

# التسويق الرقمي

م. محمود عبدالرحمن |  
مستشار التطوير الإعلامي  
في المركز الجامعي للاتصال والإعلام



برنامج الإعلام الرقمي  
للجهات الغير ربحية





## المهندس محمود عبدالرحمن

مستشار التطوير الإعلامي والتسويق بالمركز الجامعي للاتصال والإعلام

يُعتبر المهندس محمود عبدالرحمن خبيرًا في مجالات الاتصال والإعلام وبناء الهويات البصرية والإعلامية للقطاعات الحكومية والخاصة والأهلية، عمل كمستشار إعلامي وخبير لمجموعة من القنوات الفضائية وشركات الإنتاج الفني والإعلامي والمؤسسات والقطاع الثالث، كما تولى إدارة مجموعة من القنوات التلفزيونية والشركات الإعلامية، هو العضو المنتدب للجمعية المصرية لإعلام وعضو الأمانة العامة للاتحاد العربي للإعلام الإلكتروني / إعلاميون بلا حدود وعضو غير عامل باتحاد المنتجين العرب لأعمال التلفزيون / جامعة الدول العربية.

تجدر الإشارة بأن المهندس محمود معتمد في عدد من المنظمات والشركات الدولية المهنية في مجالات التصميم الفني والتقنية، كما أشرف تنفيذًا على العديد من المشاريع الإعلامية والإعلانية من خلال التنفيذ الفني والإعلامي والتجهيزات التقنية لعدد من الفعاليات والمهرجانات والفعاليات والمحافل التي قام بالإشراف عليها خلال مشوره المهني (إعلامياً وفنياً وإدارياً).

میرجیباً

فلا



**KFU**  
جامعة الملك فيصل  
KING FAISAL UNIVERSITY  
جامعة ووطن.. نماء.. واستدامة..



أمسح الباركود ا المحتوى الرقمي  
لبرنامج الإعلام الرقمي  
للجهات الغير ربحية

# الفرق بين التسويق الرقمي والتسويق التقليدي

التسويق الرقمي	التسويق التقليدي
تفاعلي، يمكن الحصول على رد فعل الجمهور ورؤية تفاعله بشكل سريع. فهو يوفر وسيلة تواصل فعالة مع الجمهور.	غير تفاعلي
لحظي، يمكن نشره أو التحكم بمساره وايقافه في أي لحظة بسهولة.	متأخر، حيث يلزم القيام بعدد من الخطوات والتواصل مع أكثر من جهة لنشره، تعديله أو إيقافه.
امكانية تحديد التكاليف	التحكم بالتكاليف صعب
عادة تكون الميزانية المطلوبة أقل مقارنة بالتسويق التقليدي.	تفوق تكاليفه عادة تكاليف التسويق الرقمي.
يمكن استهداف مجموعة أكبر من الجمهور أو تحديد الفئة المستهدفة من خلال تحديد العمر أو الجنس.	تحديد الاستهداف أصعب.
قياس فعالية الحملات التسويقية يكون أسهل	صعوبة قياس فعالية الحملات التسويقية



# DIGITAL MARKETING

## أولاً: ما هو التسويق الرقمي؟

باختصار: يمكن تعريف التسويق الرقمي بأنه تسويق المنتجات والخدمات المختلفة عبر الإنترنت والوسائط الرقمية، ويمكن اعتبار التسويق الرقمي مصطلح شامل يضم جميع استراتيجيات التسويق الحديثة، التي تستهدف الوصول للعملاء عبر الإنترنت والهواتف المحمولة والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة.



**التسويق الرقمي هو الترجمة العربية  
للمصطلح الأصلي باللغة الإنجليزية**

**,Digital Marketing**  
**والذي ينقسم إلى كلمتين:**

# Marketing

وهي تعني التسويق، وهي تشير إلى كل فعل يتم عمله من قبل العلامة التجارية من أجل تحقيق الهدف الذي تسعى له، والذي في الغالب يكون تحقيق أعلى مستوى ممكن من المبيعات.

الجدير بالذكر هنا أن عملية التسويق ليست مرادفة لعملية الترويج، ولكن الترويج هو عمود من أعمدة التسويق، فالتسويق وفقاً لمفهومه الاحترافي هو العملية التي تبدأ من حيث تصميم المنتج وتسعيه وتوفيره في المكان الذي يتواجد به المستهلك.

لفهم الأعمدة الأربعة التي يقوم عليها  
التسويق (الـ 4Ps) ... ,

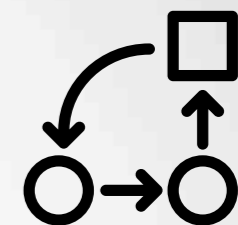


والذي اعتبره حجر أساس لكل من يريد

فهم ماهية التسويق بشكل علمي واحترافي:



المزيج التسويقي  
Marketing Mix  
(ما هو وما أهميته وشرح 4Ps)



# Digital

وهي كلمة مرتبطة بالتكنولوجيا الحديثة، والتي ترتبط بشكل أساسي بالكمبيوتر الذي يستخدم اللغة الرقمية 0 و 1 في إجراء العمليات، وكلمة ديجيتال تستخدم للتعبير عن الأجهزة والمعدات التي تستخدم لغة الحاسوب في تنفيذ المهام (مثل الكاميرا الرقمية في مقابل الكاميرا الفوتوغرافية القديمة التي تعمل بالفيلم ونظام الترميز).

---

الآن عندما نقوم بعمل تزاوج بين  
كلمة تسويق (**Marketing**) وكلمة رقمي (**Digital**)  
سينتج لنا مصطلح التسويق الرقمي (**Digital Marketing**) والذي يعبر  
عن استخدام التكنولوجيا الحديثة وعلى رأسها الإنترنت وأجهزة الهواتف  
الذكية) في عملية التسويق.



**لماذا التسويق الرقمي مهم؟**



في العصر الحديث ومع زيادة الاهتمام بالتواصل عبر الإنترنت أصبح التسويق الرقمي هام للغاية، وأصبح عامل أساسي لتسويق العلامات التجارية والخدمات المختلفة على مختلف المستويات...

**فلماذا تحتاج الشركات التسويق الرقمي؟**

# تحتاج الشركات المختلفة ومقدمي الخدمات للتسويق الرقمي لتحقيق مجموعة من الأهداف وهي كالتالي:

## 1 - المنافسة

هل تعلم أن 77.6% من أصحاب الأعمال الصغيرة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي في استراتيجيتهم التسويقية؟ هل هذه الحقيقة مذهلة بالنسبة لك؟ إن كانت اجابتك بنعم، سأخبرك بأن هذا الرقم قابل للزيادة خلال السنوات المقبلة.

## 2 - الوصول لشبكة واسعة من العملاء

كل الاستراتيجيات التسويقية سواء القديمة أو الحديثة تستهدف الوصول إلى العملاء، فماذا لو أتاحت لك فرصة الوصول للعملاء المستهدفين بشكل دقيق؟ هذا ما يقدمه التسويق الرقمي على وجه التحديد "الوصول لشبكة واسعة من العملاء المحتملين وبشكل دقيق".

### 3 - تقييم أدائك

يمكنك عند اعتماد التسويق الرقمي تتبع أداء الحملات التسويقية بسهولة، كما يمكنك تعديل وتطوير حملتك والتحكم فيها، وذلك على عكس الأشكال التقليدية التي تنتظر فيها لعدة أسابيع لقياس نتائج الحملة التسويقية.

### 4 - استهداف دقيق للعملاء

ثمة ميزة هامة جداً يوفرها التسويق الرقمي ألا وهي الاستهداف الدقيق للعملاء، بحيث يمكنك اختيار العملاء المستهدفين من حيث السن والفئة العمرية والمدينة، فيمكنك التحكم في من يزور موقعك ومن يستطيع مشاهدة الإعلان الخاص بك.





# 10 إستراتيجيات للتسويق بأقل التكاليف

# التسويق بالمحتوى

## Content Marketing

01

### ما هو التسويق بالمحتوى

هو جذب الزوار لك من خلال نشر محتوى ثري ومفيد

بشكل مستمر



### تقول الدراسات

70% من الناس يفضلون التعرف على الشركة ومنتجاتها من خلال محتوى

جيد لا من خلال إعلان.

وأن تسويق المحتوى تكلفته أقل بـ 62% من التسويق التقليدي في حين

يجذب 3 أضعاف من الأفراد المهتمين مقارنة بالتسويق التقليدي

يقول بيل قيتس

Content is the King

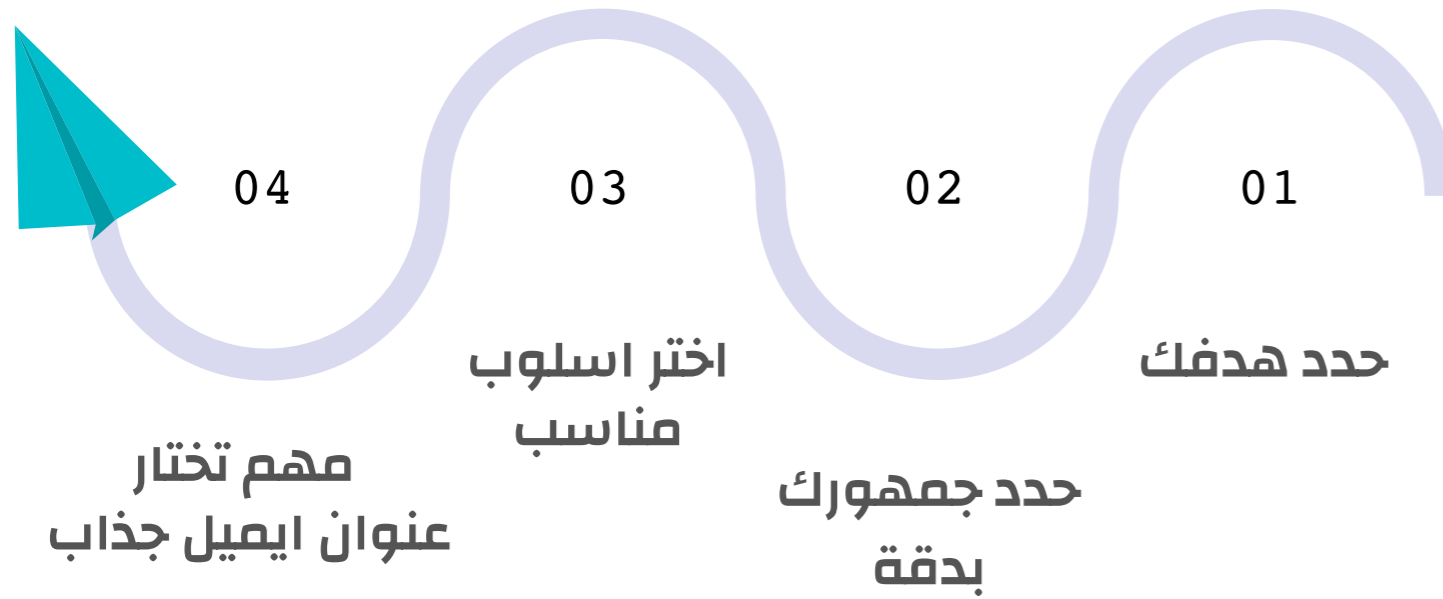
المحتوى هو الملك



# التسويق من خلال رسائل البريد Email Marketing

02

## استراتيجيات التسويق عبر الایمیل



## ما هو التسويق خلال رسائل البريد

هو جذب العملاء عبر الترويج برسائل الایمیل والتي يميزها  
قلة تكلفتها مع امكانية تصميم اعلان جذاب



## تقول الدراسات

تقول الإحصائيات أن كل \$1 تنفقه الشركة على التسويق عبر البريد  
الإلكتروني Email Marketing يعود إليها بإيرادات قدرها \$21.



لكن للأسف قلة من يلجئ لهذه الاستراتيجية محلياً بالرغم من انخفاض  
تكلفتها وارتفاع نتائجها لحد كبير

## تفعيل خدمة العملاء Customer Care



### ما هو التسويق خدمة العملاء

تقديم خدمة في رعاية العملاء والتجاوب مع العملاء بحيث يكون جاذب لرتباط العميل بالشركة.

إذا كنت لا تعتبر خدمة العملاء احد الاستراتيجيات التسويقية لديك فمشروعك في خطر، وإذا كانت خدمة العملاء لدى منافسيك افضل منك فهذا يعني انك تهدي عملائك لمنافسيك على طبق من ذهب.

### تقول الدراسات

٩ من اصل ١٠ عملاء أمريكيين مستعدين لدفع اكثر مقابل الحصول على خدمة عملاء افضل.



### شركة زابوس

استطاعت ان تضاعف مبيعاتها ٤ مرات فقط لانها اعتبرت خدمة العملاء وسيلة التسويق الأولى وهنا استفادت جداً بالتسويق الشفهي (WOM)



### شركة امازون

تجبر جميع الموظفين بلا استثناء بالعمل في قسم خدمة العملاء يومين بالسنة بما فيهم الرئيس التنفيذي.





- تحسين محرّكات البحث وزيادة الزائرين من خلال تسويق محرك البحث وإعلانات وسائل التواصل الاجتماعي وغيرها من القنوات.
- تطوير المحتوى للموقع ومتابعة التحديثات والطلبات من الجمهور القادمة من القنوات الرقمية.
- إنتاج وإدارة العروض الرقمية الداخلية والخارجية.
- العمل مع أقسام متعددة لتنفيذ وتعزيز الوصول الرقمي للمتخف وعبر منصات القنوات الرقمية الخاصة به.
- العمل مع المجموعات والمعارض وفرق التنسيق لضمان أن تكون الاستراتيجيات الرقمية متوافقة ومتناسقة مع العقود، والعلامات التجارية للمتخف وغيرها من الالتزامات.
- المساعدة في تطوير وإنتاج الصور ومحتوى الفيديو.

## التسويق من خلال الـ Micro influencers

04

ما هو التسويق من خلال الـ Micro influencers  
هو اختيار المؤثرين في منصات التواصل الاجتماعي الذين لا  
يملكون اعداد كبيرة جداً ولكن يركزون على فئات معينة



- الهدف منها تقليل التكلفة وزيادة التأثير.



مقالة نشرها موقع Adweek المختص في التسويق ذكرت أن بعض الحملات التي تم نشرها عبر المؤثرين الصغار و الذين لا يتجاوز عدد متابعيهم 30 ألف متابع حققت نتائج تفوق 6 أضعاف ما حققته الحملات عبر المشاهير

**ADWEEK**

### تقول الدراسات

أن المؤثر الصغير الذي لديه متابعين بحدود 10 ألف متابع قد تصل نسبة التفاعل لديه 4% مقارنة ب 1.7% للمؤثرين أصحاب الحسابات التي يزيد متابعيها عن 100 ألف



# التسويق من خلال تجربة العميل customer Experience

05



## ما هو التسويق خلال تجربة العميل

تجربة العميل هي كل شيء يمر في رحلة العميل من اول لحظة تعامل معك وحتى اخر لحظة بل تستمر الى اكثر من ذلك



من السهل على منافسيك تقليد منتجك او خدمتك لكن من المستحيل أن تنسخ تجربة العميل المميزة التي تقدمها لعملائك

تكلفتها اقل بكثير من الاستراتيجيات التسويقية الأخرى ونتائجها جبارة لأنها بكل بساطة هي التي ستولد لك جمهور يتحدث عن ويسوق لك بالمجان

يقول مؤسس Starbucks

في الحقيقة نحن لا نراهن على القهوة التي نقدمها ولكن نراهن على صناعة تجربة لا يمكن أن تُنسى



## تذكر هذه النقطة

تذكر هذه النقطة مستقبلاً سيكون التنافس بشكل كبير على صناعة تجربة للعميل وليس المنتجات والخدمات المقدمة



# التسويق بالعينات المجانية Freebie Marketing

06

## ما هو التسويق بالعينات المجانية

هو جذب عملاء جدد عن طريق اهداء عينة من المنتجات أو الخدمات المقدمة بغرض جذب العميل للارتباط بهذا المنتج أو الخدمة المقدمة.



اعتبر تكلفة هذه العينات ضمن ميزانية التسويق لديك



# التسويق خلال سرد القصص Storytelling Marketing

07

**ما هو التسويق خلال السرد القصصي**  
هو انك تختار جزء مثير للاهتمام يخص منتجك او خدمتك  
وتسرده على شكل قصة تتمحور حول رسالتك التسويقية  
للعلاء



## تجربة مميزة

فطور فارس من اكثر البراندات الي يركز على جزء القصة في تسويقية  
ونجح في ذلك بشكل كبير  
واصبح الكثير من الناس يرددون ويتناقلون هذه القصة



# استراتيجيات التسويق من خلال السرد القصصي

## كتابة المحتوى

صمم سرد مناسب للفكرة  
واحرص على وجود عقدة

## فكرة مميزة

ماهي الفكرة التي تميز  
قصتك وتجذب الناس نحوها

## حدث تاريخي

كيف بديت مشروعك  
ماهو الدافع الي يحركك

## اخذ الانطباعات الاولى

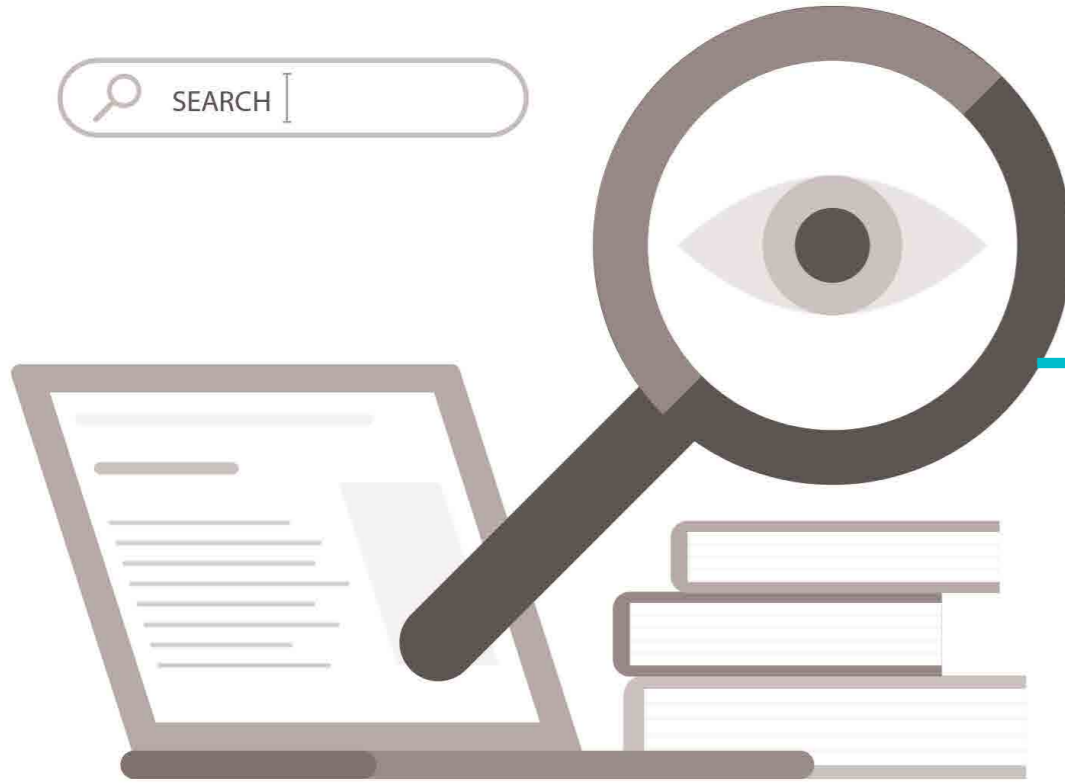
مهم جداً تتنبه للانطباعات الاولى  
وتستفيد منها في تطوير قصتك

## اختيار المنصة المناسبة

ليست كل المنصات مناسبة  
لكل القصص، فعرف ماذا تختار

## اختيار عبارات جذابة

اقتنص عبارات جذابة وتحدث  
صدمة لدى المتلقي



# التسويق الالكتروني

## Digital Marketing

08

### ما هو التسويق الالكتروني

هو استخدام منصات التواصل الالكتروني والادوات التقنية في التسويق والترويج لك

الكثير من منصات التواصل الالكتروني لديها اساليب تسويقية بشكل كبير ولكل واحدة منها ميزة تميزها عن الأخرى

التسويق الالكتروني يتيح لك الفرصة للوصول لعملائك المحتملين بأقل التكاليف والاجمل انه يعطيك تحليل ونتائج دقيقة تستطيع من خلالها الوصول الى عملائك بشكل افضل وبميزانيات محدودة بعكس التسويق التقليدي او التسويق من خلال المشاهير

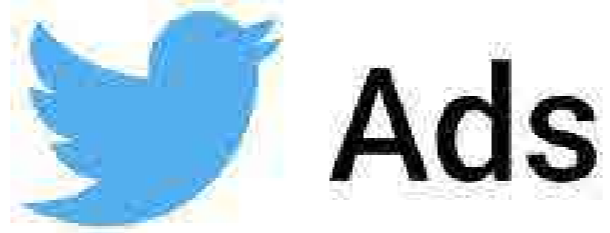




## من أهم منصات التسويق الالكتروني :



google search , Display  
pictures , SEO



# التسويق عبر العملاء

## Word Mouth Marketing

09

### ما هو التسويق عبر العملاء

هو التركيز على تحويل العميل من عميل عادي الى عميل مسوق لك عن طريق محاولة تقديم خدمة تليق به وتجعله يساهم في انتشار المنتجات والخدمات التي تقدم له



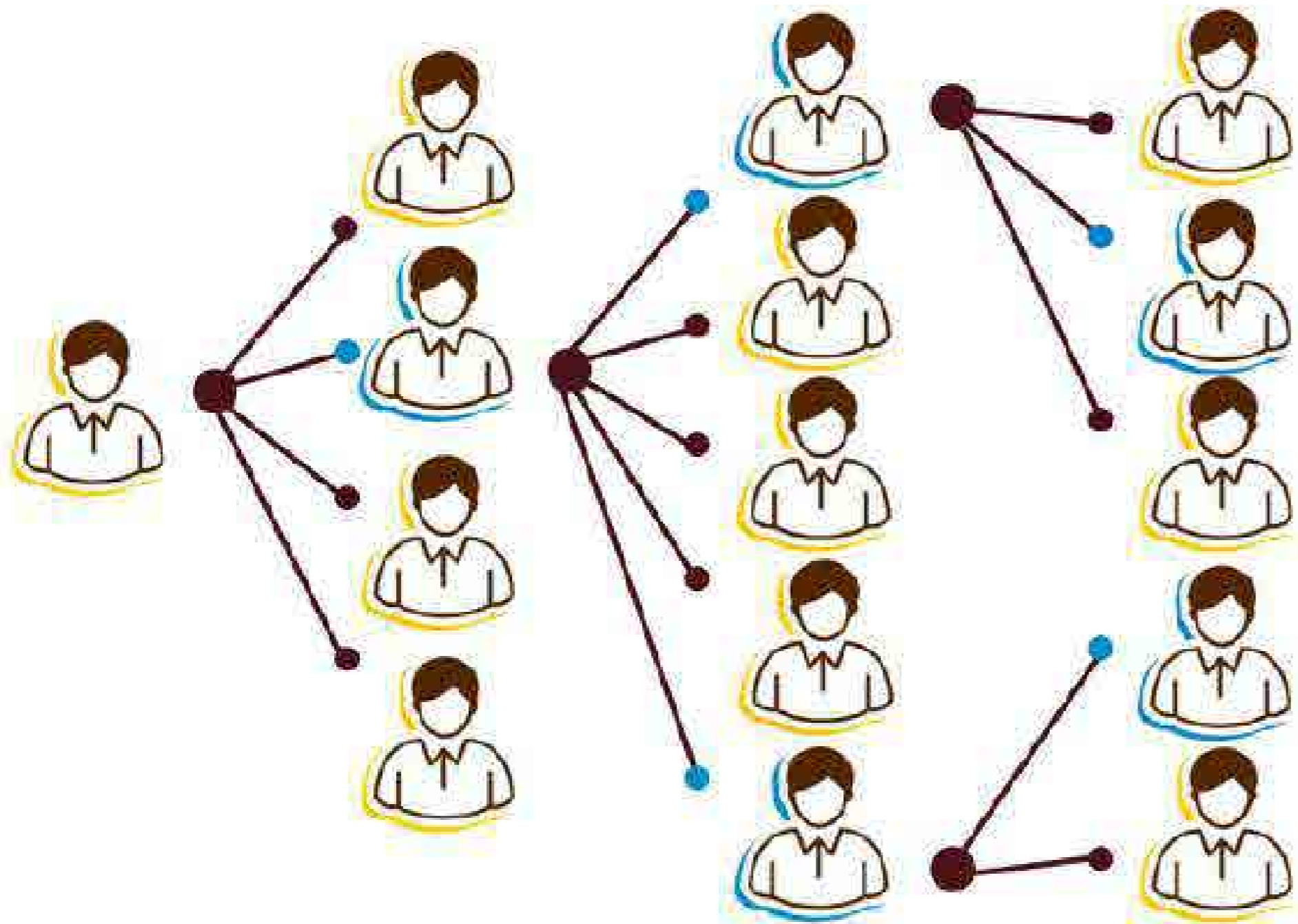
### تقول الدراسات

من 20% إلى 50% من قرارات الشراء ابرز عامل خلفها توصيات الآخرين والعلاقات



# تذكر !!

العميل الذي يخوض معك تجربة إيجابية سيخبر كحد أقصى ٣ اشخاص  
والعميل الذي يخوض معك تجربة سيئة سيخبر على الأقل ٧ اشخاص.



# تبادل قاعدة العملاء Share Database

10

## ما هو التسويق عبر قاعدة البيانات

الكثير من الشركات التجارية تملك قاعدة بيانات كبيرة لعملائها ولكن قليل ما تستفيد من هذه القاعدة، لذلك من الافكار التي يمكن من خلالها التسويق لمنتجاتك وخدماتك بتكلفة بسيطة، تبادل قاعدة البيانات للعملاء الذين يودون استلام رسائل ترويجية من الشركات



## تذكر !!

- لا تستخدم هذه الاستراتيجية كثيرا
- لا تتبادل معلومات العملاء لشركات بعيدة عن تخصصك ومجالك
- لا تروج للعملاء الذين يرفضون التواصل من اجل التسويق



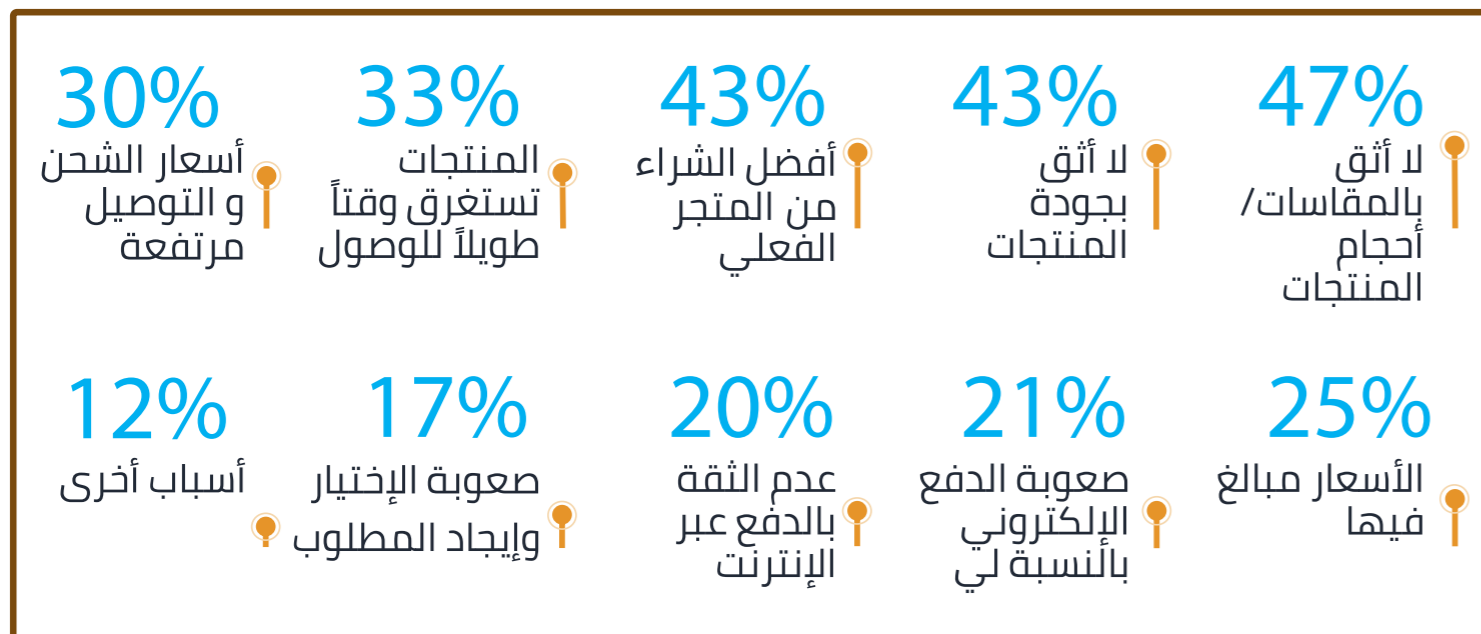
# التسوق الإلكتروني في المملكة العربية السعودية



**21%** لا يتسوقون عبر الإنترنت  
لأسباب تعود لعدم الثقة  
بالمقاسات/أحجام المنتجات وبجودتها  
إضافة إلى تفضيل الشراء من المتجر  
الفعلي و وقت التوصيل



↓ الأسباب



نعم  
استبعادهم  
من بقية  
البحث

# التسوق الإلكتروني

أكثر من ثلاثة أرباع العينة يتسوقون عبر الإنترنت



# كيف يتم التسوق الإلكتروني؟

وسيلة التسوق الإلكتروني  
كل من يتسوقون إلكترونياً يتسوقون  
عبر تطبيقات الجوال

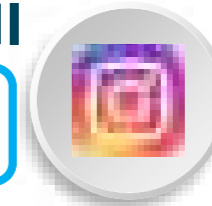
التسوق عبر تطبيقات الجوال



التسوق عبر المواقع الإلكترونية (جوجل كروم, سفاري, ...)

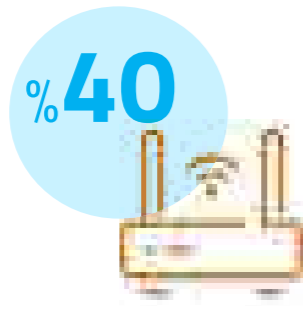


التسوق عبر الانستغرام مباشرة

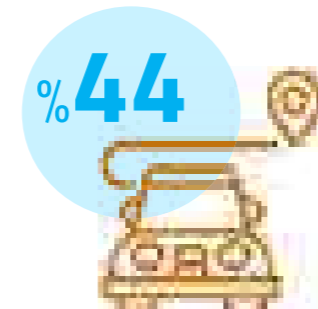


# أكثر أنواع تطبيقات التسوق المستخدمة

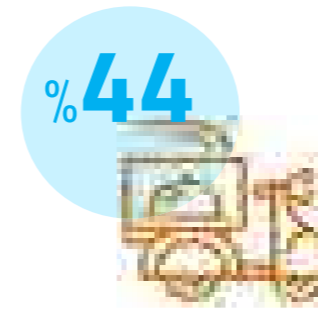
تطبيقات التوصيل و تطبيقات المتاجر هي الأعلى من حيث الاستخدام من قبل ثلاثة أرباع المجيبين



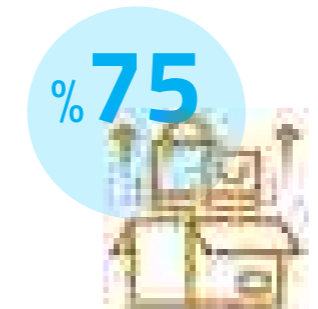
تطبيقات  
الإلكترونيات



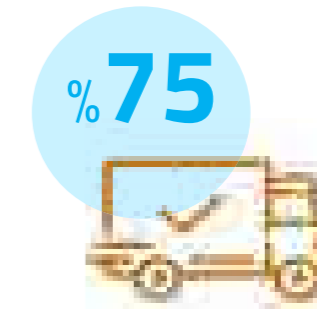
تطبيقات  
المواصلات



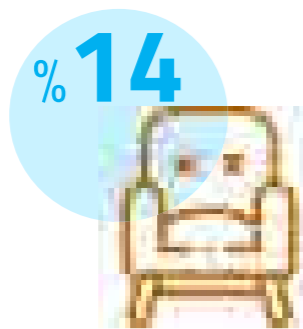
تطبيقات المطاعم:  
تطبيق خاص  
بالمطعم نفسه



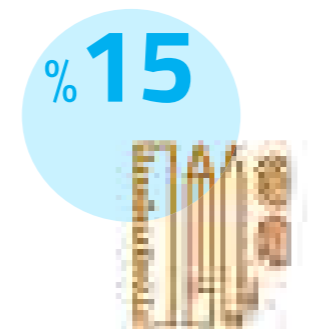
تطبيقات المتاجر  
مختلفة البضائع مثل  
الملابس و العطور و  
أدوات المطبخ



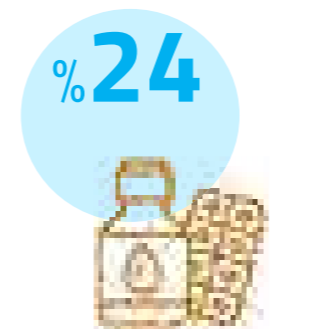
تطبيقات التوصيل:  
توصيل منتجات  
مختلفة من مطاعم,  
محلات, صيدليات... الخ



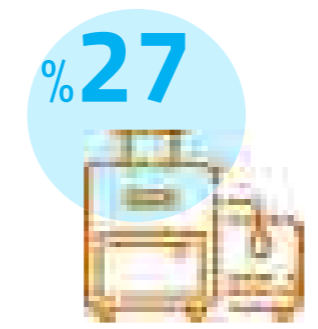
تطبيقات  
الأثاث



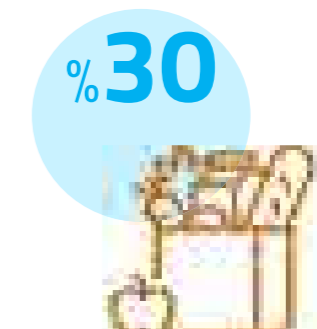
تطبيقات  
القرطاسية و الكتب



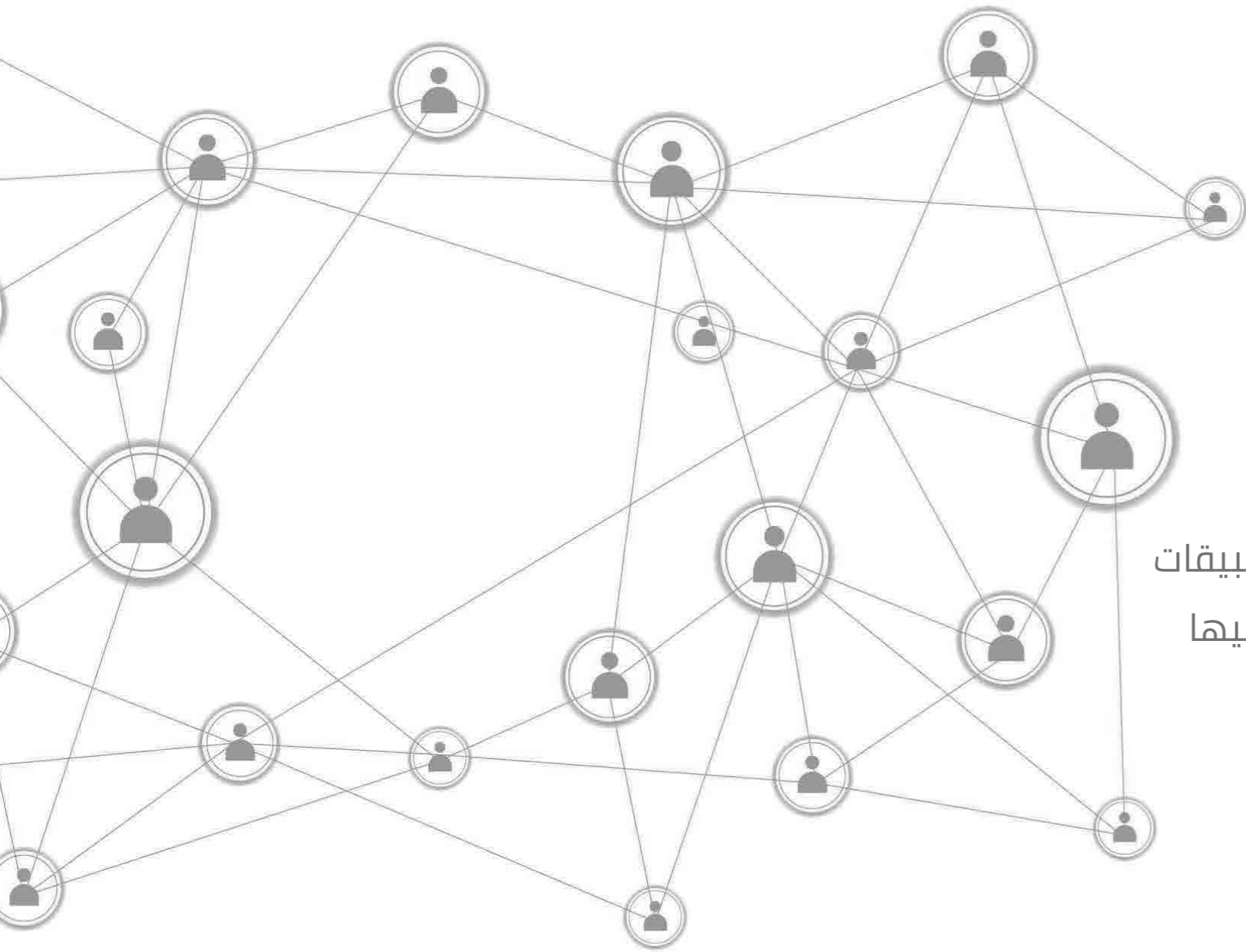
تطبيقات الصيدليات  
والمستلزمات الطبية



تطبيقات  
السفر



تطبيقات التموين  
الغذائي



## معدل استخدام أنواع التطبيقات

عند التركيز على تطبيقات التوصيل و المطاعم و التموين الغذائي وجدنا أن تطبيقات التوصيل حققت أعلى معدل استخدام بين أقرانها بمتوسط **6 مرات شهرياً** تليها تطبيقات التموين الغذائي **5 مرات شهرياً** و أخيراً المطاعم **4 مرات شهرياً**

متوسط الاستخدام

6

مرات  
شهرياً



تطبيقات التوصيل

5

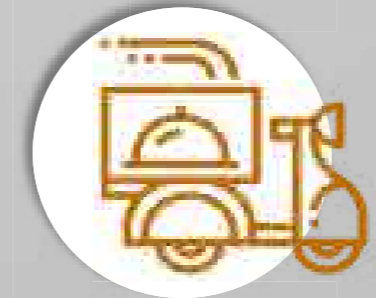
مرات  
شهرياً



تطبيقات التموين  
الغذائي

4

مرات  
شهرياً



تطبيقات المطاعم



# مقومات تجربة العميل الإلكترونية

# مقومات الرضا العام عن تجربة العميل الإلكترونية



- عروض و مزايا و مكافآت
- التعقيم و الاهتمام بالنظافة
- سرعة استجابة خدمة العملاء
- سياسة التبدیل و الاسترجاع

يحتل المنتج المرتبة الأولى من حيث الأهمية متبوعاً باستخدام التطبيق والخدمة المقدمة بالتساوي.



تبدو هذه المحاور بديهية للوهلة الأولى، و لكن عندما نتعمق في كل منها نجد أن هناك عناصر مهمة لكل محور يجب توافرها و تحسينها بشكل مستمر

تتفرع من هذه المحاور الثلاث 12 عنصراً سيتم مناقشتها تبعاً لكل محور

# التسويق الرقمي

شكرًا لكم

م. محمود عبدالرحمن |  
مستشار التطوير الإعلامي  
في المركز الجامعي للاتصال والإعلام