



بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ



## آژانس هواپیمایی علی بابا در نسل چهارم بازاریابی

(کاری از گروه تحقیقاتی فلامینگو)

اعضای گروه:



میلاد خسروی



محمد پوریا پلویی



محمد جعفری



## سخن مختصری درباره علی بابا



**علی بابا**  
**رتبه‌یک**  
**خرید اینترنتی**  
**بلیط سفر**

بلیط هواپیما  
بلیط قطار  
بلیط اتوبوس

 alibaba.ir

همه ما تقریباً همیشه گفت تحت تأثیر کمپین‌های تبلیغاتی علی بابا اعم از بنرهای جالب توجه و تبلیغات گسترده‌ی این شرکت در فضای مجازی و البته تعریف دوستان و آشنایان از نحوه خدمت‌رسانی این شرکت قرار گرفتیم. علی بابا یکی از بزرگترین و معتبرترین سایت‌های خرید اینترنتی بلیط هواپیما، قطار و اتوبوس در کشور است که از سال ۱۳۹۳ از ادغام آژانس سفرهای علی بابا و شرکت فرانکر پارس سیستم کار خود را شروع کرده و در این مدت توانسته رضایت درصد قابل توجهی از کاربران را به دست بیاورد. در ابتدا، فروش بلیط پرواز داخلی در دستور کار علی بابا قرار داشت؛ اما به مرور امکان خرید سایر محصولات گردشگری نیز به علی بابا اضافه شد.

## علی بابا؛ یعنی تجربه شایسته سفر

همانطور که از شعار سازمانی این شرکت مشخص است، علی بابا با رهبری آقای مجید حسینی‌نژاد محیطی پویا و ارگانیک برای کارکنان خود و خدمات متمایز از رقبا و شرکت‌های سنتی فعال در این صنعت را برای مشتریان خود فراهم کرده که به جرات چه از نظر پویایی سازمانی و چه از نظر مدیریت ارتباط با مشتریان در صنعت حمل و نقل و گردشگری ایران پرچمدار تحول است.



ارزش‌های علی بابا: علی بابا یک خانواده بزرگ است؛ خانواده‌ای که در آن روابط افراد بر اساس اعتماد و همکاری متقابل تعریف شده. در بین اعضای این خانواده ارزش‌هایی شکل گرفته تا کار کردن به یک فعالیت لذت‌بخش تبدیل شود.

## فصل یک

### جابجایی قدرت به مشتریان متصل

سوال اول) چه روندهایی در صنایع مربوط به شما وجود دارد که جابجایی به سوی چشم‌انداز کسب‌وکار افقی‌تر، غیرانحصاری‌تر و اجتماعی‌تر را نشان دهد؟



#### ۱. اقدامات و تاثیرات علی بابا در "افقی‌تر" شدن صنعت

در گذشته یک بازرگان، استاد دانشگاه، پزشک یا مهندس برای سفرهای کاری خود و تهیه بلیط هواپیما، قطار و اتوبوس و رزرو هتل مجبور بود زمان قابل توجهی از زمان روزانه خود را با حضور در آژانس‌های هواپیمایی و ترمینال‌ها یا تماس با هتل‌های مختلف یک شهر (بدون شناخت کافی از خدمات آن مرکز اقامتی) صرف کند. امروزه به مدد شبکه جهانی اینترنت و شرکت‌هایی مثل علی بابا این روند سنتی که از نظر لجستیک برای شرکت‌های ارائه دهنده خدمت و از نظر زمان برای مشتریان امری پرهزینه بود به امری آبی، راحت و قابل اطمینان تبدیل شده است.

از منظر نوآوری، این افقی‌تر شدن را به شکل‌های گوناگونی در علی بابا می‌توانیم مشاهده کنیم. در کسب و کارهای سنتی صنعت حمل و نقل شما مجبور بودید برای خرید بلیط هواپیما، قطار و اتوبوس و رزرو هتل به جاهای مختلفی سر بزنید ولی علی بابا با درک نیاز بازار تمام این موارد را در یک سایت اینترنتی و به شکل آبی فراهم کرده است. بزرگترین وجه تمایز علی بابا استرداد آبی بلیط حتی در لحظه آخر با کمترین جریمه ممکن است، موضوعی که بشدت برای مشتریان آن خلق ارزش کرده است. از نظر سازمانی نیز به شکل کاملاً زیبا این ارگانیک شدن و پویا و تخت شدن را در علی بابا شاهد هستیم. شناور بودن ساعت ورود و خروج برای کارکنان (یا به گفته مجید حسینی نژاد مدیرعامل این شرکت، "خانواده ۶۰۰ نفره علی بابا) فراهم کردن انواع امکانات رفاهی ورزشی در محیط کاری، روابط دوستانه مدیران با کارکنان، درهای باز جلسات تصمیم‌گیری برای تمام کارکنان و فرهنگ سازمانی تعامل‌محور مویید این امر می‌باشد. همچنین بخشی از مزایای دیگر این شرکت برای نیروی انسانی مشغول در آن:

\_\_ آموزش مستمر درون سازمانی با هدف توسعه فردی همکاران

\_\_ تسهیلات ماهانه برای عضویت در باشگاه‌های ورزشی

- اختصاص اعتبار ماهانه جهت ثبت نام در دوره های آموزشی خارج از شرکت مانند آموزش زبان انگلیسی، موسیقی، مهارت های ارتباطی یا هر دوره آموزشی دیگر

- بیمه تکمیلی برای همکار و خانواده درجه یک

- برگزاری تورهای ایرانگردی ماهانه



- امکان خرید بلیط و هتل با تخفیف و شرایط پرداخت مناسب

**مفهوم اعتماد مشتری که در گذشته عمودی بود حال به شکل افقی در آمده است .** کمپین های تبلیغاتی امروزه به هیچ وجه تأثیر پیشنهاد یک دوست یا آشنا (عوامل موسوم به اف) و یا استفاده کنندگان قبلی یک محصول / خدمت را ندارند. در تصویر مقابل نظر کاربران مختلف را در اپلیکیشن علی بابا و میانگین امتیازاتشان به هتلی در شهر مشهد را مشاهده میکنیم. علی بابا با فراهم کردن این امکان رتبه بندی همگانی به افقی تر شدن مفهوم اعتماد کمک می کند. شما اگر دنبال هتل خوب باشید نظرات میهمانان سابق این هتل تأثیر بیشتری روی شما می گذارد یا زرق و برق تبلیغات آن ؟

**از منظر رقابت ،** ذکر این موضوع کافی است که علی بابا به مدد افقی سازی ناشی از بستر فراهم شده در تجارت الکترونیک،

طی فقط ۵ سال از تاسیس آن (۱۳۹۳)، فقط در ۱۲ ماه گذشته با فروش ۶ میلیون بلیط ، تصاحب ۴۵ درصد از بازار گردشگری آنلاین و ۱۸۰۰ میلیارد تومان فروش به بزرگترین مرکز خرید و فروش بلیط و خدمات گردشگری ایران تبدیل شده است. در حالی که رقبای سنتی علی بابا شاید تجربه ای با نیم قرن در این صنعت داشته باشند.

## ۲. اقدامات و تاثیرات علی بابا در " اجتماعی تر " شدن رویه کسب و کار و صنعت حمل و نقل و گردشگری

حضور علی بابا در تقریباً تمام شبکه‌های اجتماعی اعم از فیس بوک ، اینستاگرام و توئیتر باعث شده که مشتریان راضی و ناراضی امکان نقد و بررسی علی بابا و به اشتراک گذاشتن نظراتشان در این بسترها را داشته باشند. موضوع جالب توجه پاسخگویی تیم پشتیبانی ۱۵۰ نفره علی بابا و پیگیری خواسته های مشتریان و پذیرش انتقادات آنان است. در پایین نمونه‌ای از به اشتراک گذاری تجربه مشتریان در بستر شبکه های اجتماعی با دنبال کنندگان خود و پاسخ تیم پشتیبانی فعال علی بابا رو مشاهده میکنیم:

**Tweet**

**Hosseini Ez.**  
@EzHosseini

دیروز بلیط پروازی رو از [#علی\\_بابا](#)  
خریداری کردیم. برای پرینت بلیط همکاران  
مالی اقدام کرده بودند که اعلام کرده بودند  
بلیط شما کنسل شده است و مجددا می  
توانید خریداری کنید!  
البته صد تومان گران تر ..

این هم کسب و کار اینترنتی ایرانی

Translate Tweet

9:24 · 30 Sep 19 · Twitter Web App

17 Likes

**Alibaba\_ir** @AlibabaIR · 6d  
Replying to @EzHosseini  
سلام دوست عزیز،  
لطفا شماره سفارشتون رو برای ما در دایرکت ارسال  
کنید تا پیگیری کنیم. با سپاس

**Hosseini Ez.** @EzHosseini · 6d  
انجام شد. با تشکر

**sarakarimian19** که زمانیکه هزینه بلیطی که ایرلاین کنسل کرده بود را پرداخت کردید، متاسفانه هزینه انتقال وجه را از مسافر کسر کردید که حرکتی غیرحرفه‌ای و نازیباست  
2d 3 likes Reply

Hide replies

**alibaba.support**  
@sarakarimian19 دوست عزیز  
درسته حق باشماست متاسفانه این هزینه از سمت بانک کسر میشود ما در مذاکره هستیم که این مبلغ کسر نشود  
1d 1 like Reply

**sarakarimian19**  
@alibaba.support سپاس  
1d 1 like Reply

**alirezagoli13666**  
@sarakarimian19 فقط دروغ میگن  
1d 1 like Reply

همانطور که سابقاً ذکر شد، اپلیکشن علی بابا برای هر هتل امکان ثبت امتیاز توسط کاربران (در زمینه تمیزی و پاکیزگی، خدمات، موقعیت مکانی، برخورد کارکنان و ارزش خرید) و همچنین امکان ثبت نظر را فراهم کرده است تا کاربران دیگر بتوانند تصمیم خرید جامع‌تری را اتخاذ نمایند. تمام این اقدامات در راستای جابجایی قدرت فردی به اجتماعی در تصمیم‌گیری خرید این خدمات در بستر دیجیتال انجام شده است. از دیگر اقدامات علی بابا در این زمینه می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

**باشگاه مشتریان شرکت علی بابا :** سیستم بازی پردازی و امتیاز گیری مشتریان فعال و دائمی علی بابا (از سطح آبی بعنوان کاربران جدید تا سطح الماس و بنفش بعنوان کاربران برتر)-

استفاده از امتیازات بعنوان تخفیف در خرید های بعدی-این شیوه تعامل با مشتریان سرمایه اجتماعی ارزشمندی را پدید می آورد که به کمک آن می‌توان علاوه بر فروش و سود و برطرف سازی نیاز مشتریان از تجربه و تخصص آنها نیز بهره برد.

**فرهنگ قبيله ای جاری در علی بابا :** روابط شبکه‌ای درون سازمانی- تعهد حرفه ای- توانمند سازی- توسعه و تعالی- تیم سازی بهینه- کار با حال خوش- حرمت کلام پاسخگویی به نیاز مشتری و کارکنان- ایده‌زایی و خلق راهکار- روحیه پیشوری- رهبری تسهیل گرایانه - سازمان دوستانه و همدلانه - عاملیت و مسئولیت پذیری - مربی گری و باهم کار کردن و...

### ۳. اقدامات و تاثیرات علی بابا در " غیر انحصاری تر " شدن صنعت گردشگری

انحصارگران سنتی صنعت هوایی و زمینی در ایران: (۱) هما، اولین شرکت هوایی ایران، (۲) راه آهن سراسری جمهوری اسلامی ایران، (۳) شرکت واحد اتوبوسرانی تهران و حومه

The screenshot shows the Ali Baba app interface. At the top, there are four navigation icons: 'نظرات' (Reviews), 'آدرس' (Address), 'جزئیات' (Details), and 'اتاق‌ها' (Rooms). Below these are five circular rating indicators with scores: ۴.۹۱ (ارزش (ف)), ۴.۸۳ (موقعیت مکانی), ۴.۹۲ (خدمات و سرویس دهی), ۴.۹۳ (تمیزی و پاکیزگی), and ۴/۹ (از ۵). A '۳۰ دیدگاه' (30 reviews) badge is also present. The user profile section shows the name 'میثم - خانوادگی' (Mitham - Family), a rating of ۴.۰ (عالی), and a profile picture. Below this, there is a review titled 'خیلی خوب بود' (Very good) with a thumbs up icon, and a response 'نکته منفی ندیدم' (I didn't see any negative points) with a thumbs down icon. The review text says: 'من دو سال پیش هم هتل الماس رفته بودم، به نظرم تو این دو سال خیلی پیشرفت کردن و حرفه ای تر شدن، کیفیت و تنوع صبحانه هم خیلی بهتر شده بود.'



## اولین آژانس مسافرتی ایران

آژانس مسافرتی "ایرانتور" که از سال ۱۳۱۵ تاسیس شده و در تهران مشغول به کار بوده است به عنوان اولین آژانس مسافرتی ایران معرفی شد. بطور کلی آژانس ها و دفاتر خدمات مسافرتی بند الف تحت نظارت مستقیم سازمان هواپیمایی کشوری هستند و همچنین دفاتر خدمات

مسافری دارای مجوز بند ب تحت نظارت مستقیم سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و دفاتر خدمات مسافری دارای بند پ تحت نظارت مستقیم سازمان حج و زیارت هستند.

باگذر زمان پس از چندین دهه سازمان ها و شرکت های مادر و انحصارگر به خرده شرکت های شناور و همکار و یا رقیب تقسیم شدند. صنایع بزرگ به همراه پیشرفت های تکنولوژی و فناوری دیجیتال شاهد تولد استارت آپ ها و سایت های یکپارچه و جامعی شدند که امروزه رقابت گسترده ای هم درون مرزی و هم برون مرزی بین آن ها در حال رخ دادن است و هر کدام به ارائه انواع خدمات مشغول هستند و این ها تنها گوشه ای از تغییرات بنیادین این صنایع در کشور بودند و هستند. از میان متولدین برجسته و پر رونق این دگرگونی ها میتوان به شرکت علی بابا اشاره کرد که به نوعی در حوزه گردشگری دیجیتال پیشاپیش رقبا در حرکت است.



سوال دوم) چه برنامه هایی برای استقبال از این جابه جایی ها در بازار دارید؟

تعاملات بیشتر با شرکت های بزرگ و مادر در زمینه های متنوع تر و افقی تر از جمله خدمات بیمه و درمانی

برای مسافران و مشتریان

استفاده از بازایابی مستقیم و سفارشی برای مشتریان دائمی

✚ جذب مخاطبان جدید و توجه بیشتر در گروه های اجتماعی خارج از پایگاه داده مشتریان شرکت یعنی شعار #حفظ\_مشتریان\_کنونی\_و\_توجه\_کمتر\_به\_مشتریان\_جدید را فراموش کنید و به همان اندازه به مخاطبان جدید سازمان که تجربه خرید نداشتند هم نگاه جدی داشته باشیم.

✚ افزایش تخصص و دانش در تمام زمینه های مسافرتی گردشگری حقوقی و تجاری تا طیف گسترده تر و متنوع تری از مشتریان به سازمان مراجعه کرده و اعتماد کنند.

✚ اینکه من با دانش و تخصص گسترده خود از تمام اقشار و گروه ها و حوزه های جامعه مشتری دارم بهترین شعار است.

✚ کیفیت محتوای خدمات بهتر از شعار یا گستردگی کمی آن هاست.

✚ هدفگیری مشتریان کم درآمد از طریق اعطای تسهیلات اقساطی بلند مدت با بهره پایین

✚ استفاده از سبک بازاریابی هیاهو(دهان به دهان) و شایعه پراکنی در کمپین های نمایشگاهی و فضای مجازی

✚ استفاده از مسابقات و رویدادهای اجتماعی و قرعه کشی ها از طریق گیمیفیکیشن(بازی پردازی)

✚ از متمایزترین ویژگی های شرکت علی بابا نسبت به تمام رقبای بازار میتوان به استرداد بلیط (چارتر یا سیستمی) با پرداخت کمترین جریمه و خسارت اشاره کرد که در نوع خود یکی از جذابترین و چشمگیرترین مشخصه ها برای مشتریان به حساب می آید.





## فصل دو

### تناقض‌های بازاریابی مشتریان متصل

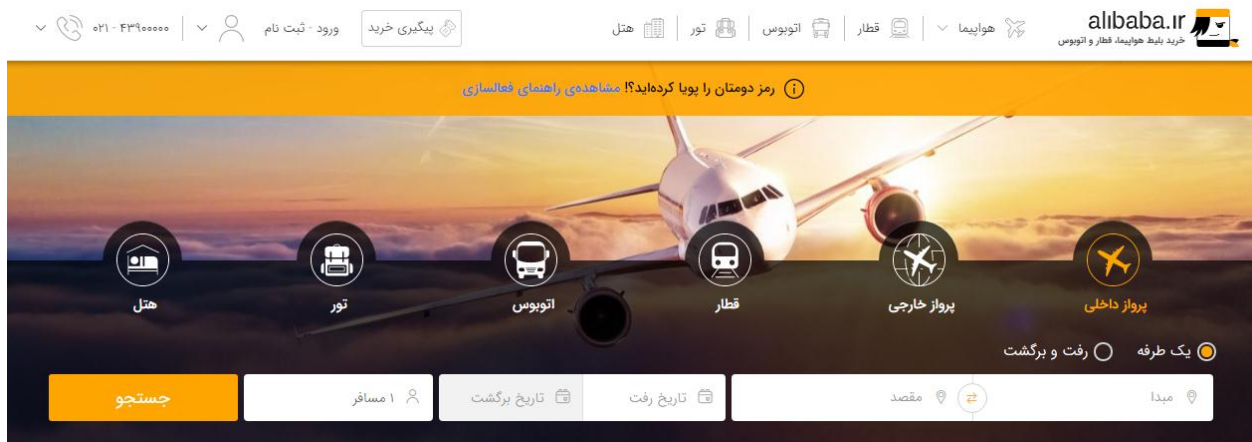
سوال اول) چه مواردی در صنعت شما وجود دارد که ماهیت متناقض مشتریان متصل را در خود دارد؟



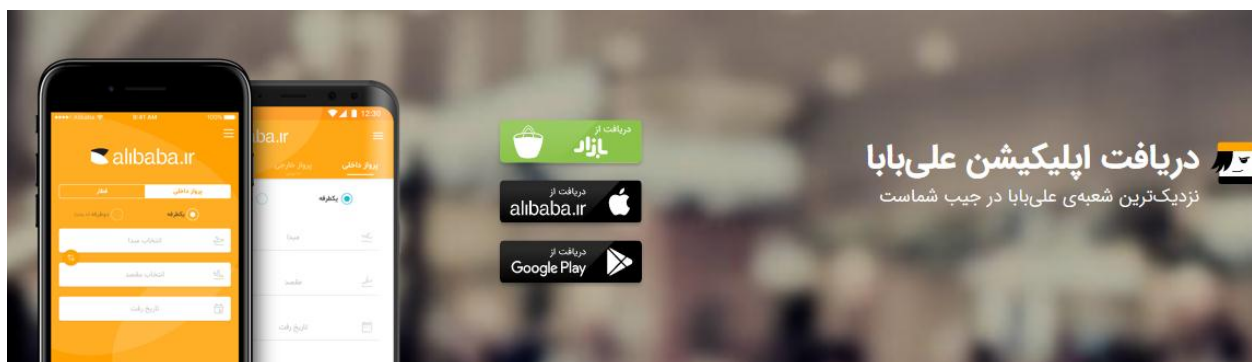
تناقض اول (تعامل آنلاین در مقابل تعامل آفلاین) در علی بابا

#### تعامل آنلاین:

مشتریان می‌توانند از طریق ثبت نام در سایت و یا اپلیکیشن علی بابا بدون حضور فیزیکی تنها با استفاده از اینترنت و ابزارهای همراه و سیار همچون موبایل تبلت لپ تاپ و یا دسکتاپ خرید خود را به انجام رسانند.



(سایت علی بابا)



(اپلیکیشن علی بابا)

## تعامل آفلاین:

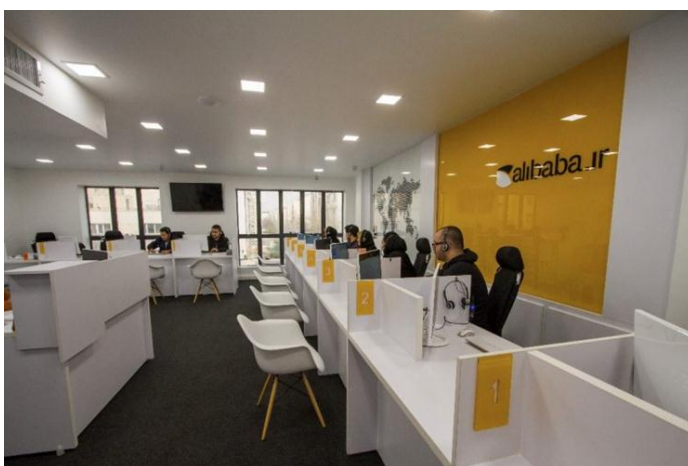
وجود دفاتر فروش آژانس هواپیمایی علی بابا در سطح شهر از جمله دفتر قیطریه-سعادت آباد-اکباتان باعث شده تا مشتریان بشکل حضوری و فیزیکی نیز بتوانند با علی بابا تعامل داشته باشند.



### دفتر خرید حضوری قیطریه علی بابا:

آدرس: تهران، بلوار اندرزگو، نبش کوچه بلوچ شمالی،  
پلاک ۴

تلفن: ۰۲۱۲۴۵۸۰۰۰۰



### دفتر خرید حضوری سعادت آباد:

آدرس: تهران، سعادت آباد، میدان کاج، بین خیابان  
هفتم و نهم، ساختمان میلاد کاج، طبقه ۱، واحد ۱۰۴

تلفن: ۰۲۱۴۳۹۰۰۵۰۰

## تناقض دوم (مشتریان آگاه در برابر مشتریان سردرگم) در علی بابا

وجود تعداد زیادی از سایت های ارائه کننده خدمات حمل و نقل هوایی و زمینی و همچنین تور های مسافرتی دلیلی بر به وجود آمدن این تناقض برای مشتریان است.

اما چیزی که باعث به وجود آمدن تفاوت و جلب نظر مشتریان می‌شود عاملی شگفت‌انگیز است.

در رابطه با علی‌بابا می‌توان به چند مورد اشاره کرد:

- ✓ وجود شرایط سهل و مناسب برای استرداد بلیط.
- ✓ تیم پشتیبانی هوشیار و کاملا حرفه‌ای
- ✓ امکان استفاده از نظرات دیگران
- ✓ آشنایی با مکان‌های گردشگری برای سهولت در انتخاب مقصد مورد نظر



من هم یه پول یه کنسلی رو [backpackers.ir](#) دریافت کردم، یه کم با تاخیر بود ولی به هر حال واریز شد، سپاس



1w 9 likes Reply



عالی هستید [rezaarizento1](#)



1w 2 likes Reply



[alibaba.support](#) @rezaarizento1  
ممنون از همراهی شما



1w 1 like Reply

## تناقض سوم (دفاع منفی در برابر دفاع مثبت) در علی بابا

### دفاع مثبت:

علی بابا به کمک مرکز پشتیبانی ۲۴۷ نفره و ارائه خدمات حرفه ای در همه مراحل سفر و خلق تجربه ای شایسته برای تمام مشتریان فضای اجتماعی وفاداری را ایجاد کرده است که در اکثر شبکه های پرمخاطب مشتریان و طرفدارانی حضور دارند که بمانند سفیران پیام علی بابا از برند در همه حال دفاع میکنند و جزو ترویج دهندگان و مدافعان علی بابا محسوب می شوند. آمارها نشان می دهد که بیشتر از ۹۷ درصد از مشتریان علی بابا را به دیگران توصیه کرده اند.

### دفاع منفی:

علی بابا همواره پذیرای نظرات بدگویان است بگونه ای که توسط تیم پشتیبانی ۲۴ ساعته خود برای پاسخگویی سریع و همچنین ارائه خدمات با کیفیت، مشتریان مدافع برندی برای خود خلق و آنها را طوری وارد گفتمان اجتماعی میکند که از علی بابا در برابر بیزاران و بدگویان بازار ناخودآگاه دفاع می کنند و از حالت انفعالی به ترویج دهندگان برند تبدیل میشوند.



دوست عزیز ولی برای من از fazelmazrae سایت علی بابا یکبار این اتفاق افتاد و تا به الان پولی مسترد نشد. اوایل تیرماه امسال برای سه شب در هتل یایلا از میر ترکیه جا رزرو کردم اما بعد از رسیدن و بررسی محل دیدم هتل اصلاً تمیز نیست و انصراف دادم و کنسل کردم ولی هیچ اقدامی از طرف علی بابا برای بازگشت حتی قسمتی از پولم هم صورت نگرفت. پس همیشه حق با مشتری نیست

1w 3 likes Reply



alibaba.support @fazelmazrae دوست عزیز شرایطی که ذکر شده همانطور که قید شده در مورد بلیط هواپیما هستش و در حال حاضر شرایط رزرو هتل شما حتماً به این صورت بوده که بعد از ساعت ورود شرایط استرداد نداشته طبق قوانین هتل

1w 2 likes Reply



afrand\_lab فکر کنم نه تنها ایران باید تشکر کرد جایزه ای نمادی باید جایزه بگیرید ... من ارزش دادن رو در علی بابا دیدم... بلیطی که غیرقابل استرداد بود و همچنین خارجی اوکی کردین ... همیشه موفق و پیروز و سربلند

1w 1 like Reply



alibaba.support @afrand\_lab ممنون از همراهی شما

1w Reply



نمونه‌ای از دفاع مثبت



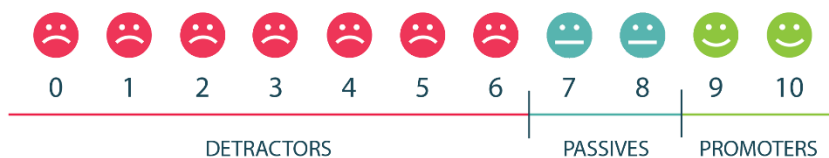
نمونه‌ای از دفاع منفی

سوال دوم) شما چه برنامه‌ای برای پذیرش تناقض‌ها دارید؟

- ✚ ترکیب و یکپارچه سازی فروش کلیکی-فیزیکی (خرید آنلاین توسط سایت و اپلیکیشن-خرید فیزیکی با مراجعه به دفاتر مسافرتی)
- ✚ علاوه بر قابلیت پرینت بلیط‌ها از داخل ایمیل و سایت علی بابا از طریق ارسال پستی با هزینه ناچیز بلیط کاغذی و فیزیکی را در اختیار مشتریانش قرار می‌دهد.
- ✚ مشتریان با تبلیغات گسترده و گیج کننده‌ای روبرو هستند و مهمترین عامل برای موفقیت بیشتر هر برند عمل به شعارهایی است که در کوچه و بازار فریاد می‌زنند.
- ✚ علی بابا با جلب توجه مشتری از طریق تبلیغات گسترده، تداوم توجه مشتری از طریق تیم پشتیبانی قوی خود، تولید عامل شگفت انگیز و تعهد به انجام آن از طریق استرداد انواع بلیط، مزیت رقابتی منحصر به فردی را در میان تمام برندهای موجود خلق کرده است.
- ✚ ایجاد گفتگو درباره برند از طریق شبکه‌های اجتماعی بشکلی که تبلیغات و دفاع از برند به مشتریان و مدافعان علی بابا سپرده شود.
- ✚ مشتریان ترویج دهنده را تقویت و مشتریان منفعل را به مشتریان فعال تبدیل کند. (از طریق پرسش و پاسخ و یا دفاع منفی)
- ✚ برندهایی با ویژگی شخصیتی و دی ان ای قوی همچون علی بابا باید دنبال داشتن نیروهای کمکی فروش از سمت مشتریان باشند. (مشتریان سفیران پیام علی بابا هستند)
- ✚ بین قصد و تصمیم به خرید و خود خرید شکاف بزرگی وجود دارد که علی بابا به کمک پرورش مشتریان وفادار (که میتوانند تبلیغات شفاهی و توصیه‌هایی به دیگران بکنند) می‌تواند با پر کردن این شکاف سهم و سود خود را در این بازار رقابتی افزایش دهد.

سوال سوم) NPS برند خود را محاسبه کنید

گروه فلامینگو با استفاده از نظر سنجی در اینستاگرام NPS علی بابا را به طریق زیر محاسبه کرد:



تعداد کل شرکت کنندگان: ۳۹

مروجان: ۱۷

منفعلان: ۷

مخالفان: ۱۵

$$\text{NET PROMOTER SCORE} = \% \text{ (Yellow)} - \% \text{ (Red)}$$

شاخص خالص ترویج کنندگان = درصد مروجان (۴۳٪) - درصد مخالفان (۳۸٪) = ۵٪

بنده قصد استفاده از خدمات حمل و نقل هوایی، اتوبوس، تور و... را دارم. نظر شما درباره استفاده اینجانب از خدمات علی بابا چیست؟

نامساعدترین

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

مساعدترین

@khalilnezhad.official

استاد خلیل نژاد عزیز خوشحال میشم اگر شما هم شرکت کنید

دوستان عزیز توجه کنید (خیلی موضوع مهم هست برام) من سوالی ازتون میپرسم و شما لطف کنید از 1 تا 10 یک نمره به سوالم بدین

(1 نامساعدترین - 10 مساعدترین)

alibaba.ir

علی بابا

خرید بلیط سفر

بلیط اتوبوس بلیط قطار بلیط هواپیما

@alibabaticket

شاید شما تجربه خرید از علی بابا رو نداشته باشید و این موضوع اصلا مهم نیست ❌ مهم اینه که شما یک شناخت نسبی و یک نظر درباره این شرکت داشته باشید ✅

سوال در استوری بعد

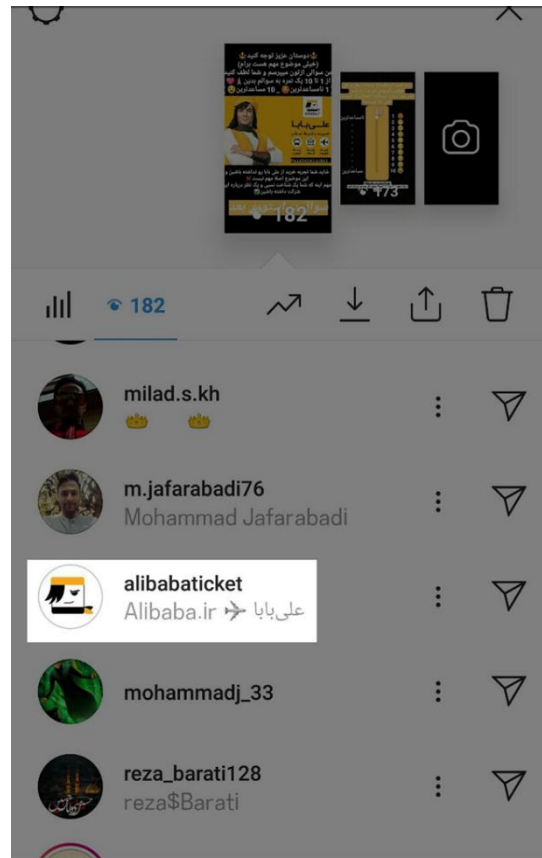
از نکات قابل توجه دیدن این استوری‌ها توسط پیج اینستاگرام علی بابا بود.



alibabaticket Following

1,515 posts 85.6k followers 5 following

علی بابا → Alibaba.ir  
دانلود موسیقی مسابقه  
bit.ly/38U75e3



182

- milad.s.kh
- m.jafarabadi76  
Mohammad Jafarabadi
- alibabaticket  
Alibaba.ir → علی بابا
- mohammadj\_33
- reza\_barati128  
reza\$Barati

← Answers

- erfan.ab13a
- mahkhorshid11
- amir\_hossein\_eta
- meysam\_zre
- mohammadj\_33
- ysin.m
- arashraad\_
- alii\_zke

← Answers

- shayan\_byg
- pouria.pl
- khalilnezhad.official
- hamidrza.e
- arsammojtabaei
- mitraakhosravi
- mohammadshahrestani3
- amir.mohamad.masomi

---

## فصل سه

### خرده فرهنگ‌های دیجیتالی تأثیر گذار


---

مقدمه:

براساس اطلاعات منتشر شده از مرکز آمار ایران ۵۰ درصد از جمعیت کشور را افراد زیر ۳۰ سال و ۴۹ درصد را زنان تشکیل می دهند. همچنین با بررسی تغییرات کسب و کارهای آنلاین و تغییر رفتار مصرف کنندگان بین سالهای ۹۴ تا ۹۸ در افراد بالای ۱۵ سال و گزارشی که توسط بخش تحقیقات بازار شرکت ایمارک انجام شده است، ۷۵ درصد از جامعه از شبکه های اجتماعی استفاده می کنند و ۷۴ درصد از شهروندان حداقل یکبار مشتری کسب و کار های آنلاین بوده اند که از این میزان بیش از ۴۰ درصد آن را حوزه حمل و نقل به خود اختصاص داده است.

با بررسی این جامعه آماری بسیار بزرگ که تشکیل شده است از جوانان، زنان، کاربران و شهروندان اینترنتی میتوان ارزش، اهمیت و حیاتی بودن توجه به این بخش های بازار را به راحتی درک نمود.

سوال اول) چگونه شرکت شما می تواند با استفاده از نقش **جوانان** در مقام پذیرندگان اولیه و روندگذار سهم ذهنی بیشتری به دست آورد؟

(آنچه علی بابا انجام داده) 

یکی از کارهایی که علی بابا در راستای این موضوع انجام داده کمپین تبلیغاتی بلند پروازی است. علی بابا از دنبال کنندگان خود خواست تا عکس هایی با توجه به این سوال که اگر آنها بال داشتند به کجا سفر می کردند، بگیرند و برای خود در عکس ها بال بگذارند.

در نهایت علی بابا با همکاری لوفت هانزا در این کمپین به ۳ نفر جایزه می دهد، که عکس هایی مربوط به این کمپین را در صفحه بعد می بینید.





برندگان 7w

اسامی برندگان قرعه کشی

@mahsa\_amiri92  
@sanazpld  
@mahsaaasff

بلیط سفر اروپا مبارکتون باشه 🍀

# بلند پروازی

alibaba.ir In cooperation with Lufthansa





(معرفی دیوارهای نقاشی شده با بال  
برای عکس گرفتن کاربران)

حضور فعال در نمایشگاه ها و کمپین ها و گردهمایی ها برای تماس بیشتر با جوانان (علی بابا گروه):  
از جمله اقدامات اخیر علی بابا در این زمینه میتوان شرکت در نمایشگاه کار دانشگاه شریف اشاره کرد که افراد می توانستند با مراجعه به غرفه شرکت به تبادل نظر و اطلاعات پرداخته و همچنین از موقعیت های شغلی باز در علی بابا مطلع شده و برای آن اقدام کنند.



گزارش حضور علی بابا در نمایشگاه کار شریف



- ✚ اعطای تسهیلات و تخفیفات مسافرتی و رفاهی خاص و متمایز به جوانان با رده های سنی مختلف.
- ✚ خلق تجربیات هیجان انگیز و چالشی از طریق بازاریابی تبعیضی و فروش محصولات و خدمات منحصر به فرد به افرادی با سنین خاص.
- ✚ دعوت به همکاری از جوانان مشتاق برای استفاده از ایده‌ها و اهداء جوایزی در راستای خدمتی که شرکت ارائه می‌دهد.
- ✚ ورود به حوزه‌هایی از گیمیفیکیشن که برای جوانان جذاب است.

سوال دوم) چگونه شرکت شما می‌تواند سهم بازار خود را با استفاده از نفوذ زنان در خانه رشد دهد؟

👤 (آنچه علی بابا انجام داده)

علی بابا در تبلیغات خود سعی دارد نقش مهم زنان خانواده در تصمیم‌گیری برای سفر را نشان دهد، به مانند تصاویر زیر:



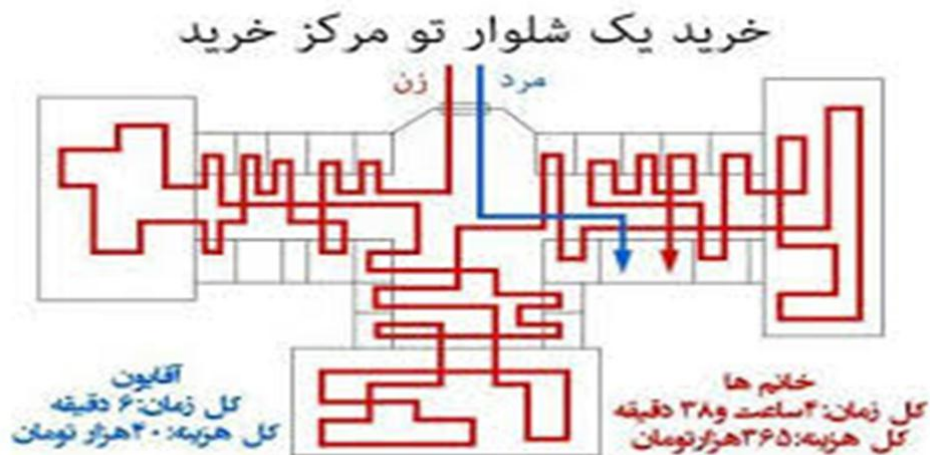


یکی از عادت‌های خوب علی بابا این است که هر چند وقت از تیم‌های خود (بازاریابی، منابع انسانی، مالی و...) تشکر می‌کند، در تصویر زیر همانطور که مشاهده می‌کنید، بانوان قسمتی بزرگ از تیم منابع انسانی علی بابا هستند:



علی بابایی‌ها، از نزدیک  
تیم منابع انسانی

✚ زنان مدیران خانه و مدیران مالی خانواده ها هستند و همواره با ریزینی خود به دنبال انتخاب بهترین و مناسبترین کالاها و خدمات برای خانواده هستند. شرکت علی بابا با توجه به اهمیت این بخش از جامعه می تواند با اعطای تسهیلات ویژه به بانوان و برگزاری کمپین های حمایت از آنها توجه این بخش همه جانبه گر را جلب کند.



سوال سوم) شرکت شما چگونه می تواند نت وندان را شناسایی و از آنها برای رسیدن به سهم قلبی بیشتر بهره برداری کند؟

(آنچه علی بابا اصلاً انجام نداده و راهکار فلامینگو برای بدست آوردن قلوب نت وندان (😊))



\*نوشته زیر پست یک نفر در لینکدین می باشد که متن آن عیناً در اینجا کپی شده است:

چند وقت پیش علی بابا به کمپینی رو ران کرد هم بصورت بیلوردی هم دیجیتالی مبنی بر اینکه آقا جان ما بلیت پس میگیریم و فلان! نظر شما چیه؟! کلا بحث استرداد مگه وظیفه نیست؟ مگه جزو پیشفرضها نیست؟ چرا بهش افتخار میکنین؟ حالا در نظر بگیریم اوکی اصلا تو خوب، اما چرا شرایط استرداد مینویسی؟ دیگه اگه میگی ارزش پیشنهادی من اینه که نگران کنسلی نباش و فلان شرایط چی میگه!

حالا مستربلیط به حرکت خیلی سوسکی زده و با انتشار ویدیو تو سوشالز، دقیقاً چیزی رو که علی بابا بهش داره افتخار می کنه! رو بی ارزش جلوه داده! دقیقاً عدم شناخت رقیبت و تأکید رو چیزی که اون خیلی وقته داره! یعنی

شما هیچی نمیدونی! یا خیلی مغرور هستی و به دیگران توجهی نداری! هر چی که هست، مستربلیط حرکت هوشمندانه‌ای کرده و باید بهش کریدت داد.

میگه ما چهار ساله داریم پس میگیریم داداش!!!! کجای کاری؟! خیلی عقبی #ترفیق



rabona.dba • Follow



نمونه ای دیگر از تبلیغات رقابتی این روزها مدتی هست که #علی\_بابا تبلیغی از یکی از خدمات خود در رابطه با استرداد بلیط مشتریان را کار کرده (اسلاید اول). در همین رابطه #مستر\_بلیط هم تبلیغی کهر کرده با این مضمون که چهار سال هست که بلیط شما را پس میگیریم (اسلاید دوم)

فارق از بحث تبلیغ رقابتی، واقعا کیفیت این نوع خدمت چه مقدار در واقعیت انجام می شود و شرکت ها چقدر به تبلیغاتی که می کنند پایبند هستند

در ۳ اسلاید پایانی شرایط استرداد بلیط در علی بابا را ببینید به نظر شما تبلیغ علی بابا چقدر با واقعیت منطبق است؟؟؟ #رابونا #میلاد\_رادمند #رضایت #رضایت\_مشتری #کیفیت\_ضامن\_ماندگار\_بست

2d



Be the first to like this

2 DAYS AGO

Add a comment...

Post



ویدیوی مربوط به طعنه‌ی مستر بلیط به علی بابا:

(ویدئوی ۱)

در تصویر زیر بررسی یک موضوع مرتبط به علی بابا توسط یک نت‌وند را می‌بینید:



ali rezaei • 3rd+  
Digital Marketing Specialist at Behmand  
2d • Edited

### بررسی یک جدال توئیتری: سهم بازار اسنپ‌تریپ و علی‌بابا

این اتفاق هم، مثل خیلی از اتفاق‌های فضای استارت‌آپی ایران از یک توئییت شروع شد، توئییت توحید علی اشرفی مدیربازاریابی علی‌بابا درمورد مقایسه سهم بازار علی‌بابا و اسنپ‌تریپ با استفاده از ابزار گوگل ترندز شروع‌کننده این جریان بود، در جواب این توئییت جلال روحانی مدیربازاریابی اسنپ‌تریپ، رقیب را به انتشار آمار فروش برای مقایسه سهم بازار دعوت کرد

این کری‌خوانی توجه کاربران توئیتر را به خود جلب کرد و نظرات مختلفی در مورد درست بودن ادعای هر یک از این دو رقیب و روش صحیح محاسبه سهم بازار مطرح شد. در این پست ویرگول جریانی که در توئیتر به راه افتاد را مرور کوتاهی کرده‌ام و به این موضوع پرداخته‌ام که چگونه و با چه ابزاری می‌توان سهم بازار را اندازه‌گیری کرد و ادعاهای مطرح شده تا چه میزان می‌تواند دقیق و علمی باشد

#علی\_بابا #اسنپ\_تریپ #استارت\_آپ #بازاریابی #سهم\_بازار

در تصویر زیر نیز می‌بینید که یک نت‌وند به کاراکترسازی علی بابا و موضوعات بعد از آن پرداخته:



Mohammad hossein Dehghani • 3rd+  
Commercial excellence Specialist at Digikala  
2mo

از همون ابتدای بالا رفتن این سری از #بیلیوردهای #علی\_بابا، کلی سوال در رابطه با ظاهر این کاراکتر مطرح شد و اینکه علت انتخاب این شخص چی بوده؟ حتی برخی میگفتن در حمایت از #ترا\_جنسیتی ها این انتخاب صورت گرفته. در اون زمان ما بیانیه رسمی از علی بابا ندیدیم ولی امیدوارم الان با #ساتسور شدن چهره این مدل، علتش رو از زبان روابط عمومی علی بابا بشنویم





و اما راهکار ما...

✚ عقد قرارداد با شهروندان اینترنتی و نت وندان برای همکاری و توافق بر سر خلق محتوا و تجربیات چشم گیر مشترک جهت جلب نظر بازار مورد هدف

✚ ارائه پیشنهادات و تسهیلات متمایز و عمل به تعهدات وعده داده شده با نت وندان برای ترغیب و تشویق آنان به تولید محتوای شایسته و وسوسه انگیز در راستای افزایش سهم قلبی جوامع اینترنتی  
✚ توجه و کنکاش بیشتر روی نت وندان معروف:

✚ کجا بریم؟ (به تهیه کنندگی و کارگردانی آقای بهزاد حیدری و مجری گری خانم کتایون مستقیمی با ۴۰۰ هزار دنبال کننده)، ایرانگردی، تهرانگردی، کافه گردش، Lastsecond.ir



irantravel [Follow](#) [▼](#) [...](#)

5,374 posts   602k followers   164 following

ایرانگردی | گردشگری  
 تعجب نکنید  
 اینجا ایرانه  
 شگفت انگیز و رویایی  
~~  
Iranian Tourist Information  
#گردشگری #ایرانگردی #طبیعتگردی #سفر  
[telegram.dog/irantravel\\_ads](https://t.me/irantravel_ads)



lastsecondtours [Follow](#) [▼](#) [...](#)

3,880 posts   482k followers   78 following

لست سکند | LastSecond.ir  
معرفی، مقایسه و خرید  
 تورهای جهانگردی و ایرانگردی  
  
با برنامه سفر و سفرنامه‌های #لست\_سکند  
آگاهانه سفر و تفریح کنید  
 شرکت در مسابقه گلفام  
[lastsecond.ir/lastgram98](https://www.lastsecond.ir/lastgram98)

## فصل چهارم

### نسل چهارم بازاریابی در اقتصاد دیجیتال

سوال اول) برند شما چگونه می‌تواند تمایزی قدرتمند را بر اساس تماس انسان با انسان در دنیای دیجیتال ایجاد کند؟

در دنیای آنلاین و متصل رو به گسترش امروز، تماس آنلاین بیانگر تمایزی اساسی است. همچنین در اقتصاد دیجیتال نسل چهارم میبایست از تعامل آنلاین و آفلاین میان شرکت‌ها و مشتریان بصورت ترکیبی در کنار یکپارچه سازی سبک و ریشه با ثبات برند با محتوا و بخش بیرونی منعطف برند به منظور ایجاد شفافیت و حفظ شخصیت برند بعلاوه ی در کنار هم قرار دادن اتصال ماشین به ماشین (هوش مصنوعی) برای بهبود بهره وری بازاریابی و اتصال انسان به انسان برای تقویت درگیری مشتری جهت دعوت به مشارکت، ایجاد ارزش و حس دفاع در آنها استفاده کرد.

اقدامات بالقوه علی بابا برای ایجاد تمایز قدرتمند بر اساس تماس انسان به انسان در دنیای دیجیتال:

- تعیین دستیار پشتیبان شخصی و سفارشی برای هر یک از مشتریان سودآور از طریق تیم پشتیبانی ۲۴۷ نفره فعال خود در طول تمامی مراحل تجربه خدمت (سفریار)

۳۰۰ روز سابقه این سفریار	۹۵ دقیقه میانگین زمان پاسخگویی	۱۰۵۹ نفر مسافران این سفریار	۲۴۸ عدد تورهای فعال سفریار	مهرنوش طاهری سفریار علی بابا + دنبال کردن ۲۹ نفر این سفریار را دنبال کرده‌اند	
-----------------------------	-----------------------------------	--------------------------------	-------------------------------	---	---

(راهکار فلامینگو) 

- ✚ عقد قرارداد با تور لیدرهای داخلی و خارجی کشور با قابلیت به خدمت گرفتن آنها توسط مشتریان با هزینه مناسب هنگام خرید تور مسافرتی
- ✚ برگزاری تورهای داخلی یا شهری ارزان قیمت با هدف معرفی برند علی بابا به مشتریان و افزایش تعامل با آنها

سوال دوم) کسب و کار شما چگونه می تواند با استفاده از خلق مشترک ارزش، بهره مندی از قیمت گذاری ارزمانند، درگیری در فعال سازی همگانی و ایجاد گفت و گو از چهار پی سنتی به چهار سی دیجیتال گذر کند؟

✚ ایجاد امکان خرید خدمات بصورت ترکیبی از سایت بشکلی که مشتریان بسته سفرشان را بسازند. برای مثال مشتری مدت اقامت، نوع هتل، نوع پرواز، خدمات و آپشن های جانبی را با اختیار خود انتخاب کند. دقیقاً مثل بسته های شرکت ایرانس (اینترنت-پیامک-مکالمه-تعداد روز)= امکان سلف سرویس = تمامی مراحل یک پکیج مسافرتی آنلاین توسط خود مشتری ترتیب داده شود.



قیمت گذاری انعطاف پذیر کلیه خدمات در علی بابا به وضوح مشخص است:

روز قبل	روز بعد	ساعت حرکت	قیمت	پیش فرض	
۱۳۹۸/۰۹/۱۳	روز بعد	ساعت حرکت	قیمت	پیش فرض	
خرید	۴,۸۰۰,۰۰۰ ریال	سیستمی اکونومی	سها	تهران ۰۶:۰۰ چهارشنبه ۱۳ آذر بدون توقف مشهد ۰۷:۱۰ MHD	گارانتی قیمت
خرید	۴,۸۰۰,۰۰۰ ریال	سیستمی اکونومی	سها MD-۸۰	تهران ۱۳:۴۰ چهارشنبه ۱۳ آذر بدون توقف مشهد ۱۴:۵۰ MHD	گارانتی قیمت
۴,۰۱۸,۰۰۰				اکنون هم	

ایجاد فضای خرید و فروش در سایت برای واسطه گران و صاحبان هتل ها و اقامتگاه ها و اتوبوسرانان  
خصوصی با قیمت گذاری رقابتی و فعال سازی همگانی

ایجاد انجمن ها و کمپینهای آنلاین و آفلاین در دنیای دیجیتال و سطح شهرها جهت گفتمان با مشتریان  
و مشارکت دادن آنها در تبلیغات و ترفیع برند با هدف خلق مشتریان مدافع

مجله علی بابا بهترین ابزار گفتمان با مشتریان:

alibaba.ir  
علی بابا | مجله سفر و گردشگری

جستجو...

اخبار و تازهها

داستانهای علی بابا

سفر داخلی

سفر خارجی

راهنمای سفر

دانشتهای سفر

پرواز

صفحه اصلی



با ۸ هتل برتر کوش آداسی آشنا شوید



بهترین جاهای دیدنی کوش آداسی، از پارک آبی به یونان باستان

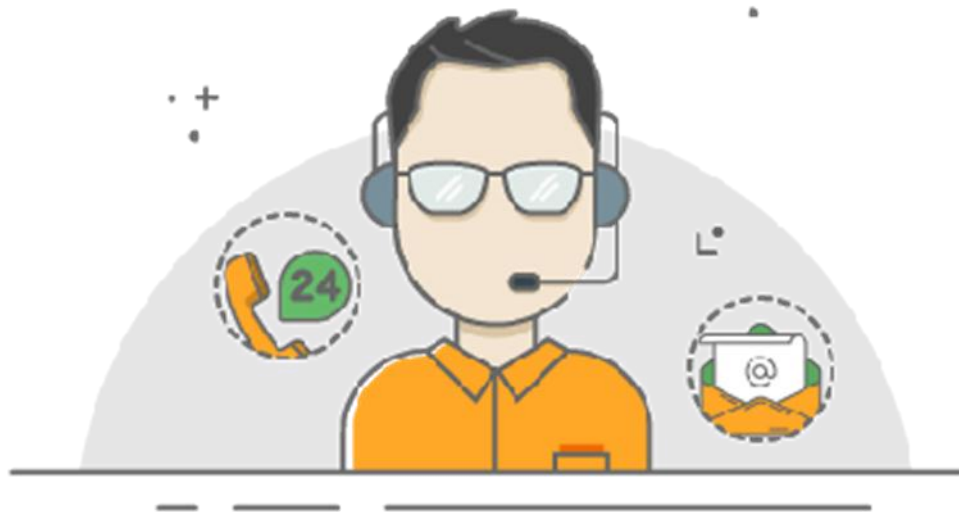
سوال سوم) چه تغییرات بنیادی در استراتژی خدمت- مشتری شما برای پذیرش مشتاقانه‌ی توجه به مشتری مشارکتی مورد نیاز است؟

انتقادات وارده بر شرکت علی بابا:

۱. دیدگاه علی بابا هنوز سنتی و خدمت-مشتری می باشد و پیش از خرید به مشتریان تا حد غیر قابل قبولی به چشم اهدافی برای فروش نگریسته می شود. زمانیکه آنها خدمتی خریداری می کنند از نظر علی بابا مهمترین فرد تلقی می شوند.

۲. روابط عمومی نسبتا ضعیف با غیر مشتریان(شعار منسوخ شده ی حفظ مشتری مهمتر از ایجاد مشتریان جدید در حال حاضر توسط علی بابا دنبال می شود) برعکس رویکرد توجه-مشتری که می گوید شرکتهای همه مشتریان و غیر مشتریان را برابر می نگرند.

جلب همکاری همه افراد (مشتریان و غیر مشتریان) با نگرش های مختلف با گوش دادن، شنیدن، و پاسخ دادن و پیگیری کردن مداوم و پیوسته با رویکرد به یک چشم نگاه کردن هر دو طرف بطوریکه همه مردم را بعنوان مشتریان بالقوه تصور کنند و تحت هر شریطی برای تبادل نظر با آنها به اشکال آنلاین و آفلاین از هیچ فرصتی دریغ نکنند.



---

## فصل پنج

### مسیر جدید مشتری

---

سوال اول) چگونه برند شما می تواند حساس ترین نقاط تماس با مشتری را در مسیر مشتری شناسایی و از آنها استفاده کند؟

ما مرحله به مرحله جلو می رویم:

#### ۱. مرحله آگاهی

تحلیل داده های آماری

- پرسش درباره نحوه آشنایی افراد با برند
- ایجاد کمپین‌هایی در راستای افزایش آگاهی و یادگیری افراد درباره فعالیت‌های برند
- استفاده از تبلیغات مختلف
- نشان دادن افرادی که از تجربیات گذشته خود درباره برند می‌گویند.

## ۲. مرحله جذابیت

شناسایی عوامل شگفت‌انگیز برای مشتریان:



قیمت رقابتی همراه با تضمین بلیط‌های چارتر  
معتبرترین و به‌صرفه‌ترین سامانه  
فروش بلیط و چارتر با پشتیبانی ۲۴ ساعته



دسترسی آسان از طریق وبسایت، موبایل و اپلیکیشن  
ساده‌ترین و سریع‌ترین راه  
برای جستجو، خرید و استرداد بلیط



پوشش ۱۰۰ درصدی پروازها و قطارها و اتوبوس‌ها  
کامل‌ترین سایت خرید بلیط  
پروازهای داخلی، پروازهای خارجی، بلیط قطار و بلیط اتوبوس

ساخت لحظات جذاب و ماندگار در ذهن مشتریان

شناسایی گروه‌هایی که به جذابیت برند واکنش بیشتری نشان می‌دهند. (مانند جوانان، بانوان و نتوندها)

در ویدیوی ۲ می‌بینیم که علی بابا با تبلیغ عوامل شگفت‌انگیز خود ایجاد جذابیت می‌کند:



قیمت مناسب بلیط  
پروازهای خارجی



alibaba.ir

علی بابا  
رتبه‌یک  
بلیط هواپیما

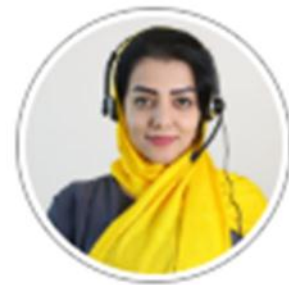
### ۳. مرحله پرسش

- مهمی ساختن شرایطی برای پرسش و پاسخ در سایت علی بابا
- افزایش سطح علمی و آگاهی تیم پشتیبانی شرکت برای پاسخگویی درست و سریع و با کیفیت و حل مشکلات مشتریان
- درخواست از نتوندها برای نظرسنجی درباره برند
- استفاده از سفیران (حتما شما هم قبل از سفر و خرید تور با یک سفرگرد حرفه‌ای مشورت می‌کنید تا با توجه به بودجه و انتظاراتان، بهترین انتخاب را داشته باشید. سفیران علی بابا همان کسانی هستند که شما می‌توانید روی مشورتشان حساب کنید. این افراد متخصصان آموزش‌دیده‌ای هستند که معمولا تجربیات زیادی در زمینه سفر دارند و با زیر و بم مقاصد پرترفدار آشنا هستند.)

## آزاده ایلانلو

+ دنبال کردن

سفیر علی بابا



۱۷ نفر این سفیر را دنبال کرده‌اند

### ۴. مرحله عمل


- ارائه خدمات فروش رضایت بخش به مشتریان
- سهولت استفاده از خدمات فروشگاه برای مشتری
- ایجاد قابلیت‌هایی که مشتریان بتوانند خودشان پکیج مسافرتیشان را طراحی کنند

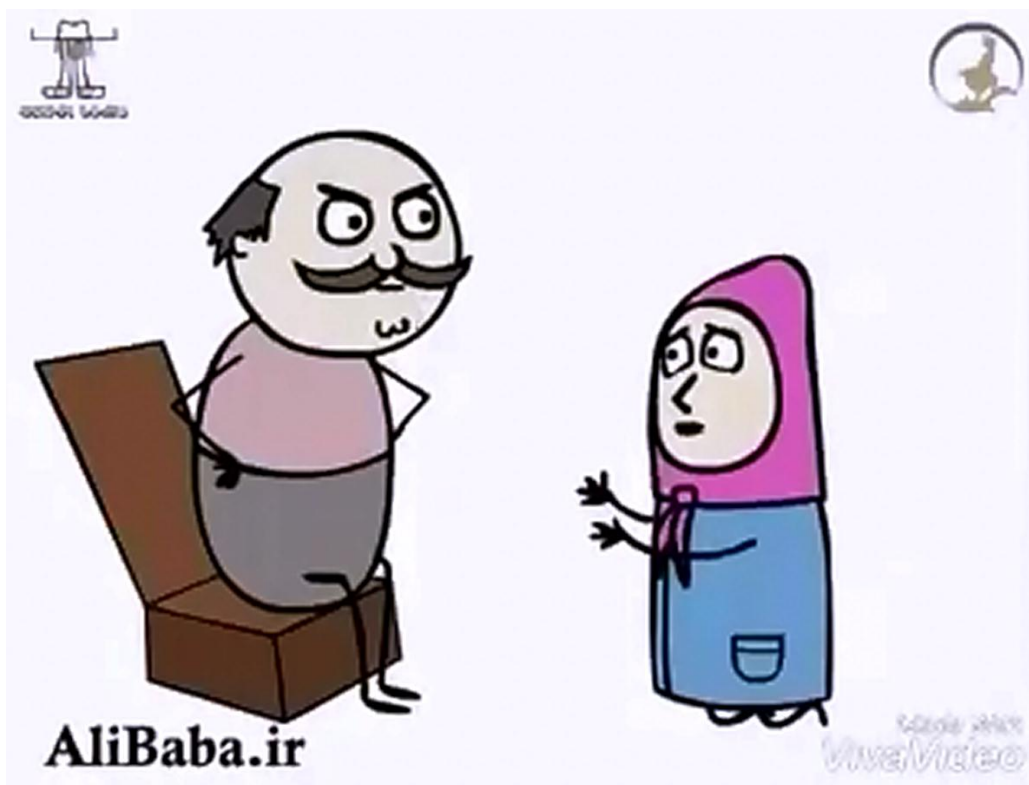
### ۵. مرحله دفاع

- شناسایی مشتریان وفادار برند و ایجاد تجربیات شگفت‌انگیز برای به وجد آوردن آنها
- استفاده از ابزارهایی مانند مجله علی بابا برای خلق مدافعان برند

سوال دوم) کسب و کار شما چگونه می تواند خوشایندی برند را بهبود دهد و تلاش های بازاریابی را با ارزیابی سه منبع اصلی تأثیرگذاری در سراسر مسیر مشتری بهینه سازد؟

گروه **فلامینگو** پیشنهاد می کند با توجه به جایگاهی که علی بابا در بازار دارد و همچنین وضعیت بازار گردشگری ایران، باید روی مرحله آخر یعنی دفاع از برند بیشتر کار کند تا بتواند نسبت به رقیبانش مزیتی مهم داشته باشد.

دقیقاً مثل ویدیوی ۳: 





## فصل شش

### شاخص‌های بهره‌وری بازاریابی

سوال اول) کسب‌وکار شما چگونه می‌تواند از شاخص‌های جدید پار و بار برای اندازه‌گیری بهره‌وری بازاریابی استفاده کند؟

جواب: باید دید علی بابا در مورد افزایش هر کدام از جنبه‌های بهره‌وری چه کرده است!

#### ۱. افزایش جاذبه

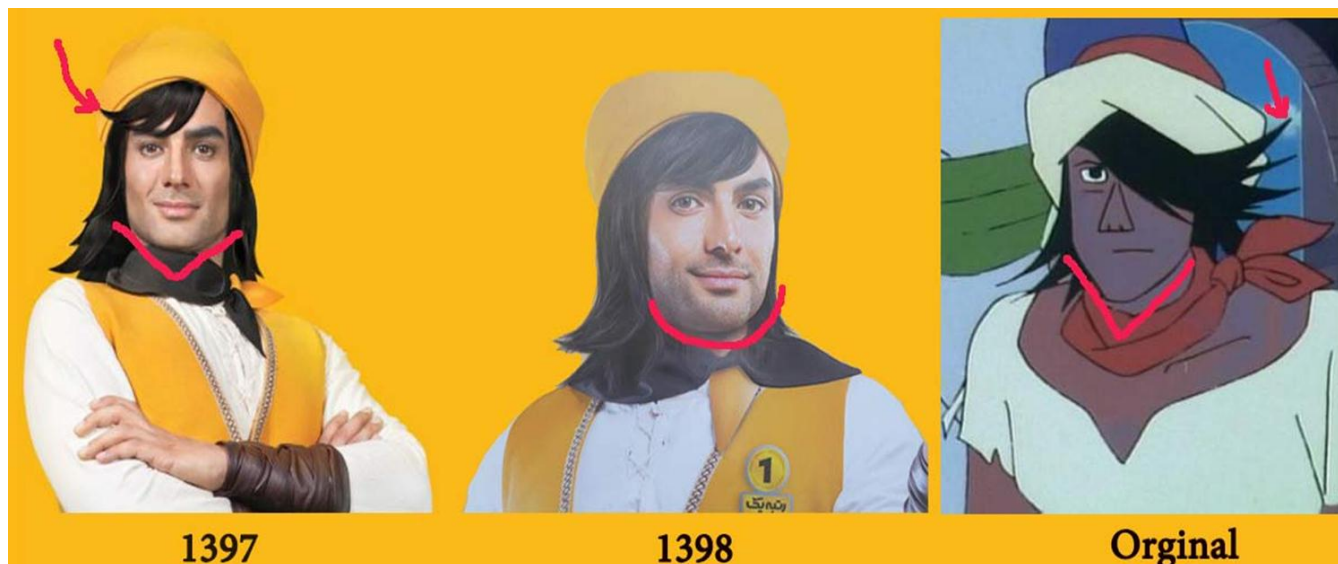
در مورد افزایش جاذبه می‌توان کاراکتر علی بابا در کارتون سندباد را بررسی کرد:

❖ این کاراکتر نماد سفر، آزادی، دوستی و شجاعت است که به وضوح می‌توان آن را در ویدیوی تبلیغاتی

علی بابا دید: (ویدیو ۴)



❖ البته این شخصیت انیمیشنی این ویژگی‌ها را دارد: صورت کشیده، چانه مثلثی، بخشی از موهای آن به سمت بالا رفته و لباسی سفید بر تن دارد که کاراکتر جدید به خوبی نمی‌تواند نمایانگر شخصیت علی بابا باشد.



## ۲. بهینه‌سازی کنجکاوی

❖ مجله علی بابا مثال خوبی برای این جنبه می‌باشد.

### محبوب ترین مطالب

- پاسپورت دارید؟ پس ویزا لازم نیست (کشورهای بدون ویزا)  
۲۶ خرداد ۱۳۹۸
- سفر زمینی به ترکیه (استانبول) چه زیر و بم‌هایی دارد؟  
۵ اسفند ۱۳۹۷
- هزینه اضافه بار و میزان بار مجاز ایرلاین‌ها  
۱۳ تیر ۱۳۹۷
- قوانین و مقررات گمرکی کالای همراه مسافر  
۱۸ بهمن ۱۳۹۷
- فهرست کامل موزه های تهران  
۲۸ بهمن ۱۳۹۷
- همه چیز در مورد رومینگ همراه اول  
۱ اسفند ۱۳۹۷
- جریمه کتلی بلیط هواپیمای ماهان

آخرین مقالات
🔍

#### زیباترین سواحل ایران که شما را حیرت‌زده می‌کنند

محمد قاسمی

۱۸ دی ۱۳۹۸

دریا یکی از شگفت‌انگیزترین پدیده‌هایی است که هیچ‌کسی از دیدن آن خسته نمی‌شود. بسیاری از مردم، تفریح در کنار سواحل ایران را به...

بیشتر بخوانید

ایرانگردی

#### روستای کندوان، شاهکار مهندسی طبیعت را بیشتر بشناسید

محبوبه مصوم‌نیا

۱۸ دی ۱۳۹۸

ایران کشور شگفتی‌ها و دیدنی‌های شگفت‌انگیز است. اگر بخواهیم دیدنی‌های جذاب ایران را لیست کنیم، قطعا یکی از اسامی ابتدایی لیست، روستای کندوان خواهد...

بیشتر بخوانید

ایرانگردی

### ۳. افزایش تعهد

❖ مشتریان در واقع بی اعتنا به کانال هستند و در عوض انتظار تجربه‌ای پیوسته و بی نقص در طی مسیر خریدشان دارند، که علی بابا با بکارگیری سفیران خود کار مهمی در این زمینه انجام داده.

## آریان عالم گیر طهرانی

+ دنبال کردن

سفیر علی بابا



۱۲ نفر این سفیر را دنبال کرده‌اند

❖ علی بابا همچنین با پاسخگویی سریع انتقادات سعی در بالا بردن تعهد مشتریان خود دارد:

 **negin.mazooji** نه برنامه ریزی درست حسابی نه پاسخگویی درست

17w Reply  
— Hide replies

 **alibabaticket**  
سلام، لطفاً @negin.mazooji برای پیگیری مشکلات با شماره‌های پشتیبانی تماس بگیرید و یا با اکانت @alibaba.support در میان بگذارید

 **reza\_revenant** لطفا وقتی بلیط پرواز خارجی میفروشید تغییر ساعت در پرواز رو به مسافر اطلاع دهید. فقط فروختن که هنر نیست.سایت فروش زیاد هست

91w 1 like Reply  
— Hide replies

 **alibabaticket**  
رضا جان اگر @reza.eslaami از خطوط هواپیمایی تغییر اعلام بشه به مسافرنمون اعلام میکنیم



ما را به دوستان خود پیشنهاد کنید



### ۴. افزایش پیوند احساسی

❖ علی بابا با گذاشتن پست‌های با عنوان "ما را به دوستان خود معرفی کنید" سعی در اندازه گیری این موضوع دارد.

یک تعریف و یک انتقاد مطرح شده ذیل همین پست را مشاهده می‌کنید:



من به تشکر ویژه از شما دارم aminehmh  
که مشتری مداریدون فراتر از سطح جامعه  
است. توی اون وضعیت نامناسب پروازها و  
باطل شدن بلیطها، من ۳ بار بلیط گرفتم و به  
خاطر شرایط جوی پرواز باطل شد، و شما  
خیلی سریع پول بلیطهای من رو استرداد  
کردید، خیلی خیلی ممنونم و امیدوارم کاردون  
پر رونق ترین باشه

95w 1 like Reply

— Hide replies



alibabaticket @aminehmh  
همه‌ی تلاشمون رو برای رضایتتون  
انجام میدیم

یک تعریف:



این همه بلیط خریدیم این همه ar.d.a.l.a.n  
امتیاز، هیچ فایده‌ای نداشت، نه تخفیفی نه تور  
رایگانی، من که دیگه به کسی پیشنهاد نمیدم تازه  
الان دیگه همه مورد اطمینان هستن

99w Reply

— Hide replies



alibabaticket @arsousam  
با هر ۴۰ امتیاز فعلا میتونید تماس  
بگیرید تا کارشناسان ما برای تخفیف  
راهنماییتون کنند اما بزودی با راه  
اندازی باشگاه مشتریان برنامه داریم

یک انتقاد:

در زمان مطرح شدن این انتقاد هنوز  
باشگاه مشتریان علی بابا به شکل  
کنکونی آن ایجاد نشده بود، اما  
می‌بینید که علی بابا سعی کرده با  
ایجاد راهکاری رضایت از دست  
رفته‌ی مشتری را جلب کند، چرا که  
از دست دادن یک مشتری به معنای  
از دست رفتن شبکه خانواده،  
دوستان و آشنایان اوست.

سوال دوم) کسب و کار شما چگونه می تواند گفت و گوهای مطلوب مشتری را در جهت برانگیختن آگاهی بدون افزایش چشمگیر بودجه ایجاد کند؟

طراحی قابلیت در سایت علی بابا جهت ارتباط مشتریان با یکدیگر و با تیم پشتیبانی علی بابا و بیان نظرات (در اپلیکیشن علی بابا این امکان وجود دارد اما در سایت خیر (البته فقط هتل))  
استفاده از افرادی با لباسها و گرمیهای خاص علی بابایی در کمپینهای تبلیغاتی جهت افزایش تماس انسان با انسان و ملموس سازی برند.

به مانند کاری که شرکت وست جت انجام داد: (ویدیو ۵)

شرکت وست جت با توجه به اینکه کریسمس است در اقدامی جالب از مسافران یکی از هواپیماها درباره اینکه دوست دارند چه چیزی کادو بگیرند سوال می کند (با استفاده از کاراکتر بابانوئل)، سپس کارکنان وست جت در شهر مقصد شروع به خریدن کادوها می کنند و هنگامی که مسافران به مقصد می رسند به جای چمدانهایشان با کادوهایی که آرزو کرده بودند مواجه می شوند.



توسعه مجله علی بابا و همچنین راه اندازی شبکه اختصاصی تلویزیونی یا ماهواره ای و یا رادیو علی بابا به مانند رادیو اسنپ

## فصل هفت

### نمونه‌های اصلی صنعت و بهترین شیوه‌ها

سوال اول) کدام یک از الگوها به بهترین شکل صنعت شما را توصیف می‌کند؟ چه فرصتهایی برای بهبود کسب‌وکار شما بر اساس آن الگو وجود دارد؟

مقدمه:

همانگونه که در جلسات قبل ذکر شد علی بابا بعنوان بخشی از هلدینگ توشا (توسعه تجربه شایسته سفر) و در حال حاضر بعنوان یکی از بازیگران مهم "صنعت گردشگری" ایران فعالیت میکند.

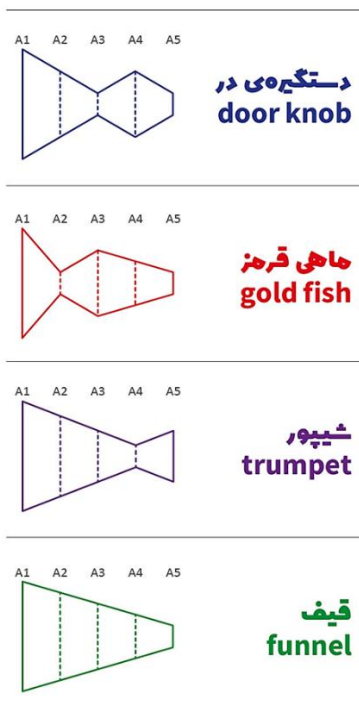
خدماتی که در علی بابا ارائه میشوند طیف وسیعی از خدمات نسبتاً لوکس (هتل‌های پاریس با قیمت حدود شبی ۱۸۰ میلیون تومان) تا خدماتی با قیمت اندک (بلیط اتوبوس تهران-قم، ۹ هزار تومان) را شامل میشود که هر کدام از این محصولات رفتار مصرف کننده خاص خود و بازاریابی نسبتاً مخصوص به خود را نیاز دارد.

\*رنج قیمتی خدمات علی بابا بشدت گسترده است و هر کدام از آنها روش بازاریابی خودشان را طلب میکنند:

The screenshot shows a mobile app interface for a hotel listing. At the top, it says "Residhome Carrières La Défense" with a 5-star rating and a right arrow. Below is a photo of a modern living room. Underneath the photo are icons for location, details, and rooms. The "اتاق‌ها" (Rooms) tab is selected, showing a "Studio Room" with a bed icon. The room details include "بدون وعده غذایی" (no breakfast), "RO", and a price of "۱,۸۱۰,۱۱۸,۰۱۶ ریال". There are also icons for "اتاق اول" (1st room), "۲ بزرگسال" (2 adults), and "۰ کودک" (0 children). At the bottom, it says "مجموع ۱ شب" (Total 1 night) for "۱,۸۱۰,۱۱۸,۰۰۰ ریال" and has a "انتخاب" (Select) button and a "قوانین استرداد" (Cancellation policy) icon.

The screenshot shows two travel deal cards. The top card is for "تهران پایانه جنوب" (Tehran South Terminal) to "قم" (Qom). It features the "پیک صبا" (Saba Pika) logo, the date "۱۱ آذر | ۱۷:۳۰" (11 Azar | 17:30), and the destination "تهران پایانه جنوب" (Tehran South Terminal). The price is "۹۲,۰۰۰ ریال" (92,000 Rials) with a "۴۴ ظرفیت موجود" (44 seats available) label. A "جزئیات بلیط و خرید" (Ticket details and purchase) button is present. The bottom card is for "تهران پایانه جنوب" (Tehran South Terminal) to "قم" (Qom) with the "ایران پیک" (Iran Pika) logo, the date "۱۱ آذر | ۰۷:۳۰" (11 Azar | 07:30), and the destination "تهران پایانه جنوب" (Tehran South Terminal). The price is "۱۱۵,۰۰۰ ریال" (115,000 Rials) with a "۴۴ ظرفیت موجود" (44 seats available) label. A "جزئیات بلیط و خرید" (Ticket details and purchase) button is present.

## الگوی صنعت در برگیرنده علی بابا و فرصت های بهبود این الگو



همانطور که ذکر شد رنج قیمتی خدمات علی بابا گسترده است با اینحال در حال حاضر (پاییز ۹۸) برند علی بابا از پیشگامان صنعت خدمات گردشگری و مسافرتی شناخته می شود و می تواند بین الگوهای دوم (ماهی قرمز) و الگوی چهارم (قیف) قرار گیرد.



الگوی ماهی قرمز ← سطح بالای کنجکاو ← پرسش بیشتر از جذابیت

### تولید محتوا، کلید حل مشکلات صنایع ماهی قرمزی!

alibaba.ir  
علی بابا | مجله سفر و گردشگری

صفحه اصلی پرواز دانستنی‌های سفر راهنمای سفر سفر خارجی سفر داخلی داستان‌های علی‌بابا اخبار و تازه‌ها

دانستنی‌های سفر

چک لیست سفر دانلود PDF (وسایل موردنیاز سفر + مدارک)

زهره علی‌خوست ۱۷ تیر ۱۳۹۸ رهن مطالعه ۵ دقیقه دانستنی‌های سفر

در صنعت گردشگری مشتریان پیش از تصمیم انتخاب عوامل زیادی را در نظر می گیرند و سوالات گوناگونی دارند. عموماً تصمیم خرید توسط مجموعه ای از افراد (خانواده و...) صورت میگیرد و تصمیم خرید در این صنعت عموماً طولانی است.

علی بابا از طریق بخشی از سایت خود بنام **مجله علی بابا** محلی را فراهم کرده که نت وندان با بررسی تمام اطلاعات اعم از اطلاعات سفر، معرفی مقاصد دیدنی و صدها مطلب مفید دیگر، تصمیم خرید مطمئن تری را اتخاذ کنند بهبود مرحله **ASK**

در صنعت گردشگری مشتریان بشدت توصیه‌های نفر سوم را مد نظر قرار می‌دهند و انتخاب‌هایشان سرشار از مقایسات نفع هزینه است. علی بابا با حضور قوی در شبکه‌های اجتماعی و ایجاد مباحثی مثل زیر با استفاده از مشتریان وفادار خود سطح کنجاوای مشتریان بالقوه خود را بهینه سازی میکند:



**alibabaticket .**

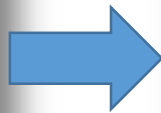
تا حالا به باکو سفر کرده‌اید؟ تجربه سفرتان را برای ما کامنت بگذارید.

سفر به باکو بدون خرید کردن که لذت ندارد. برای گشت‌زنی در باکو باید بهترین مراکز خرید باکو را انتخاب کنید. این شهر دارای بازارهای محلی رنگارنگ، مراکز خرید متنوع و فروشگاه‌ها و بوتیک‌های بسیار لوکسی است. بهترین محصولات از معروف‌ترین برندهای جهانی را می‌توانید در پاساژهای باکو پیدا کنید. با ما همراه باشید و بهترین مراکز خرید این شهر را بشناسید. ورق بزنید.

فصل حراج باکو در پایان هر فصل و با آغاز فصل جدید شروع می‌شود. اگر برنامه سفر داشتید، سری به مراکز خرید متنوع این شهر هیجان انگیز بزنید و محصولات با کیفیت را با نازل‌ترین قیمت بخرید. برای سفرهای خود روی علی‌بابا حساب کنید.

#ویزا #تور #پاسپورت #سفر #تورمسافرتی #هتل #مسافرت #تفریح #خریدبلیط #لیست\_سفرهای\_من

4w



**mahdykhab** شهر قشنگیه ولی شهر های ساحلی ترکیه یچی دیگست

4w 1 like Reply

View replies (1)



**rohi\_mosadegh** برای یک بار رفتن بعد 😊 منات) نیست ..

4w 2 likes Reply

View replies (1)



**tannaz\_family** فالو کنید 📌

4w Reply



**jousepham** پلیسای فاسد

4w Reply



**m.h.molaei** من بیست روز باکو بودم عید. کشور لوکس و قشنگی بود. مردمان خوبی داشت. خونگرم بودند

4w 1 like Reply



**alireza\_nikpey1357** گروه و به درد خرید نمیخوره

\*پیام علی بابا در ویدیو ۶: ما به شما، کنجاویتون و خریدتون کاملاً متعهدیم (لطفاً شما هم به ما متعهد باشید!)



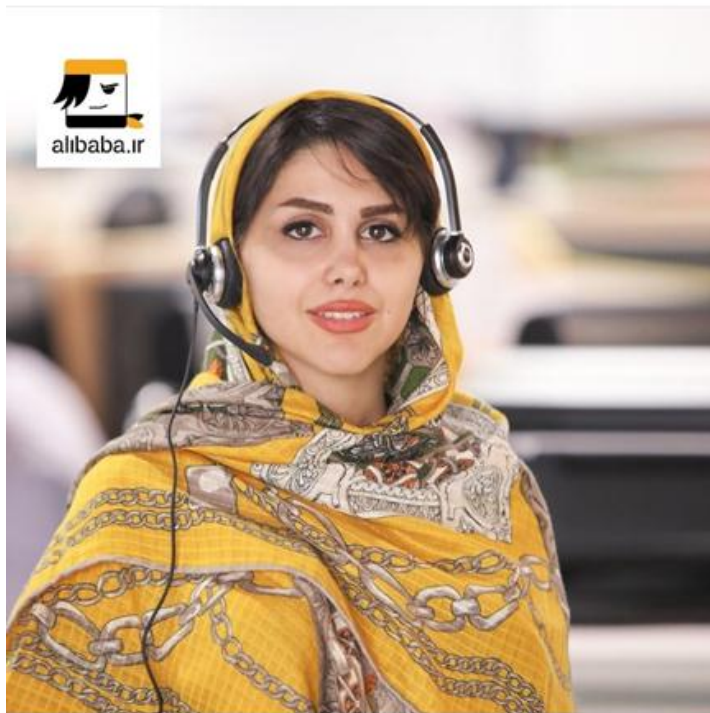


\*در الگوی ماهی قرمز اصولاً بدلیل همگن بودن صنعت و شباهت خدمات رقبا، تبلیغات آنگونه که باید موثر نیست، ولی علی بابا با استفاده از کاراکتر نوستالژیک و نام آشنای علی بابا در پی افزایش پیوند احساسی مشتریان است:



سوال دوم) چه عامل کلیدی موفقیت در صنعت شما وجود دارد؟ چگونه می توانید از دیگر صنایع بیاموزید؟

- علی بابا به عنوان یک برند خدمات مسافرتی در الگوی دامنه بار عریض که در آن برندهای پیشرو و گردن کلفت در حال رقابت هستند و تا حدودی چیرگی بازار در آنها وجود دارد، قرار می گیرد، ولی بدلیل میانه بار پایین این الگو، عموماً افراد بازار، برندها را به دیگران توصیه نمی کنند و مشتریان معمولاً ادراک ضعیفی از بیشتر برندها در این صنایع دارند و از نظر تجربه مشتریان به دو دسته با تعداد مساوی مشتریان راضی و ناراضی تقسیم می شوند. (NPS نسبتاً پایین برندها) بعلاوه در این الگو تبلیغات شفاهی و بازاریابی رسانه های اجتماعی بخوبی جواب نمی دهد (بدلیل میانه بار پایین آن).
- برندهای پیشرو همچون علی بابا اغلب برتری خدمات و صمیمیت با مشتریان خود را نسبت به برندهای دیگر نشان می دهند.
- عامل اصلی موفقیت علی بابا مدیریت خدمات آنان است. (7P خدمات) (مدیریت خدمات - نیروهایی با آزادی عمل و آموزش دیده - شواهد فیزیکی)
- خدمات ممتاز و باکیفیت علی بابا جزو عوامل حیاتی آن است.



1,264 likes

alibabaticket # آنسوی\_خط

در تعطیلات، تعطیل نمی‌کنیم!  
پشتیبانی ۲۴ ساعته علی‌بابا همراه شماست. در هر مرحله از سفر  
روی ما حساب کنید.

- یکی از مزیت‌های علی‌بابا ارائه گارانتی قیمت در برخی بلیط‌ها است بدین‌صورت که به کاربر تضمین می‌دهد در پرواز موردنظر پایین‌ترین قیمت نسبت به سایر درگاه‌های فروش بلیط ارائه می‌شود.
- تاکید بر پشتیبانی ۲۴ ساعته در ۷ روز هفته و استرداد آنی بلیط حتی چارتری، از نقاط قوتی است که علی‌بابا روی آنها مانور می‌دهد هر چند که دست رقا نیز خالی نیست.

رقبای علی‌بابا:

یکی از ویژگی‌های جالب سایت قاصدک ۲۴ این است که به کاربر اعلام می‌کند کمترین قیمت بلیط در کدام یک از روزهای نزدیک به تاریخ انتخابی است. به‌طور مثال اگر قیمت بلیط هواپیما جزیره کیش را چک کنید، ممکن است به شما پیشنهاد دهد بلیط خود را برای دو روز بعد تهیه کنید که دارای قیمت کمتری نسبت به انتخاب اولیه شما خواهد بود.



اتوبوس    قطار    هواپیما

پرواز داخلی    پرواز خارجی

فرودگاه مقصد    فرودگاه مبدا

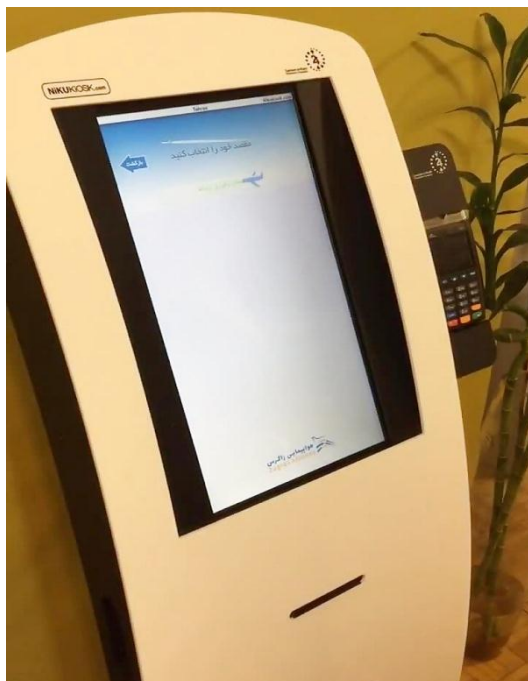
تاریخ برگشت    دوشنبه ۱۳۹۸/۰۹/۱۱

۱ مسافر

جستجوی پروازها

ساده‌ترین و user friendly ترین قالب سایت و اپلیکیشن بین رقبا را **مستر بلیط** داراست که خرید را به فرآیندی آسان تر تبدیل میکند و یکی از نکات مثبت این سرویس ارائه پیشنهادات مشابه می‌باشد. در این سایت درواقع به شما اعلام می‌کند در بازه زمانی انتخابی جهت سفر به مقصد می‌توانید بلیط قطار و اتوبوس را نیز با قیمت‌های مشخص تهیه کنید که به‌طور عمده کمتر از هزینه هواپیما است و برای کسانی که به دنبال کاهش هزینه‌های سفر خود هستند پیشنهادات جالبی خواهد بود.

راهکار **فلامینگو**: با توجه به همگرایی تکنولوژیک و نوآوری بازارساز، دیوارهای میان گروه‌های صنعت در حال فروریختن است و فعالان صنایع باید به این موضوع توجه کنند. در نتیجه ما پیشنهاد می‌دهیم علی‌بابا روی کانال‌های خود بیشتر کار کند. (به مانند افق کوروش در همسایگی ما یا شاید دستگاه‌های الکترونیکی فروش بلیط در فرودگاه‌ها)



## فصل هشت

### بازاریابی انسان محور برای جاذبه برند

سوال اول) عمیق ترین نگرانی‌ها و علایق مشتریان شما چیست؟ (بوم شناخت مشتریان علی بابا)

او به چه چیزهایی فکر می‌کند و چه چیزی احساس می‌کند

اطلاعات عمومی مشتری

چه چیزهایی می‌گویند و انجام می‌دهند

منافع مشتری

دردهای مشتری

چه چیزهایی می‌شنوند و چگونه محیط در روزی او تاثیر می‌گذارد

مشتری در محیط پیرامونش چه چیزهایی را مشاهده می‌کند

#### ۱. اطلاعات عمومی مشتری

✓ درآمد (همانطور که گفته شد مشتریان علی بابا رنج گسترده از درآمدها را دارند و علی بابا درباره‌ی

این موضوع کار کرده)

✓ جنسیت (زنان، مردان و... را شامل می‌شود، خدمات

گردشگری محدود به جنسیت خاصی نیست)

✓ سن (دیگه گفتن نداره! فقط اینکه باید گفت بالاخره

کودکان تصمیم گیرنده نیستند اما مشتری چرا)





## ۲. مشتری چه چیزایی رو میبینه؟

✓ از چه رسانه‌هایی استفاده می‌کنند؟ (مشتریان حوزه‌ی گردشگری از رادیو و تلویزیون گرفته تا شبکه‌های اجتماعی می‌بینند، اما خب علی بابا و همچنین رقابیش خیلی به رادیو و تلویزیون توجهی ندارند و بیشتر روی شبکه‌های اجتماعی تمرکز دارند)

✓ به طور معمول در طول روز چه پیشنهادهای و تبلیغاتی رو دریافت می‌کنند؟ (علی بابا باید روی این موضوع خیلی کار کند، چرا که تنها او بلکه رقابیش هم در این حوزه کار بخصوصی انجام نداده‌اند. آن‌ها باید با الگو برداری از پیشنهادهای شگفت انگیز شخصی‌سازی شده‌ی دی‌جی‌کالا و مواردی به مانند این پیشنهادهایی مخصوص مشتریانش بسازد و با استفاده از رسانه‌ها و گجت‌های به‌روز بدست مشتریانش برساند)

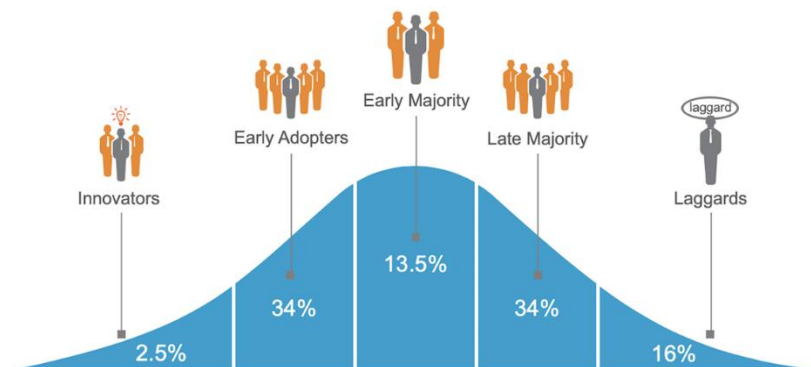
✓ با چه مشکلاتی روبرو هستند؟ (مشتریان حوزه گردشگری همواره نگران این هستند که اگر بلیط هواپیما یا هتلی را خریدند و برایشان مشکلی پیش آمد و باید بلیطشان را پس دهند، چگونه می‌توانند این کار را انجام دهند؟ علی بابا با استرداد بلیط (حتی چارتری) این مشکل را برای مشتریانش تقریباً خواسته حل کنه)

## ۳. چه چیزایی رو میشنوه و چطوری رو محیطش تأثیر میذاره؟

✓ چه چیزایی بهشون میتونه نفوذ کنه؟ (یک کلام ختم کلام: تجربه خوب یا پیشنهاد یکی از عوامل اف)

✓ چطوری به دانش و اطلاعات دست پیدا می‌کنند؟ (اگه بخوایم راجع به یک ایرلاین یا یک مکان تفریحی بدونیم راه‌چاره چیه؟! معلومه، مجله علی بابا)

✓ میزان و چگونگی استقبالشون از چیزای جدید به چه شکلی هست؟ (خب کسایی که واسه اولین بار بلیط هواپیما یا هتل رو به صورت اینترنتی خریدن جزو اولین‌ها بودن قطعاً، البته شاید هنوز هم خیلیا این کار رو انجام نمیدن)



۴. به چه چیزایی فکر میکنه و چه چیزایی حس می کنه؟



✓ رویاهاشون چیه؟ (شاید اینکه به یکی از زیباترین سواحل دنیا سفر کنند و در یک هتل کنار ساحل لذت ببرند. خب علی بابا تونسته با همکاری ایرلاین هایی مثل لوفت هانزا یا ایرلاین اتریشی به این رویاها (حداقل به چندتا از اونا) رنگ واقعیت بده)

✓ محرک های اونا چیا هستن؟ (بازم باید تأکید کنیم که عوامل اف، شاید در این حوزه بتونیم بگیم حرف های گروه اف خیلی بیشتر از حوزه های دیگه میتونه تأثیرگذار باشه)

۵. چه چیزایی میگن و انجام میدن؟



✓ توی اوقات فراقشون کجا میرن و چه کارایی میکنن؟ (خب در حوزه گردشگری باید همه چیو در نظر گرفت، شاید یکی بخواد اوقات فراقشو وسط جنگل بگذرونه، شاید یک نفر بخواد به سکوت کویر پناه ببره، یکی بره سفر زیارتی، یکی هم بره ترکیه...)

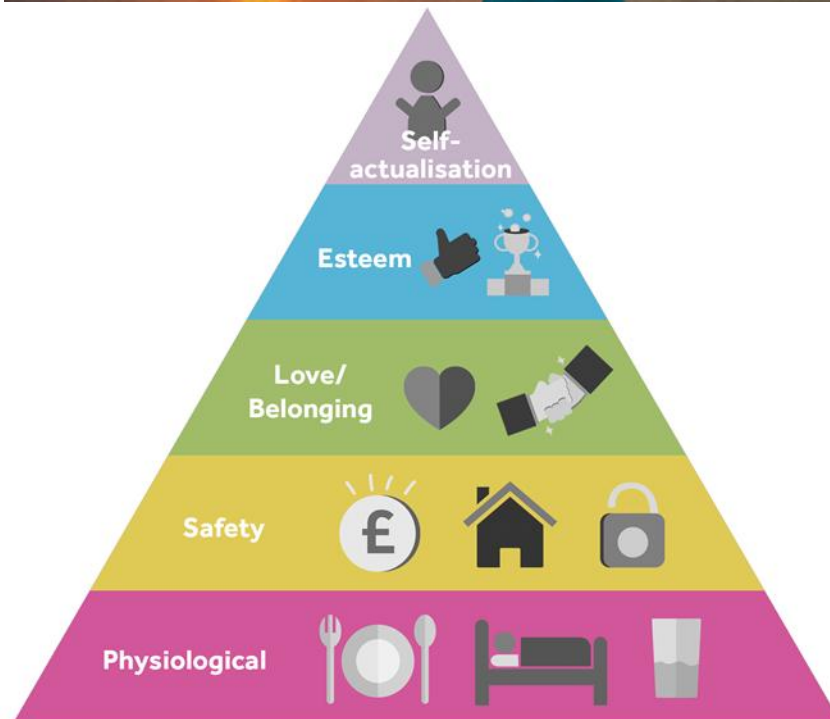
۶. دردهای مشتریان

✓ چه ترس هایی داره؟ (نکنه بلیط گرونی خریده باشم! نکنه اگه مشکلی پیش بیاد موقع پس دادن دردرس داشته باشم! و...)



## ۷. منافع مشتریان

- ✓ چه چیزایی میخوان بدست بیارن؟ (یه سفر خوب، بی خطر، ارزون و...)
- ✓ نیازهاشون چیه؟ (اینو ما ۱۰۰۰ بار خوندم که مواظب باش دچار نزدیک بینی بازاریابی نشی! خب میشه گفت علی بابا خیلی حواسش بوده که گرفتار این مرض لاعلاج نشه و به جای اینکه خودشو یک آژانس هوایی اینترنتی معرفی کنه، میگه من یک فعال حوزه آنلاین گردشگری هستم، هم بلیط هواپیما دارم، هم قطار، هم اتوبوس، هم میتونین بلیط هتل بخرین، هم اینکه با جا با ما خونه و ویلا اجاره کنین)



سوال دوم) آیا برند شما ویژگی‌های انسانی را داراست؟ چه کارهایی می‌توانید انجام دهید تا آن را بیشتر انسانی کنید؟

الف) قدرت فیزیکی:

لوگوی علی بابا:

نکته جالبی که در مورد این نسخه از لوگوی علی بابا وجود دارد و شاید متوجه آن نشده باشید این است که ابروی این آدمک به شکل هواپیما است که نشانی از کسب و کار علی بابا است.



علی بابا همچنین می‌تونه با انجام کارهایی به مانند کار تبلیغاتی تصویر روبرو به مشتریان حس نزدیک بودن به برند را ایجاد کند.



## ب) خردگرایی

در رابطه با این ویژگی باید گفت که علی بابا با استفاده از مجله علی بابا سعی در افزایش آگاهی عمومی در زمینه گردشگری دارد. در زیر یکی از پست‌های اینستاگرامی علی بابا در این باره را همراه با متنش می‌بینید:

۱۲ کیلومتری نوشهر دریاچه‌ای وجود دارد که از گذشته، این نام عجیب و ترسناک را به ارث برده است. اگر به **تالاب ارواح** سفر کرده باشید، به مسیر سخت و پرخطری که تا دریاچه در پیش دارید آشنا هستید. مسیری با خطر حمله حیوانات وحشی! درختان مرده، مه روی دریاچه و صدای حیوانات وحشی ترکیبی مناسب برای انتخاب این نام به وجود آورده‌اند. تالاب ارواح یکی از مهیج‌ترین دیدنی‌های مازندران است؛ اگر دنبال سفری ماجراجویی و مهیج هست.



## ج) اجتماع گرایی

علی بابا با ایجاد گفت‌وگوهایی هدفمند درباره مقصدها و موضوعات گوناگون سعی در ایجاد این ویژگی دارد.

(ویدیو ۷)



## د) احساسات گرایی

در ویدیوی ۸ می‌بینید که علی بابا با نشان دادن اینکه هر کسی می‌تواند در زمینه‌ای متفاوت موفق باشد سعی در ایجاد این ویژگی انسانی دارد:



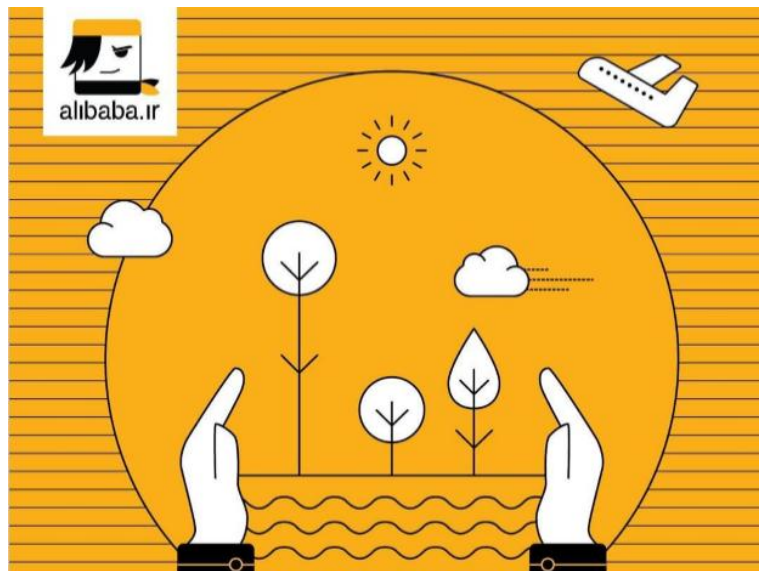
## ه) تشخص



هنگام مشاهده انتقادات کوبنده و گسترده در شبکه‌های اجتماعی و یا مورد تمسخر قرار گرفتن سازمان توسط شرکت‌های رقیب، علی بابا می‌بایست با اعتماد به نفس مسئولیت‌هایش را بپذیرد و در جهت بهبود آن اقدام کند (برای مثال برای بهبود مسئله استرداد بلیط کاری کند که نسبت به رقبای متمایز تر باشد)

(و) اخلاق‌گرایی

باید گفت علی بابا در این زمینه ضعیف عمل کرده است و نهایت کاری که انجام داده گذاشتن پست زیر در روز طبیعت و دعوت دیگران به رفتار درست با طبیعت است:



## فصل نه

### بازاریابی محتوا برای کجکاوی برند

مقدمه: علی بابا در کنار تبلیغات جذاب خود که مستقیماً برای کمک به فروش این شرکت تمرکز دارد، از طریق ابزارهایی مثل "مجله علی بابا" با تولید محتوا برای مشتریان به اهداف بلند مدت خود نیز می‌اندیشد.

آخرین مقالات

زیباترین آبشارهای ایران که باید حتماً از

نزدیک ببینید

۳۰ آذر ۱۳۹۸

محمد قاسمی

آبشارها یکی از اسرارآمیزترین پدیده‌های طبیعی هستند و تماشای چشم‌انداز خیره‌کننده آنها یا گوش دادن به صدای دلنشین آب می‌تواند راهی عالی برای دوری...

بیشتر بخوانید

ایران‌گردی

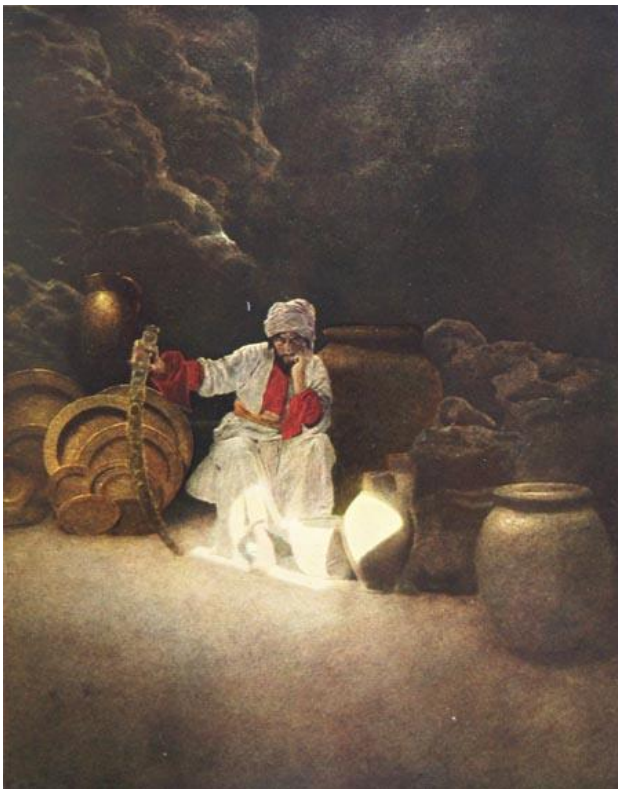


سوال اول) فکر می‌کنید چه محتوایی برای مشتریان شما با ارزش باشد؟

از نظر فلامینگو:

- ✚ نرخ ارز رایج، اختلاف ساعت، آب و هوا و میزان مسافت تا کشور مقصد
- ✚ زبان محلی منطقه
- ✚ کافه ها و رستوران های پربازدید
- ✚ فروشگاه ها و اماکن خرید، شرایط حمل و نقل در کشور مقصد
- ✚ شرایط مهاجرت دائم، تحصیل و یا سرمایه‌گذاری و کار در کشور مقصد
- ✚ طریقه اخذ ویزا و رزرواسیون و قرارها در سفارت‌ها
- ✚ میزان درآمد مهاجران و مردم محلی آن منطقه (مهاجرپذیری کشورهای جهان)
- ✚ فرهنگ بومی، غذاها و سوغات محلی
- ✚ معرفی اماکن تفریحی، تاریخی، پارک‌های ملی و موزه‌های معروف
- ✚ معرفی بهترین و به صرفه‌ترین هتل‌ها و اقامتگاه‌های مختلف
- ✚ معرفی زمانبندی و برنامه‌ریزی‌های دقیق پکیج‌های مسافرتی

سوال دوم) چگونه محتوا می‌تواند درباره‌ی برند شما داستانی تعریف کند؟



علی بابا نام شخصیتی است خیالی در داستان علی بابا و چهل دزد بغداد. و بخشی از کتاب هزار و یک شب. برخی معتقدند این داستان را آنتوان گالان مترجم فرانسوی به مجموعه هزار و یک شب افزوده است. ولی ریچارد اف برتون مدعی بود که داستان علی بابا بخشی از مجموعه اصلی هزارو یک شب بوده است. نویسنده علی بابا را در داستان، فردی چابک و سریع، باهوش و زیرک، ماجراجو و خانه بدوش توصیف می‌کند. (علی بابا باید از این گنجینه‌ای که به لطف انتخاب درست اسم برند خود در اختیار دارد به درستی استفاده کند)

\*شرکت علی بابا با کمک این خصوصیات و روایات می تواند با ساخت یکپارچه کلیپ ها، انیمیشن ها، فیلم ها و سریال های مرتبط با این شخصیت و با محتوای سودمند و با ارزش علمی و گردشگری با هدف آگاهی برند، تداعیات برند و ایجاد وفاداری/دفاع برند مشتریان را شگفت زده کند. (مانند KFC)



kfc  
Louisville, Kentucky



در ویدیو ۹ بازی وارسازی این برند رو مشاهده می کنید:



سوال سوم) چگونه برای اجرای استراتژی بازاریابی محتوا برنامه‌ریزی می‌کنید؟

با در نظر گرفتن اینکه صنعت گردشگری معمولاً با درجه بالایی از پرسش و جست و جو و تحقیق در دسته ماهی قرمز جای می‌گیرد، محتوای مرتبطی که شرکت علی بابا می‌بایست عرضه کند در واقع تلاش مشتری برای جستجو را کاهش می‌دهد و الگوی مسیر مشتری را یک قدم به شکل ایده آل دسته پاپیون نزدیکتر می‌کند.

**گام ۱) تعیین هدف:** با توجه به اینکه بیشتر مخاطبان این شرکت مشتریان B2C هستند اهداف می‌بایست در جهت آگاهی برند، تداویات برند و وفاداری/دفاع برند تعریف شوند. (برای مثال علی بابا بعنوان نماد یک مرکز حرفه‌ای و مدرن کسب و کار گردشگری شناخته شود)

**گام ۲) ترسیم مخاطبان:** تعریف شفاف مخاطب به علی بابا کمک می‌کند تا محتوایی را تولید کند که جذاب برای خرده فرهنگ‌ها و زیرمجموعه‌های خاصی از جوامع باشد. برای مثال معرفی مقاصد گردشگری چالشی و پرخطر به افراد جوان و ماجراجو-معرفی اماکن جذاب برای اقلیت‌های مذهبی- طراحی پکیج‌های مسافرتی ویژه‌ی تجار و پزشکان جهت شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی

**گام ۳) ایده پردازی محتوا و برنامه‌ریزی:**

استفاده از تم‌های مرتبط در مورد نگرانی و دغدغه‌ها و علایق مشتریان در کنار شخصیت پردازی و اصول مرتبط با برند علی بابا (محتوای مجله گردشگری علی بابا در مورد موضوع کلیه هزینه‌های ماهانه اقامت دانشجویان در استرالیا)

فرمت‌های مناسب B2C در غالب نوشتاری و تصاویر و ویدیوها در وب سایت یا رسانه اجتماعی و یا شنیداری (پادکست‌ها و فایل‌های صوتی)

روایتگری کلی بازاریابی محتوا بشکل اپیزودیک و کلیپ‌های کوچک متفاوت و به هم پیوسته (با کمک شخصیت پردازی علی بابا در غالب داستان)

**گام ۴) خلق محتوا:**

محتواسازی داخلی با استفاده از تیم بازاریابی علی بابا (مجله علی بابا)

برون سپاری خلق محتوا با استفاده افراد حرفه‌ای و نت‌وندان و تاثیرگذاران معتبر صنعت گردشگری (اینفلوئنسرهای جهانگرد)

← asuhsworld



1,084 Posts 386K Followers 631 Following

Asudeh Immer  
Lifestyle & Travel is based on my lifestyle,  
photographer

← wheresjpnw



830 Posts 127K Followers 87 Following

JP 📍 Now in Florida 🇺🇸  
🌍 193 countries, 0 regrets  
❤️ Favorite: ایران! پشمام! 🇮🇷  
🏆 Guinness world record holder for least amount of

(اینفلوئنسرهای جهانگرد در اینستاگرام)

🛠 محتوا سازی با منابع طرف

\*محتوا سازی با منابع طرف سوم با کمک مشتریان و مدافعان واقعی برند:



alibabaticket .

تا حالا به باکو سفر کرده‌اید؟ تجربه سفرتان را برای ما  
کامنت بگذارید.



alibabaticket

وقتی صحبت از اتریش باشه یاد چه چیزهایی  
می‌افتید؟

در کامنت برای ما بنویسید.

بزودی #پروازباموسیقی

5d



elnaz\_daghigh Zibatarin keshvare  
jahan

5d 1 like Reply



m.tilab ارکست سمفونی

5d 2 likes Reply



mahdykhab شهر قشنگیه ولی شهر های ساحلی  
ترکیه یچی دیگست

4w 1 like Reply

View replies (1)



rohi\_mosadegh برای یک بار رفتن بعد  
(منات) ۱۸ نیست ..

4w 2 likes Reply

View replies (1)



tannaz\_family فالو کنید 📌

4w Reply



jousepham پلیسای فاسد

4w Reply



m.h.molaeii من بیست روز باکو بودم عید. کشور  
لوکس و قشنگی بود. مردمان خوبی داشت. خونگرم  
بودند

4w 1 like Reply

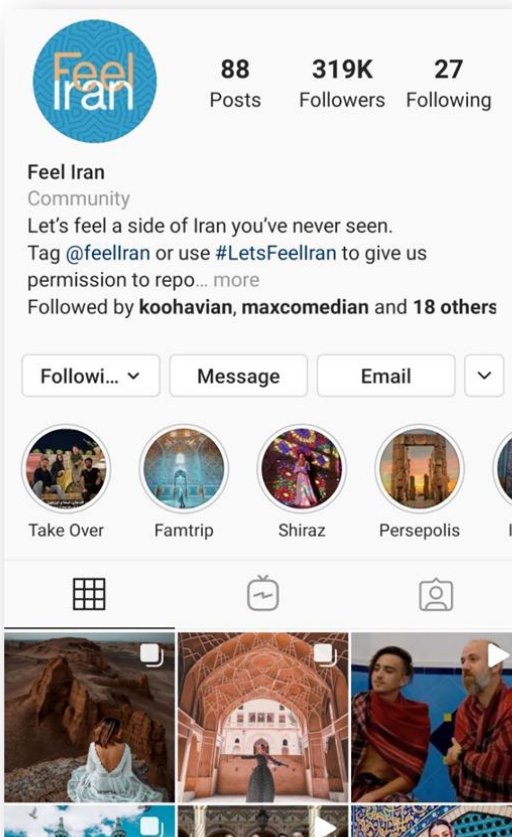
گام ۵) پخش مناسب محتوا به دست مخاطبان مورد نظر در زمان و مکان درست به شکل دیجیتالی توسط رسانه‌های اجتماعی آنلاین یا وبلاگ در غالب صوتی و تصویری به شکل غیردیجیتالی در غالب نشریات و یا حضور فیزیکی برند در لحظه انتشار محتوا

از سه طریق:

✚ انتشار محتوا تحت مالکیت خود برند علی بابا انجام شود. ابزارهای موجود شامل وب سایت-اپلیکیشن- شبکه‌های اجتماعی- انتشارات- رویدادها- خبرنامه‌های ایمیلی و هرچیزی که تحت اختیار و کنترل برند است می‌باشند.

✚ پولی: شامل رسانه‌های الکترونیکی(رادیو و تلویزیون)- رسانه‌های چاپی(نشریات- روزنامه‌ها و مجلات)- رسانه‌های بیرونی دیجیتالی و غیر دیجیتالی (شبکه‌ها و صفحات معروف اجتماعی- نت وندان و تاثیرگذاران جوامع دیجیتالی- بنرهای نمایشی آنلاین یا آفلاین- موتورهای جستجو- تبلیغات از طریق ابزارهای سیار و همراه) که براساس تعداد بازدید و تعداد اعمال، پرداخت و دستمزد صورت می‌گیرد.

✚ رسانه‌های اکتسابی و تصرف شده: از طریق تبلیغات شفاهی یا دفاع در غالب آفلاین و آنلاین در محافل و یا رسانه‌های اجتماعی به شکل ویروسی و همه‌گیر انجام می‌گیرد.



گام ۶) تقویت دامنه محتوا: از طریق شناسایی و همکاری با افراد تاثیرگذار و کارشناسان معروف جوامع گردشگری در جهت خلق روابط برد- برد (پیج کجا بریم؟- پیج ایرانگردی و تهران‌گردی از جمله این صفحات می‌باشند)



**گام ۷) ارزیابی محتوا:** اندازه‌گیری عملکرد تاکتیکی و استراتژی محتوای برند در سراسر مسیر مشتری با کمک شنود اجتماعی (ابزارها و نرم‌افزارهای مشاهده‌گری) و ابزارهای تحلیلی رهگیری مشتریان و افراد مختلف

✚ شاخص مشاهده‌پذیری درباره اندازه‌گیری دسترسی و آگاهی

✚ شاخص مرتبط، جذابیت درباره اندازه‌گیری جلب علاقه: صفحات دیده شده- نرخ پرس و زمان صرف شده در سایت و اپلیکیشن و پیچ شبکه اجتماعی

✚ شاخص قابل جستجو و تحقیق (پرسش): یافت‌پذیری محتوا در موتورهای جستجو- جایگاه در موتور جستجو- ارجاع‌های محتوای برند توسط موتورهای جستجو

✚ شاخص اقدام‌پذیری (عمل) برحسب کلیک و عمل

✚ شاخص قابل اشتراک‌گذاری (دفاع) با استفاده از نسبت اشتراک‌گذاری (تعداد اشتراک‌گذاری بر تعداد نمایش)- نرخ درگیری (تقسیم کل دنباله روها بر اعمال اشتراک‌گذاری شامل

(LIKE,SHARE,MENTION,COMMENT

## گام ۸) بهبود بازاریابی محتوا

ویژگی‌های کلی محتوا:

۱. توضیح‌پذیری (رهگیری عملکرد با مضامین محتوا، تم‌ها، فرمت‌ها و کانال توزیع)

۲. انعطاف‌پذیری و پویایی محتوا (ویرایش و آزمایش آن در مواقع لزوم)

اقدامات کلی: بازاریابان شرکت باید با پشتکار و استمرار در عمل تلاش کنند اثرگذاری بازاریابی محتوای خود را در زمان و مکان مناسب و با بودجه بهینه در جهت شروع گفتگوهای خلاقانه، سازنده و به یادماندنی با مشتریان با هدف حفظ تعادل در کنجکاوی آنها مرتفع سازند.



## فصل یازده

### بازاریابی درگیرکننده برای پیوند احساسی با برند

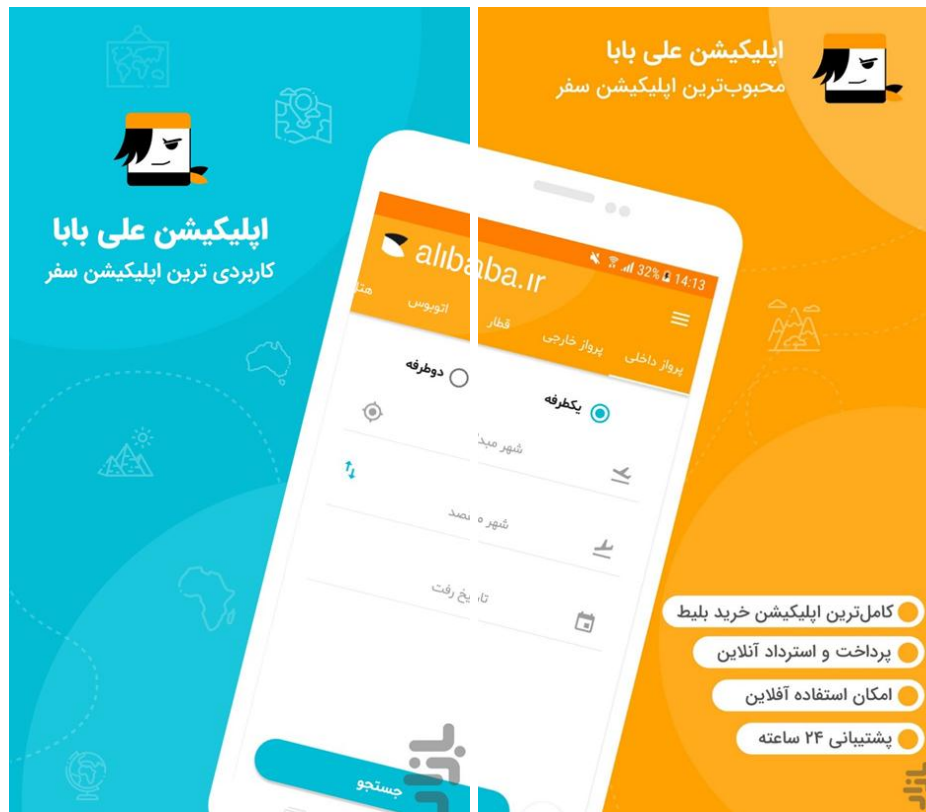
سوال اول) چگونه اپلیکیشن‌های موبایل، مدیریت ارتباط با مشتری اجتماعی و بازی‌گونه‌سازی به شما در درگیر ساختن مشتریانانتان یاری می‌رساند؟



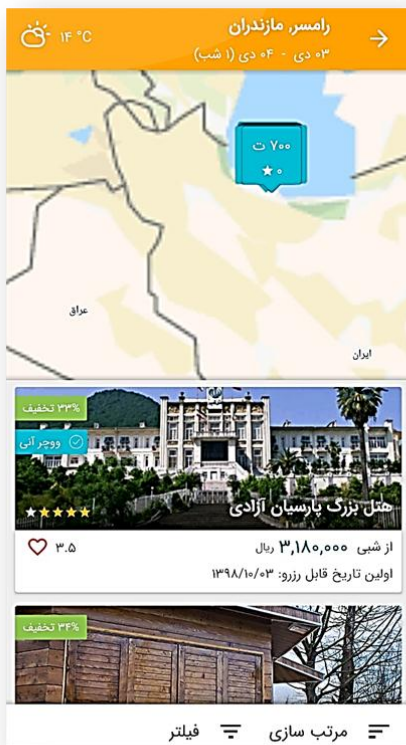
در صنعت گردشگری که عموماً بشکل خدمات به مشتریان عرضه می‌شود، شرکت‌های مسافرتی می‌توانند برای ایجاد رسانه‌ای برای خلق محتوای نوشتاری، ویدئویی، بازی و یا کانال‌های سلف سرویس (خرید و عملیات مالی) و همچنین اتصال این اپ‌ها با خدمات و محصولاتشان (تجربه هسته‌ای) اپ‌های موبایلی طراحی کنند تا مشتریان تعاملات بی‌دردسر با سطح دسترسی بالا و صرفه‌جویی در هزینه‌های پرس‌وجو و رفت‌وآمدشان داشته باشند.

#### گام ۱) اهداف و کاربرد اپ علی بابا

- حل مشکلات عمومی مشتریان بدون تماس تلفنی و مراجعه
- مشاهده و مقایسه انواع خدمات مسافرتی با جزئیات کامل
- توانایی تبادل نظر و مشاهده دیدگاه‌های افراد مختلف (کانال‌های گفتگو، گروه‌ها، سفرنامه‌ها)
- استفاده از پشتیبانی آنلاین ۲۴ ساعته از طریق مرکز تماس پشتیبانی اپ با پاسخگویی سریع
- بازی‌پردازی در داخل اپ (پاداش‌ها، رتبه‌بندی‌ها، امتیازگیری)



## گام ۲) طراحی کارکردهای اساسی و واسط کاربری (سولومو)



مکان یابی در اپ  
(Location)



اشتراک گذاری و گفتمان  
اجتماعی  
(Social)



توانمندی متحرک  
(Mobile)

### گام ۳) ایجاد یکپارچگی سمت سرور

اپلیکیشن علی بابا نمی‌تواند به تنهایی بر خود تکیه کند. بدلیل اینکه پلتفرمی به شکل واسط است که با سیستم سمت سرور می‌بایست یکپارچه شود. (یکپارچگی با دیگر عناصر پشتیبانی شامل دفاتر مرکزی علی بابا، هتل‌ها، فرودگاه‌ها، پایانه‌ها و ترمینال‌ها و ایستگاه‌های قطار و...)



دادن راه حل هایی برای مدیریت ارتباط با مشتری اجتماعی (SCRM):

مدیریت ارتباط با مشتری اجتماعی توسط علی بابا طی سه گام مهیا می‌شود:

گام ۱) ایجاد توانمندی احساس و پاسخ از طریق شنود اجتماعی و گزینه‌ها و برنامه‌های نرم افزاری

← alibaba.support

0 Posts 209 Followers 2 Following

پشتیبانی علی بابا  
@AlibabaTicket  
لطفا این اکانت را فالو نکنید  
این اکانت صرفاً برای پشتیبانی است  
مشکل را با توضیح، اسکرین، شماره همراه و ایمیل  
جهت پیگیری دایرکت کنید  
See Translation  
Followed by alibabaticket

گام ۲) ایجاد توانمندسازی نمایندگان (SCRM): از طریق نت نوگرافی و نمایندگان حرفه‌ای مرکز تماس پشتیبانی ۲۴ ساعته و یا افراد یا نت‌وندان خبره و مورد احترام در صنعت گردشگری

گام ۳) بهره‌گیری از مشارکت جامعه از طریق مدافعان و مبلغان بشکل همدلانه و فراگیر

بازی گونه‌سازی توسط ۷۲۴ و اسنپ را در زیر مشاهده می‌کنید:



**۷۲۴** یلدای 724 با هدیه‌های میلیونی

2,988 likes  
724club 🎁🎉

مگه میشه شب یلدا باشه و جایزه نباشه؟! تا آخر همین هفته، فرصت دارین تا با خرید شارژ از اپلیکیشن 724، وارد قرعه‌کشی هیجان‌انگیز 30 هدیه نقدی 10 میلیون ریالی بشین. 🎁👍

#724 #سه\_سوت #اپلیکیشن\_724 #گردونه\_شانس #برنده #تراکش #شانس #مسابقه #جایزه #شب\_یلدا #مسابقه\_یلدا #یلدا #شب\_چله #شارژ #قرعه\_کشی

View all 347 comments

سلام من ۲ ماهه که برنده یکی از amirabbas.panjeshahi مسابقاتتون شدم ولی جایزم واریز نشده

سلام، 724club @amirabbas.panjeshahi امیرعباس عزیز، در دایرکت خدمتتون توضیح دادیم، لطفا اجازه بدین تا اطلاعات سایر برنده‌ها تکمیل بشه



۷۲۴<sup>+</sup> هفته ۴۰ میلیون تومانی هر هفته یک برنده

- پیشخوان مجوزهای کشور
- گردونه شانس
- پذیرندگان بلوت
- تازه‌ها
- سرگرمی
- پیش بینی
- مراکز تخریفی
- جایزه

سایر | ۷۲۴ پلاس | چیدمان | خانه

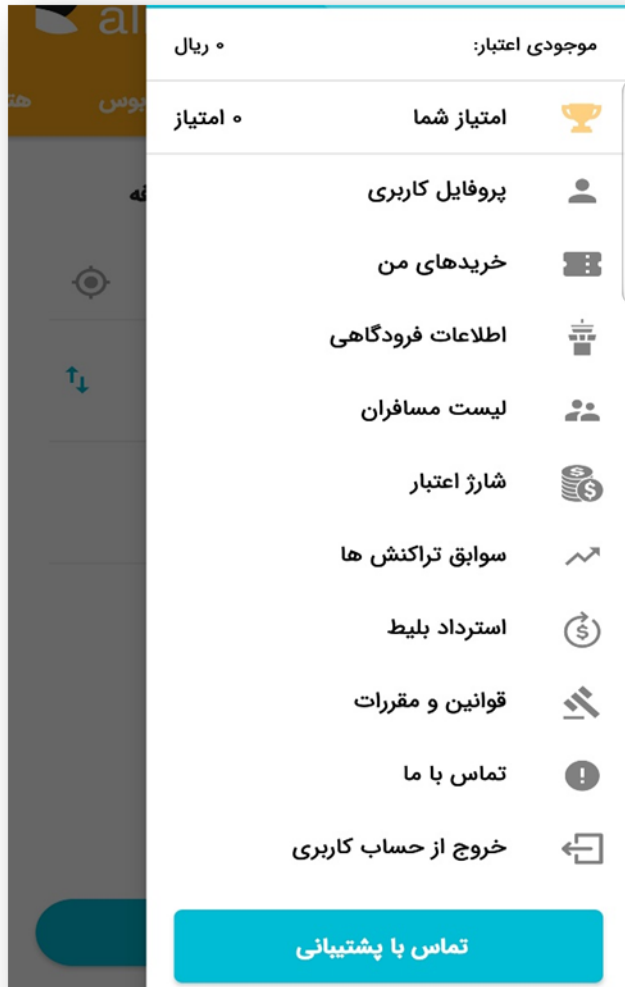


اسنپ! باکس | اسنپ! بایک | اسنپ!

**سرویس‌های اسنپ!**

- شارژ سیم‌کارت
- بهترین قیمت پرواز خارجی
- سفارش غذا
- وانت
- پرواز داخلی
- فقط تهران سوپرمارکت
- اقامتگاه اقتصادی
- اتوبوس
- جایزه نقدی بازی
- هتل

## بازی‌وارسازی در اپلیکیشن علی بابا:



در ویدیو ۱۰ می‌بینید که علی بابا چقدر زیرکانه سعی در آمیختن این موضوع با اهداف تبلیغاتی خود دارد:



## باشگاه مشتریان علی بابا

با هر خرید از علی بابا، ۱ درصد مبلغ پرداخت شده در قالب امتیاز به حساب شما بر می‌گردد. امتیازهای خود را می‌توانید در خرید تور، پرواز خارجی، هتل داخلی و خارجی و همچنین اتوبوس مصرف کنید و به صورت خودکار، تخفیف بگیرید.



بیشتر بدانید ←

سه گام اصلی بازی گونه سازی برند پیش روی علی بابا:

گام ۱) تعریف اقدامات برای شروع (هدف از طراحی بازی، ایجاد چه رفتارهایی است؟)

✚ تراکنشی (شامل خریدها، ارجاع به دوستان و یا پرداختها)

✚ غیر تراکنشی (نظردهی، ثبت اطلاعات، شرکت در فعالیتها، مسابقات و گردهماییها و بازیها)

✚ باشگاه مشتریان (به شکل برنامه‌های وفاداری= پاداشها یا جوامع مشتری= کسب شهرت)

گام ۲) تعریف عضویت مشتری و رده‌بندی (تخمین هزینه عرضه خدمات ویژه به آنان)

گام ۳) تعیین نحوه قدردانی و پاداشها و جوایز

روش کسب امتیاز در باشگاه مشتریان علی بابا:

ثبت نام و تایید شماره موبایل	<	۵ امتیاز
خرید از علی بابا	<	۱ درصد مبلغ خرید
دعوت از دوستان	<	۱۵ امتیاز
اولین خرید دوستان دعوت شده	<	۷٪ مبلغ سفارش
پرواز داخلی	حداکثر ۲۰ امتیاز	تور
پرواز خارجی	حداکثر ۱۰۰ امتیاز	هتل خارجی
قطار	حداکثر ۱۰ امتیاز	پکیج
اتوبوس	حداکثر ۱۰ امتیاز	سایر محصولات
	حداکثر ۵ امتیاز	حداکثر ۵ امتیاز

باشگاه مشتریان علی بابا از ۴ سطح تشکیل شده است. کاربران جدید در سطح آبی قرار می‌گیرند و با کسب امتیاز به مرور می‌توانند به سطح‌های بالاتر وارد شوند و از خدمات بیشتری برخوردار شوند. برای ورود به هر سطح، حداقل امتیاز مشخصی باید کسب شود. در جدول زیر سطح‌های مختلف باشگاه مشتریان علی بابا به همراه خدماتی که برای آن گروه از مشتریان قابل استفاده است مشخص شده است.

تغییر از یک سطح به سطح دیگر به صورت خودکار انجام می‌شود و بعد از کسب امتیاز لازم و محاسبه امتیاز، از طریق ایمیل و پیامک ورود به سطح جدید به اطلاع مشتریان می‌رسد. هر مشتری پس از ورود به سطح بالاتر به مدت ۶ ماه در آن سطح باقی می‌ماند. پس از ۶ ماه دوباره امتیازهای کاربر برای باقی ماندن در سطح فعلی و یا بازگشت به سطوح پایینتر بررسی می‌شود.



## ارزش امتیاز

هر امتیاز باشگاه مشتریان علی بابا، معادل ۱۰ هزار ریال اعتبار دارد. به این ترتیب، در زمان پرداخت شما می‌توانید، انتخاب کنید که بخشی از هزینه‌ی صورت حساب خود را با کسر امتیازتان پرداخت کنید. مثلاً اگر مبلغ صورت حساب شما ۵۰۰ هزار تومان باشد، بعد از پرداخت موفق، ۵ امتیاز برای شما منظور خواهد شد که می‌توانید در خرید بعدی خود بر اساس آن‌چه در ادامه بیان شده، از آن استفاده کنید.

در حال حاضر اعضای باشگاه مشتریان علی‌بابا می‌توانند با امتیازهای کسب شده خود تا سقف ۵٪ مبلغ در خرید تور، تا سقف ۷٪ مبلغ در خرید هتل داخلی و خارجی، تا سقف ۱٪ مبلغ در خرید پرواز خارجی و تا سقف ۳٪ مبلغ در خرید اتوبوس تخفیف بگیرند.





بطور مثال مزایای گروه الماس شامل دسترسی انحصاری به خدمات ویژه (پکیج‌ها و تخفیف‌های بهتر)- واسط‌های مشتری ویژه (مرکز تماس پشتیبانی ویژه)- پاداش‌های فوری و لحظه‌ای بلافاصله بعد از کسب امتیاز و یا رده بندی بهتر (تبدیل امتیاز به ریال یا خرید خدمات با آن امتیازات) می‌باشند.

سوال دوم) چالش‌های اجرای برنامه درگیری مشتری در کسب و کار شما چیست؟

بدلیل دامنه بار عریض صنعت گردشگری (برندهای پیشگام و همچنین ضعیف در بازار زیاد هستند) و میانه بار پایین آن (تمایل به توصیه افراد به یکدیگر کم است) که تبلیغات شفاهی و رسانه‌های اجتماعی به سختی جواب می‌دهند، یافتن و ساختن افراد بالقوه مدافع، اثرگذاری در گفتمان‌های طبیعی پیش آمده، توسعه ابزارها و اپلیکیشن‌های برند با توجه به هزینه‌های هنگفت آن‌ها و همچنین خلق ابتکارات و نوآوری در بازی‌پردازی با توجه به تجانس و همگنی بیش از حد آن‌ها در بین رقبای بازار به سختی میسر خواهند بود و جزو چالش‌های اصلی پیش روی برند علی بابا می‌باشند.



**فلاپتیو**  
چمدان‌ها را ببندید



سوال سوم) آواتار گروه شما و کلاس چیست؟

آواتار گروه **فلامینگو**:



آواتار کلاس از دید محمد جعفری:



آواتار کلاس از دید محمد پوریا پلویی:





سخن پایانی: در مورد برند علی بابا باید گفت عامل شگفت انگیزی آن‌ها همانطور که خودشان گفتند استرداد بلیطشان است، اما احساس می‌شود علی بابا به خوبی نتوانسته این کار را انجام دهد و پیشنهاد **فلامینگو** به علی بابا این است که اولاً تا زمانی که این موضوع برایش تمایز خاصی ایجاد نمی‌کند انقدر روی آن مانور تبلیغاتی ندهد و نهایتاً اینکه اگر واقعاً می‌خواهد این موضوع برایش حکم عامل شگفت‌انگیزی داشته باشد، حداقل به درستی آن را اجرا کند.

با تشکر از نگاهتان (فلامینگو)

The End  فلامینگو