



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



## المحاضرة الثالثة: استراتيجية وسائل التواصل الاجتماعي

الموسم الجامعي: 2024/2025

الأستاذة: رابحي مباركة

# مقدمة:

تمهيد:

نظرا للأهمية الكبيرة التي تتمتع بها شبكات التواصل الاجتماعي والاستخدام الواسع لها في مختلف أنشطة الأفراد والشركات، فإن إدارة هذه الشبكات والاستفادة من مزاياها لا يتم بطريقة عشوائية وتلقائية وإنما يحتاج إلى استراتيجية متكاملة تنطلق من غايات وأهداف الشركات وتتكامل مع الاستراتيجية العامة لها، وفق خطوات وأساليب مدروسة ومن خلال توظيف الأدوات الملائمة وهو ما يحقق آثارا إيجابية على جاذبيتها وسمعتها وبالتالي على تنافسيتها، وهو ما سيتم توضيحه من خلال الإجابة على الإشكالية الآتية:

**كيف يتم بناء استراتيجية شبكات التواصل الاجتماعي؟**

# المحاور الأساسية

مفهوم استراتيجية شبكات التواصل الاجتماعي

أهمية استراتيجية شبكات التواصل الاجتماعي

عناصر استراتيجية شبكات التواصل الاجتماعي

المهارات اللازمة لتنفيذ استراتيجية شبكات التواصل الاجتماعي



# مفهوم استراتيجية شبكات التواصل الاجتماعي

مفهومها: هي خطة شاملة تتضمن قيام الشركة بتعظيم إمكانيات شبكات التواصل للترويج لعلامتها التجارية وتنميتها، وتركز على تكوين جمهور من الزبائن حول العلامة التجارية أو توصيل محتوى معين لجمهور من الزبائن الحاليين والمحتملين من خلال استخدام وسائل اجتماعية مختلفة.

تعتبر بمثابة خارطة الطريق لكيفية استخدام الشركات لشبكات التواصل الاجتماعي لبناء العلاقات مع جمهورها وتتماشى مع استراتيجية التسويق الشاملة للشركة في ظل الأهداف الكبرى للعمل.

# أهمية استراتيجية شبكات التواصل الاجتماعي

تحتاج الشركات إلى إدارة وسائل التواصل الاجتماعي بطريقة فعالة نظرا لأهميتها المتمثلة في:

- المساعدة في تحديد الأهداف والمبادئ التوجيهية لإنشاء المحتوى.
- تساعد على مراقبة وتتبع الأداء وبالتالي توفير رؤى للتعديل والتحسين.
- توفير المرونة اللازمة للاستشراق بالتغيرات الموجودة في المحيط والتكيف معها.
- بناء الوعي والتواجد الرقمي.
- توجيه حملات التسويق والإعلان.
- الوصول إلى الجمهور المستهدف وتوليد عملاء جدد.
- مراقبة المنافسين وضمان الاستباقية

# بناء استراتيجية الشبكات الاجتماعية

أولاً: تحديد وتعريف الأهداف:

ضرورة تحديد الأهداف لبدء الاستراتيجية وأن تكون مناسبة لقياس نجاح الحملات التسويقية.

الأهداف مخصصة

إمكانية التحقيق

أهداف واقعية مرتبطة بمصادر

مرتبطة بإطار زمني



# بناء استراتيجية الشبكات الاجتماعية

ثانيا: تحديد الجمهور المستهدف:

ينبغي أن يعرف المسوق معلومات عن الجمهور المستهدف لإنشاء محتوى مناسب لهم، حيث ينبغي معرفة:

من هم الزبائن المثاليون؟

ما هي أكبر اهتماماتهم؟

ما نوعية المحتوى الذي يفضلونه؟

على أي شبكة يتواجد الجمهور؟



# بناء استراتيجية للشبكات الاجتماعية

ثالثا: تطوير خطة المحتوى:

من خلال تطوير محتوى وعرض مناسب لتوصيله للجمهور المستهدف خلال فترة معينة وذلك باستخدام:

أفكار خاصة بالمحتوى

مدة محددة للتطوير

استخدام المنصات المناسبة



# بناء استراتيجية للشبكات الاجتماعية

رابعا: التفاعل مع الزبائن:

من خلال بناء روابط للتواصل الدائم مع الزبائن وكسب ثقتهم ليكونوا حلقة مهمة في استراتيجية الترويج لعلامتها وذلك عبر:

وضع نقاط ومساحات للنقاش

قراءة التعليقات والتفاعل معها

الإجابة على الأسئلة



# بناء استراتيجية الشبكات الاجتماعية

خامسا: قياس مدى فعالية الخطة:

من خلال مقارنة النتائج بالأهداف المخطط لها سابقا يمكن تقييم الفعالية وذلك بواسطة مجموعة مؤشرات منها:

معدل زيارات الصفحة

عدد المنتجات المباعة أسبوعيا/ شهريا

عدد التعليقات على الصفحات

عدد المشاركات على مواقع التواصل



# 6 Elements of Your Social Media Strategy



facebook

من هم زبائنك؟

ماذا تبيع؟

أين جمهورك؟

متى وكم مرة ستتواصل معهم؟

لماذا يجب عليهم اختيارك بدلا من منافسيك؟

كيف ستتفاعل مع المعجبين؟

# تطوير استراتيجية شبكات التواصل الاجتماعي

ينطوي تطوير استراتيجية شاملة لوسائل التواصل الاجتماعي تتوافق مع أهداف المؤسسة وجمهورها المستهدف على توفر خصائص ومهارات محددة:

## إنشاء المحتوى:

يحتاج النجاح على وسائل التواصل الاجتماعي إلى إنشاء محتوى ذو جودة عالية ومشوق وقابل للمشاركة، إضافة إلى القدرة على إنشاء صور وفيديوهات جذابة.

## مشاركة المجتمع:

ضرورة امتلاك مهارات في التفاعل مع المتابعين والرد على التعليقات والرسائل وتعزيز المحادثات ذات القيمة. يجب توفر مهارات اتصال ممتازة وخدمة العملاء لتقديم ردود فعالة ومفيدة.

## تحليل البيانات:

الحاجة إلى رصد وتحليل البيانات حول نجاح الحملات عبر استخدام أدوات التحليل لتتبع المقاييس الرئيسية وتفسير البيانات واستخلاص رؤى حول سلوك وتفضيلات الجمهور واتخاذ قرارات وفقا لها.

## الإعلان والدفع:

ضرورة إتقان أساسيات الإعلان والترويج على وسائل التواصل الاجتماعي و المعرفة بالاستهداف وتحديد الميزانية على هذه المنصات وإنشاء حملات إعلانية فعالة وتحسينها.

## التعلم المستمر والتكيف:

ضرورة التكيف والاستعداد للتعلم المستمر مع الاطلاع الدائم بأحدث الميزات والخوارزميات المرتبطة بوسائل التواصل الاجتماعي، فالاستباقية واغتنام الفرص أمر حاسم للبقاء والنجاح الاجتماعي.

# التكامل بين استراتيجية وسائل التواصل والاستراتيجية الكلية للمؤسسة

- تساهم استراتيجية وسائل التواصل الاجتماعي في دعم استراتيجية المؤسسة من خلال:
  - استخدام شبكات التواصل والمحتوى المناسب بما يخدم أهداف وتوجهات المؤسسة ويتلاءم معها ويعبر عن هويتها
  - تساهم أيضا استراتيجية وسائل التواصل في تقديم رؤى استباقية للمحيط والتغيرات الحاصلة في الأذواق والتكنولوجيا والمنافسة مما يساعد في دعم الاستراتيجية الكلية.
  - كما توفر أدوات لقياس النتائج وتقييم مدى نجاعة الاستراتيجية وتناسق الخطط مع النتائج بفضل المؤشرات والقيم التي توفرها.

في المقابل تستفيد استراتيجية وسائل التواصل من استراتيجية المؤسسة في وضع الأطر والخطوط العريضة لتنفيذ هذه الاستراتيجية باستخدام وسائل التواصل مع ضرورة أن تنطلق خطط إدارة وسائل التواصل الاجتماعي من الاستراتيجية الكلية وتنسجم معها من حيث الأهداف وتخصيص الموارد والكفاءات اللازمة.