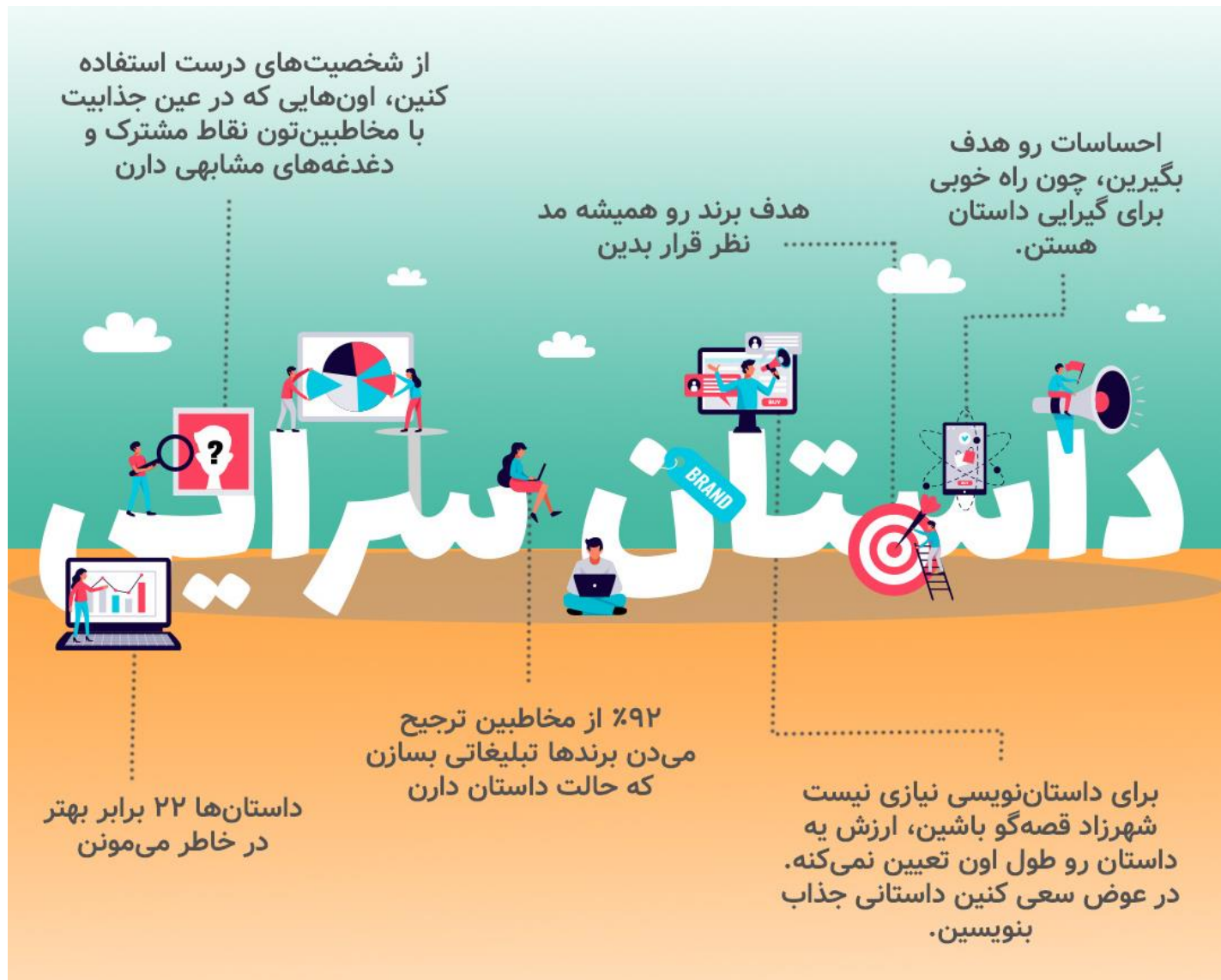
شنوید ای دوستان این داستان خود حقیقت نقل حال ماست آن





داستان ها این قابلیت را دارند که آدم را تا مدت ها سرگرم کرده و ذهن را طوری درگیر کنند که انگار هیچ امر مهم دیگری در دنیا نیست





داستان‌ها با عواطف ما در ارتباط هستند، دنبال کردن یک خط داستانی جذاب و لذتبخش است برندها با کمک داستان، نشان دهند که چطور محصولشان تاثیر مثبتی در زندگی ایجاد می‌کند داستان‌ها باعث ترشح اکسی توسین (هیجان و حال خوب) می‌شوند





Logic explains whereas stories persuade. Stories capture the big picture

منطق توضیح می دهد، در حالی که داستان ها متقاعد می کنند

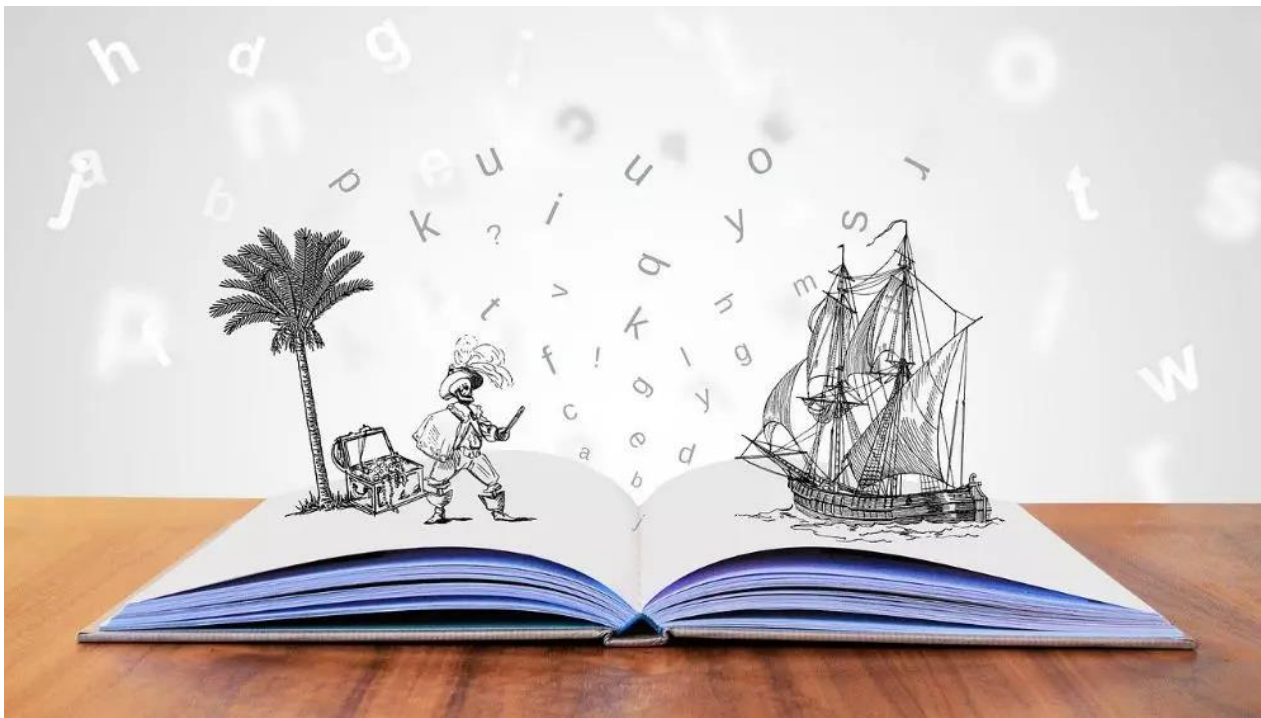
داستان ها تصویر بزرگ را ثبت می کنند





وقتی یک داستان عالی می شنوید، نمی توانید چیزی را احساس نکنید
این احساسات شادی، غم، خشم یا ترس مدتها پس از پایان داستان با ما می ماند
به همین دلیل است که داستان گویی احساسی یک ابزار بازاریابی قدرتمندست
زمانی که داستان سرایی احساسی به خوبی گفته شود،
داستان استارتاپ قابل ربط تر، به یاد ماندنی تر و متقاعدکننده تر می شود
داستان می تواند برند شما را به سر زبان های بکشانند و باعث شود مشتریان شما
احساس کنند که بخشی از چیزی بزرگتر هستند





برای استارت آپ ها، داستان سرایی، کلید موفقیت است
مسیری است برای متمایز شدن از دیگران، برجسته شدن در
یک بازار شلوغ، ایجاد ارتباط عاطفی با مشتریان
و افزایش آگاهی و درآمد و ایجاد یک برند قدرتمند





Stories have the power to build trust and loyalty like no other tool

داستان ها قدرتمندترین ابزار برای ایجاد اعتماد و وفاداری مشتریان هستند



مهارت های بیشتر مورد نیاز تا سال ۲۰۲۵:

- تفکر تحلیلی، تفکر خلاق، تفکر انتقادی
- حل مسئله، خود کارآمدی و خود مدیریتی، تاب آوری، انعطاف پذیری
- سواد فناوری
- انگیزه، خودآگاهی، کنجکاوی و یادگیری مادام العمر، توانایی انطباق با محیط های کاری پُرچالش، قابل اعتماد بودن و توجه به جزئیات



روند پیشرفت ارزش اقتصادی



داستان سرایی یکی از قدرتمندترین ابزارها در **زرادخانه** برندسازی استارت آپ ها است

Storytelling is one of the most powerful tools in a startup's branding arsenal





The pulse of digital marketing is story

