الفصل الرابع: التسويق بالمحتوى (Content Marketing)

1-تعريف التسويق بالمحتوى:

يمكن تعريف التسويق بالمحتوى بأنه "إنشاء محتوى ذو صلة ومقنع ولافت للنظر وذو قيمة ومسلي للحفاظ على عملاء جدد وجذبهم لبناء علامة تجارية قوية، وذلك من خلال الاستعانة بفريق متخصص يقوم بإنشاء وإدخال ونشر المحتوى عبر الإنترنت".

كما يعرف بأنه "تقنية لخلق وتوزيع محتوى ملاءم وذو قيمة لجذب ومشاركة العميل المستهدف، وقد يكون المحتوى مقالات ومدونات ومعلومات عن العلامة التجارية، وقصص وفيديوهات ومشاركات وتفاعلات ومحادثات وأحداث".

إن تسويق المحتوى "عبارة عن أحد الصور الحديثة في التسويق والذي يركز على خلق ونشر وتوزيع محتوى ملاءم وذو قيمة لجذب ومشاركة العميل المستهدف عبر الإنترنت، حيث يعتمد على استباق وتلبية حاجة العملاء الحاليين من المعلومات، وترتكز فكرة تسويق المحتوى على أن العلامة التجارية يجب أن تضيف شيء ذو قيمة للحصول على شيء ذو قيمة في المقابل".

ثانيا-أهمية التسويق بالمحتوى:

تتمثل أهمية تسويق المحتوى في أنه أصبح من أهم استراتيجيات التسويق الرقمي، حيث يتيح للعلامات التجارية التواصل مع عملائها الحاليين والمحتملين لكسب ثقتهم وتقديم المعلومات المفيدة لهم بشكل مستمر وممتع بكافة أشكال المحتوى. وتتمثل هذه الأهمية فيما يلي:

- يساعد المحتوى الفعال في بناء الوعي بالعلامة التجارية
- تحسين الصورة الذهنية للمنظمة ومنتجاتها.
- يتسم التسويق بالمحتوى بقلة التكاليف.
- توفير محتوى متجدد ومتنوع.
- يبني المحتوى سمعة طيبة للعلامات التجارية.

ثالثا-القمع التسويقي والتسويق بالمحتوى:

قمع التسويق " المعروف بـ (Marketing Funnel) سمي بذلك لأنه يحتوي على مراحل رحلة الزبون من الوعي إلى الشراء الفعلي.

حيث يمر العميل بالمراحل الثلاث حتى يصل لمرحلة الاقتناع بالعلامة التجارية، ومن ثم يتخذ قرار الشراء، هذه المراحل هي:

الوعي: قمة القمع Top of Funnel أو ToFu

التقييم: منتصف القمع Middle of Funnel أو MoFu

االفعل والشراء: أسفل القمع Bottom of Funnel أو BoFu

كل مرحلة من المراحل السابقة تحتاج إلى نوعية من المحتوى، لأن الزبون في كل مرحلة منهم يمر برحلة وعي مختلفة عن الأخرى، لذلك ستختلف لغة الخطاب، والمحتوى، والأدوات المساعدة لهذا المحتوى كذلك.

المرحلة الأولى: الوعي أو قمة القمع ToFu

المرحلة الثانية: التقييم أو منتصف القمع MO Fu

المرحلة الثالثة: الفعل– أسفل القمع BoFu

رابعا-خصائص التسويق بالمحتوى:

في سبيل نجاح استراتيجية التسويق بالمحتوى لابد أن يتميز المحتوى المقدم من طرف المؤسسة بخصائص معينة نذكر منها:

1-الملاءمة.

2-المصداقية.

3-القيمة.

4-الجاذبية.

5-الترفيه والعاطفة.

خامسا-أشكال التسويق بالمحتوى:

يجب على المؤسسة في هذا الصدد أن تختار نوع المحتوى الذي سيساعدها في تحقيق أهدافها التسويقية، ونجد في هذا الإطار أشكال عديدة ومختلفة مثل الصور مقاطع الفيديو، كتب رقمية، أدلة إرشادية، الاتصال السردي (رواية القصص)... حيث يمكن للمؤسسة أن تعتمد على واحدة منها أو أكثر. وفيما يلي عرض لأشكال المحتوى الرئيسية التي يمكن للمؤسسة الاعتماد عليها:

1-الفيديوهات

2-الانفوغرافيك

3-الكتب الإلكترونية

4-التدوين

5-البودكاست (التدوين الصوتي)

سادسا-خطوات التسويق بالمحتوى:

تتمثل خطوات تسويق المحتوى بالتفصيل على النحو التالي :

1-تحديد الأهداف

2-تحديد الجمهور المستهدف

3-إنشاء الفكرة والتخطيط

4-ابتكار المحتوى

5-توزيع المحتوى

6-تضخيم المحتوى

7-تقييم تسويق المحتوى

8-تحسين تسويق المحتوى