



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



المحاضرة الثانية: أنواع وأدوات شبكات التواصل الاجتماعي

الموسم الجامعي: 2024/2025

الأستاذة: رابحي مباركة

مقدمة:

تمهيد:

لقد توسعت وتنوعت مجالات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من توظيفها في التواصل والعلاقات الاجتماعية إلى استخدامها في أغراض وظيفية وتجارية أخرى وذلك لكونها تشمل على أدوات متنوعة تخدم هذه الأغراض، وتتجه الشركات إل التنوع في الاعتماد على هذه الوسائط بين استخدام وسائل تواصل عامة أو متخصصة وفق الغرض المنشود، وهو ما سيتم توضيحه من خلال الإجابة عل الإشكالية الآتية:

كيف تتم المفاضلة بين أنواع شبكات التواصل الاجتماعي؟ وما هي الأدوات التي تقدمها هذه الشبكات؟

المحاور الأساسية



أنواع الشبكات الاجتماعية

الشبكات الاجتماعية العامة وخصائصها

الشبكات الاجتماعية المهنية وخصائصها

المفاضلة بين الشبكات

مسؤولية إدارة وسائل التواصل الاجتماعي

أدوات إدارة وسائل التواصل الاجتماعي

أنواع شبكات التواصل الاجتماعي



تختلف وتتعدد وسائل التواصل الاجتماعي من حيث محتواها وأهدافها وأدواتها وبالتالي يمكن تقسيمها إلى أنواع مختلفة بناءً على معايير متميزة مثل: طبيعة المستخدمين، أو الفئة العمرية، أو المعلومات المتاحة، أو التخصص.

تصنف حسب الغرض من إنشائها إلى:

شبكات شخصية: تجمع الأفراد والأصدقاء للتعارف وإنشاء صداقات (مثل فيسبوك).

شبكات ثقافية: وتختص بمجال فني معين حيث تربط الأفراد المهتمين به (the library thing)

شبكات مهنية: وتجمع المؤسسات المهنية والمهتمين بالتوظيف وبمهن محددة مثل LinkedIn.

أنواع شبكات التواصل الاجتماعي

كما تم تصنيفها حسب عدة معايير:

- حسب اللغة: من المواقع الداعمة للغة العربية فيسبوك
- حسب التخصص: يوجد نوعين شبكات عامة وأخرى متخصصة.
- حسب المحتوى: منها شبكات خاصة بالصور، النصوص، الفيديو..
- حسب التكلفة: منها الشبكات المجانية وأخرى تتطلب الاشتراك المدفوع.

ويعتبر أشهر تصنيف هو تقسيمها إلى نوعين رئيسيين هما شبكات اجتماعية عامة وشبكات اجتماعية مهنية.

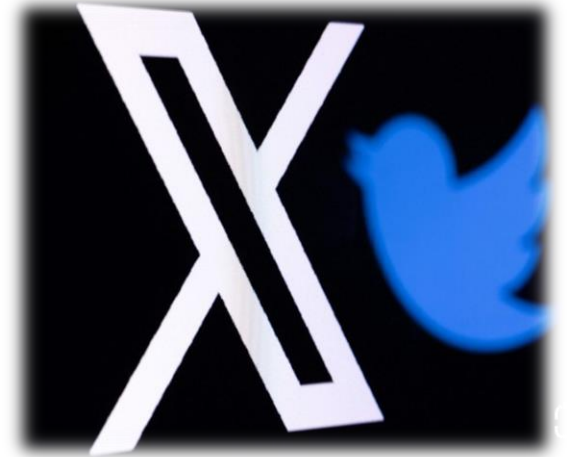
الشبكات الاجتماعية العامة

الشبكات الاجتماعية العامة: أو ما يسمى « النوع الأساسي » وهو النوع العام المعتاد، الذي يشتمل على الملفات الشخصية للمستخدمين، وخدمات عامة أخرى مثل مشاركة النصوص والصور والملفات الصوتية والمرئية وإرسال الرسائل الشخصية، ومن الأمثلة على هذا النوع (Facebook. Twiter)



الشبكات الاجتماعية العامة

منصة **X** تويتر (**Twitter** سابقا): وهو فضاء يتواجد عليه العديد من الأشخاص لنشر ومشاركة الصور والأخبار وكذا المؤثرين الذين يقومون بنقل المعلومات على مدونتهم أو على شبكات اجتماعية أخرى.



فيسبوك (**Facebook**): أنشئ سنة 2004 يعتبر من الشبكات الاجتماعية العامة الأكثر شيوعا واستخداما من طرف جمهور الشبكات الاجتماعية.

خصائص وسائل التواصل العامة:

تتميز وسائل التواصل العامة بمجموعة خصائص منها:

3_ تنوع فئات المستخدمين: من جميع الفئات العمرية والاجتماعية والمستويات التعليمية

1_ تنوع المحتوى: من كتابة النصوص إلى الصور، الفيديوهات قصيرة

4_ مستوى الأمان: في العموم مستوى الأمان في الشبكات العامة متوسط

2_ سهولة الاستخدام والانضمام: دون ضوابط وقيود للدخول ولا تتضمن تعقيدات في الاستعمال

الشبكات الاجتماعية المهنية



الشبكات الاجتماعية المهنية: أو المتعلقة بالعمل، والتي تربط أصدقاء العمل وأصحاب الأعمال والشركات بشكل احترافي، وتتيح لهم إضافة السيرة الذاتية والإنجازات المهنية والشهادات العلمية وغيرها.

من أمثلتها: لينكدإن «LinkedIn»
فياديو «Viadio»

الشبكات الاجتماعية المهنية



لنكيدين: (**LinkedIn**) أنشئ أواخر 2002 ويعتبر الأكثر استخداما في سوق العمل كوسيط بين المؤسّسة والباحثين عن عمل خاصّة الطّلاب، ويتواجد فيه كل أنواع الأشخاص يتضمن تعليقات ومقالات مثيرة ونشر ملفات التعريف ورؤية العملاء المحتملين.



_ فياديو: (**Viadio**) الذي أنشئ عام 2004، يستخدم من قبل عدد كبير من الشركات للتجنيد عبر العالم، ولكن يأتي بعد (**LinkedIn**) يمكّن من الاتصال بالمواقع التي تظهر كجهات تواصل فاعلة في سوق العمل وخاصة المواقع المتخصصة في عروض العمل، تستخدم الشبكات الاجتماعية.

خصائص وسائل التواصل المهنية:

تتميز وسائل التواصل المهنية بمجموعة خصائص منها:

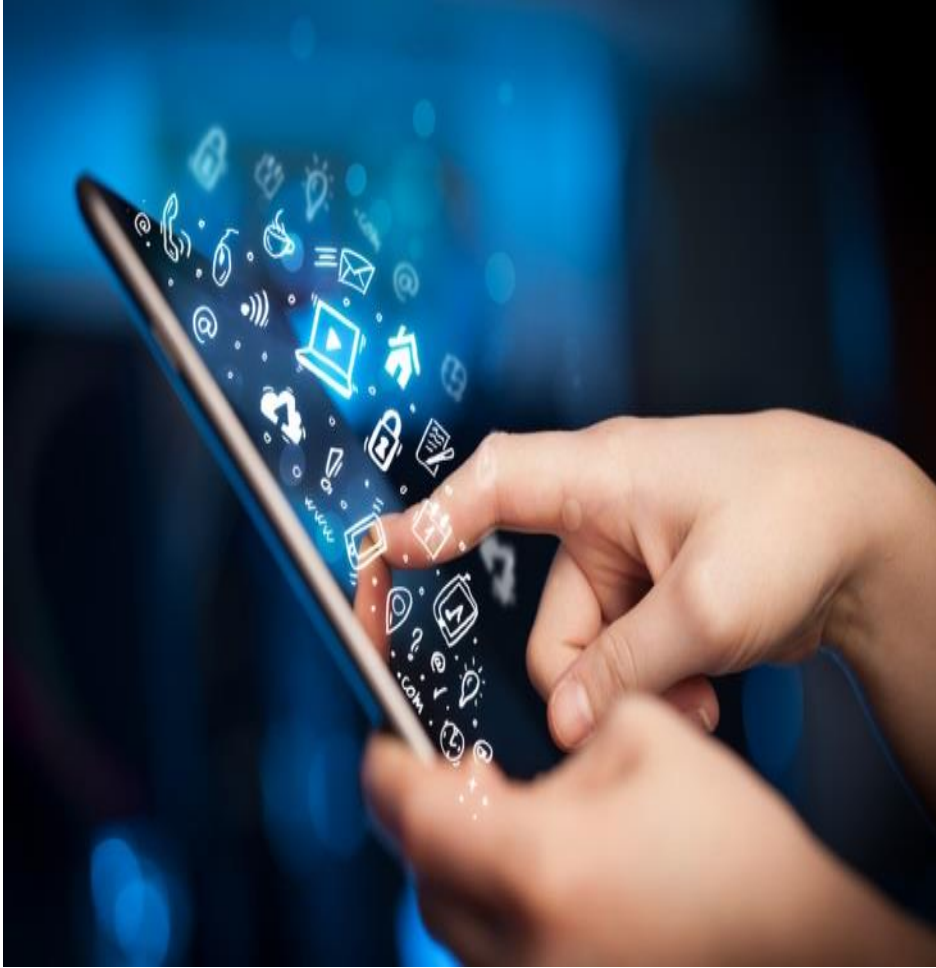
1_ المحتوى محدد: يتم تخصيص محتوى وفق الهدف من الشبكة ومجال استخدامها.

3_ فئات المستخدمين: تضم فئات محددة وفق طبيعة الشبكة (شركات، طالبي العمل ..)

2_ الاستخدام والانضمام: يتم وفق ضوابط مع تحديد هوية المستخدم ومعلوماته

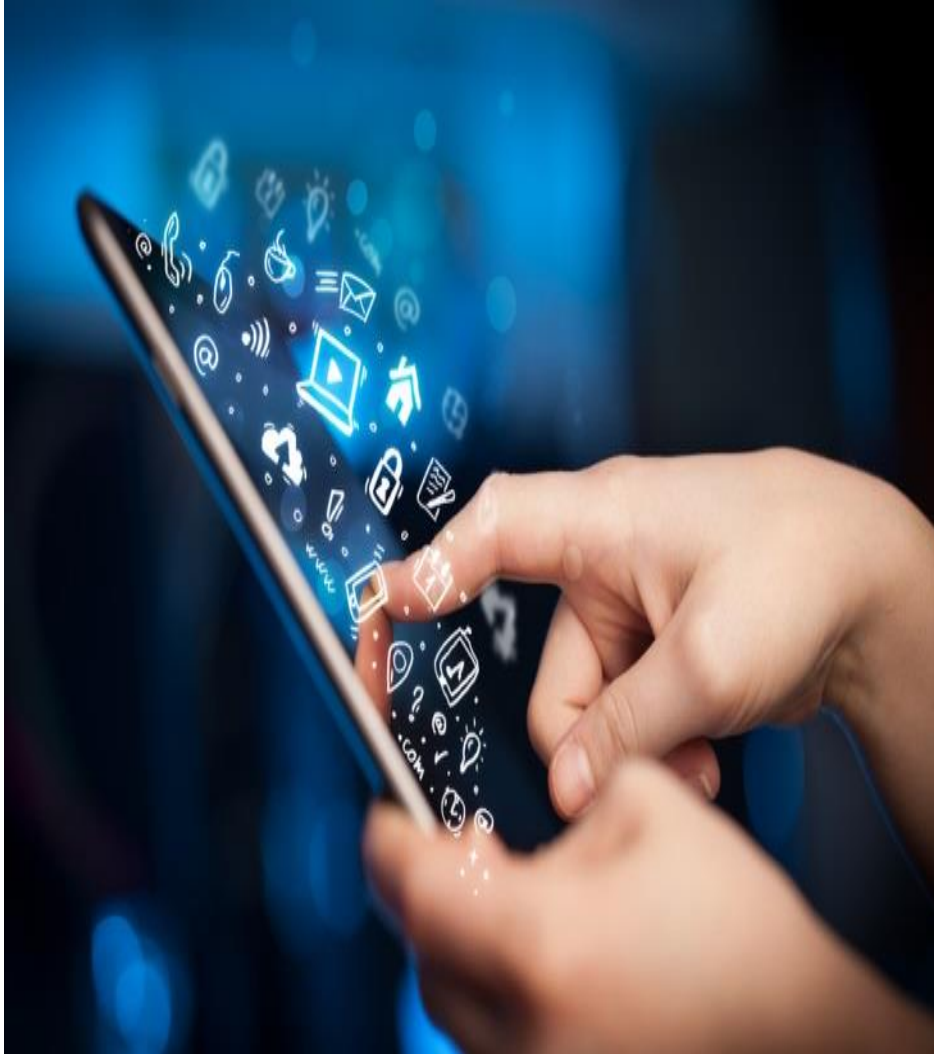
4_ مستوى الأمان: بشكل عام الأمان في الشبكات المهنية أعلى

المفاضلة بين شبكات التواصل الاجتماعي



قد تختار الشركات التركيز على شبكة تواصل واحدة أو أكثر، كما أنها تختار بين الاعتماد على الشبكات العامة أو المهنية لنشر المحتوى المناسب وذلك وفقا لاستراتيجيتها ونوع نشاطها وميزانيتها وخصائص الجمهور المستهدف فالاعتماد على شبكات متعددة يزيد من فرص الوصول إلى شرائح أكبر من العملاء النشطين.

المفاضلة بين شبكات التواصل الاجتماعية



وتعتبر الفائدة الأكبر للتركيز على شبكة اجتماعية واحدة هي أنها تساعد في الهيمنة على مكانة معينة. عبر إنشاء موارد تسويقية لجذب العميل المناسب بسهولة، فكلما كانت الاستراتيجية أكثر تركيزاً زاد عدد العملاء. وإذا تم بناء سمعة للتخصص في شبكة اجتماعية واحدة، فيمكن أيضاً تقاضي أرباح أعلى

المفاضلة بين شبكات التواصل الاجتماعي

فيما يلي أهم الخطوات قبل اختيار الاداة الأفضل:

أولاً: تحديد احتياجاتك:

البدء بتقييم الاحتياجات عبر تحديد عدد منصات وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة، وحجم الفريق، وحجم المحتوى المنشأ، والميزات المحددة التي تحتاجها.

ثانياً: تحديد الميزانية:

تختلف أدوات إدارة وسائل التواصل الاجتماعي في السعر، حيث تتراوح من الخيارات المجانية ذات الميزات المحدودة إلى الحلول الأكثر شمولية والأعلى. حدد المبلغ الذي ترغب في استثماره في الأداة والقيمة المحققة.

ثالثاً: البحث ومقارنة الأدوات:

قم بالبحث الشامل عن مختلف أدوات إدارة وسائل التواصل الاجتماعي المتاحة في السوق. ثم ابحث عن الأدوات التي تتوافق مع احتياجاتك ولديها سمعة إيجابية.

إدارة مواقع التواصل الاجتماعي



من المسؤول عن إدارة وسائل التواصل الاجتماعي في الشركات؟

مسؤولية إدارة مواقع التواصل الاجتماعي

مدير وسائل التواصل الاجتماعي:

يساعد مديرو وسائل التواصل الاجتماعي الشركات في إدارة حسابات وسائل التواصل الاجتماعي وأنواع أخرى من التسويق عبر هذه الوسائل لإقناع الأشخاص على زيارة موقعها وشراء منتجاتها أو استخدام خدماتها.



هناك نوعان رئيسيان من مديري وسائل التواصل الاجتماعي، الفئة الأولى: هم الذين يقدمون جميع خدمات إدارة الوسائط الاجتماعية لجميع الشبكات
الفئة الثانية: هم الذين يركزون على شبكات أو خدمات محددة.

مسؤولية إدارة مواقع التواصل الاجتماعي

مهام مدير حسابات التواصل الاجتماعي:

- تطوير استراتيجية التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- إنشاء وتحرير المحتوى.
- إدارة جدولة المنشورات والتفاعل مع المتابعين.
- تحليل البيانات وقياس الأداء.
- إدارة الحملات الإعلانية على منصات التواصل الاجتماعي.
- بناء وتعزيز العلاقات مع الجمهور والعملاء.
- رصد الاتجاهات والمناقشات ذات الصلة.
- التفاعل مع المشاكل والمشتكين وإدارة الأزمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

أدوات إدارة وسائل التواصل الاجتماعي



Canva: هذه الأداة توفر قوالب جاهزة يتم التعديل عليها وعلى المقاسات المطلوبة فقط، بالإضافة إلى وجود قوالب خاصة في عمل التقارير والإحصائيات لصفحات الأعمال في مواقع التواصل الاجتماعي. هذه الأداة توفر الوقت تجعل العمل أكثر احترافية في التصميم.



TweetDeck

TweetDeck: أداة متخصصة في إدارة حسابات تويتر، تسمح بإضافة العديد من الأعمدة المناسبة (إضافة الصفحة الرئيسية الخاصة، إضافة صفحات المنافسين، إضافة الرسائل، إضافة الإشعارات، .. إلخ)، كما تستطيع من خلالها القيام بجدولة التغريدات بكل سهولة؛ لكن المميز في هذه الأداة أنها متخصصة بالكامل في التعامل مع حسابات تويتر فقط.

أدوات إدارة وسائل التواصل الاجتماعي



Hootsuite: هي أداة شهيرة توفر جدولة المنشورات، ومراقبة المحتوى، وتستهدف الأفراد والشركات الصغيرة والكبيرة وتوفر واجهة متعددة المنصات للتحكم في الحسابات المختلفة، كما تسمح بالنشر عبر منصات متعددة، مما يتيح الوصول إلى الجمهور في الوقت المناسب وتحقيق التواجد المستمر.