

به نام خدا

بازاریابی دیجیتال در سیستم های سلامت

Digital Marketing in Health Systems

Mostafa Jahangir

www.mjahangir.ir

معرفی مدرس

- دکتری مدیریت
- عضو هیات علمی گروه مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی علوم پزشکی وارستگان
- عضو هیات علمی گروه فناوری اطلاعات سلامت علوم پزشکی وارستگان
- مشاور و مدرس بازایابی دیجیتال

درباره دوره آموزشی Digital Marketing

شامل مباحث

- اصول بازاریابی
- تعیین محصول
- بوم مدل های کسب و کار
- بازاریابی محتوایی
- بازاریابی از طریق شبکه های اجتماعی (اینستاگرام و ...)
- بازاریابی از طریق وب سایت و SEO
- بازاریابی از طریق ایمیل
- بازاریابی رویدادی
- تبلیغات دیجیتال



محصول شما چیست؟

محصول چیست؟

محصول (کالا یا خدمت)



Goods

vs.

Services



تخصص گرایی و تمرکز در ارائه محصول



- شما منابع محدودی دارید اگر تمرکزتان وسیع باشد پیام بازاریابی شما ضعیف و از قدرت آن کاسته می‌شود
- لزوم مرتبط بودن تبلیغ با افراد به طوری که مشتری بالقوه بگوید ببین با من است.
- تخصص قیمت را بی‌اهمیت می‌کند
- با وسعت دادن بیش از حد به محصولاتتان خاص بودن خود را از بین می‌برید که بر مبنای قیمت خریداری می‌شود.

تا کی باید محصولاتتان را محدود نگه دارید؟

- تخصص گرایی به این معنا نیست که شما نمی‌توانید دایره وسیعی از محصولات را ارائه کنید
 - فقط بدانید که هر دسته‌ای از خدمات به کمپینی مجزا نیاز دارد.
- پس از تسلط در یک بازار محصول
 - می‌توانید کسب و کارتان را با یافتن یک محصول سودآور دیگر گسترش دهید و در آن نیز به تسلط برسید.
 - اما هیچگاه این کار را به صورت همزمان انجام ندهید.



چطور محصول تخصصی خود را شناسایی کنیم؟

رضایت شخصی
Personal fulfillment

میزان جذابیت
محصول برای ما

ارزش برای بازار
Value to the marketplace

آیا نوع مشتریان
حاضرند پول برای
محصول ما پرداخت
کنند؟

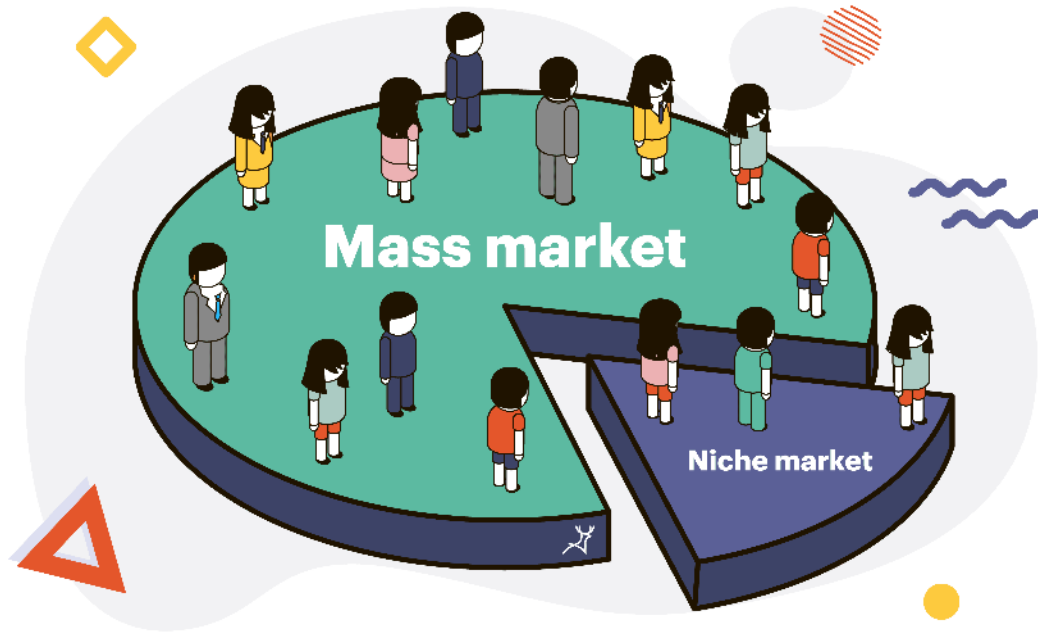
سودآوری
Profitability

میزان سودآوری این
محصول

بخش بندی مشتریان

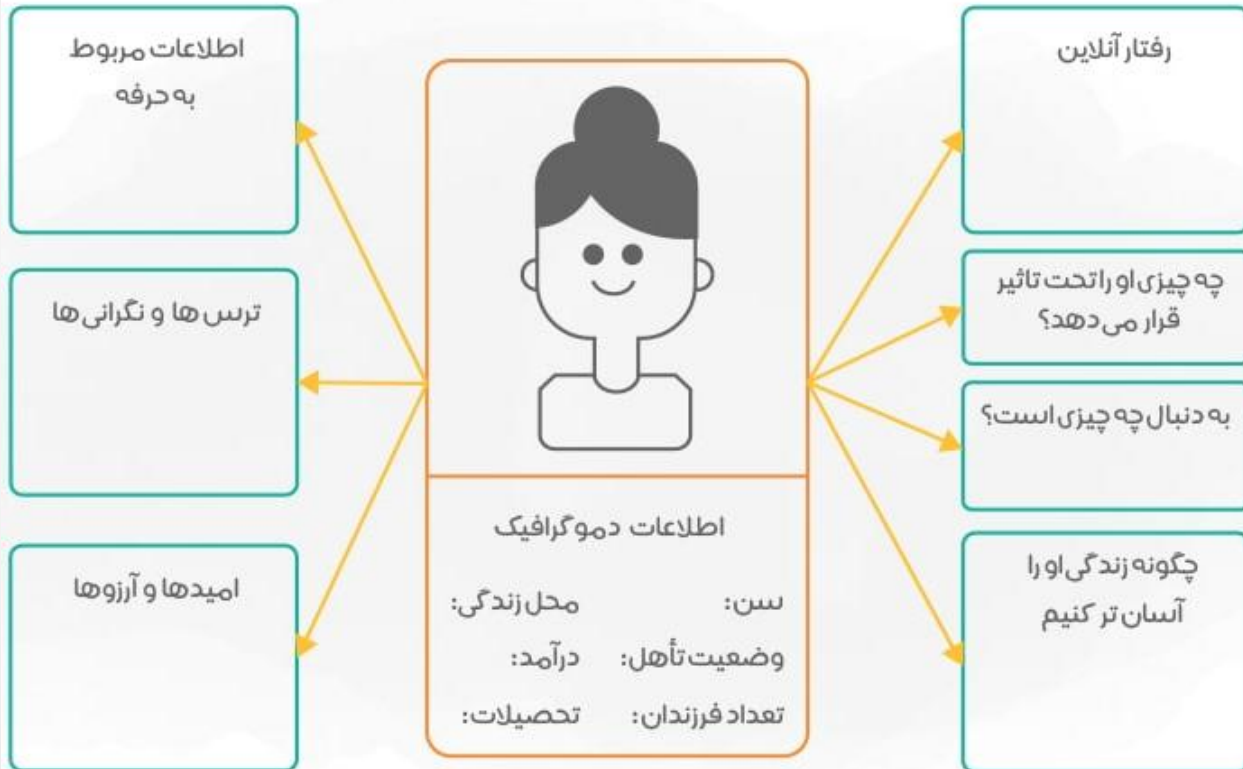
Customer Segmentation

بازار هدف شما چیست؟



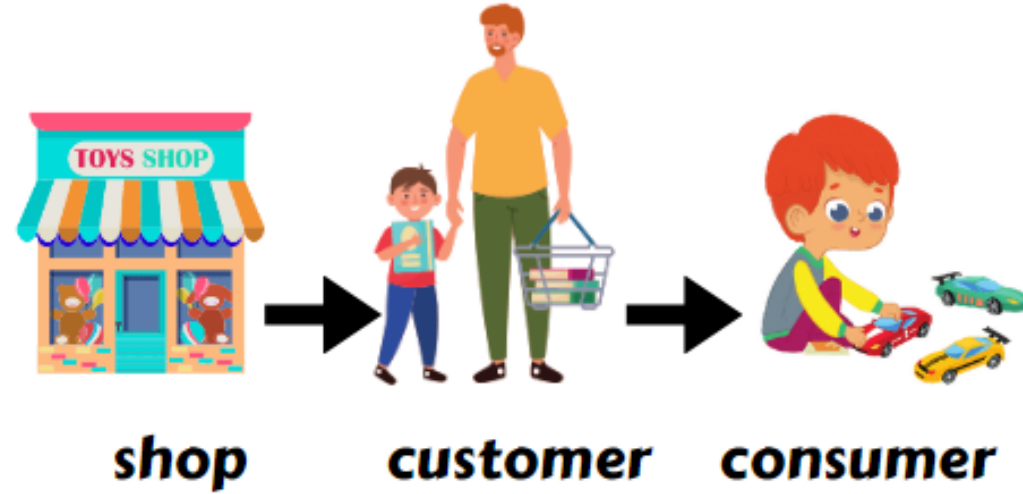
- بر روی جاویژه (Niche Market) تمرکز کنید
- تبدیل به یک ماهی بزرگ در برکه ای کوچک شوید.
- هدف قرار دادن همه افراد با محصولاتان ایده‌ای افتضاح است، چون هدف قرار دادن همه افراد یعنی هیچ کس را هدف قرار نداده‌اید.
- با تمرکز به اعماق ذهن مشتریان بالقوه خود نفوذ کنید تا بتوانید خواسته واقعی آن ها را درک کنید.

بخش بندی مشتریان Customer Segmentation



- محصول شما بیشتر به درد آقایان می خورد یا خانمها یا هر دو؟
- از نظر سن و سال چه کسانی مشتری شما هستند؟
- مشتریان شما کجا زندگی می کنند؟
- سطح تحصیلات مشتریان شما چیست؟
- اوضاع مالی مشتریان شما چگونه است؟
- شغل مشتریان شما چیست؟
- ویژگی های فرهنگی و اجتماعی مشتریان شما چیست؟

انواع مشتریان



كانالها

Channels

کانال‌ها Channels

- نحوه فروش و ارائه محصول به مشتری
 - چگونه مشتری به محصول مان دسترسی پیدا می‌کند؟
- مثال: کانال های عرضه کتاب توسط یک ناشر
 - فروش آنلاین نسخه فیزیکی کتاب در وب سایت و شبکه های اجتماعی
 - فروش آنلاین نسخه الکترونیکی کتاب در وب سایت و شبکه های اجتماعی
 - فروش حضوری در کتابفروشی مرکزی ناشر
 - فروش حضوری در سایر کتابفروشی ها
 - فروش حضوری در نمایشگاه کتاب

ارزش پیشنهادی مشتری

Customer Value Proposition

ارزش پیشنهادی مشتری Customer Value Proposition



- محصول ما چه مشکلی را برای مخاطب حل می‌کند؟ کدام لذت را برایش ایجاد می‌کند؟ کدام درد او را کم می‌کند؟
- در صنعت خود به دنبال محل های درد باشید و منبع تسکین آن درد باشید.
- کاهش درد انگیزه خرید بیشتری ایجاد می‌کند تا ایجاد لذت.
- ارزش پیشنهادی خود را بر اساس نتایجی که مشتری خواهان آن است ایجاد کنید.
- بازاریابی بد، متمرکز بر محصول و شرکت است. بازاریابی خوب بر مشتری و مشکلاتش تمرکز دارد.

چه ارزش های پیشنهادی می توان پیشنهاد داد؟

صرفه جویی در
زمان

کاهش هزینه

کاهش اضطراب

کاهش ریسک

کسب پرستیز
اجتماعی

فخر فروشی

رفاه و راحتی و
کاهنده زحمت

تفریح و سرگرمی

پول سازی

شخصی سازی و
سفارشی شده
برای مشتری

تسهیل دسترسی
مشتری به
محصول

ارزش پیشنهادی محصول خود را در جمله ای کوتاه توضیح دهیم

- می دانید که (مشکل) وجود دارد، کاری که ما انجام می دهیم این است که (راهکار)، در واقع (شواهد).
- مثال توسعه وب سایت:
 - می دانید که وب سایت بیشتر شرکت ها به روز نیست (مساله).
 - خب کار من این است که نرم افزاری نصب کنم که افراد بدون نیاز به اینکه هر بار به طراح وب پرداخت کنند به آسانی بتوانند سایت خود را به روز کنند (راهکار).
 - در واقع من اخيرا این نرم افزار را برای مشتری نصب کردم که توانستند سالی ۲۰۰۰ دلار صرفه جویی کنند (شواهد).

جریان درآمدی

Revenue Streams



مدل فروش مستقیم

یک گاو دارید
شیرش رو خونه به خونه و رو در رو میفروشید!

مدل فروش مستقیم

۲ برابر سبد خریدت رو برنده باش!

ورود به حساب کاربر

جستجو در دیجی کالا

digikala

لطفًا شهر و استان خود را

فروشنده شوید

سوالاتی دارید؟

دیجی کلاب

دیجی پلاس

دیجی کالای من

تخفیف‌ها و پیشنهاده‌ها

سوپرمارکت

دسته‌بندی کالاها



عرضه محصولات سلامت غیردارویی توسط داروخانه‌های منتخب



برای خواهر خوش استایل تو



از طعم محبوب دنیا لذت ببرید

نسکافه

خرید

ارسال رایگان

برای مشتریان جدید

FREE

مشاهده کالاها

مدل فروش مستقیم

مورد

کمک نیاز دارید؟
۰۲۱ ۲۲۹۰۹۲۰۰

مخصول مورد نظرتان را جستجو کنید

درمان گار

خانه تجهیزات پزشکی خانگی ▾ تجهیزات حرفه ای ▾ مواد مصرفی پزشکی ▾ لوازم بهداشتی ▾ لوازم آرایشی ▾ نامهای تجاری راهنمای خرید

از خودمان و دیگران محافظت کنیم...

کلیک کنید ← **WTHUT** گروه مله‌تی بی‌تی نمایندگی رسمی فروش

مشاهده‌ی انواع ماسک

مشاهده‌ی انواع ضد عفونی کننده

ارسال رایگان برای خریدهای بالای ۲۰۰ هزار تومان

کالای اصل اطمینان از اصالت ۱۰۰٪ کالاها

تحویل سریع ارسال و تحویل ۱ ساعته در تهران

تنوعی بینظیر بیش از ۱۲,۰۰۰ آیتم موجود در انبار

مشاهده‌ی لوازم بهداشتی

مشاهده‌ی تخصصی پزشکی

مشاهده‌ی مواد مصرفی

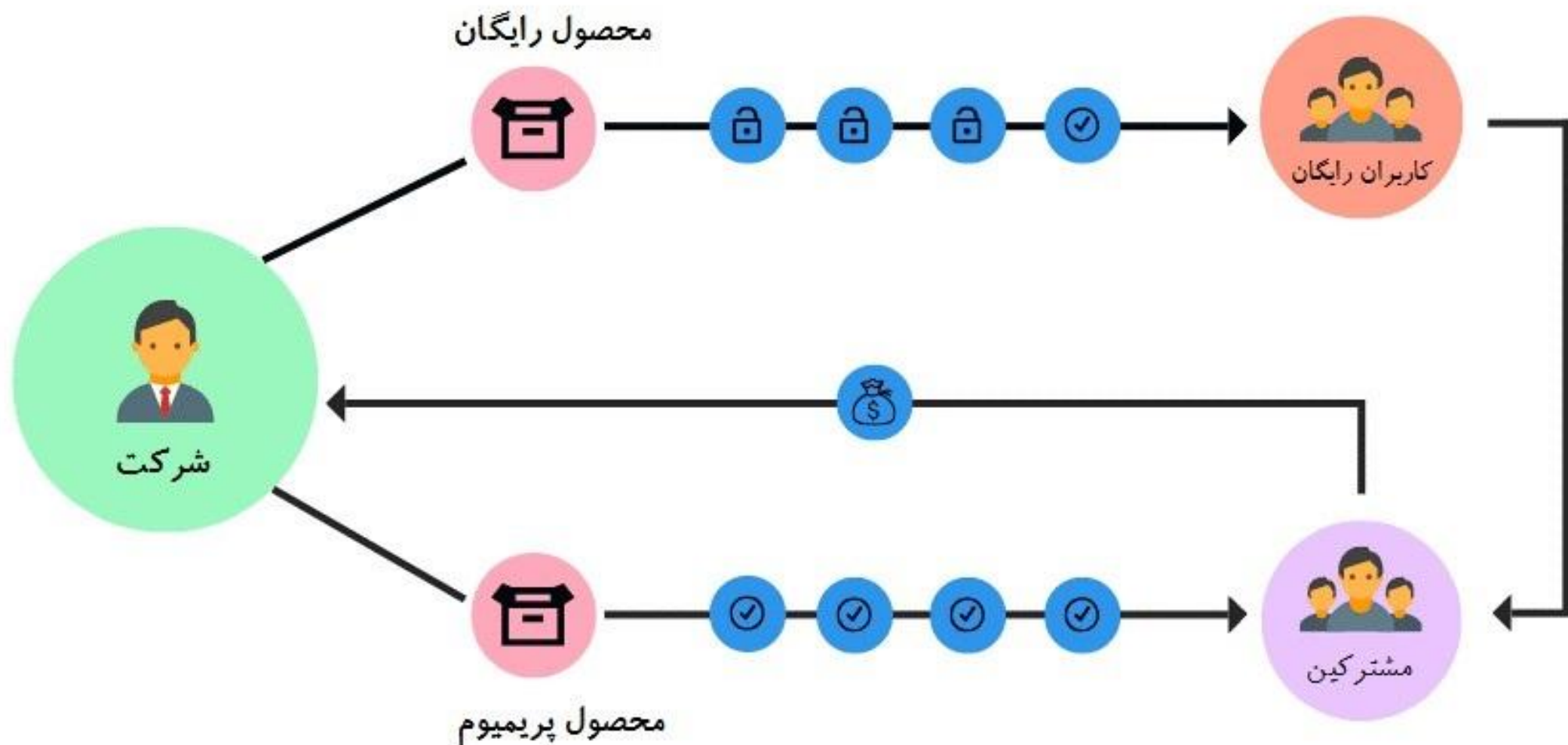
مشاهده‌ی کالاهای خانگی



مدل فریميوم

یک گاو دارید
یک پاکت شیرش رو رایگان میفروشید
و برای فروش یک کارتن شیر از مشتریتون پول میگیرید.

مدل فریمیوم Freemium



مدل فریمیوم

Free + Premium
= FreePremium



Basic

Free



Pro 50

\$9.99/month

[Upgrade to Pro 50](#)



Pro 100

\$19.99/month

[Upgrade to Pro 100](#)

مدل فریمیوم

تسکولو

ماهانه

سالانه

اختصاصی

براساس نیازهای
سازمان

مناسب برای سازمان‌هایی که مایلند
تسکولو روی سرورهای داخلی یا
دیتاستر میزبانی شود

درخواست مشاوره

تحلیل‌گر
مدیریت کارها
ثبت زمان کاری
گفتگوی آنلاین
مدیریت سطوح دسترسی
گزارش هفتگی پروژه
پشتیبانی با اولویت بالا
آموزش و استقرار
شخصی‌سازی گزارش‌ها
سیستم ورود یکپارچه (SSO)

تجاری

۴۰۰۰۰ تومان

هر کاربر در ماه
برای همه پروژه‌های سازمانی

مناسب برای سازمان‌های بزرگ که
آماده‌اند از قدرت دیجیتالی شدن بهره
ببرند

شروع رایگان

تحلیل‌گر
تماس‌های ویدیویی تا ۱۰ نفره
مدیریت کارها
ثبت زمان کاری
گفتگوی آنلاین
مدیریت سطوح دسترسی
گزارش هفتگی پروژه
پشتیبانی با اولویت بالا
حجم بارگذاری هر فایل: 1GB

حرفه‌ای

۲۰۰۰۰ تومان

هر کاربر در ماه
برای یک پروژه

مناسب برای کسب‌وکارهایی که
می‌خواهند با هم نتیجه بگیرند

شروع رایگان

مدیریت کارها
ثبت زمان کاری
گفتگوی آنلاین
مدیریت سطوح دسترسی
گزارش هفتگی پروژه
پشتیبانی با اولویت بالا
حجم بارگذاری هر فایل: 500MB

پایه

رایگان

هر کاربر در ماه
برای تعداد نامحدود پروژه

مناسب برای تیم‌های کوچک و
کسب‌وکارهای نوپا که حداکثر ۱۰ کاربر
دارند

شروع رایگان

مدیریت کارها
ثبت زمان کاری
گفتگوی آنلاین
حجم بارگذاری هر فایل: 10MB



مدل حق اشتراک

یک گاو دارید
هر یک پاکت شیرش رو سه هزار تومان میفروشید
اما بیست پاکت شیر در ماه رو فقط چهل هزار ارائه میدهید.

مدل حق اشتراک Subscription



خرید اشتراک فیلیمو

- [انتخاب و ادامه <](#)

اشتراک ۱ ماهه
۹۹,۰۰۰ تومان


- [انتخاب و ادامه <](#)

اشتراک ۳ ماهه
۲۱۹,۰۰۰ تومان ~~۲۸۷,۰۰۰ تومان~~ ۲۵٪ تخفیف


- [انتخاب و ادامه <](#)

اشتراک ۶ ماهه
۳۹۹,۰۰۰ تومان



۹٪ مالیات بر ارزش افزوده به همه انواع اشتراکها اضافه می‌شود

وارد کردن کد تخفیف / دریافت تخفیف استانی

شما با داشتن اشتراک فیلیمو به امکانات زیر دسترسی دارید:

- ✓ ترافیک اینترنت به صورت نیم‌بها، برای تماشا یا دانلود فیلم در فیلیمو، روی همه اپراتورها
- ✓ بیش از ۴۰ هزار اپیزود فیلم و سریال
- ✓ امکان دانلود فیلم به صورت درون برنامه‌ای، برای تماشای آفلاین و زمانی که اینترنت ندارید.
- ✓ تماشای فیلم، به صورت همزمان از ۳ دستگاه (تلویزیون، کامپیوتر، گوشی یا تبلت)

بازاریابی اینستاگرام Instagram Marketing

موضوع پیج چه باشد؟

- فقط بر یک یا دو موضوع تخصصی تمرکز کنید تا سرعت رشد بیشتر شود.
- در ذیل موضوع تخصصی پیج ۳ تا ۵ زیرعنوان انتخاب کنید.
- ایستاگرام ابتدا فضای سرگرمی و تفریح است و بعد فضای آموزشی و ترویجی



princeofai

Message



463 posts

14.7k followers

55 following

شاهزاده هوش مصنوعی / PrinceofAI

Education

🏫 مدرسه مجازی هوش مصنوعی 🏫

🤖 هوش مصنوعی را ساده و روان آموزش می دهیم 🤖

🌐 با دانش، جهان در دست توست 🌐

☎ فقط واتساپ ۰۹۳۰۱۵۱۲۶۲۷

✉ Hushmankharzmi@gmail.com

hushmandkharazmi.com



i_etiquette

Message



40 posts

9,072 followers

1 following

اصول آداب معاشرت

Education

آموزش روابط عمومی و آداب اجتماعی

رعایت اصول آداب معاشرت ، باعث میشود در جمع ها بدرخشید

موضوع پیج چه باشد؟



smartdentistry_mhd

Message

Follow



2,060 posts

59.6k followers

542 following

کلینیک دندانپزشکی اسمارت مشهد

Health/beauty

- ♦ تحویل یک روزه #لمینیت_سرامیکی
- ♦ کاشت #ایمپلنت بدون جراحی و بدون درد
- ♦ طراحی لبخند دیجیتال قبل از درمان
- ♦ مجهز به لیزر
- ☎ 31991

zil.ink/smartdentistry



dorostnevisii

Message



243 posts

13.3k followers

63 following

آیین نگارش و ادبیات

درست نویسی در روزمره



به گفتار دانندگان راه جوی

به گیتی پیوی و به هر کس بگوی



salamatonline.tv

Message

Follow



248 posts

9,725 followers

5,196 following

per/she/faer/he تلویزیون آنلاین سلامت

Health & wellness website

جهت ارتقای سطح آگاهی و سلامت

To raise awareness and health

محتوای علمی با بیانی ساده

گفتگو با پزشکان و روانشناسان برتر

پرسش و پاسخ



ariamedic.ir

Message

Follow



18 posts

734 followers

39 following

آریا مدیک | فروش تجهیزات پزشکی

Medical Supply Store

سفارش تجهیزات به صورت عمده و خرده *

بررسی تخصصی تجهیزات و کاربرد آن ها *

مشاوره ی خرید تجهیزات برای کلینیک ها و بیمارستان ها *

☎ ۰۴۱-۳۵۵۶۸۷۴۵



با چه ملاک هایی موضوع پیج را انتخاب کنید؟



tamirok.ir

Message



543 posts

167k followers

117 following

محمد عنایتی | تعمیر اوکی

Product/service

یه مهندس صنایع که عاشق و خوره ی لوازم خانگی و یاد دانه
ارتباط فقط واتس اپ : ۰۹۱۲۲۴۰۹۳۶۰ 📞 سایت فروشگاه
store.tamirok.com



golsa_shimi

Message

Follow



62 posts

12.1k followers

4 following

دکتر خواجه- دکتر نصر | گلسا شیمی

Education

دانشتنی های جذاب شیمی 🧪

مشاوره و همکاری در پروژه های مربوط به شیمی 🧪

واتساپ:

0937 246 4850, 0913 561 6569

📍 بیوگرافی

zil.ink/golsa_shimi



tondyad

Message



369 posts

24.6k followers

75 following

دکتر گیلانی / رتبه ۱ کنکور - رتبه ۱ کنکور

مربی تندخوانی / افزایش عملکرد مغز 🧠

من مغزت رو تبدیل میکنم به یه سوپرمغز، خودمم با همین تکنیکها رتبه یک کنکور شدم

📍 📱 📞

وبینار رایگان

📍 📱 📞

evnd.co/V4RNF

- علاقه شما به موضوع

- داشتن آگاهی کافی از موضوع

- جذاب بودن موضوع برای گروهی از مخاطبان

- خلاقانه بودن موضوع

مخاطبان پیج شما چه کسانی هستند؟ (تعیین پروفایل مخاطبان)



acecr_hic

Message

Follow

...

32 posts

2,718 followers

179 following

مرکز تخصصی انفورماتیک سلامت

Educational Research Center

جهاد دانشگاهی علوم پزشکی تهران

برگزاری دوره های آموزشی

داده_کاوی #مهندسی_پزشکی #انفورماتیک_پزشکی #هوش_مصنوعی

مجری طرح پژوهشی

مشاوره تخصصی سازمانی

hic.jdtums.ir

• بازه سنی

• نوجوان - جوان - میانسال - سالمند

• جنسیت

• مرد - زن

• طبقه اجتماعی

• آسیب پذیر - متوسط - برخوردار

• محل زندگی

• جهانی - کل کشور - یک استان مشخص - یک شهر مشخص

• سطح تحصیلات

• دیپلم و پایین تر - لیسانس - فوق لیسانس و بالاتر

• شغل

• پزشکان - دندانپزشکان - کارشناسان - شاغلین حوزه سلامت HIT - برنامه نویسان

مخاطبان شما، چه ویژگی ها، نیازها، خواسته ها و انتظاراتی دارند؟

- مخاطبان من بیماران سرطانی هستند که می خواهند یک رژیم غذایی متناسب با شرایط بیماری شان داشته باشند. این بیماران به دلیل شیمی درمانی، حالت تهوع داشته و اشتهایی به غذا ندارند و ...
- مخاطبان من علاقمندان به برنامه نویسی هستند که می خواهند گام به گام برنامه نویسی HTML/CSS/JavaScript/PHP را یاد بگیرند.



devminds.co

Message

Follow Back

...

127 posts

14.4k followers

272 following

Programming | برنامه نویسی + آموزش

Web Designer

📁 برنامه نویسی به زبان ساده |

📁 اجازه دهید ما 0 و 1 ها رو برای شما ساده کنیم |

📱 + 🖥️ + 🎧 = </>

📍 اینجا ایستگاه جامع ترین آموزش هاست |

🚀 با ما شروع کن |

چه نام و لوگویی را می خواهید برای پیج خود انتخاب کنید؟



princeofai

Message



463 posts

14.7k followers

55 following

PrinceofAI / شاهزاده هوش مصنوعی /
Education



danabrain.ir

Message

Follow



652 posts

10.4k followers

1,793 following

مرکز سلامت مغز دانا
Product/service
انستیتو سلامت مغز



dorostnevisii

Message



243 posts

13.3k followers

63 following

آیین نگارش و ادبیات
درست‌نویسی در روزمره



salamatonline.tv

Message

Follow



248 posts

9,725 followers

5,196 following

per/she/faer/he تلویزیون آنلاین سلامت
Health & wellness website



in1min

Message



295 posts

151k followers

23 following

in1min
Broadcasting & media production company



health_it_vu

Message



47 posts

759 followers

44 following

فناوری اطلاعات سلامت و ارستگان
College & university

شرح و توصیف Bio پیج شما چیست؟

- بگویید که مخاطب با دنبال کردن این پیج به چه چیزهایی دست می یابد.

- شعار پیج

- موضوع پیج

- مشخصات برند شما



healthy_dietition

Follow



12 posts

104 followers

394 following

تغذیه_رژیم درمانی

مشاور تغذیه، رژیم و تناسب اندام

❗ قول میدیم کنارت باشیم تا به تناسب اندام دلخواهت برسی ❗
رژیم آنلاین توسط کارشناسان تغذیه (فاطمه بهادر، محدثه فتوتی)



dr.baharehimani

Follow



435 posts

13.1k followers

781 following

متخصص کودکان، مشاوره تغذیه مشهد

👩 دکترا بهاره ایمانی

من کمک میکنم #بدغذایی کودکان را با روش درست و برنامه ریزی درمان کنید

فلوشیپ #تغذیه_کودک از استرالیا

استادیار علوم پزشکی #مشهد

www.drbaharehimani.com



regime_fast

Follow



52 posts

534 followers

66 following

رژیم غذایی سریع و موثر

😊 استوری هارو از دست ندید 😊

😊 برای سلامتی خود ارزش قائل باشید 😊

😊 با رژیم های ما خوشمزه لاغر شوید 😊

🏃 برنامه ورزشی 🏃

تم رنگی پیج



ژورنال کلاب



HIT مشاغل



نوروز ۱۴۰۱



مصاحبه



... دروس رشته



... معرفی رشته



... به آی تی ژن

POSTS

VIDEOS

TAGGED



...ت از تبلیغات



تبلیغات



video



photo



کانال تلگرام



داستان

POSTS

VIDEOS

TAGGED



تم رنگی پیج



ارتباط با ما



...کاوی سلامت



...های آموزشی



...یازات پزشکی



...ایی با اساتید



معرفی مرکز

POSTS

TAGGED

دوره جامع پژوهشگری
پهن و استنداد: 1400

- آموزش نگارش پروپوزال پژوهشی
- آموزش نگارش و سامیت مقاله
- نرم افزار EndNote
- متدهای مطالعات اپیدمیولوژیک
- آنالیزهای آماری و SPSS
- برنامه نویسی R
- ثبت اختراع

با مدرک معتبر و قابل ترجمه

09032805387
@acecr_HIC
@acecr_HIC

ثبت اختراع
پهن و استنداد: 1400

ویژه علاقه مندان و دانشجویان رشته های فنی مهندسی، پزشکی، پیراپزشکی و...

با مدرک معتبر و قابل ترجمه

09032805387
@acecr_HIC
@acecr_HIC

برنامه نویسی R
پهن و استنداد: 1400

ویژه علاقه مندان و دانشجویان رشته های فنی مهندسی، پزشکی، پیراپزشکی و...

با مدرک معتبر و قابل ترجمه

09032805387
@acecr_HIC
@acecr_HIC

آنالیزهای آماری و SPSS
پهن و استنداد: 1400

ویژه علاقه مندان و دانشجویان رشته های فنی مهندسی، پزشکی، پیراپزشکی و...

نرم افزار EndNote
پهن و استنداد: 1400

ویژه علاقه مندان و دانشجویان رشته های فنی مهندسی، پزشکی، پیراپزشکی و...

متدهای مطالعات اپیدمیولوژیک
پهن و استنداد: 1400

ویژه علاقه مندان و دانشجویان رشته های فنی مهندسی، پزشکی، پیراپزشکی و...



Quiz 2



سوالات شما



پایتون 2+



ریلز



کسب درآمد



پایتون +



Quiz 1

POSTS

VIDEOS

TAGGED

چالش پایتون
گزینه صحیح کدومه؟

```
var = 10
for i in range(10):
    for j in range(2, 10, 1):
        if var % 2 == 0:
            continue
        var += 1
    else:
        var += 1
print(var)
```

@raha.coder

1.10
2.20
3.21
4.30

@raha.coder

چندل های آموزش پایتون

@raha.coder

از ریاضی ترس!!!

@raha.coder

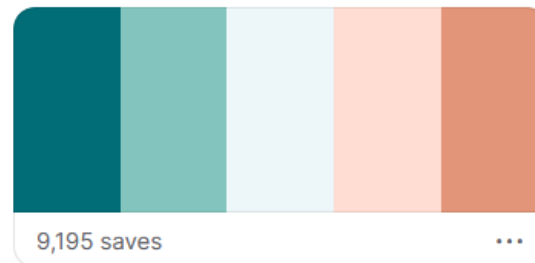
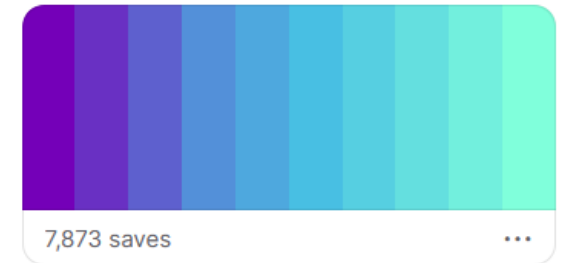
سه سایت تمرین برنامه نویسی

برنامه نویسی رو اینجا

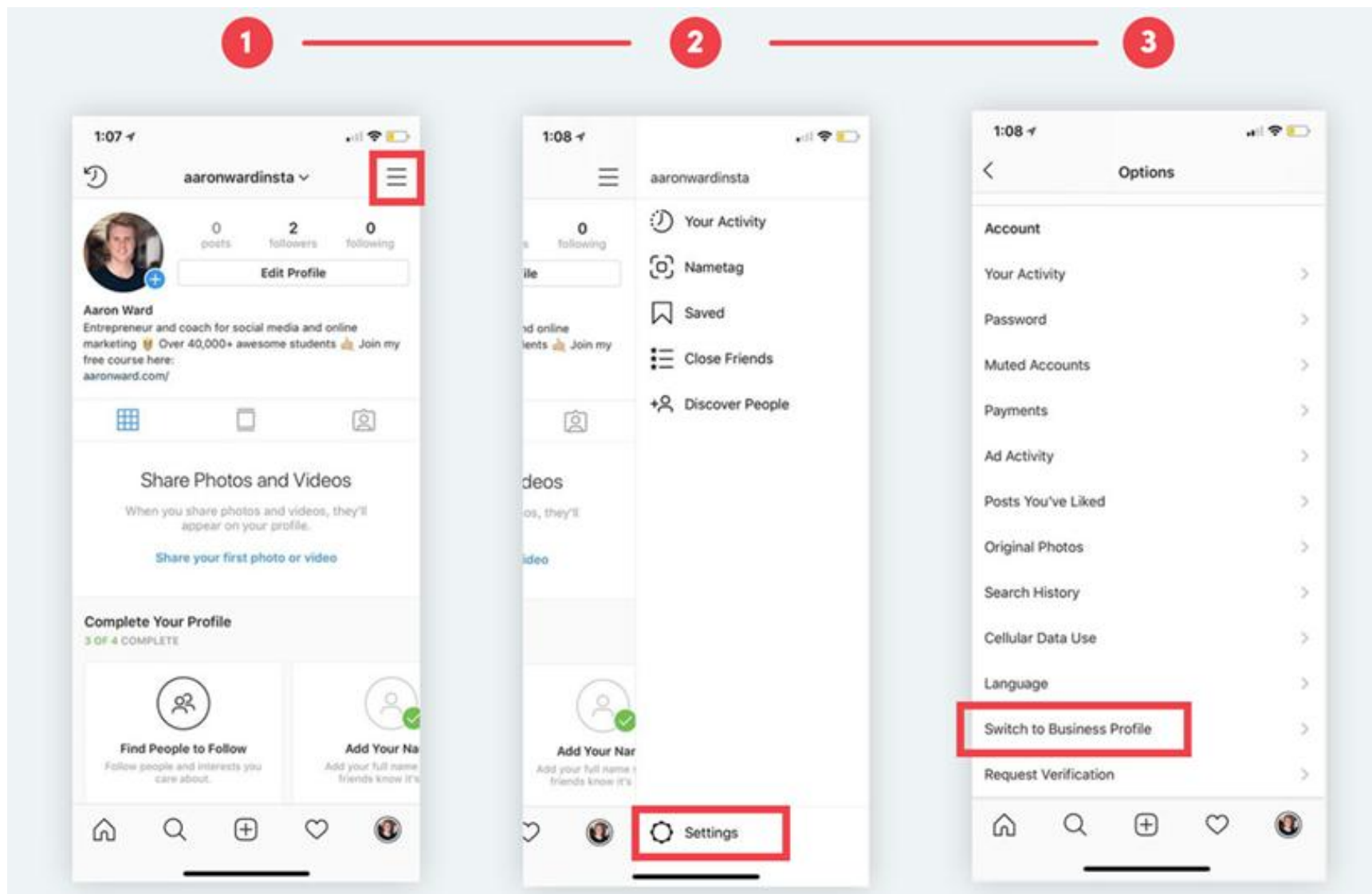
معرفی چند سایت یادگیری برنامه نویسی

تم رنگی پیج

- با استفاده از وب سایت <https://colors.co> تم رنگی پیج خود را انتخاب کنید.



اکانت خود را Business کنید.



بازاریابی محتوا Content Marketing

پرسش و پاسخ



مراحل انجام یک کار

مراحل بلیچینگ

در کلینیک اسمارت

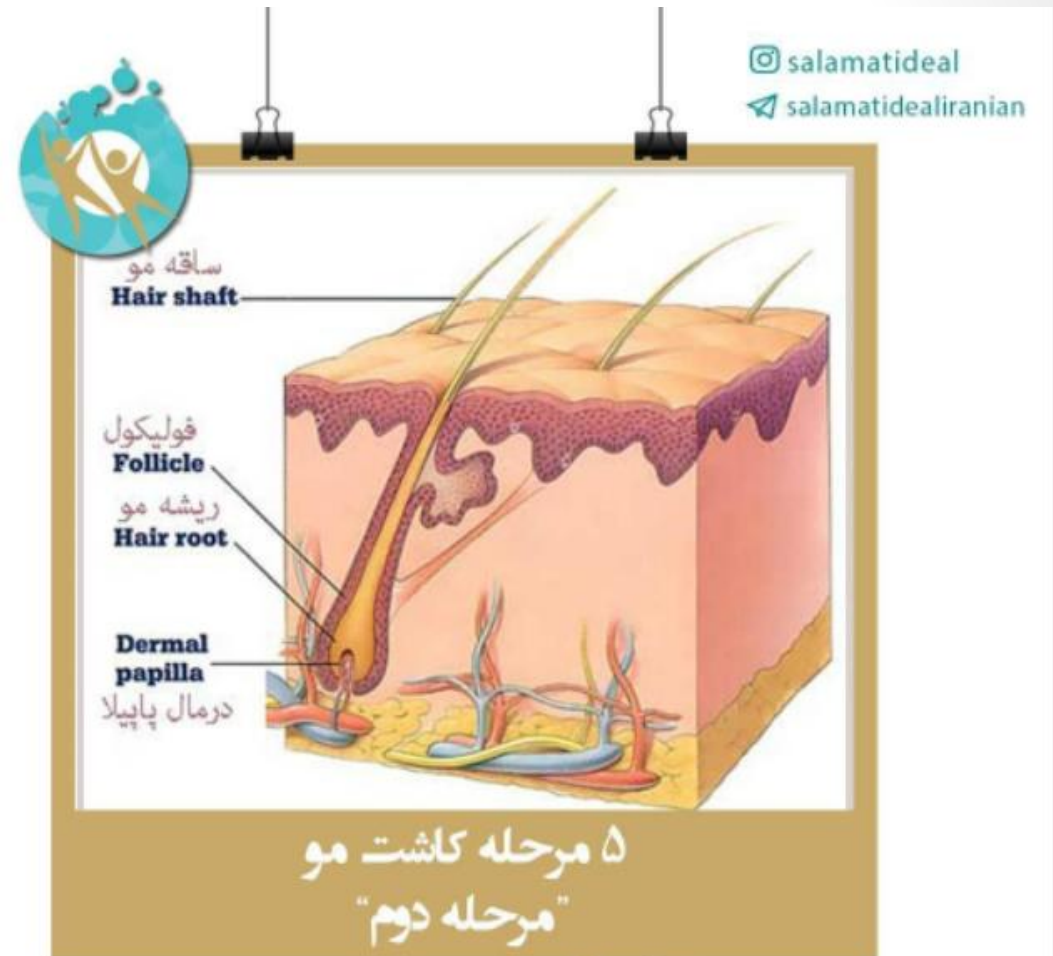


Before



After

SMART



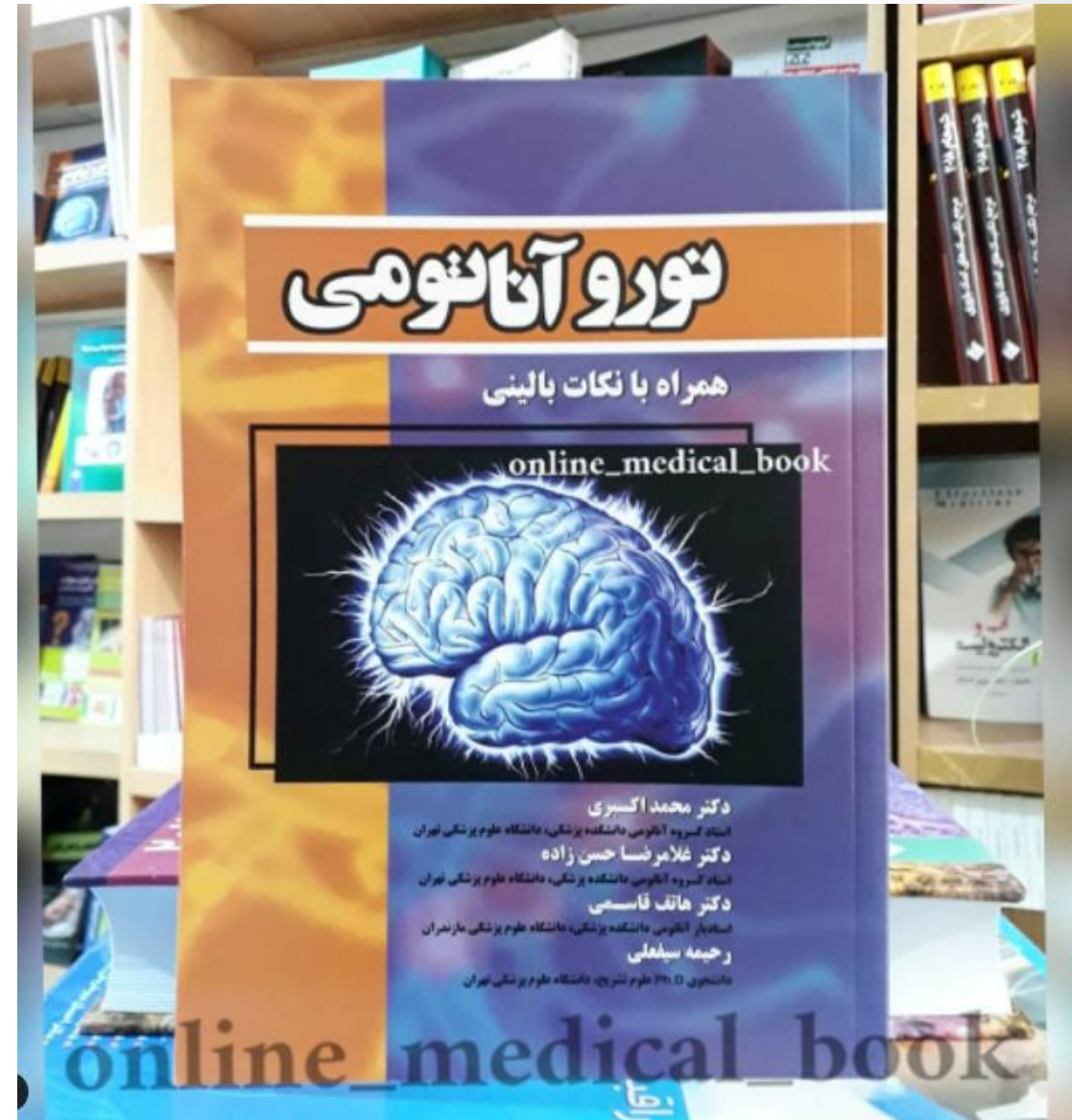
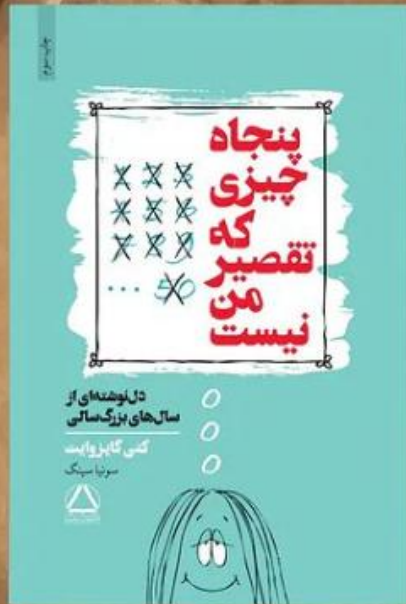
کلینیک تخصصی پوست، مو، لیزر

سلامت ایده آل

۰۵۱ ۳۶۱۶۶

www.salamatidealiranian.com

معرفی کتاب



پاسخ یا حل یک مساله، مشکل، دغدغه یا نگرانی مخاطب



راهکارهای تغذیه ای در بهبود خشکی دهان



ورق بزنید →



parisan_diet • Follow



parisan_diet #خشکی_دهان

یکی از عوارض #رادیوتراپی سر و گردن و سندرم #شوگرن یا از عوارض مصرف برخی #داروها می باشد. این نوع خشکی دهان با خشکی دهان ناشی از کم آبی خفیف متفاوت است و معمولاً با خشکی شدید لب ها و کاهش بزاق و زخم دهان همراه است اسلایدها را ورق بزنید و در این زمینه → مطالعه کنید

اگر فردی با خشکی دهان می شناسید پست را با وی به اشتراک بگذارید

دهان #سرطان #سرطان_سر و گردن #سرطان_سر و گردن #گزاره ستومی #دهانشویه #مسواک #دارو_ضد_افسردگی #...



211 likes

SEPTEMBER 20

Add a comment...

Post

خطاها و اشتباهات متداول

باور غلط



میوه میتونه
بهترین دسر باشه!



حقیقت



بهتره که میوه رو توی
میان وعده ها
مصرف کنید!



۵ اشتباه متداول در

شروع یادگیری ماشین



طنز مرتبط



my.slimming.diet • Follow

Shahrak-E Azadi, Tehran, Iran



my.slimming.diet 🤔🤔🤔

دوستان عزیز اگر پست های ما رو*
میپسندید لطفاً لایک کنید
برای دیدن پست های بیشتر پیج ما رو فالو*
کنید.

اگر دوست دارید در عرض یک ماه ۶ تا ۸*
کیلو وزن کم کنید و متابولیسم بدنتون اصلاح
بشه دایرکت پیام بدین

@my.slimming.diet

@my.slimming.diet

@my.slimming.diet

#لاغری_سریع

#لاغری_شکم

#چربی_سوز



1,477 likes

OCTOBER 21

مصاحبه با افراد موفق

دانش آموخته موفق
وارستانی

آوا رستگار مقدم
دانشجوی دکتری
laboratory medicine
and pathobiology
دانشگاه تورنتو



پایای در رشته علوم آزمایشگاهی

0:00 / 1:14:23



تو خودت
منحصراً به فردی !!!

0:01 / 1:15

اینفوگرافیک



تغذیه و کاهش خطر سرطان

حنجره



سبزیجات
غیر نشاسته‌ای



مواد غذایی
حاوی فیبر



پیاز، پیازچه
سیر، تره فرنگی



مواد غذایی
حاوی فولات



مواد غذایی
حاوی کاروتنوئید



مواد غذایی
حاوی بتا-کاروتن



مواد غذایی
حاوی لایکوپن



کبد



مثانه



تفاوتی که ورزش ایجاد میکند

تنها درصد کمی از افراد بالغ به اندازه ای که توصیه شده ورزش میکنند. انجام مرتب ورزش تأثیرات مثبت زیادی از خود بجای میگذارد. در این اینفوگراف تفاوت های اساسی بین یک ورزشکار و شخصی که فعالیت فیزیکی کمی دارد نشان داده میشود.



نقل قول از کتاب یا افراد

۱

357



در ۱۰ سال آینده، علم داده و نرم افزار
بیشتر از کل علوم بیولوژیکی به
پزشکی خدمت می کنند و باعث
پیشرفت آن می شوند. Vinod Khosla



PrinceofAI

قیمت

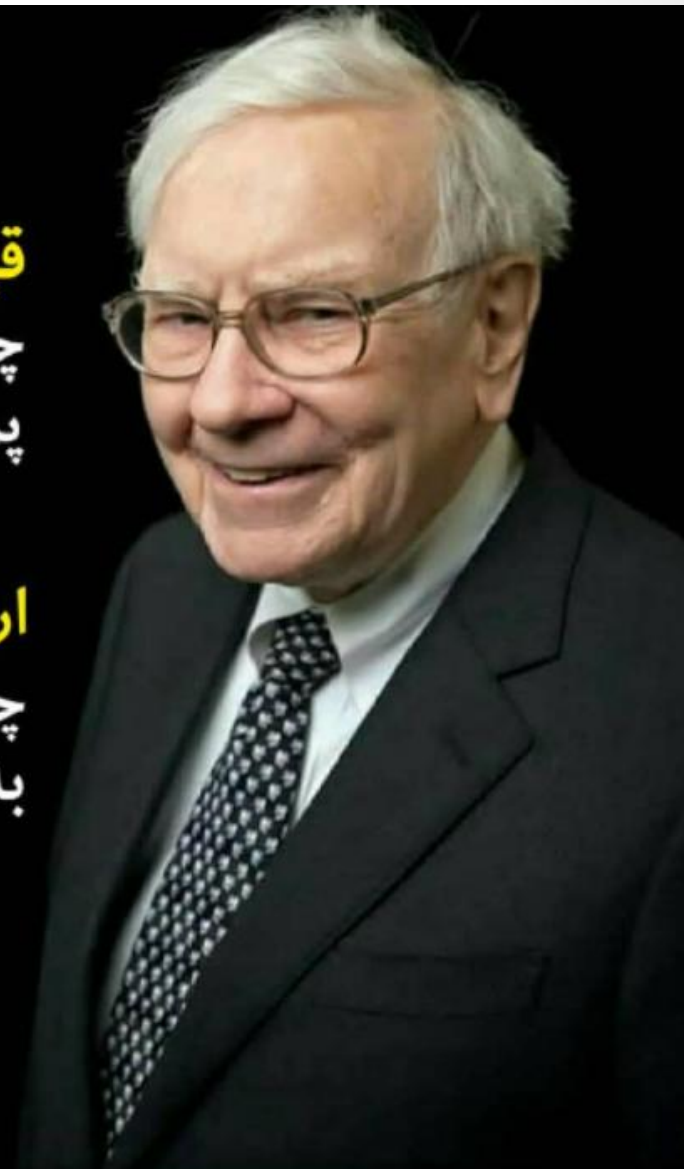
چیزی است که
پرداخت می کنید.

ارزش

چیزی است که
به دست می آورید.

"وارن بافت"

@WarrenBuffett_Farsi



مناسبت ها



مقایسه

D | DATISLEARN

HTML و CSS



HTML



HTML + CSS



اردوی تابستانی
چشم گیر/برجسته
کارت هدیه
شرکت نوپا
شریک
چهره



سامر کمپ
بلد
گفت کارت
استارت آپ
پارتنر
فیس

@dorostnevisii

ترفندها و تکنیک های آموزشی

#22

ترفند سرچ

در گوگل

D DATISLEARN



نظرسنجی و تست های سرگرمی



گزیده مقالات علمی مرتبط

تحقیقات جدید 98w

Journal of Experimental Psychology: General

The Secret to Happiness: Feeling Good or Feeling Right?

Maya Tamir
The Hebrew University

Shalom H. Schwartz
The Hebrew University and National Research University—Higher School of Economics

Shige Oishi
The University of Virginia

Min Y. Kim
Kenyung University

Which emotional experiences should people pursue to optimize happiness? According to traditional subjective well-being research, the more pleasant emotions we experience, the happier we are. According to Aristotle, the more we experience the emotions we want to experience, the happier we are. We tested both predictions in a cross-cultural sample of 2,324 participants from 8 countries around the world. We assessed experienced emotions, desired emotions, and indices of well-being and depressive symptoms. Across cultures, happier people were those who more often experienced emotions they wanted to experience, whether these were pleasant (e.g., love) or unpleasant (e.g., hatred). This pattern applied even to people who wanted to feel less pleasant or more unpleasant emotions than they actually felt. Controlling for differences in experienced and desired emotions left the pattern unchanged. These findings suggest that happiness involves experiencing emotions that feel right, whether they feel good or not.

Keywords: happiness, well-being, emotion, culture, motivation

Supplemental materials: <http://dx.doi.org/10.1037/xap0000101.supp>

در سال ۲۰۱۷ به مقاله جذاب در ژورنال معتبر Experimental Psychology چاپ شد که به این پرسش پاسخ درست و درمون داده. عنوان این مقاله برام خیلی جذاب بود: «راز خوشبختی: تجربه احساسات خوشایند یا احساسات واقعی!»

dr. behzad.chavooshi

Reply to dr.behzad.chavooshi...

تحقیقات جدید 97w

کرونا و بیماری وسواس !

Recognising and addressing the impact of COVID-19 on obsessive-compulsive disorder

The content of obsessions is not random. Obsessions are triggered by external events and are related to current concerns.¹² Health-related dangers, such as the HIV/AIDS epidemic, rapidly become reflected in clinical cases of obsessive-compulsive disorder.¹³ Young people and adults who are susceptible to the development of obsessive-compulsive disorder are likely to be deeply affected by the current COVID-19 pandemic. Existing difficulties will almost certainly be exacerbated in many of those individuals who already have clinically significant symptoms of obsessive-compulsive disorder. The most at-risk are people with concerns about becoming contaminated themselves, people who fear unknowingly spreading contamination and causing harm to others, individuals with a tendency to seek reassurance by excessive searching for news on COVID-19, and people who overestimate threats. Even people with no pre-existing concerns can inadvertently fall into the trap of compulsive handwashing, having found that the repeated, stereotypical, and timed handwashing process advocated during the crisis provides relief from anxiety. Behavioural approaches would suggest that such relief will reinforce the behaviour so that stereotypical handwashing is repeated whenever anxiety is experienced, regardless of whether there is an objective need to do so or not.⁴³

We suggest that people who are susceptible to obsessive-compulsive disorder receive specific information, with regard to responding to COVID-19, on the need for effective handwashing, the risk of inadvertently causing harm to others, appropriate procedures for information-seeking, and risk estimates of contracting the illness and dying from it. Some of the information in this Comment might be helpful for these people.

A key message to convey is that the recommendations advocated by Centres for Disease Control and Prevention throughout the world are sufficient. Washing for longer or using stronger disinfectants will not reduce the risk further. Such handwashing is advocated in response to external contact with a potential contaminant (eg, for a person who has been outside) and should not be used in response to anxiety, fears of potential contamination, or

یه گزارش بامزه ای تو ژورنال معتبر THE LANCET PSYCHIATRY فردا قراره رسماً منتشر بشه که موضوعش ارتباط بیماری کووید-۱۹ و اختلال وسواسه. تو این مقاله به بررسی تاثیرات COVID-19، قش آب و آسب بدن یعنی

For info and resources about COVID-19, visit the COVID-19 Information Center.

در ادامه جزئیات ماجرا رو خدمتون می‌گم.

dr. behzad.chavooshi

Reply to dr.behzad.chavooshi...

تحقیقات جدید 97w

DS14: Standard Assessment of Negative Affectivity, Social Inhibition, and Type D Personality

JERIAN DINKELT, PhD

Objective: Type D personality—a joint tendency toward negative affectivity (NA) and social inhibition (SI)—is related to poor cardiac prognosis, but there is no standard for assessing Type D. This study reports on the Type D Scale-14 (DS14) as a standard measure of NA, SI, and Type D. **Methods:** The study included 3813 participants (2988 from the general population, 573 cardiac patients, 752 hypertension patients). They all filled out the DS14, containing 7-item NA and SI subscales; 275 subjects also completed the NEO-FFI, and 121 patients filled out the DS14 twice. **Results:** Factor analysis of the DS14 yielded 2 dominant traits; all of the NA and SI items loaded between 0.82 to 0.92 on their corresponding factors ($N = 3678$). The NA scale covered dysphoria, nerves, and irritability; the SI scale covered discomfort in social interactions, reticence, and lack of social poise. The NA and SI scales were internally consistent ($\alpha = 0.88/0.96$, $N = 3678$), stable over a 3-month period (test-retest $r = 0.72/0.82$) and not dependent on mood and health status ($N = 121$): NA correlated positively with neuroticism ($r = 0.68$); SI correlated negatively with extraversion ($r = -0.59$ to -0.65). Scale-level factor analysis confirmed the construct validity of the DS14 against the NEO-FFI. Using a cutoff of 10 (NA ≥ 10 and SI ≥ 10), 1027 subjects (28%) were classified as Type D; 21% in the general population versus 28% in coronary heart disease and 53% in hypertension ($p \leq .001$). Age, sex, and Type D odds ratios, 3.98, 95% confidence interval, 3.2–4.6; $p < .0001$) were independently associated with cardiovascular morbidity. **Conclusion:** The DS14 is a brief, psychometrically sound measure of negative affectivity and social inhibition that could readily be incorporated in epidemiologic and clinical research. **Key words:** negative affectivity, social inhibition, Type D personality, heart disease, hypertension, heart failure, depression.

دکتر دنولت، تو مقاله هاش اعلام کرده برای اینکه متوجه بشید شخصیت تون از نوع D هست، بهتره به پرسشهای زیر پاسخ بدید:

آیا هیجانات و احساسات تون رو از بقیه مخفی می کنین؟ آیا ملاقات با آدمای جدید براتون سخته؟ آیا تو شرایط روانی دشوار سریع از پا در میانین؟ آیا ترجیح تون اینه که از تعاملات و معاشرت های اجتماعی اجتناب کنین؟ آیا عموماً نگاه منفی به مسائل مختلف دارین؟ آیا اکثر مواقع پکرید؟ آیا بیشتر اوقات احساس خستگی و غم می کنین؟ آیا خیلی به احساس نگرانی و دلشوره دچار میشین؟

* D: Distressed

dr. behzad.chavooshi

Reply to dr.behzad.chavooshi...

میم Meme

D | DATISLEARN



کارفرما هنگام
کارفرمایی



کارفرما هنگام
تسویه

پست انگیزشی



بررسی Case



پرده گوش سالم



پرده گوش پاره شده

medical.cases



تخفیف ها و Promotion ها



The book cover features the title 'چگونه تغییر کنیم؟' (How can we change?) in large black letters. Below it, a subtitle reads 'علم رسیدن از آنچه هستیم به آنچه می خواهیم باشیم' (Science of reaching from what we are to what we want to be). The author's name 'کتی میلکن' (Kiti Milken) is written in blue, with 'ترجمه رحمت حسن شریفیان' (Translated by Rahmat Hassan Sharifyan) below it. The cover art depicts a butterfly with blue and black wings, wearing a brown turban and a black and white patterned dress.

سی و سومین نمایشگاه
بین المللی کتاب تهران
مصلی، شبستان اصلی
راهرو ۱۱، غرفه ۲۳

۲۰٪
تخفیف
خرید حضوری

**جدیدترین کتاب
ترجمان**

چگونه تغییر کنیم؟

علم رسیدن از آنچه هستیم به آنچه می خواهیم باشیم

پیام های اجتماعی

- پست هایی که نشان دهنده همدلی با مردم است
- حمایت از کودکان کار



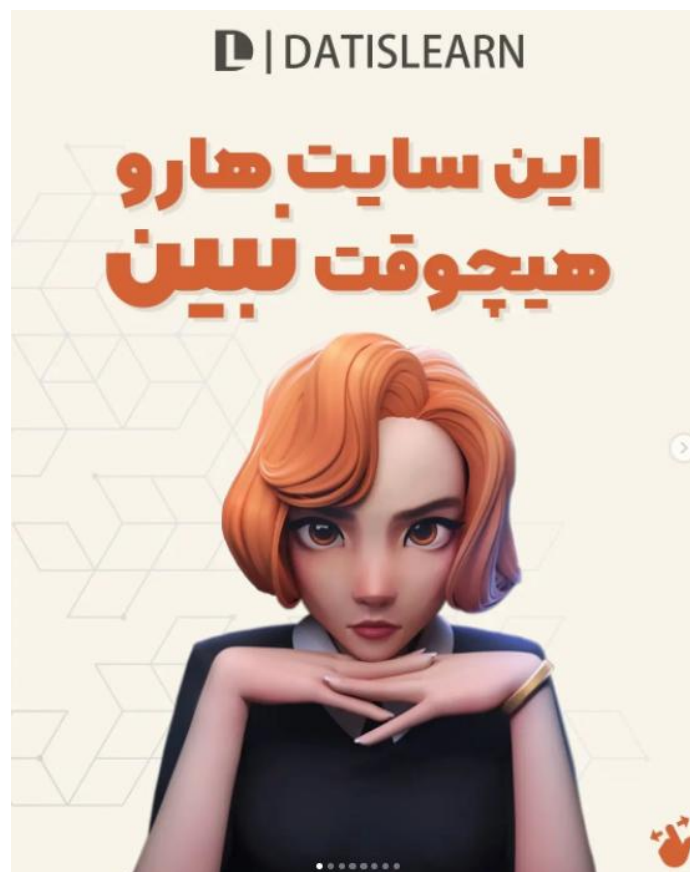
تیترنویسی

- در تیتتر از اعداد استفاده کنید: ۵ نکته برتر در زمینه ...



تیتروپسی

- تیترهای خلاقانه که درگیر کننده ذهن و کنجکاوانه و جنجالی باشند را بنویسید
- به جای عنوان خلاقیت از عناوین جذابتری نظیر ذهن خلاق من، من چطور خلاق شدم؟ استفاده شود.



تیتتر نویسی

- استفاده از کلمات قدرتمند و جلب توجه کننده در تیتتر نویسی

دیتا ساینس یا علم داده

به زبان ساده



**ساخت اولین شهر شناور
جهان در کره جنوبی**

اخبار روز گردشگری و سفر

محتوانویسی

- محتوایی بنویسید که در راستای علایق، رفع نیازها و دغدغه های بنیادی و جاری مخاطب باشد.
- محتوای اینستاگرامی نباید صرفاً علمی و خشک باشد.
- تا حد امکان رفرنس مطالب را هم بگذارید.
- محتوای خلاصه، کوتاه و تاثیرگذار بنویسید.
- محتوای دست اول استفاده کنید (تکراری و کپی نباشد)
- به محتوای رقیبان خود توجه کنید و چیزی را تولید کنید که وجه تمایز شما در مقابل آن ها باشد.

کپشن

- برای پست های اسلایدی هم یک کپشن مختصر بگذارید.
- تیتر یا خط اول کپشن جذاب باشد.
- در کپشن، عبارت لینک در بایو را بگذارید تا کاربران ترغیب شوند سایت را نیز دنبال کنند.
- قبل از اینکه پست More بخورد اصل کلام خود را تا ۷۰ کاراکتر بگویید تا کاربر جذب بقیه آن شود)

داستان تعریف کنید

- افراد با داستان ارتباطی قوی برقرار می‌کنند.
- پیام داستان‌ها در ذهن برای مدت‌ها ماندگار می‌شود.

مثال

- زمانی که من برای نواختن پیانو روی صندلی نشستم، اطرافیانم خندیدند اما خنده شان فقط تا زمانی بود که شروع به نواختن کردم.
- مرد طاسی که موقع راه رفتن بینی بزرگش از دور خودنمایی می‌کرد، در خردادماه ۱۳۶۵ از کتوشلوار تیره و کراوات مرتبش به یک تکه کفن نقل مکان کرد تا وارد گور شود.



به موارد کوچک اهمیت بدهید

- در یک مطالعه، محققان در یک زمان طولانی نحوه تاثیرگذاری یک تغییر جزئی عبارت را بر جذب مشتریان آزمایش کردند.
- آنها این آزمایش را بر روی فروش یک DVD آموزشی که مشتریان بایستی برای استفاده از آن وارد صفحه ای می شدند، اجرا کردند و آن را با دو عبارت تست کردند:
 - ۵ دلار
 - فقط ۵ دلار
- نتیجه
 - عبارت دوم باعث شد میزان ورود مشتریان ۲۰ درصد افزایش یابد.

ادعاهای خود را در محتوا اثبات کنید

- در برخی از محتوای تبلیغاتی شاهد جملات اغراق آمیزی هستیم
 - ۱۰ کیلو کاهش وزن در یک روز
 - رفع همه چین و چروک های صورت یک فرد ۷۰ ساله
- عمر این گونه تبلیغات خیلی وقت است که تمام شده است و مردم این برند را جزو برندهای زرد و به درد نخور به حساب می آورند.
- یکی از تکنیک هایی که می توانید از طریق آن اعتماد مخاطب را جذب کنید این است که از شواهد و مدارک تایید شده یا قابل قبول برای مخاطب استفاده کنید:
 - آمار و ارقام رسمی
 - نشان دادن نتیجه واقعی محصول یا سرویس
 - مطالعات موردی
 - توصیه نامه های مخاطبان راضی
 - داستان های موفقیت
 - رزومه و سابقه کاری
 - گارانتی و ضمانت
 - نشان دادن استانداردها و تاییدیه های مختلف

از واژگان قدرتمند استفاده کنید

- **صفات قدرتمند**

- مثال: ما علیرضا را که فردی باهوش، سخت‌کوش و واقعا متفکر است، به خوبی می‌شناسیم. اگر به شما بگوییم که او یک شرکت موفق تاسیس کرده است و یک وبلاگ پرتعداد دارد و یک تیم بسیار موفق را رهبری می‌کند، باور نمی‌کنید.

- **نام مخاطب**

- برخی چیزها نظیر دیدن اسم خودمان در یک برگه کاغذ یا صفحه نمایش، باعث جلب توجه ما می‌شود.
- اگر در یک پیام اسم ما دیده می‌شود، توجهمان را جلب کرده و به آن اعتماد می‌کنیم.

از واژگان قدرتمند استفاده کنید

• رایگان

- دن آریلی یک آزمایش با دو نوع شکلات انجام داده است: وقتی شکلات‌های نوع اول با عبارت رایگان تبلیغ شدند، مردم ۳۸ درصد بیشتر آن‌ها را خریدند.
- در حالی که بیشتر مردم وقتی که همان شکلات قبل از این تبلیغ تنها یک پنی بود، شکلات نوع دوم را خرید کردند.

• چون

- مردم وقتی که در یک درخواست از واژه چون استفاده می‌شود، تمایل بیشتری به توجه نشان می‌دهند.
- این اتفاق حتی اگر پیشنهاد بیهوده هم باشد (برای مثال آیا من می‌توانم از دستگاه کپی استفاده کنم چون من نیاز دارم یک کپی بگیرم) رخ می‌دهد.

از واژگان قدرتمند استفاده کنید

• فوری

- اجازه دهید افراد بدانند که شما مشکلشان را به سرعت حل خواهید کرد.
- در این صورت آنها برای خرید از شما تمایل زیادی خواهند داشت.

• جدید

- نو بودن نقش مهمی در فعال سازی مرکز جایزه مغز ما بازی می کند و باعث خوشحال ماندن ما با خریدهایمان می شود.

تبلیغات دیجیتال

تبلیغ در موتورهای جستجو Search Engine Advertising

- زمانی که کلمه کلیدی مورد نظرتان را جستجو می‌کنید، ممکن است نتایج جستجو شامل ترکیبی از نتایج ارگانیک و تبلیغات پولی باشد که به‌طور برجسته در موتور جستجوی گوگل ظاهر می‌شوند.

• PPC (Pay-Per-Click)

- شامل نتایجی است که با برچسب‌های Ad یا Sponsored در نتایج گوگل ظاهر می‌شوند.
- برای تبلیغات در موتور جستجو، باید کمپینی در گوگل ادز راه‌اندازی کنید.
- با انتخاب کلمات کلیدی مناسب، تبلیغات شما برای کاربرانی که آن عبارت را جستجو می‌کنند، نمایش داده می‌شود.

تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی Social Media Ads

Social Media
Advertising Tools



تبلیغات همسان Native Advertising

- محتوای تبلیغاتی از نظر ظاهری با محیط یا بستری که در آن قرار دارد هیچ تفاوتی ندارد.

از اول بهمدوم تبلیغات فوقی ستاره می شود
تمرین سرنوشت ساز پرسپولیس برای بازگشت به کورس

تازه به عنوان بهترین بازیکن دنیا انتخاب شده و مجبوریم یک فصل کامل بدون او بازی کنیم. اگر رودری نبود ما نه سه گانه می بردیم و نه شش قهرمانی، نه فقط رودری، همه بچه های سیتی، این بازیکنان منحصر بفرد هستند و این منحصر بفرد بودن را بیشتر از همیشه در زمان های بد نشان می دهند، وقتی که بازی ها گره می خورد، رودری البته در سطح دیگری است و برای همین نبودش احساس می شود، ولی زمان سریع می گذرد و شک ندارم او قوی تر برمی گردد."

منچستر سیتی | پواری | پپ گاردیولا | لیگ برتر انگلیس | فوتبال

۲۵ | اشتراک گذاری | گزارش خطا

منچستر سیتی | مشاهده برنامه و نتایج منچستر سیتی، بازی بعدی منچستر سیتی و ویدئو خلاصه بازی های منچستر سیتی

پیشنهاد توسط | مطالب پیشنهادی

دریافت آموزش با ۷۰٪ تخفیف در فرادرس | بزرگترین تخفیف سال در فرادرس با ۷۰٪ تخفیف جشنواره دانشجو | بزرگترین تخفیف سال در فرادرس با ۷۰٪ تخفیف آموزش

بزرگترین تخفیف سال فرادرس رو از دست نده! | تخفیف ۷۰ درصدی فرادرس رو از دست نده! | فرصت یادگیری رو از دست نده! با ۷۰ درصد تخفیف آموزش بین

تبلیغات ویدیویی Video Advertising

- تبلیغات در رسانه‌هایی مانند یوتیوب، آپارات و ...



تبلیغ نمایشی یا بنری Display Advertising

- شامل محتواهای بصری مانند گیف‌ها، ویدیوها، انیمیشن‌ها، بنرها و تصاویر است که در سایت‌های مختلف به نمایش در می‌آیند.

The screenshot displays a Persian news website with several display advertisements. At the top, a banner for 'روزیات بیزنس سامیت' (Business Summit) is visible. Below it, there are three main ad units: a video player on the left, a text-based ad in the center, and a graphic ad on the right. The video player shows a man's face with a play button and the text 'بازیگر تاجیکی پایتخت ۷ کیست؟' (Who is the Tajik actor of the 7th capital?). The central text ad features a cartoon duck and discusses a 'شعار' (slogan) by 'مرگ بر آمریکا' (Death to America). The right graphic ad has the text 'بایک تیر چند نشان بزنید' (Boycott, how many signs will you hit?). Below these, there are more ads: a 'تازه‌ها' (New) section with a list of items, a 'پربازدیدترین' (Most viewed) section with a list of items, and a 'پربحث‌ترین' (Most discussed) section with a list of items. At the bottom, there is a red banner with the text 'آماده سفر به تهران است' (Ready to travel to Tehran) and a blue button labeled 'مشاهده دوره' (View course).

همین حالا ثبت نام کنید

چهارشنبه ۱۷ اردیبهشت ۱۴۰۴ ساعت ۱۳:۳۱

روزیات بیزنس سامیت
بزرگترین رویداد صاحبین کسب و کارهای ایرانی

۰۰:۳۳ 24news.ir

بازیگر تاجیکی پایتخت ۷ کیست؟

۲۰ فروردین ۱۴۰۴
شعار «مرگ بر آمریکا» از دیوار خیابان معروف تهران پاک شد؟

۲۰ فروردین ۱۴۰۴
چیستان: بدون استفاده از کلمه‌های «شنبه، یکشنبه، ... و جمعه» سه روز پشت سر هم را نام ببرید

بایک تیر چند نشان بزنید
نوبین هاست کلیک کنید

تازه‌ها

آزار سیاه 10 زن تهرانی در تاکسی اینترنتی شیطان/ جسد زن 40 ساله زیر پل فاش کرد شمخانی: توان هسته‌ای ایران نابودشدنی است

پربازدیدترین

روحانی: برخلاف تصور آمریکا، ایران حداقل ۴ کارت مهم روی میز دارد

کتابه آقای بازیگر به شرایط این روزهای کشور

استوری جنجالی همسر معاون معزول یزشکیان؛ این ملت حسود تاب صادق بودن دبیری را نداشتند/ عکس

آماده سفر به تهران است

مشاهده دوره

تبلیغات ایمیلی

- می‌توانید از لیست ایمیل خبرنامه خود برای تبلیغات استفاده کنید.
- ایمیل های تبلیغاتی باید عنوانی جذاب و یک CTA واضح داشته باشند که از خواننده بخواهد عمل مشخصی را انجام دهد؛ مثلاً خرید محصول.
- می‌توانید پیشنهادی و سوسه‌کننده مثل کد تخفیف هم در ایمیل خود بگنجانید.

