الفصل الخامس: التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي (Social Media Marketing)

1-تعريف شبكات التواصل الاجتماعي:

تعرف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين، لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها".

وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: «تلك المواقع الاجتماعية التي تمنح لمتصفحيها إمكانية مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو، وتمكنهم كذلك من إنشاء المدونات الالكترونية وإجراء المحادثات الفورية وإرسال الرسائل».

وتصدرت الشبكات الاجتماعية ثلاثة مواقع هامة ورئيسية هي "الفيسبوك، تويتر أو منصة أكس واليوتيوب، وقد أصبحت الوسيلة الأساسية لتبادل المعلومات والأخبار الفورية في متابعة مسار وتطورات الأحداث.

2-تعريف التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

يعرف التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي على أنه: "أحد أنواع التسويق الرقمي الذي يستخدم مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي كأداة تسويقية، من خلال إنشاء محتوى موجه إلى جمهور الزبائن الحاليين لرصد انطباعاتهم وانشغالاتهم واقتراحاتهم حول المنتج قصد ترسيخ صورة جيدة للعلامة وتوسيع نطاق الوصول إلى زبائن جدد عن طريق مشاركة المحتوى من قبل الزبائن الحاليين لجمهور الزبائن المحتملين".

كما يقصد **بالتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي** "العملية التي تمكن المنظمات من الترويج لمواقعهم الإلكترونية أو منتجاتهم أو خدماتهم عبر القنوات الاجتماعية عبر الإنترنت والاستفادة من مجتمع افتراضي أكبر بكثير من ذلك الذي توفره القنوات التقليدية".

نذكر هنا أن عدد المشتركين في الشبكات الاجتماعية في العالم لسنة 2022 قد تجاوز 4.70 مليار مستخدم لوسائل التواصل الاجتماعي، يشكلون ما نسبته 59% من سكان العالم البالغ عددهم 7.98 مليار نسمة.

3-أهداف التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

يهدف التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى عدة نقاط نذكر منها:

- ✓ تقديم خدمة العملاء.
- ✓ أكثر فعالية من حيث التكلفة.
- ✓ الاتصال التسويقي.
- ✓ تأسيس الوعي بالعلامة التجارية.

4-مزايا التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

تتمثل مزايا التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي فيما يلي:

أ-الزبون يتكلم (يبدي رأيه).

ب-الزبون يستمع (يستقبل الرسائل الإعلانية).

ج-الزبون يثق بالمؤسسة.

5-أبعاد التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

أ-الإعلان عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ب-التفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ج-الكلمة المنقولة الكترونيا.

6-أشهر مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة في التسويق: تتمثل أشهرها فيما يلي:

أ-التسويق عبر الفيسبوك (Facebook):

تم تأسيسه سنة 2004، ويمكن الشركات من تسويق وترويج العلامة التجارية الخاصة بها على الانترنت من خلال الملف الشخصي (Profile) وصفحة الفيسبوك (Facebook page)، وتعد صفحات الفيسبوك الوسيلة الرائجة والمفضلة للشركات في التسويق.

ب-التسويق عبر تويتر أو منصة أكس (twitter or X):

تم تأسيسه سنة 2006، ويقدم خدمة التدوين المصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال تغريدات عن حالتهم أو عن أحداث حياتهم أو إبداء أراءهم.

ج-التسويق عبر اليوتيوب (You tube):

يوتيوب موقع ويب يسمح لمستخدميه برفع التسجيلات المرئية مجانا ومشاهدتها عبر البث الحي (بدل التنزيل) ومشاركتها والتعليق عليها، حيث أنشأ في 14 فيفري 2005، بواسطة ثلاثة موظفين في شركة باي بال المتخصصة بتحويل المال عبر الانترنت والبريد الالكتروني، إلا أنه وخلال أكتوبر 2006 تم شراؤه من طرف شركة جوجل العالمية.

-التسويق عبر اللينكد إن (LinkedIn):

تم تأسيسه في ديسمبر 2002 وبدأ التشغيل الفعلي في 5 ماي 2005 ، يستخدم الموقع أساسا كشبكة تواصل مهنية.

الفصل السادس-التسويق عبر الهواتف المحمولة (Mobile Marketing)

أولا-تعريف التسويق عبر الهاتف المحمولة:

يركز هذا النوع من التسويق الرقمي على الوصول إلى الجمهور المستهدف بواسطة هواتفهم الذكية أو أجهزتهم اللوحية، يتحقق التسويق عبر الهاتف المحمول من خلال: الرسائل النصية القصيرة، ووسائل التواصل الاجتماعي، ومواقع الويب، والبريد الإلكتروني، وتطبيقات الجوال وغيرها.

التسويق عبر الهاتف (أو عبر الجوال أو الهواتف الذكية) هو عملية التواصل والبيع وخلق الالتزام أو الربط بين المؤسسات (أصحاب المنتجات والخدمات) وبين الزبائن من خلال شبكات أو أجهزة المحمول.

ثانيا-أدوات التسويق عبر الهواتف الذكية:

1-التسويق باستخدام الرسائل القصيرة

2-التسويق باستخدام رمز الاستجابة السريعة (QR code)

3-التسويق باستخدام مواقع متلائمة مع متصفحات الجوال (Site Mobile web)

4-التسويق باستخدام تطبيقات الهواتف الذكية

5-الإعلانات المدفوعة على الهاتف الذكي (Mobile Advertising)