



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير
السنة الثانية ماستر إدارة استراتيجية



المحاضرة الأولى: أساسيات حول شبكات التواصل الاجتماعي

الموسم الجامعي: 2024/2025

الأستاذة: رابحي مباركة

مقدمة:

أصبحت الأنترنت وتطبيقاتها المختلفة جزءاً لا يتجزأ من حياة الإنسان نظراً لما تقدمه من مزايا سرعة وسهولة التواصل بين الأفراد ونقل الأخبار والمعلومات وتبادل المعرفة فيما بينهم، خاصة مع تطور خدمات الويب وظهور هذا الكم الهائل من التطبيقات ومواقع التواصل الاجتماعي التي استحوذت على جزء كبير من حياتنا اليومية، كما تطور استخدام هذه الشبكات ليشمل مجالات التعليم والتوظيف وإدارة الأنشطة التجارية. وللخوض في مفهوم وأهمية هذه الشبكات فإننا تساؤلنا يتمحور حول:

فيم تتمثل شبكات التواصل الاجتماعي؟ وكيف يمكن للمؤسسات إدارتها بكفاءة ونجاح؟

المحاور الأساسية



مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي

نشأتها

أهميتها

خصائصها

تحديات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

خطوات إدارة شبكات التواصل الاجتماعي

مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي

النجاح



هي خدمة إلكترونية على شبكة الانترنت تسمح بتنظيم الملفات الشخصية والتواصل من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أفراد آخرين لديهم نفس الاهتمامات أو الهوايات أو الانتماءات

هي مواقع ويب توفر لمجموعة من الأفراد القدرة على المشاركة في الاهتمامات والأنشطة والآراء وتكوين صداقات مع أشخاص آخرين لهم نفس التوجهات

هي: مجموعة التطبيقات والمنصات والمواقع التي يستخدمها أفراد المجتمع في الاتصال والتواصل وتبادل المعلومات ونشر الصور وغيرها من الخدمات والخصائص التي توفرها هذه الشبكات لمستخدميها غير مرهونة بزمان ولا مكان.

نشأة شبكات التواصل الاجتماعي

كانت بداية ظهور الشبكات الاجتماعية مع منتصف التسعينات من خلال شبكات مثل: The Giocities، globe،.. لربط الأفراد عبر غرف الدردشة لتشارك المعلومات والأفكار الشخصية، كما أنشأت بعض المواقع مثل: Clasmites، sixdegrees.com والتي أتاحت للمستخدمين تكوين الملفات الشخصية وتبادل الرسائل بينهم لكنها لم تدم طويلا.

مع تطور الويب 2 في بداية (2000) كانت الانطلاقة القوية لشبكات التواصل الاجتماعي من خلال إنشاء موقعي Facebook، My Space على التوالي في 2004 و 2005

تواصل تطور خصائص وسائل التواصل الاجتماعي وظهرت تدريجيا تطبيقات أخرى مختلفة مثل Instagram، Twitter وتم تسخيرها للخدمات والأعمال التجارية.

أهمية شبكات التواصل الاجتماعي



أولاً: بالنسبة للفرد:

- تعزيز التواصل وتقريب المسافات بين الأفراد ذوي الاهتمامات المشتركة.
- تسهيل نقل المعلومات والملفات وتبادل المعارف.
- إتاحة فرص جديدة للتعلم والتطور الشخصي.
- زيادة انفتاح الأفراد على مختلف الثقافات وكذا اطلاعهم على كافة المستجدات (منتجات، أخبار، علامات تجارية ..)

أهمية وسائل التواصل الاجتماعي



ثانياً: بالنسبة للمؤسسات:

- تعزيز صورة العلامة التجارية للمؤسسة.
- تسهيل الوصول للزبائن ومعرفة احتياجاتهم.
- دعم الميزة التنافسية للمؤسسة وزيادة المبيعات.
- الوصول إلى آراء وأذواق المستهلكين والتأثير عليها.

خصائص وسائل التواصل الاجتماعي

الانفتاح: فالشبكات الاجتماعية تتيح للمستخدم حرية الرد والتعليق وتقييم المحتوى دون أي عوائق.

الجماعية: فبإمكان المستخدمين تشكيل مجموعات والتواصل داخل هذه المجموعات.

المشاركة: فالمستخدمون يشاركون في صنع محتوى الشبكة من خلال إمكانية التعديل والإضافة.

خصائص وسائل التواصل الاجتماعي

التواصل الفوري ونقل المعلومات: توفر نقل المعلومات بسرعة فائقة والتواصل المستمر واللحظي بين المستخدمين

العالمية والوصول الواسع: إمكانية الاتصال والتفاعل مع أشخاص من جميع أنحاء العالم

قابلية البحث والتصنيف: عبر توفير أدوات مدمجة للعثور على المعلومات المطلوبة بسهولة وسرعة (مثل الهاشتاغ)

تنوع المحتوى: تدمج هذه الشبكات بين أنواع مختلفة من المحتوى (كتابة، صوت، صورة، فيديو)

حاجة المؤسسات إلى شبكات التواصل الاجتماعي

تهتم المؤسسات بوسائل التواصل الاجتماعي لأن الأفراد يميلون إلى الثقة في التوصيات عبر الأنترنت حول العلامة التجارية ومنتجاتها أو خدماتها بدلا من الإعلانات التقليدية.

تحتاج الشركات إلى ممارسة ودعم أنشطتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي نظرا لأن الأفراد يستخدمون الأنترنت ومواقع التواصل بشكل دائم وفي كافة مجالات حياتهم وهو ما يجعلها السبيل الأمثل لإدارة نشاط الشركات وزيادة قدرتها على المنافسة وكسب زبائن أكبر.

تحديات استخدام شبكات التواصل الاجتماعية

✓ يرتبط استخدام المؤسسات للشبكات الاجتماعية بمجموعة من الصعوبات والتحديات التي تؤثر على فعالية إدارة هذه الشبكات من بينها:

- التطورات الدائمة والمتلاحقة في وسائل التواصل الاجتماعي.
- المحافظة على جودة المحتوى.
- ردود الفعل السلبية من طرف الجماهير (المستخدمين) وسرعة انتشارها.
- الاختراقات والفيروسات وانتهاكات الخصوصية.



خطوات إدارة مواقع التواصل الاجتماعي

تمر عملية إدارة شبكات التواصل الاجتماعي بمجموعة خطوات هي:

أولاً: دقق أسلوبك الحالي في التعامل: من خلال تحليل الوضع الحالي ومراجعة المحتوى المطروح على مواقع التواصل وتأثيره على صورة العلامة وتحديد السلوكيات التي تهدر الموارد وتلك التي تدر أرباح أكبر، وذلك عبر مجموعة خطوات:

- تقييم مدى توافق حساباتك مع هوية الشركة.
- تحليل أسلوبك على مواقع التواصل.
- دراسة تفاعل المستخدمين مع المنشورات المعروضة .
- تحليل منشورات المنافسين وكيفية إدارة أنشطتهم على مواقع التواصل.
- استخدام الأدوات التحليلية لمعرفة معدلات الاستجابة وتفضيلات المتابعين وإدارة المحتوى.

خطوات إدارة مواقع التواصل الاجتماعي

ثانياً_ حدد أهدافك المبتغاة من إدارة المحتوى: وذلك عبر ضبط ورصد الأهداف المرجوة من النشاط عبر شبكات التواصل الاجتماعي (زيادة الوعي بالعلامة التجارية، جذب جمهور محتمل،...)، وبالتالي يجب الأخذ في الاعتبار مايلي:

- تحديد الأهداف الأساسية المراد تحقيقها (مضبوطة واقعية وقابلة للقياس)
- وضع مؤشرات الأداء الرئيسية المعتمدة لقياس مدى تحقيق الأهداف.
- تحديد نوعية المحتوى المعروض من طرف المنافسين في الصناعة.
- تخطيط الاحتياجات من الموظفين لإدارة المحتوى
- ضرورة أن تكون الأهداف محددة بزمن.

خطوات مواقع التواصل الاجتماعي

ثالثا_ افهم جمهورك المستهدف: عند تحليل وفهم سلوكيات واحتياجات العملاء يمكن بذلك نشر المحتوى المناسب لهم والتفاعل معهم وتلبية تطلعاتهم، وذلك وفق جملة من الخطوات:

- دراسة العملاء الحاليين ومعرفة احتياجاتهم والمزايا التي يرغبون بها.
- متابعة النشاط الحالي للجمهور.
- تحديد خصائص الجمهور المستهدف (العمر، الموقع الجغرافي، الحالة الاجتماعية، الاهتمامات، ..).
- تقييم ردود فعل الجمهور حول منتجات وخدمات الشركة.

خطوات إدارة مواقع التواصل الاجتماعي

رابعاً_ اختر شبكات التواصل الاجتماعي المناسبة: في هذه الخطوة ينبغي تحديد الشبكات التي يتواجد عليها جمهورك، ثم تحديد عدد منها يمكن اعتماده لنشر المحتوى بناء على (الميزانية، سهولة النشر، النتائج المحتملة ..)، حيث أن كل منصة لها هوية فريدة تجذب شريحة محددة، وذلك من خلال:

- تحليل شخصية العملاء والمنصات المفضلة والأكثر استخداماً لديهم.
- دراسة المنافسين وتحليل المنصات التي يستخدمونها.
- دراسة مخصصات الإنفاق على الشبكات لتحقيق الأهداف.
- تحديد المقدار الذي يجب نشره للتمييز عن المنافسين.

خطوات إدارة مواقع التواصل الاجتماعي

خامسا_ ركز على استقطاب الموظفين الأكثر احترافية وكفاءة: إن نجاح إدارة شبكات التواصل يحتاج إلى اختيار أفضل الكفاءات التي يمكنها التعامل مع الجمهور وتحقيق خدمة عملاء أفضل، ويعتمد ذلك على:



- الاهتمام بتحسين ثقافة العمل داخل المؤسسة.
- توفير فرص النمو والتطوير الوظيفي.
- تقييم التعويضات المميزة والمغرية للموظفين.
- اعتماد منصات التوظيف الذكية.

خطوات إدارة مواقع التواصل الاجتماعي

سادسا_ ابن استراتيجية محتوى مميز: وذلك من خلال اختيار المواضيع التي تهم الجمهور وتتناسب مع الأهداف لتحقيق مستوى أكبر من الظهور والانتشار الضروري لبقاء ونجاح النشاط، وذلك من خلال:

- نشر المحتوى بانتظام بشكل يتوافق مع هوية المؤسسة.
- تقديم المحتوى الملائم لاحتياجات الجمهور واهتماماته.
- اختيار الأوقات المناسبة لنشر المحتوى
- تحسين المحتوى باستمرار تبعا لتطور محركات البحث والخوارزميات المتبعة.

خطوات إدارة مواقع التواصل الاجتماعي

سابعاً_ استخدام عناصر بصرية جذابة: إن المحتوى المميز والمدعم بالصور والفيديوهات يزيد من انجذاب الأفراد له وتزداد معدلات تفاعلهم وتعليقهم على المحتوى، كما يساهم في تعزيز تأثير العلامة التجارية، ويتم ذلك من خلال:



- إنشاء فيديوهات قصيرة ومشاركتها.
- مشاركة شهادات العملاء وآرائهم الإيجابية.
- الترويج البصري لثقافة الشركة وقيم العمل.
- إضافة شعار العلامة التجارية في العناصر البصرية.