



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



## المحاضرة الرابعة: الإشهار عبر وسائل التواصل الاجتماعي

الموسم الجامعي: 2024/2025

الأستاذة: رابحي مباركة

# مقدمة:

## تمهيد:

يزداد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف الأفراد والشركات في مختلف المجالات ولأغراض مختلفة سواء كانت للتواصل أو التوظيف أو تسويق و شراء المنتجات، من خلال الاستفادة من مزايا هذه المواقع لتحقيق الأهداف.

ويعتبر الاشهار أحد الأنشطة المحورية في استراتيجية التسويق للمؤسسات التي تحتاج تفاعل بين المؤسسة وجمهورها والتي أضحت تستلزم الاعتماد على هذه الشبكات لزيادة فعاليتها ودعم الاستراتيجية التنافسية للمؤسسة وهو ما سيتم توضيحه من خلال الإجابة على الإشكالية الآتية:

**كيف يتم الإشهار عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟ وماهي انعكاساته على المؤسسات؟**

# المحاور الأساسية



التسويق عبر الشبكات الاجتماعية

مفهوم الإشهار

خصائص الإشهار عبر شبكات التواصل

فوائد الإشهار على وسائل التواصل الاجتماعي

بعض الممارسات للإعلان على وسائل التواصل

# استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التسويق

تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في فعالية نشاط التسويق من خلال:

**1\_ التأثير على المنتج:** وذلك برصد معلومات مثل: جودة المنتج ومطابقته للمواصفات، تجزئة السوق بالنسبة للمنتجات، استهداف المنتج لشرائح المستهلكين، موقع المنتج مقارنة بالمنتجات المنافسة،... فالتغذية العكسية المتاحة عبر وسائل التواصل الاجتماعي تمكن المؤسسة من معرفة مختلف النقائص والاختلالات في المنتج وكذا التغيرات في احتياجات الزبون وإجراء التعديلات اللازمة في استراتيجية المنتج.

**التأثير على التسعير:** وذلك باستقصاء وتحليل معلومات مثل: تكاليف الموارد، أسعار المنافسين، رأي المستهلكين في أسعار المنتجات، حيث تستفيد المؤسسة من البيانات والمعلومات المستخلصة من وسائل التواصل في بناء استراتيجية التسعير المناسبة.

# استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التسويق

**3\_ التأثير على الترويج:** حيث يعتبر الترويج أكثر عناصر التسويق ارتباطا بالتواصل بين المؤسسة والأطراف ذات العلاقة عبر توفير معلومات مثل: أذواق المستهلكين، تطلعاتهم تجاه المنتجات، تنشيط المبيعات مع تجار الجملة والتجزئة، تقوية العلاقات العامة مع الصحافة والإعلام والجمعيات، التفاعل والبيع المباشر للمستهلكين، ...  
وبالتالي إن جودة التفاعل بين المؤسسة وجمهورها يساهم في فعالية الترويج للمؤسسة ومنتجاتها.

**4\_ التأثير على التوزيع:** والذي يعبر عن استخدام وسائل التواصل في ضمان وصول المنتج للمستهلك النهائي أو لنقاط التوزيع للجملة والتجزئة من خلال: التواصل الدائم وبناء علاقات مع الموزعين وتجار الجملة، الخدمات اللوجيستية، تحليل عروض التوزيع، عروض وخصومات للزبائن الدائمين.

# الشبكات الاجتماعية والاشهار



# مفهوم الإشهار

الإعلان أو الإشهار: وسيلة غير شخصية لتقديم وترويج الأفكار أو السلع أو الخدمات من قبل جهة معلومة مقابل أجر مدفوع ( هو وسيلة من وسائل البيع غير الشخصي من خلال الاتصال المعلن بالمستهلكين المرتقبين من خلال وسائل النشر العامة).

الإشهار: جزء هام من نظام الإنتاج والتوزيع الجماهيري الذي يترجم في شكل إعلام وتذكير وتأكيد على السلع والخدمات التي تتضمنها الأسواق".

# ما هو الإشهار عبر وسائل التواصل الاجتماعي:

الإشهار عبر مواقع التواصل الاجتماعي: هو ممارسة تنطوي على استخدام الإشهارات المدفوعة عبر مواقع الشبكات الاجتماعية ( فيسبوك، تويتر، يوتيوب ) ويهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع وخدمات عن طريق الاتّصالات الالكترونيّة.



# خصائص الإشهار عبر شبكات التواصل الاجتماعي

**الاستهداف:** من خلال سهولة الوصول إلى فئة محددة من العملاء واستهدافهم برسائل إعلانية باستخدام المعلومات المتوفرة عنهم في الشبكات كالجنس، العمر، البلد، الوظيفة.

**كفاءة التكلفة:** من خلال تقديم المعلومات اللازمة والمناسبة في الوقت المناسب وبالتفاصيل المناسبة، والإجابة على التساؤلات ينعكس هذا على تقليل تكلفة الاتصال

**التفاعل:** وهي أكثر ما يميّز شبكات التواصل الاجتماعي عن غيرها، فالفرد فيها مستقبل وقارئ مرسل وكاتب ومشارك وبالتالي فهي تقضي على سلبات الوسائل السابقة ( تلفاز، صحف...) وتعطي حيّزا من المشاركة الفاعلة من المشاهد.

# خصائص الإشهار عبر شبكات التواصل الاجتماعي

4\_ التوافرية: أي أن اعلانات شبكات التواصل الاجتماعي متوفرة في كل وقت (24/07) وفق توفر الأنترنت.

5\_ المرونة: يمكن إرسال اعلانات شبكات التواصل الاجتماعي في أي وقت ويمكن أن تطلق أو تحدث أو تلغى في أي وقت وبالتالي واقعية ومرونة أكبر لهذه الاعلانات.

6\_ الغنى بالمعلومات: الإعلانات غنيّة بالمعلومات ليس فقط عن المنتجات بل أيضا عن الشركات ومنتجاتها لأجل التواصل معها، وغالبا تحتوي أسعار المنتجات على خلاف الرسائل الاعلانية التقليدية التي تكون غالبا قصيرة وتذكيريّة ولا تتضمن تفاصيل كثيرة (كالأسعار).

# فوائد الإشهار عبر شبكات التواصل الاجتماعي



# فوائد الإشهار عبر شبكات التواصل الاجتماعي

تساهم الإشهارات عبر وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق عدة فوائد للمؤسسة منها زيادة الوعي بالعلامة التجارية للمؤسسة من خلال عرض مزايا المنتجات والخدمات المقدمة من خلال إعلانات جذابة ومواصفات مغرية وإيصال علامة المؤسسة لأكبر عدد من الجمهور

كما تنعكس إيجاباً على توليد عملاء محتملين من خلال وصول الإعلانات لشرائح أكبر من الزبائن وإمكانية التطوير والتنوع في المحتوى الإعلاني بما يتناسب مع كل فئة مع القدرة على مشاركته وتقديم توصيات بخصوصه لمستهلكين آخرين مما يعزز الانتشار، بالإضافة إلى توليد ردود فعل من طرف المستهلكين والمستهدفين من الإشهار حول المنتجات والخدمات وتقديم التعليقات التي تعتبر بمثابة معلومات للتصحيح والتحسين في المنتج أو حتى في الإعلانات بما يرضى الزبائن.

# بعض الممارسات للإعلان على وسائل التواصل

**1\_ تحديد الأهداف:** من خلال توضيح الهدف من الإشهار سواء كان الهدف هو زيادة الوعي بالعلامة التجارية أو توليد عملاء محتملين، ..، فإنه ينبغي تحديده بدقة بما يساهم في اختيار الإعلانات المناسبة التي تحقق هذه الأهداف.

**2\_ استهداف الجمهور:** من مزايا الإعلان أنه يمكن توجيهه إلى جمهور محدد بناء على الاهتمامات والتركيب السكانية، العمر، وحتى السلوكيات وبالتالي إنشاء إعلانات موجهة للمهتمين بها.

**3\_ اختيار أشكال الإعلانات المناسبة:** من خلال تحديد أنواع الإعلانات التي تناسب المنتج والاستراتيجية مثلا الإعلانات المصورة، إعلانات الفيديو، المنشورات الدعائية،



# بعض الممارسات للإعلان على وسائل التواصل

**4\_ استخدام صور جذابة:** يجذب الأفراد للعناصر البصرية الجذابة كالصور أو الفيديوهات ذات المحتوى الجذاب، وبالتالي ضرورة استخدام مثل هذه العناصر في الإعلانات لضمان التأثير القوي على الجمهور المستهدف.

**5\_ استخدام نسخة مقنعة:** من المهم أيضا استخدام نسخة مقنعة في اعلانات وسائل التواصل الاجتماعي، بحيث تكون واضحة وموجزة ومقنعة وأن تتضمن أيضا عبارة تحث المستخدم على اتخاذ الإجراء المطلوب، مثل النقر للوصول إلى موقع الويب الخاص بك أو إجراء عملية شراء.

