

لینک UTM چیست و چگونه یو تی ام بسازیم؟



لینک UTM چیست و

چگونه یو تی ام بسازیم؟



نویسنده: مهران منصوری فر

utm چیست و چگونه ساخته می شود و کاربردی در تبلیغات دارد؟ در این مقاله از مدیروب سعی کردیم شما را قدم به قدم با تولید لینک های UTM و راه های تولید این نوع لینک ها آشنا کنیم تا بتوانید تبلیغات خود را هدفمند کنید.

یکی از مهمترین موضوعات برای هر سایتی، جذب مخاطب است. همه ی ما می دانیم که یکی از راه های جذب مخاطب تبلیغات در شبکه های اجتماعی از جمله اینستاگرام، تلگرام و همچنین رپورتاژها، ایمیل مارکتینگ و درج بنرها است. یکی از موضوعات مهم در تبلیغات، شناسایی میزان لینک ورودی به وبسایت است. حال سوال این است که مدیر کسب و کار و یا کسانی که در حوزه دیجیتال مارکتینگ کار می کنند، چگونه می توانند تشخیص دهند که هر تبلیغی چه میزان کلیک خورده و مخاطب را جذب کرده است؟ یکی از راه های ساده استفاده از لینک UTM است. اگر شما هم دنبال ساخت لینک UTM هستید، با ادامه متن همراه شوید تا با تعریف UTM و چگونگی ساخت لینک UTM و کاربردهای آن آشنا شوید.

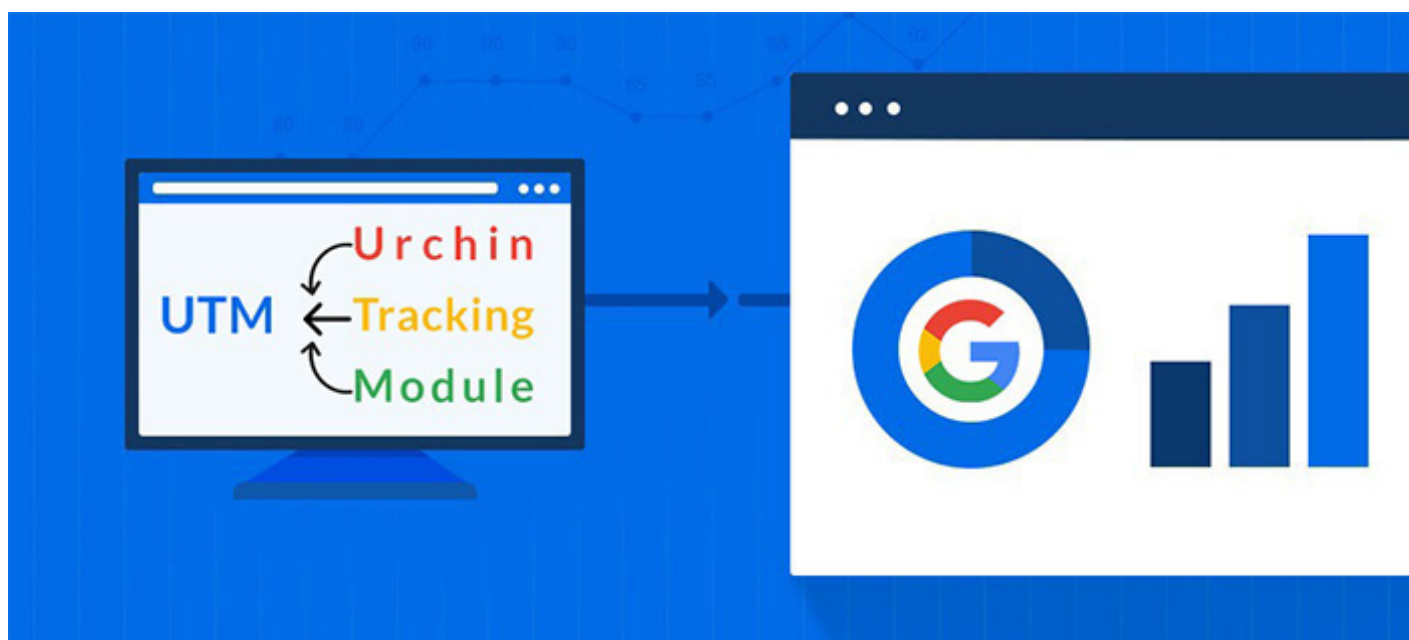


### UTM چیست؟

UTM مخفف کلمه Urchin Tracking Module به معنی ماژول پیگیری اورچین است. اورچین (Urchin) یک شرکت نرم افزاری است که دارای محصولی به نام Web Statistics Analysis برای بررسی رفتار کاربران بر روی سایت بود. در سال ۲۰۰۵ گوگل این شرکت را خریداری کرد. چیزی که امروزه با نام گوگل آنالیتیکس (Google analytics) می‌شناسیم محصول خرید این نرم افزار است. در این نرم افزار می‌توانید آمار کلی سایت و سایر اطلاعات و داده‌ها در بخش آمارگیری را مشاهده کنید. یکی از ابداعات شرکت اورچین، تولید لینک‌های UTM است که برای استفاده در Google analytics به ارث ماند.

در حالت کلی می‌توان گفت که اضافه کردن پارامترهایی به آخر لینک‌های

سایت (URL)، برای دریافت اطلاعات آماری را UTM گویند. در ادامه متن پی خواهید برد که لینک UTM چگونه ساخته می‌شود و چه کاربردی دارد.



### فواید استفاده از لینک‌های UTM در کسب و کار

همه‌ی ما می‌دانیم که مدیران کسب و کارها و کسانی که در دیجیتال مارکتینگ فعالیت دارند، سعی می‌کنند با استفاده از تبلیغات، مخاطبان و بازدید کنندگان به سایت را جذب کنند. راه‌های زیادی برای تبلیغات پیش روی این افراد قرار گرفته شده است. یکی از مهمترین موضوعات در این عرصه، تشخیص بهترین و مقرون به صرفه ترین روش‌های جذب مخاطب است.

برای اینکه مدیران تشخیص دهند که چه روشی بیشترین میزان بازدید، کلیک و یا خرید را به همراه دارد، به جمع‌آوری آمار و اطلاعات خاصی نیاز

دارند. استفاده از لینک‌های UTM یکی از بهترین روش‌ها برای دریافت آمار میزان بازدید از وبسایت از طریق تبلیغات و یا کمپین‌های مختلف می‌باشد. از مهمترین فواید لینک‌های UTM می‌توان به ساخت و استفاده آسان آنها اشاره کرد. تنها لازم است کد خاصی را به انتهای لینک اضافه کنید و از آنها در جاهای مختلف استفاده کنید.

تبلیغات معمولاً از طریق ایمیل مارکتینگ، اس‌ام‌اس مارکتینگ، تبلیغات آنلاین (بنری، گوگل ادز، ...)، شبکه‌های اجتماعی (تلگرام، اینستاگرام و ...) و تبلیغات آفلاین (رویداد، تراکت، ...) و ... انجام می‌شود. شما می‌توانید از لینک‌های UTM بهره ببرید تا بتوانید به سادگی بفهمید که در هر بازه زمانی چه تعداد کلیک و ورودی از طریق تبلیغات دریافت کرده‌اید. به سادگی با استفاده از این لینک‌های UTM می‌توانید تشخیص دهید که کاربری که وارد سایت شما شده از طریق کمپین است یا از سایت خاصی که برای شما تبلیغ کرده یا اینکه اگر از کمپین مخاطب وارد شده از طریق کدام بنر وارد سایت شده است.



### در کجا می‌توانید از لینک UTM استفاده کنید؟

در هر جایی به جز سایت خودتان می‌توانید از لینک‌های UTM استفاده کنید. بهتر است در تیم مارکتینگ خود هر زمانی که نیاز باشد لینکی از سایت خودتان را به اشتراک بگذارید، از لینک‌های UTM استفاده کنید تا بتوانید به خوبی میزان جذب مخاطبان را آنالیز کنید. دقت داشته باشید که نباید از لینک UTM در سایت خودتان استفاده کنید، زیرا موجب می‌شود داده‌های گوگل آنالیتیکس به هم بریزد.

### پارامترهای مختلف لینک‌های UMT

لینک‌های UTM معمولاً دارای چندین پارامتر مختلف هستند که مشخص می‌کنند که این لینک‌ها مختص به چه تبلیغ و یا چه کمپینی می‌باشند. از جمله پارامترهای لینک‌های UMT می‌توان به utm\_source، utm\_medium، utm\_content، utm\_campaign، و utm\_term اشاره کرد.

**utm\_source:** این پارامتر نشان می‌دهد که ورودی قرار است از کجا بیاید. برای مثال وقتی قرار است برای محصول و یا خدمات خود در تلگرام تبلیغ کنید، مقدار utm\_source را بر روی telegram انتخاب کنید. در مواقعی هم که قصد تبلیغ در چندین کانال تلگرامی دارید، می‌توانید نام کانال را هم در کنار تلگرام بنویسید. به عنوان مثال می‌توانید بنویسید telegram-name. اگر هم نوع تبلیغ شما رپورتاژ است می‌توانید از utm\_source=reportage استفاده کنید.

**utm\_medium:** این پارامتر نشان دهنده نوع تبلیغ است. تبلیغ می‌تواند دارای انواع مختلفی باشد از جمله انواع مختلف تبلیغ می‌توان به بنر، ایمیل یا تبلیغات کلیک‌ای اشاره کرد. به عنوان مثال اگر لینک بنر باشد باید از پارامتر banner استفاده کنید. اگر هم قصد استفاده از تبلیغات کلیک‌ای را دارید باید از پارامتر cpc استفاده کنید.



Google  
Analytics

utm\_campaign utm\_source utm\_medium utm\_content utm\_term

**utm-campaign**: این پارامتر معمولاً برای نام کمپین‌هایی که قرار است اجرا کنید، مورد استفاده قرار می‌گیرد. برای مثال اگر می‌خواهید کمپین زمستانی برگزار کنید لازم است از winter استفاده کنید که نشان دهنده کمپین فروش زمستانه است. یا اینکه می‌خواهید به مناسبت شب یلدا کمپین فروش برگزار کنید لازم است از utm\_campaign=yalda در لینک utm استفاده کنید.

**utm\_content**: این پارامتر محتوای تبلیغاتی شما را تعیین می‌کند. برای مثال، فرض کنیم شما برای تبلیغ محصول کفش بنری را قرار داده اید. در این حالت شما می‌توانید از این پارامتر به صورت utm\_content=shoes در لینک UTM خود استفاده کنید. ناگفته نماند که استفاده از این پارامتر اجباری نیست.

**utm\_term**: با استفاده از این پارامتر شما می‌توانید بفهمید که کاربران



توسط چه کلمه کلیدی وارد وبسایت شما شده‌اند. این نوع پارامتر معمولاً برای تبلیغاتی مانند گوگل ادمز کاربرد دارد که مشخص می‌شود چه میزان کاربرانی با سرچ و جستجوی یک کلمه کلیدی وارد سایت شما شده‌اند. به عنوان مثال می‌توانید با قرار دادن خرید\_گوشی=utm\_term در لینک UTM میزان کاربرانی را که با سرچ این کلمه وارد سایت شده‌اند را رصد کنید. پیشنهاد ویژه: [راه اندازی یک کمپین موفق در گوگل ادمز](#)

### روش‌های مختلف ساخت لینک‌های UTM

شما می‌توانید لینک‌های UTM را به روش‌های مختلفی بسازید که در ادامه با برخی از این روش‌ها آشنا خواهید شد. البته ناگفته نماند که تمام این روش‌ها، برای لینک سازی است و شما می‌توانید یکی از روش‌ها را برای لینک سازی UTM انتخاب کنید.

**روش اول:** اولین روش برای ساخت لینک‌های UTM می‌توان به تایپ به صورت دستی اشاره کرد. طبق پارامترهایی که قبلاً به آن اشاره کردیم، می‌توانید لینک‌های UTM را به صورت دستی تایپ کنید و در تبلیغات و کمپین‌های مختلف از آنها استفاده کنید. کافی است در انتهای لینک‌های خود پارامترها را درست تایپ کنید. در این روش وارد کردن سه پارامتر نام، رسانه

## لینک UTM چیست و چگونه یو تی ام بسازیم؟

و منبع کمپین الزامی است. پارامترهای دیگر مانند محتوای کمپین و عبارت کلیدی کمپین می‌توانند نوشته نشوند.



در این روش ابتدا لازم است آدرس و لینک مورد نظر خود را بنویسید. پس از اسلش آخر لینک لازم است علامت ؟ را قرار دهید و پس از آن پارامترهای مورد نیاز خود را همراه با مقادیر آنها قرار دهید. لازم است پارامترها را با & از هم جدا کنید.

**روش دوم:** استفاده از UTM سازها از دیگر روش‌های لینک سازی است. UTM سازها ابزارهایی هستند که کار ساخت لینک را بسیار ساده خواهند کرد. شما کافی است اطلاعات درخواستی در فرم را پر کنید تا بتوانید به لینک مورد نظر خود دسترسی داشته باشید. یکی از ابزارهای پیشنهادی، ابزار ساخت

## لینک UTM چیست و چگونه یو تی ام بسازیم؟

لینک UTM از گوگل است. افزونه Google Analytics URL Builder نیز کار لینک سازی UTM را بسیار ساده‌تر کرده است.

### Google Analytics URL Builder

✓ **URL to share:**  
  
(e.g. http://www.themarketingcode.org)

✓ **Fill form or use quick sets:**  ⚙️

**Source\*:**  (Referrer: i.e. Google, Newsletter, Facebook, Twitter)

**Medium\*:**  (Marketing Medium: cpc, Banner, email, QR)

**Term:**  (Identify the paid keywords or other value)

**Content:**  (Use to differentiate ads)

**Campaign\*:**  (Product, Promo code or slogan)

✓ **Final URL:**

[Configure shortening](#)

**COPY TO CLIPBOARD**

**SHORTEN URL & COPY TO CLIPBOARD**

**روش سوم:** استفاده از اکسل نیز می‌تواند در لینک سازی UTM به شما کمک کند. شما می‌توانید با فرمول نویسی در اکسل، لینک‌های UTM مورد نیاز خود را بسازید.

## لینک UTM چیست و چگونه یو تی ام بسازیم؟

	Medium	Source*	Campaign Name	Content	Term	URL	Campaign-Tagged URL
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							

**روش چهارم:** استفاده از اکستنشن‌های مرورگرها نیز می‌تواند گزینه‌ای خوب برای تولید لینک UTM باشد. در مرورگرها اکستنشن‌های مختلفی برای ساخت لینک‌های UTM قرار داده شده است. [UTM.io](#)، [Google Analytics URL Builder](#)، و [UTM Builder](#) از جمله اکستنشن‌های موجود است که شما می‌توانید برای لینک سازی از آنها استفاده کنید.

The screenshot displays the utm.io dashboard. On the left is a navigation menu with options: Links, Presets, Billing, and Support. The main area is titled 'Your first project Activity History' and contains a table of link activity. A modal window is open over the table, showing the 'CREATE LINK' form with fields for URL, Preset, Campaign, Medium, Source, Term, Content, and Notes. Below the form are checkboxes for 'Shorten URL (Configure)' and 'Save to Dashboard', and a 'Copy' button.

Created By	Created At	Short URL	Clicks
Dan McGaw	25th Sep, 2017		N/A
Dan McGaw	28th Sep, 2017		N/A
Dan McGaw	4th Oct, 2017		N/A
Dan McGaw	11th Oct, 2017	<a href="https://bitly.is/2yG6Zrw">https://bitly.is/2yG6Zrw</a>	N/A
Dan McGaw	13th Oct, 2017	<a href="http://bit.ly/2yJwFE0">http://bit.ly/2yJwFE0</a>	N/A
Dan McGaw	24th Oct, 2017		N/A

## استفاده از لینک‌های کوتاه

شما هم می‌توانید مستقیماً در تبلیغات و یا کمپین از لینک‌های UTM که ساخته‌اید استفاده کنید و هم از لینک‌های کوتاه. لینک‌های UTM گاهی به دلیل طولانی بودن و وجود کاراکترها و علامت‌های مختلف شاید ظاهر زیبایی نداشته باشند، برای این منظور شما می‌توانید از لینک‌های کوتاه استفاده کنید. البته وجود این لینک‌های کوتاه در برخی از شبکه‌های اجتماعی که محدودیت کاراکتر دارند می‌تواند بسیار مفید باشد. شما می‌توانید از سایت‌های مختلفی برای کوتاه کردن لینک‌ها (Short Links) استفاده کنید. ابزار

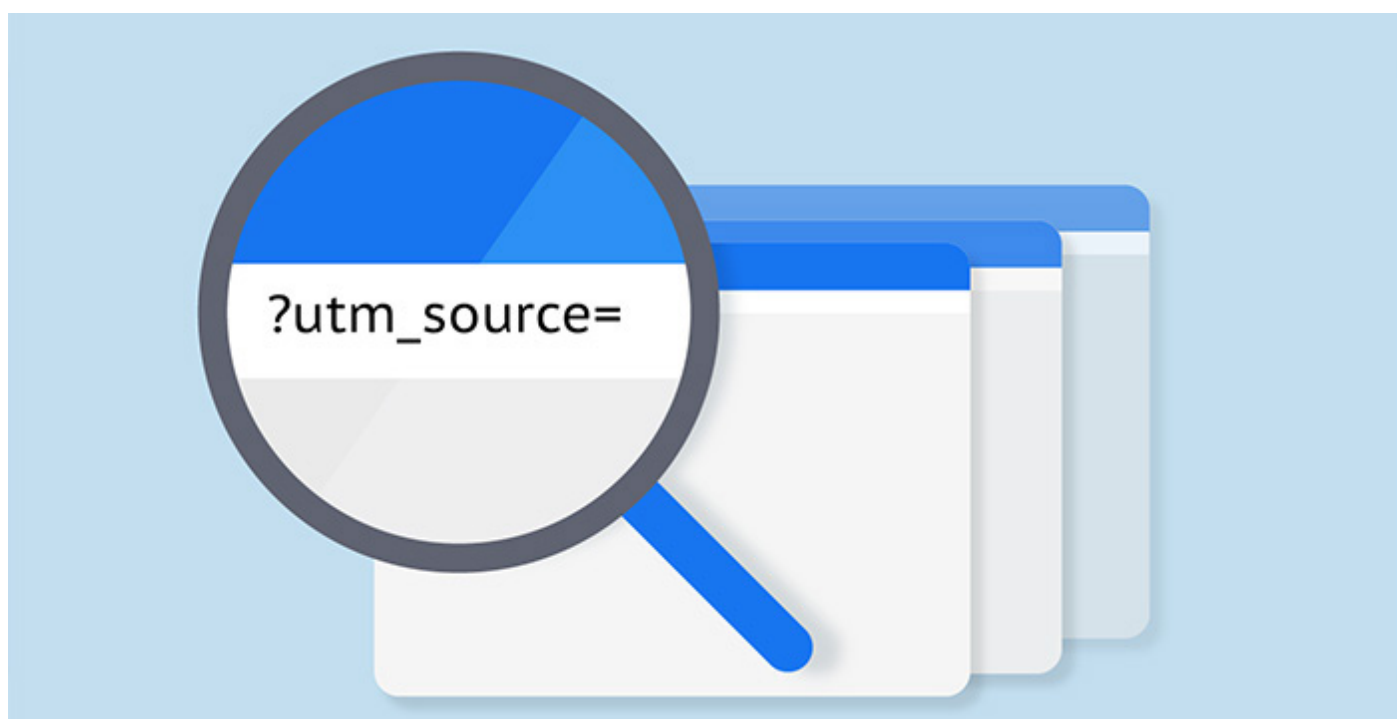
UTM ساز آنالیتیکس به صورت خودکار لینک کوتاه را در اختیار شما قرار می‌دهد و دیگر لازم نیست از سایت‌های دیگر برای کوتاه کردن لینک استفاده کنید.

مطلب مرتبط: [کوتاه کننده لینک چیست؟ بهترین سرویس های کوتاه کننده لینک کدامند؟](#)

### نکات کلیدی در هنگام ساخت لینک UTM

اولین نکته در هنگام ساخت لینک‌های UTM می‌توان به حساس بودن آنها به حروف بزرگ و کوچک اشاره کرد. بهتر است همیشه شما لینک‌ها را با حروف کوچک تایپ کنید. زمانی که نیاز است از فاصله استفاده کنید، بهتر است علامت - (dash) را قرار دهید. استفاده از فاصله باعث می‌شود تا در URL تولید شده تعداد زیادی شکل ۲۰٪ ایجاد شود که جلوه‌ای زیبا ندارد. برای آنالیز بهتر می‌توانید از قابلیت بسیار کاربردی Annotation یا یادداشت گذاری گوگل آنالیتیکس استفاده کنید. با استفاده از Annotation می‌توانید بر روی گزارش‌های گوگل آنالیتیکس، یادداشت بگذارید و اتفاقات رخ داده شده را بنویسید. بهتر است در مراحل لینک سازی از ساختاری مشخص برای نام گذاری استفاده کنید. برای مثال اگر همواره در شبکه‌های اجتماعی تبلیغ می‌کنید، بهتر است همیشه پارامتر Medium برابر با Social باشد.

به یاد داشته باشید در تولید لینک‌های UTM هیچ محدودیت کاراکتری وجود ندارد، اما بهتر است تا می‌توانید لینک‌ها را کوتاه‌تر بسازید. ذکر این نکته ضروری است که لینک‌های UTM بر روی سئوی سایت شما هیچ تاثیری ندارند و همچنین باعث کاهش کلیک نمی‌شوند.



### گزارش لینک‌ها را کجا و چطور ببینیم؟

پس از تولید لینک UTM و استفاده از آن در کمپین‌ها و تبلیغات، یکی از سوالات پیش رو این است که گزارش این لینک‌ها را کجا و چطور ببینیم؟ شما می‌توانید برای مشاهده گزارش‌های لینک‌های UTM از گوگل آنالیتیکس استفاده کنید. زمانی که شما از لینک‌های UTM استفاده می‌کنید، اطلاعات به عنوان

ابعاد (Dimension) در گوگل آنالیتیکس دریافت و ثبت می‌شوند. از این رو شما می‌توانید در تمامی گزارشات آنالیتیکس از آنها استفاده کنید.

با استفاده از گزارشات گوگل آنالیتیکس و مشاهده تمام پارامترهایی از جمله نرخ پرش، نرخ تبدیل و ... شما متوجه خواهید شد که کاربران هر لینک، تا چه میزان تعامل داشته‌اند. برای مشاهده گزارشات مربوط به این لینک‌ها می‌توانید به قسمت Acquisition در گوگل آنالیتیکس سر بزنید و در قسمت گزارشات Campaign، گزارش All campaigns را باز کنید. شما همچنین می‌توانید شاخص‌های دیگری از جمله شهر، کشور، مرورگر اینترنت، دستگاه کاربر و ... را نیز به عنوان شاخص‌های دوم اضافه کنید.

[بیشتر بخوانید: گوگل آنالیتیکس و هر آنچه برای کار با آن باید بدانید](#)  
(راهنمای جامع)

### لینک UTM چه اطلاعاتی را به ما می‌دهد؟

مهمترین نکته در تولید و استفاده از لینک‌های UTM، اطلاعات و آماری است که به ما نمایش می‌دهند. استفاده از این لینک‌ها به سه سوال مهم و کاربردی کسانی که در دیجیتال مارکتینگ فعالیت دارند پاسخ می‌دهد. اول اینکه ترافیکی و کلیکی که انجام شده از کجا آمده است؟ و اینکه کاربری که



بر روی لینک UTM به سایت رسیده، چطور به اینجا رسیده است؟ و در کل می‌توان فهمید که چرا ترافیک ایجاد شده؟ شما می‌توانید از طریق گوگل آنالیتیکس به تعداد صفحات مشاهده شده توسط کاربر، مدت زمان ماندن در سایت و سایر اطلاعات دسترسی داشته باشید. با آنالیز کردن این اطلاعات شما به سادگی متوجه خواهید شد که هر کدام از تبلیغات و یا کمپین‌های اجرا شده چه تعداد کلیک خوردند و بازدیدکننده و مخاطب برای سایت فرستاده‌اند.

### جمع بندی

در این مقاله قدم به قدم با تولید لینک‌های UTM و راه‌های تولید این نوع لینک‌ها آشنا شدید. شما می‌توانید برای هر تبلیغ و یا کمپین یک لینک UTM بسازید تا ورودی‌های سایت خود را به صورت تفکیک شده در اختیار داشته باشید. از این پس شما به سادگی می‌توانید ترافیک شبکه‌های اجتماعی، کمپین‌های مختلف و همچنین تبلیغات انجام شده را رصد کنید. میزان پارامترهای قرارگیری در لینک UTM هر اندازه که بیشتر باشد، شما گزارش دقیق‌تری در اختیار خواهید داشت.

این ابزار در عین سادگی، ابزاری مهم و کاربردی برای تبلیغات هدفمند و

بهینه در فضای تبلیغات آنلاین است. از این پس سعی کنید حتماً از این لینک‌های مفید در طراحی و برنامه‌ریزی برای تبلیغات استفاده کنید تا از ظرفیت‌تان به صورت بهینه برای رشد و موفقیت خود استفاده کنید.