

المحاضرة التاسعة

استراتيجيات التسويق عبر الوسائط الجديدة

1- الخصائص التسويقية للوسائط الجديدة:

- تعدد المستخدمين، تنوع اهتماماتهم جنسياتهم واختلاف لغاتهم.
- سهولة التواصل مع المستخدمين بالرغم من البعد الجغرافي وهذا يمكن المسوق من سهولة استهداف العملاء المحتملين.
- مواقع الإعلام الجديد تمكن المؤسسات من إشهار منتجاتها عن طريق النص الصورة و الفيديو مما يجعل المستخدمين أكثر تفاعلا معها فتصبح المؤسسة شعبية كبيرة وبهذا يتحولون إلى عملاء، فإن استخدام التواصل الاجتماعي في العملية التسويقية سيحقق النفع للمؤسسة مما يؤدي إلى زيادة المبيعات و كسب سوق إلكتروني جديد.
- تتيح فرصة التفاعل بسهولة كبـة مع المستخدم حيث يستطيع السوق الإجابة على كل أسئلتهم وانشغالاتهم المتعلقة بـة وخدمة ومنتجاتها ما يضمن الوصول السليم للرسالة .
- إمكانية قيام المسوق بدراسات السوق للتعرف على أذواق و حاجات المستهلكين.

2- مزايا الوسائط الجديدة في مجال التسويق :**الظهور المتكرر :**

- هناك قول مأثور عا التسويق يفيد بأن المنتج تاج إ الظهور من 6 إ 8 مرات أمام عا الزبون قبل أن يقرر شراؤه. ومن فوائد الإعلام الاجتماعي أنه يتيح إظهار منتجاتك لدى صفحات الشبكات الاجتماعية مرات عديدة، حيث تمنح لك الفرصة بأن تذكرهم ما لديك من عروض مرة تلو الأخرى، ما يسهم إ حد بعيد تسريع عملية التسويق.

السلطة :

- يعتد الإعلام الاجتماعي ذا أثر بالغ مساعدتك على امتلاك السلطة الك يث تصبح أنت مصدر الأساس الذي يلجأ إليه هورك استهدف لطلب العون، حيث إذا قمت بتقد توى جيد

وأجبت عن الأسئلة ا طروحة ووفرت ا مهورك ا دمة ا يدة، فلا شك بأنك ستحظى ا عجب ا أوفياء.

التأثير :

كلما ازداد متابعوك، ازداد تأثرك. إن حصولك على قاعدة قوية من ا مهور ع ا واقع الاجتماعية ا لى تأث ا تراكميا يؤدي ا استقطاب ا زيد من العملاء ا دد وا قابلات الإعلامية والشركات التجارية و يع أنواع الفرص.

فالأمر أشبه بأن ترى جمعا غفيرا يلتف حول شيء ما، ولا تملك إلا أن تنضم لهم بدافع الفضول لمعرفة ما يجري وبالمثل فإن الجمهور الكبير سيجتذب اهتماما أكبر.

3- أشكال التسويق عبر الوسائط الجديدة :

-التسويق من خلال البريد الإلكتروني المراسلات الإلكترونية الموجهة بناءً على أنشطة المستخدمين على شبكة الإنترنت، وإرسال الرسائل الإخبارية عبر البريد الإلكتروني والعروض إلى العملاء المحتملين.

-التسويق عبر محركات البحث، ويتم ذلك من خلال تحسين ترتيب منتجك في نتائج البحث عند استخدام مصطلحات معينة، وتعني هذه الأخيرة تحسين موقعك على الشبكة ليبدو أكثر جاذبية لمحركات البحث، وبالتالي نقله إلى درجة أعلى في نتائج البحث التلقائية، وهو ما يعرف بتحسين محرك البحث. و هناك شكلان :

SEO وهو يتيح تحسين المحتوى ليظهر في نتائج البحث الأولى مجاناً.

SEM و يكون من خلال استخدام إعلانات مدفوعة للظهور في نتائج البحث.

و يمكن الموقعين من رفع الظهور وزيادة الزيارات للموقع الإلكتروني.

-التسويق بالمحتوى(Content Marketing)

إنتاج محتوى جذاب وقيم لجذب الجمهور بدلاً من الإعلان المباشر كأن يكون مقالات تدوينية، فيديوهات قصيرة وطويلة، منشورات مرئية (صور – إنفو غرافيك)، بودكاست، بث مباشر قصص "Stories" و "Reels"

وذلك بهدف بناء علاقة ثقة مع الجمهور ، تستثمر مع الوقت في نشر محتويات تسويقية.

-الإعلانات الرقمية المستهدفة(Targeted Digital Advertising)

استخدام منصات الإعلانات التي تقدم استهدافاً دقيقاً للمستخدمين، و مما يستخدم في ذلك أدوات و تقنيات مثل :

Google Ads ، Meta Ads فيسبوك/إنستغرام ، TikTok Ads ، YouTube Ads ، إذ تمكن هذه الأدوات من تحديد جمهور الإعلان بناءً على العمر، الموقع، الاهتمامات، السلوكيات، كما تتيح قياس الأداء بدقة من خلال نقرات المستخدمين.

-التسويق عبر المؤثرين(Influencer Marketing)

-البريد الإلكتروني التسويقي(Email Marketing)

ويتضمن هذا الشكل إرسال رسائل موجهة ومُخصصة للمستخدمين تتضمن عادة العروض و التخفيضات ، المنشورات الإخبارية، توصيات منتجات رسائل متابعة العملاء...إلخ.

-استخدام الذكاء الاصطناعي في التسويق ، و ذلك من خلال استحداث الروبوتات الذكية Chatbots لخدمة العملاء لتوليد محتوى تلقائي و تفاعلي افتراضي.

-التسويق عبر الواقع الافتراضي والواقع المعزز (VR/AR) ويكون ذلك من خلال إعطاء تجربة تفاعلية وغامرة للمنتج على غرار تجربة الملابس افتراضياً، رؤية شكل الأثاث داخل البيت، جولات افتراضية للعقارات والسيارات.

-القياس والتحليل (Data Analytics) وهي تستخدم من أجل قياس و تحليل خصائص الجمهور واستخدامها في الاستراتيجيات التسويقية على غرار مات يعجب الجمهور، تفضيلاته، مشاهداته..إلخ ومن بين الأدوات المستخدمة لذلك نذكر : Google Analytics ، Meta Business Insights ،

TikTok Analytics