

المحاضرة رقم: 071.أنواع الاستراتيجيات التسويقية الحديثة

يمكن بيان أنواع الاستراتيجيات التسويقية التي تتخذها أغلب الشركات في العالم، والتي من شأنها أن تعزز من الوضع الاقتصادي العالمي، كما تهدف من خلال تطبيقها إلى زيادة سرعة الوصول إلى المستهلك المستهدف ، وهذه الاستراتيجيات تم استخدامها في الألفية الجديدة (بعد سنة 2000) نتيجة التطورات والتغيرات في بيئة الأعمال و هذا ما ساهم في ظهور التجارة الإلكترونية والتواصل مع المنظمات والمستهلكين عبر مواقع الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعية (Social Media) ومنها:

**أ. إستراتيجية تسويق المحتوى Content Marketing Strategy**

فالتسويق بالمحتوى هو شكل من أشكال التسويق يركز على نشر وتوزيع المحتوى إلى المستهلكين المستهدف عبر الإنترنت. وغالباً ما يستخدم من قبل المنظمات والمتاجر العملاقة من أجل:

أ. جذب الانتباه المستهلكين المحتملين واكتساب ولائهم،

ب. توسيع قاعدة بيانات المستهلكين.

ت. زيادة المبيعات عبر الإنترنت لاسيما مواقع التواصل الاجتماعي.

ث. زيادة الوعي بالعلامة التجارية أو مصداقيتها.

ج. إشراك مجتمع إلكتروني من المستخدمين والمتصفحين لمواقع المنظمات .

وعلى اختلاف غيره من أشكال التسويق عبر الإنترنت، يعتمد تسويق المحتوى على استباق وتلبية حاجة المستهلكين الحاليين من المعلومات، ويرتكز فكرة التسويق بالمحتوى على أن العلامة التجارية يفترض أن تعطي شيئاً ذا قيمة للحصول على شيء ذو قيمة في المقابل.

وعندما تسعى المنظمات لتسويق المحتوى، يفترض أن يكون التركيز الرئيس على احتياجات المستهلكين المحتملين. فبمجرد تحديد حاجة المستهلك، يمكن عرض المعلومات في مجموعة متنوعة من الأشكال بما في ذلك الأخبار والفيديو والكتب الإلكترونية والرسوم البيانية ونشرات البريد الإلكتروني ودراسات الحالة وأسئلة وأجوبة و مقالات وصور، وغيرها.

بذلك فهي إستراتيجية فاعلة تعمل على زيادة المبيعات بعيداً عن البيع المباشر. إذ يتم نشر محتوى المنتج الذي يتضمن معلومات متنوعة عن المنتج وعلى منصات المواقع الإلكترونية وهذا ما يساهم في بناء الوعي بالعلامة التجارية والذي ينعكس على زيادة المبيعات .