



بلاک چین در بازاریابی دیجیتال

الگوی جدیدی از اعتماد

ماریا جانسن

باسط رستمی

[متخصص دیجیتال مارکتینگ]

سرشناسه: تهران: جانسن، ماریا | Johnsen, Maria
عنوان و نام پدیدآور: بلاکچین در بازاریابی دیجیتال: الگوی جدید از اعتماد/ماریا جانسن؛ [مترجم] باسط رستمی.
مشخصات نشر: تهران: عصر قلم، ۱۴۰۲.
مشخصات ظاهری: ۲۰۰ ص.
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۵۷۵۱-۸۳-۵
وضعیت فهرست نویسی: فیبا
یادداشت: عنوان اصلی: Blockchain in Digital Marketing: A New Paradigm of Trust.
عنوان دیگر: الگوی جدید از اعتماد.
موضوع: بلاکچین (پایگاه‌های اطلاعاتی)
موضوع: Blockchains (Databases)
شناسه افزوده: رستمی، باسط، ۱۳۷۳-، مترجم
رده بندی کنگره: HG1۷۱۰
رده بندی دیویی: ۳۳۲/۱۷۸۰۲۸
شماره کتابشناسی ملی: ۹۲۷۰۸۶۹
اطلاعات رکورد کتابشناسی: فیبا

بلاکچین در بازاریابی دیجیتال

الگوی جدیدی از اعتماد

مؤلف: ماریا جانسن
مترجم: باسط رستمی
ناشر: عصر قلم
طرح جلد و صفحه‌آرایی: میم گرافیک
چاپ و صحافی: آبان
نوبت چاپ: اول، ۱۴۰۲
شمارگان: ۵۰۰ نسخه
قیمت: ۱۷۵.۰۰۰ تومان
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۵۷۵۱-۸۳-۵



www.agp.ac
info@agp.ac



۰۲۱۶۶۴۸۹۴۵۲
۰۲۱۶۶۴۸۹۵۱۳



انتشارات عصر قلم



فهرست مطالب

فصل ۱: مرور تاریخی ۲۱

فصل ۲: بلاک چین بلاک چین‌های ترکیبی ۲۳

فصل ۳: انواع بلاک چین ۲۹

بلاک چین‌های عمومی ۲۹

بلاک چین‌های خصوصی ۳۰

بلاک چین‌های ترکیبی ۳۰

بلاک چین‌های کنسرسیوم ۳۰

مزایا و معایب بلاک چین‌های عمومی ۳۱

مزایای بلاک چین‌های عمومی ۳۱

معایب بلاک چین‌های عمومی ۳۲

بلاک چین‌های خصوصی ۳۴

ویژگی‌های بلاک چین خصوصی ۳۵

فناوری بلاک چین و بیت‌کوین ۳۶

مقیاس‌پذیری ۳۶

تسهیلات استفاده ۳۷

برنامه‌نویسی ۳۷

امنیت ۳۷

حاکمیت ۳۸

فصل ۴: مشکلات امنیتی بلاک چین ۳۹

تهدیدات امنیتی بلاک چین خصوصی ۴۰

مهندسی اجتماعی ۴۱

آسیب‌پذیری‌های امنیتی ۴۲

انواع بدافزارها ۴۳

رمزارز رُبایی ۴۳

- چه آینده‌ای در انتظارمان است؟ ۴۳
- تأثیر بلاک چین بر بازی‌های ویدئویی ۴۵
- فصل ۵: بلاک چین‌ها و رمزارزها ۴۷**
- فصل ۶: بازی‌های ویدئویی ۴۹**
- کسب درآمد ۵۰
- ائتلاف جهانی ۵۱
- انقلابی در بازی‌های آنلاین ۵۳
- فصل ۷: اینترنت و الگوی جدیدی از اعتماد ۵۵**
- فصل ۸: فضای مجازی ۵۷**
- توییتر - رسانه اجتماعی خطرناک، ناامن و مستبدانه محدود ۵۷
- آزار و اذیت گروهی علیه کاربران هدف ۶۰
- فصل ۹: فضای مجازی بلاک چین ۶۱**
- فصل ۱۰: محتوانویسی بلاک چین ۶۵**
- فصل ۱۱: موتور جست‌وجوی هوش مصنوعی و وب هوشمند ۳ ۶۷**
- ارتباط موتور جست‌وجوی هوش مصنوعی در پروسه‌های کسب‌وکار ۶۷
- بررسی جنبه‌های جست‌وجوی قدرتمند هوش مصنوعی ۶۹
- وب ۳ (وب هوشمند) ۷۰
- فصل ۱۲: هوش مصنوعی و بلاک چین چگونه به سئو شکل خواهند داد؟ ۷۳**
- پلتفرم بازاریابی هوش مصنوعی ۷۶
- پیشنهاد من برای طراحی سایت و پیشرفت پلاگین: ۷۷
- چت‌بات‌ها ۷۷
- آیا برای کسب‌وکار خود باید روی چت‌بات‌های فیس‌بوک تمرکز کنید؟ ۷۸
- بلاک چین، سئو را شکل خواهد داد. ۸۰
- فصل ۱۳: چت‌بات‌های بلاک چین ۸۳**
- آیا کاربر می‌تواند هنگام مکالمه به یک ربات اعتماد کند؟ ۸۳
- بلاک چین و شهرت ۸۴
- بلاک چین و خدمات گارانتی ۸۵
- چت‌بات‌ها و محتوای هوشمند ۸۶
- چت‌بات‌های مبتنی بر بلاک چین ۸۷
- فصل ۱۴: بلاک چین در تجارت الکترونیک ۸۹**
- بهبود هزینه و بهره‌وری عملیات ۹۰

۹۱.....	آسانسوری برای برند.....
۹۱.....	پیشرفت غیرقابل تصور.....
۹۱.....	قراردادها.....
۹۲.....	برنامه‌های برند.....

فصل ۱۵: سیستم‌های بلاک‌چین برای بازاریابان..... ۹۳

۹۳.....	چگونه بلاک‌چین می‌تواند بر فرایندهای بازاریابی تأثیر بگذارد؟.....
۹۴.....	تأثیر بلاک‌چین بر فروش.....
۹۵.....	اولویت‌های بلاک‌چین در تجارت الکترونیک.....
۹۶.....	بالاترین سطح امنیت.....
۹۶.....	ادغام با فرایندهای کسب‌وکار.....
۹۶.....	کاهش هزینه.....
۹۶.....	کاربردهای بلاک‌چین در تجارت الکترونیک.....
۹۷.....	قراردادهای هوشمند.....
۹۷.....	کنترل موجودی.....
۹۸.....	نسل همیشه در حال تکامل.....
۹۹.....	تحول در خرید آنلاین.....
۱۰۱.....	باعث ایجاد شفافیت در بازار می‌شود.....

فصل ۱۶: امنیت وب بلاک‌چین..... ۱۰۳

۱۰۶.....	چالش‌های تجارت الکترونیک.....
۱۰۷.....	قیمت افزایش یافته.....
۱۰۷.....	مسائل امنیتی.....
۱۰۷.....	زمان بر بودن.....

فصل ۱۷: بیت‌کوین ارتباطات آنلاین..... ۱۰۹

۱۰۹.....	راه‌اندازی.....
۱۰۹.....	بدون تور.....
۱۱۰.....	با تور.....
۱۱۱.....	کانال.....

فصل ۱۸: جایگزینی غیرمتمرکز..... ۱۱۳

۱۱۳.....	پلتفرم‌های بلاک‌چین.....
۱۱۳.....	بلاک‌چین عمومی.....
۱۱۳.....	بلاک‌چین خصوصی.....
۱۱۴.....	کنسرسیون بلاک‌چین.....
۱۱۴.....	پایداری.....
۱۱۴.....	مسائل امنیتی بلاک‌چین.....
۱۱۵.....	ریسک‌های استاندارد.....
۱۱۵.....	ریسک‌های انتقال ارزش.....

- ۱۱۵.....ریسک‌های قرارداد هوشمند
- ۱۱۶.....چهارچوب همتابه‌همتای بلاک چین
- ۱۱۶.....مسائل امنیتی در بلاک چین خصوصی
- ۱۱۷.....جایگزین غیرمتمرکز
- ۱۱۸.....بلاک چین با الگوی جدید اعتماد
- ۱۱۸.....اعتماد مبتنی بر دست‌دادن
- ۱۱۸.....اعتماد مبتنی بر نهاد
- ۱۱۹.....اعتماد مبتنی بر مؤسسه آنلاین
- ۱۱۹.....اعتماد مبتنی بر جامعه

فصل ۱۹: چگونه هوش مصنوعی بلاک چین، علم داده و موتورهای جست‌وجو را تغییر داد؟..... ۱۲۱

فصل ۲۰: بلاک چین در متن کاوی..... ۱۲۵

- ۱۲۶.....ارتباط متن کاوی در بازاریابی دیجیتال
- ۱۲۶.....ارتباط بین متن کاوی و یادگیری عمیق

فصل ۲۱: موتورهای جست‌وجوی بلاک چین..... ۱۲۹

- ۱۳۲.....موتورهای جست‌وجوی مبتنی بر بلاک چین چگونه کار می‌کنند؟
- ۱۳۲.....مزایای موتورهای جست‌وجوی مبتنی بر بلاک چین
- ۱۳۳.....ضعف موتورهای جست‌وجوی مبتنی بر بلاک چین
- ۱۳۵.....هوش از کلان داده
- ۱۳۶.....نمونه‌گیری بومی دی‌ویو برای یادگیری عمیق
- ۱۳۷.....مروری تاریخی بر شبکه‌های عصبی: دهه ۱۹۸۰ - ۲۰۰۹
- ۱۳۷.....چرا به کلان داده‌ها نیاز داریم؟
- ۱۳۸.....یادگیری فرایند
- ۱۳۸.....جایگاه پول در یادگیری عمیق کجاست؟
- ۱۳۹.....سیستم کارآمد
- ۱۳۹.....حفاظت از تراکنش‌ها
- ۱۴۰.....سیستم به‌خوبی سازمان یافته
- ۱۴۰.....حفاظت برنامه‌های بانکداری و پرداخت موبایلی
- ۱۴۱.....حفاظت از درخواست جست‌وجو
- ۱۴۱.....چگونه موتور جست‌وجوی بلاک چین می‌تواند از گوگل پیشی بگیرد؟
- ۱۴۱.....موتور جست‌وجو
- ۱۴۲.....ویدئو
- ۱۴۴.....آدینس

فصل ۲۲: آینده تجارت الکترونیک..... ۱۴۷

- ۱۴۸.....کاهش هزینه
- ۱۴۸.....تهدید سایبری
- ۱۴۹.....پردازش سریع‌تر

۱۴۹.....	خرده‌فروشان.....
۱۵۰.....	اثر بخشی هزینه.....
۱۵۳.....	فصل ۲۳: بازار مبتنی بر بلاک چین.....
۱۵۳.....	بدون واسطه.....
۱۵۴.....	پرداخت‌های بدون مرز.....
۱۵۵.....	امنیت داده‌ها.....
۱۵۷.....	فصل ۲۴: راه‌حل‌های بلاک چین برای بازاریابان دیجیتال.....
۱۵۸.....	بازاریابی اینفلوئنسرها.....
۱۵۹.....	فصل ۲۵: ارزش‌های دیجیتال و بلاک چین.....
۱۶۳.....	فصل ۲۶: رابطه ارزش دیجیتال.....
۱۶۵.....	فصل ۲۷: مدل‌های کاربردی محور.....
۱۶۵.....	سایت‌های شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر بلاک چین چه چیزی را می‌توانند ارائه دهند؟.....
۱۶۶.....	نماد تمرکز استاندارد (بت).....
۱۶۷.....	آیا موازنه این همکاری همچنان در حال تغییر است؟.....
۱۶۹.....	فصل ۲۸: بلاک چین در تبلیغات.....
۱۷۱.....	مزایای بلاک چین.....
۱۷۳.....	فصل ۲۹: بلاک چین در بازاریابی محتوا.....
۱۷۴.....	بازاریابی محتوای بلاک چین.....
۱۷۷.....	فصل ۳۰: مدیریت شهرت مبتنی بر بلاک چین.....
۱۷۸.....	سیستم‌های مدیریت اعتماد و شهرت توزیع شده.....
۱۷۹.....	موانع رویکردهای توزیع شده فعلی.....
۱۸۱.....	فناوری دفترکل توزیع شده.....
۱۸۳.....	فصل ۳۱: سیستم‌های مدیریت مبتنی بر بلاک چین.....
۱۸۳.....	کیفیت داده.....
۱۸۴.....	داده‌های مرجع.....
۱۸۴.....	مدیریت داده‌های ایس.....
۱۸۴.....	ذخیره‌سازی داده‌ها.....
۱۸۵.....	افزایش تأیید بلاک چین در سراسر جهان.....
۱۸۵.....	تأثیرگذاری بر اهداف معقول سازمان ملل.....
۱۸۵.....	اصلاح مرکز بهداشت.....
۱۸۶.....	تأثیر بر صنعت حمل و نقل.....

فصل ۳۲: ابزارهای محبوب بلاک چین..... ۱۸۷

۱. سالیدیتی..... ۱۸۷
۲. گِس..... ۱۸۸
۳. میست..... ۱۸۸
۴. سولک..... ۱۸۸
۵. رمیکس..... ۱۸۹
۶. متامسک..... ۱۸۹
۷. ترافل..... ۱۹۰
۸. گاناش..... ۱۹۰
۹. شبکه آزمایشی بلاک چین..... ۱۹۰
۱۰. بلاک چین به عنوان خدمت..... ۱۹۱

فصل ۳۳: سخن آخر..... ۱۹۳

سیستم مبارزه با پول شویی با استفاده از فناوری بلاک چین..... ۱۹۴

درباره نویسنده..... ۱۹۷

جوایز و تقدیرنامه‌های ماریا جانسن:..... ۱۹۸

منابع..... ۱۹۹



مقدمه مترجم

هرگز دست از تلاش نکشیدم، این چندمین تلاش من برای انتشار یک کتاب است، دفعات قبل به دلایل مختلف شکست خوردم، اما هرگز دست از تلاش نکشیدم، سال‌ها پیش از ریدهافمن یاد گرفتم اگر اولین اثر و کار شما ایراد نداشته باشد، به این معنی است که دیر شروع کرده اید و سال‌هاست این جمله به عنوان رویکرد ذهنی من نقش بسته و همیشه به دستاوردهای کوچک ایمان قلبی دارم.

کتاب حاضر با این که ایراد دارد اما برای من سرشار از امید و تلاش است، می‌دانم تجربه سال‌ها تولید محتوای ترجمه شده برای برندهای مختلف دلیل بر تجربه بالای من نیست و ترجمه کتاب دنیای دیگری دارد اما به دلیل علاقه زیادی که به بلاکچین و دیجیتال مارکتینگ دارم باعث شد دست به ترجمه این کتاب دست بزنم.

این کتاب نه به عنوان یک کتاب مهارتی و عمیق که یک کتاب بینشی برای کسانی که می‌خواهند از داستان بلاکچین و دیجیتال مارکتینگ بدانند تهیه شده است.

می‌دانم اگر با نگاه ریزبینانه نگاه کنید، می‌توانید به من در ترجمه کتاب‌های بعدی و اصلاح ایرادات ترجمه این کتاب کمک کنید، پس از طریق سایت و شبکه‌های اجتماعی با من در ارتباط باشید.

باسط رستمی

متخصص دیجیتال مارکتینگ



پیشگفتار

عصر بلاکچین فراتر از تصور ما خواهد بود، مخصوصاً وقتی که با هوش مصنوعی و ابزارهایی مانند Chat GPT ترکیب شود، اگر بخواهیم به عنوان یک انسان قدرت رقابت‌پذیری خود را حفظ کنیم پس باید در لبه تکنولوژی حضور فعال داشته باشیم، در چند سال اخیر به بیش از ۳۰۰ شرکت دانش بنیان مشاوره تجاری‌سازی داده‌ام.

امروزه بیش از هر وقت دیگری آینده کسب و کارها را متفاوت تر از همیشه می‌بینم، معتقدم تمامی جنبه‌های کسب و کار تغییر می‌کند و صنعت بازاریابی در این مسیر پیشرو و پرچمدار خواهد بود. به همین خاطر باید خود را برای کسب و کارهای مبتنی بر بلاکچین آماده کنیم در این مسیر بیشتر یاد بگیریم، بهترین تجربیات جهانی را رصد کنیم و در صنایع مختلف جریان تکنولوژی‌های نوین را توسعه دهیم. این کتاب برای کسانی که می‌خواهند از دنیای بلاکچین در دیجیتال مارکتینگ بیشتر بدانند مفید خواهد.

ادریس مرادی

مدیرعامل شتابدهنده ژرفا

و مشاور تجاری‌سازی



مقدمه مؤلف

در سال ۲۰۰۸، زمانی که ساتوشی ناکاموتو بیت‌کوین را راه‌اندازی کرد، دانش کاربرد بلاک‌چین به ارزشهای دیجیتال و پول نقد دیجیتال محدود می‌شد. به تدریج استفاده از بلاک‌چین به دلیل مزایای باورنکردنی آن در میان کسب‌وکارها رواج پیدا کرد.

این کتاب حاصل سال‌ها تحقیق و کار من روی هوش مصنوعی (A.I) در بازاریابی دیجیتال، موتورهای جست‌وجوی بلاک‌چین با هوش مصنوعی، شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر فین‌تک^۱ و بلاک‌چین است. متأسفانه بسیاری از مقالاتی که مردم در مدیوم، فوربس و سایر وبسایت‌های پربازدید می‌نویسند، از کتاب‌های مربوط به بلاک‌چین گرفته شده‌اند، بدون اینکه اعتباری به نویسندگان آن کتاب‌ها بدهند. منابع اطلاعاتی مرتبط در این زمینه در بخش منابع ارائه شده است. کارشناسان و شرکت‌های بازاریابی دیجیتالی، فناوری بلاک‌چین را جدی نمی‌گیرند. آن‌ها به ابزارهای بازاریابی آنلاین قدیمی خود متکی هستند. دوره‌وزمانه عوض شده و اکنون اوضاع خیلی متفاوت از قبل شده است. روش‌های بازاریابی دیجیتالی فعلی منجر به تولید «سرنخ‌های فروش» نمی‌شوند. به همین دلیل است که کسب‌وکارهای آنلاین با پول بیشتری که بابت فرایندهای بازاریابی هزینه می‌کنند، فروش کافی ندارند. در اکثر سیستم‌های موتورهای جست‌وجوی هوشمند، یادگیری ماشینی و یادگیری عمیق پیاده‌سازی شده است. بازاریابی دیجیتالی یکی از این صنایع است که سود گسترده‌ای از بلاک‌چین خواهد برد. اگر بلاک‌چین مجهز به هوش مصنوعی را پیاده‌سازی کنیم، مدیریت فرایندهای بازاریابی آنلاین آسان‌تر خواهد بود. در این کتاب دربارهٔ اینکه چگونه با بلاک‌چین می‌توان شک‌وترددید را کاهش داد و محیطی غیرمتمرکز برای مصرف‌کنندگان و خود ساخت، به تفصیل بحث خواهیم کرد. برای درک تأثیر بلاک‌چین بر فرایندهای بازاریابی آنلاین و بازاریابی دیجیتال، جنبه‌های مختلف سیستم‌های مبتنی بر بلاک‌چین را مرور خواهیم کرد.

1. FinTech (Financial technology)