

– بسكرة –جـامعة محـمد خيضـر
كـلية العلـوم الاقتصـادية والتجـارية وعلـوم التسييـر
قسـم العلـوم التجارية

مقياس:

إدارة العلامة التجارية

د/قطاف فيروز

السنة الأولى ماستر تسويق


BRAND
MANAGEMENT

الفصل السابع: العلامة التجارية الرقمية(Digital Branding)



1-مفهوم العلامة التجارية الرقمية:

Digital branding refers to the cohesive brand experience across various online platforms an organization creates to promote its identity and presence.

Digital branding can occur across several channels, including websites, email marketing, social media, and digital advertising. The goal is to convey a brand's mission, values, and unique selling proposition to its target audience through the effective use of digital media.

- العلامة التجارية الرقمية هي الطريقة التي ينظر بها الزبائن إلى الشركة عبر الوسائط الرقمية، فهي مبنية على هوية العلامة التجارية وهي مجموعة من العناصر الرقمية التي تقوي العلامة التجارية مثل :موقع الويب الخاص بالمؤسسة والوسائط الاجتماعية ومحركات البحث، التي تبث رسالة وقيم وأهداف المؤسسة.

- تعرف العلامة التجارية الرقمية بأنها نظام ديناميكي يمكّن الشركات من توقع التغيرات في السوق والاستجابة لها من خلال التفاعل المستمر مع أصحاب المصلحة.

TRADITIONAL BRANDING VS. DIGITAL BRANDING

Feature	Traditional Branding	Digital Branding
Primary Channels	Print, TV, packaging, billboards	Website, social media, email, ads
Speed of Execution	Slower (campaign-based)	Fast, real-time, iterative
Feedback Loop	Delayed or indirect	Instant through analytics and user behavior
Adaptability	Fixed once published	Dynamic and responsive across devices
Control	Brand-led, one-directional	Interactive, shaped by users and content engagement
Measurement	Brand lift studies, sales impact	Clicks, impressions, conversions, scroll depth
Personalization	Rare and costly	Scalable, behavior-driven
Branding Frequency	Low (e.g., quarterly or annual campaigns)	High (daily content, multi-platform touchpoints)

uck.design

3- أهداف بناء علامة تجارية رقمية:

- الوصول إلى جمهور أوسع؛
- تحسين الوعي بالعلامة التجارية؛
- تحسين تفاعلات العملاء؛
- زيادة حجم المبيعات؛
- بناء سمعة جيدة للعلامة التجارية.

4-مكونات العلامة التجارية الرقمية:

العنصر	أمثلة	الوظيفة
العناصر اللفظية	اسم العلامة، الشعار النصي	التميز وسهولة التذكر
العناصر المرئية	الشعار، الألوان، الخطوط	التعرف البصري السريع
العناصر السمعية	الموسيقى، الصوت التعريفي	بناء ارتباطات عاطفية
العناصر التفاعلية	واجهة المستخدم، تجربة التنقل	جودة التفاعل الرقمي

5-العناصر الأساسية للعلامة التجارية الرقمية:

- -الموقع الالكتروني
- -تحسين محركات البحث
- -البريد الالكتروني
- -التسويق بالمحتوى
- -رسالة العلامة التجارية
- -شبكات التواصل الاجتماعي
- -اعلانات الانترنت
- -التسويق بالمؤثرين

6-قياس أداء العلامة التجارية الرقمية:

- كيف يتم قياس أداء العلامة التجارية الرقمية؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟