

كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
ماستر رقمي السداسي الثاني
مقياس : التسويق الرقمي

المحور الخامس: إستراتيجيات التسويق الرقمي
دراسة لأهم التطبيقات في التسويق الإلكتروني
ثالثا: التسويق بالمحتوى

**Content
Marketing**



**Content
Marketing**

تعريف التسويق بالمحتوى

Content Marketing

التسويق بالمحتوى عبارة عن عملية إنشاء الأصول الرقمية وتوزيعها، مثل منشورات المدونات، ومقاطع الفيديو، والكتب الإلكترونية، وموجزات الحلول، والتقنيات، ومجموعة متنوعة من المحتوى الرقمي الآخر لتوفير المعلومات للجمهور.

التسويق بالمحتوى هو عملية إنشاء ونشر وتسويق المحتوى القيم لبناء وصناعة ارتباط قوي بين عملائك وعلامتك التجارية.

التسويق بالمحتوى هو استراتيجية تسويقية تركز على إنشاء ونشر وتوزيع المحتوى المفيد إلى الجمهور المستهدف عبر الإنترنت.



التسويق بالمحتوى: هو نهج تسويقي استراتيجي يتم بالتركيز على إنشاء وتوزيع محتوى قيم، ذي صلة، وبانتظام لجذب جمهور محدد والاحتفاظ به ودفع العملاء إلى القيام بإجراءات مربحة في نهاية المطاف.

يعرف التسويق بالمحتوى: وسيلة لجذب اهتمام الجمهور وتقوية الهوية التجارية والاتصال بالجمهور المناسب، من خلال نشر محتوى جاذب والترويج له على وسائل التواصل للمعلن.



صناعة المحتوى
التسويقي



أهمية التسويق بالمحتوى

- المحتوى الفعال يساعد في **بناء العلاقات**، وكسب ولاء وثقة العملاء وجذب العملاء المحتملين.
- ثقة العملاء ستتحول إلى ردود أفعال (قرار بالشراء) وإحالات، وبالتالي **رفع المبيعات والأرباح**.
- **يوفر تكاليف التسويق**، لأن اختيارك لنوع من أنواع التسويق بالمحتوى الأقل كلفة (التدوين مثلا) والتركيز عليه، سيوفر عليك كثيرا من نفقات التسويق.
- يساهم في **إبقاء المستخدمين أكثر فترة في الموقع** (هذا ما تفضله محركات البحث)، وبالتالي وصول محتواك إلى عدد أكبر من الزوار والجمهور الذي يتحول إلى عملاء.
- يساهم في تثقيف الآخرين بنشر المعرفة والمعلومات والقيم على نطاق واسع بين الجمهور.
- يبني المحتوى **سمعة طيبة للعلامات التجارية**، كلما كان المحتوى الذي تقدمه العلامة فريداً ومفيداً، اكتسبت احترام العملاء والمنافسين.
- يعزز موقعك كخبير في السوق في مجال عملك، ما يساعدك على تحقيق الكثير من أهدافك.

شروط التسويق بالمحتوى

الإنشاء والنشر: ربطنا عنصر النشر بعنصر الإنشاء للدلالة على أن القضية ليست إنشاء محتوى قيم فحسب، وإنما العبرة بتوصيل هذا المحتوى لمن ينبغي عليهم قراءته.

المحتوى القيم: لا معنى لما تكتب إذا كان مجرد إفراغ لمجموعة من الحروف لملء الفراغ. المحتوى لا يقاس بالكم وإنما بالكيف. و(الكيف) لا يعني شيئاً إلا أن يضيف المحتوى الذي تنشر قيمة لدى قارئه.

تسويق المحتوى: إنشاء ونشر المحتوى هو الخطوة الأولى فقط، تأتي بعد ذلك الخطوة الأهم على الإطلاق وهي عملية ترويج هذا المحتوى لكي يصل للجمهور المستهدف في المكان المناسب.

بناء وصناعة ارتباط قوي بين العملاء والعلامة التجارية: وهو الهدف الرئيسي للتسويق بالمحتوى. لاحظ أن مهمة التسويق بالمحتوى تقف عند هذا الحد، ولكن ما يأتي بعد من نتائج هو المطلوب، وهو الذي لأجله تتحمل مشاق رحلة التسويق بالمحتوى حتى النهاية، وهو تحقيق المزيد من المبيعات، وجذب المزيد من العملاء بالتبعية.

الفرق بين المفهوم الكلاسيكي للتسويق والتسويق بالمحتوى

التسويق بالمحتوى	المفهوم الكلاسيكي للتسويق	
استراتيجية الجذب	استراتيجية الدفع	التوجه
موجه حسب الطلب	إعلانات	الرسالة
بيع غير مباشر	بيع مباشر	الهدف
التركيز على العملاء	اتصال من أجل البيع	الإجراء
ملاءمة	إرهاق إعلاني	الأثر



CONTENT
MARKETING



المواصفات التي يتميز بها التسويق بالمحتوى الرقمي

القيمة: تتحدد قيمة المحتوى التسويقي الرقمي بناء على السياق، من خلال عدد المشاهدات وعدد المستخدمين والمتأثرين.

التعددية والانتشار: تتحدد أهم مواصفات التسويق بالمحتوى الرقمي في انتشاره ومشاركته وإعادة نشره دون حدود بواسطة مستخدمي الوسائل الإلكترونية، فضلا عن تعددية الوسائل والقنوات الرقمية التي يبت من خلالها وتنوع الأشكال التي يكتب ويصمم بها.

التفاعلية: يتميز التسويق بالمحتوى الرقمي بقدرته على إجراء تواصل تفاعلي وحواري مع الجماهير المستهدفة فوراً ومباشرة، مما يعزز ارتباط المستهلك بالعلامة التجارية ويرفع ثقته فيها.

الوصول: من السهل وصول الجمهور المستهدف إلى المحتوى التسويقي الإلكتروني بأسرع وقت وفور نشره، وتعد الوسائل والمنصات الرقمية من أوفر القنوات في توصيل المحتوى التسويقي إلى المستهلكين.

مميزات وفوائد التسويق بالمحتوى

ينطوي التسويق عبر المحتوى على عدد من الفوائد والمميزات الهامة التي تجعله من أفضل أنواع التسويق الإلكتروني وأكثرها أهمية على الإطلاق، ومن أهم هذه الفوائد ما يلي:

- ❑ تثقيف الجمهور والعملاء المحتملين حول المنتج أو الخدمة التي تقدمها.
- ❑ **بناء علاقات مع العملاء تساعد على زيادة انتمائهم وولائهم.**
- ❑ بناء مجتمع حول العلامة التجارية وخلق شعور مجتمعي متعلق بها.
- ❑ إظهار كيف أن الخدمة أو المنتج الذي تقدمه المؤسسة تلبي احتياجا هاما للجمهور أو تحل مشكلة ما.
- ❑ **يساعد التسويق عبر المحتوى على زيادة عدد التحويلات للبيزنس الخاص بالمؤسسات.**
- ❑ تحسين ظهور موقع المؤسسة وتصدر نتائج البحث في جميع المحركات وأشهرها Google بشكل غير مدفوع بعيدا عن الاعلانات الممولة.

أشكال التسويق بالمحتوى الرقمي وأنماطه

الفئة الأولى: هي فئة **النص Text**، وتشمل التقارير والكتب الإلكترونية ومنشورات وسائل التواصل الاجتماعي والأسئلة المتكررة والمجلات والمدونات والبيانات الصحفية، حيث يمكن أن تنشر هذه المحتويات التسويقية تقليدياً أو إلكترونياً.

الفئة الثانية: هي فئة **الصورة Image**: حيث تتضمن الصور والرسومات والإنفو جراف والجداول.

الفئة الثالثة: هي فئة **الفيديو Video**: وتتضمن مقاطع فيديو مسجلة أو مباشرة live أو مقاطع فيديو قصيرة reels.

الفئة الرابعة: تتمثل في **الصوت Audio**، مثل الخلفيات الموسيقية المصاحبة للمحتوى.

أنواع التسويق بالمحتوى

تتنوع أنواع التسويق بالمحتوى، والمشارك بينها جميعا هي وجود قيمة حقيقية في المحتوى، يخلق علاقة مع الجمهور. من أهم أنواع التسويق عبر المحتوى نذكر ما يلي:

المقالات: هي واحدة من أهم أنواع التسويق بالمحتوى، ويمكن من خلالها تقديم محتوى مفيد للجمهور، ومشاركة خبرات وتجارب المؤسسة معهم، كما يمكن الاستفادة من كتابة المقالات بطريقتين؛ الأولى إنشاء مدونة على موقع المؤسسة وكتابة مقالات عليها دوريا، والثانية هي التدوين كضيف في المواقع الأخرى ذات الصلة بصناعة المؤسسة.

1

أنواع التسويق بالمحتوى

الفيديوهات: تعد الفيديوهات واحدة من أكثر أنواع التسويق بالمحتوى فائدة وتأثير، إذ يفضل 91% من المستهلكين رؤية الفيديوهات من العلامات التجارية المختلفة، وهذا يؤكد على قيمة المحتوى المرئي. فيمكن للمؤسسات الاستفادة من نشر الفيديوهات على مواقعها، ونشرها وكذلك على المنصات المختلفة. فليس شرطاً أن تكون الفيديوهات طويلة باستمرار، المهم هو حرص المؤسسات على تقديم قيمة حقيقية في كل فيديو، مع التنوع في مدة ومحتوى الفيديوهات ليلائم الجمهور على مواقع الفيديو المختلفة، لكي تجذب المؤسسات أكبر عدد ممكن من الجمهور.

2

أنواع التسويق بالمحتوى

البودكاست: تطور الاعتماد على البودكاست خلال السنوات الأخيرة كواحدة من أنواع التسويق بالمحتوى القوية، إذ يمكن الاستفادة من البودكاست بصور متنوعة، أهمها مشاركة الخبرات الشخصية بتقديم بودكاست فردي، أو باستضافة خبراء آخرين لمشاركة تجاربهم. ويمكن نشر البودكاست على مجموعة مختلفة من المنصات مثل: **جوجل بودكاست**، **أبل بودكاست**، **سبوتيفاي**. يساعدك ذلك على الوصول إلى الجمهور حسب المنصة التي يفضلونها، فتضمن وجود فرصة كبيرة لمتابعة البودكاست.

3

أنواع التسويق بالمحتوى

النشرات البريدية: هي جزء من التسويق عبر البريد الإلكتروني، وتحتل مكانة مميزة ضمن أنواع التسويق بالمحتوى، إذ يمكن استغلالها لتقديم محتوى مفيد، يصل إلى الجمهور بسهولة عبر بريدهم الإلكتروني. كما يمكن أيضا الاستفادة من الأتمتة التي تتيحها أدوات التسويق عبر البريد الإلكتروني، فبمجرد اشتراك المستخدم في النشرة البريدية للمؤسسة، تُرسل له مجموعة من الرسائل المفيدة التي تتضمن:

- إجابات على أسئلة العملاء المتوقعة بصورة استباقية.
- تضمين روابط لمجموعة مختلفة من المحتوى المفيد، مثل المقالات والفيديوهات.
- تقديم شروحات متخصصة في موضوع معين.

4

أنواع التسويق بالمحتوى

الكتب الإلكترونية: هي وسيلة جيدة لمشاركة المعرفة بصورة عميقة مع الجمهور، وتعد من أنواع التسويق بالمحتوى المفيدة خصوصا في التسويق للأعمال B2B، فيمكن الاستفادة من الكتب الإلكترونية أيضا في الحصول على البريد الإلكتروني للعملاء، باشتراكهم في نشرتك البريدية، في مقابل الحصول على الكتاب.

الندوات عبر الإنترنت Webinars
تعد الندوات عبر الإنترنت فرصة جيدة لتثقيف العملاء، وتنظيم لقاء مباشر عن موضوع يهم عملاء المؤسسة. وتتيح الندوات عبر الإنترنت للمؤسسات عرض خبراتها بطريقة منظمة ومكثفة في أثناء الندوة، ومناقشة عملائها بصورة مباشرة، والاستماع إلى أسئلتهم والإجابة عليها.

5

6

أنواع التسويق بالمحتوى

تسويق الإنفو جرافيك Infographic Content Marketing
الرسوم البيانية أو المعلومة في صورة أو الإنفو جرافيك من أسهل وأفضل طرق المحتوى لإيصال المعلومات خاصة في المحتوى التعليمي والتثقيفي، ويكون ذلك من خلال رسمة أو صورة مبسطة وصياغة سهلة وعبارات قصيرة واضحة.

تسويق محتوى الإعلان المدفوع Paid Ad Content Marketing
تتيح الإعلانات المدفوعة أن يظهر المحتوى بشكل قوي وفي أي مكان، وهي طريقة قد تتم على مواقع التواصل الاجتماعي أو مواقع الويب أو أي صفحة مستهدفة أو من خلال المحتوى المدعوم Sponsored Content، ويعتبر هذا النوع مفيداً بشكل خاص عند إقرانه بالتسويق الداخلي Inbound Marketing.

7

8

أنواع التسويق بالمحتوى

الأبحاث والدراسات: تعد من أكثر أنواع التسويق بالمحتوى موثوقية بين العملاء، فالكل يثق بالأرقام والإحصائيات، فلذلك فإن مشاركة جهود الشركة في البحث والحصول على المعلومة، يعد من أهم أسباب ثقة العملاء بالعلامة التجارية. فالقيام بالأبحاث في مجال عملك ومشاركتها مع العملاء، يثبت مدى احترافيتك ومهنتك.

9





فمثلا شركة رد بول **Red Bull** تحب استخدام التسويق بالفيديو، لأنها تقدم المحتوى للرياضيين ومحبي المغامرة والمخاطرة، لأنه أفضل من نشر المقالات أو تصميم الإنفو غرافيك، أو حتى تقديم كتب إلكترونية.

بعض الأدوات التي تستخدم لتحسين المحتوى

Kissmetrics: يقدم تحليل وبيانات لسلوك الزوار على الموقع، حتى بعد أن يتحول الزائر إلى عميل.



Google Analytics: تقدم الأداة تقارير وتقوم بقياس تأثير شبكات التواصل والهاتف على معدل الزيارات على الويب وقياس معدلات التحويل.



Woopra: يساعد أصحاب المواقع والتطبيقات على تتبع الزوار عبر أجهزة متعددة، وبناء جداول زمنية شاملة لكل مستخدم.



Moz: تمكن هذه الأدوات المستخدمين من مراقبة الشبكات الاجتماعية وإدارة حملات تحسين محركات البحث.



شكر لكم على حسن الإصغاء

