

المحتوي التسويقي



1- كتابة المحتوى والتسويق

ضرورة معرفة كاتب المحتوى بمبادئ التسويق

الخطة الاستراتيجية لتسويق العلامة التجارية يكون داخلها ما سيتم تنفيذه داخل الديجيتال ماركتنج خاصة وهي تحتوي في الأساس على الأهداف المرجو الوصول إليها من خلال السوشيال ميديا لهذا يجب أن نعلم أن السوشيال ميديا قناة يتم من خلالها تنفيذ الخطة التسويقية للعلامة التجارية.

1- كتابة المحتوى والتسويق

ضرورة معرفة كاتب المحتوى بمبادئ التسويق

كاتب المحتوى على مواقع التواصل الاجتماعي سيقوم بتنفيذ الخطة التسويقية للعلامة التجارية
معرفته بكيفية عمل الخطة ستساعده على فهمها وسهولة تنفيذها.

1- كتابة المحتوى والتسويق

ضرورة معرفة كاتب المحتوى بمبادئ التسويق

- دور إدارة التسويق يبدأ قبل بداية العلامة التجارية (بحث السوق - بحث التسويق).
- الفرق بين ال (need - want - order).

1- كتابة المحتوى والتسويق

ضرورة معرفة كاتب المحتوى بمبادئ التسويق

- معرفة السوق بالـ (STP (segmentation - targeting - positioning).
- إدارة التسويق وضرورة معرفة دورها الهام المتداخل مع كل أقسام أي شركة أو علامة تجارية.

1- كتابة المحتوى والتسويق

مذاكرة الخطة الاستراتيجية أمر هام قبل الكتابة

داخل خطة التسويق الاستراتيجية تجد عدة أمور إن درستها وفهمت محتواها ستساعدك في تنفيذ دورك على أكمل وجه بأفضل شكل ممكن مثل الآتي:

1- كتابة المحتوى والتسويق

معرفة هوية العلامة التجارية

لا بد من أن تقوم بمعرفة كل شيء عن هوية العلامة التجارية التي ستقوم بالكتابة عنها ومعرفة خاصة بالمنتجات التي ستقوم بتسويقها، فكلما زادت معرفتك بها كانت كتابتك أوقع عند العملاء.

1- كتابة المحتوى والتسويق

دراسة المنافسين

إذا قمت بدراسة المنافسين دراسة جيدة سيساعدك ذلك في إخراج نقاط القوة والضعف لمنتجاتك وعلامتك التجارية ومنتجاتهم وعلاماتهم التجارية في السوق التنافسي خاصة في ملف الإعلانات كيف يقومون بالتسويق لأنفسهم؟

1- كتابة المحتوى والتسويق

تحديد الجمهور المستهدف ودراسته

كلما زادت معرفتك بجمهورك المستهدف اخترت له من الكلمات والأفكار ما كان أسهل وأفضل في تلقيه للمعلومة أو رسالة المحتوى.

1- كتابة المحتوى والتسويق

تحديد لهجة خطاب العلامة التجارية (tone of voice)

من خلال معرفتك بجمهورك يمكنك اختيار طريقتك في إيصال الرسائل لهم من خلال تحديد نوع اللغة التي ستقوم بمخاطبتهم بها، ومستوى الخطاب هل سيكون رسمي أم غير ذلك، وهل لغتك ستكون عامية أم فصحي أم متوسطة، كل هذا يساعد عملائك في سهولة تلقيهم لرسالتك.

1- كتابة المحتوى والتسويق

اختيار مواقع التواصل الاجتماعي لعملائك

سلوك المستهلك يختلف من مكان لآخر ومن سن لآخر؛ لهذا يجب أن تعلم أين يتواجد عملاؤك على مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد من خلالها شكل وطريقة المحتوى الذي ستقوم بكتابته لهم.

1- كتابة المحتوى والتسويق

تحديد معايير نجاح الحملة التسويقية KPIS

إذا قمت بتحديد معايير نجاح الحملة التسويقية ستقوم بتحديد طريقتك في الكتابة ومستوى الأفكار التي ستقوم باستخدامها.

1- كتابة المحتوى والتسويق

تطبيق عملي

إذا اعتبرنا أن أكاديمية اعمل بيزنس هي العلامة التجارية التي سنضرب لها المثل وكورس المحتوى التسويقي هو المنتج المراد تسويقه، هل بإمكانك تحديد الجمهور المستهدف للكورس؟

إذا قمت بتحديد فقم بتحديد لهجة الخطاب الأنسب من وجهة نظرك التسويقية في مخاطبة الجمهور المستهدف.

2- المحتوى التسويقي

تعريف المحتوى من خلال مضمونه

مضمون المحتوى هو الرسالة المراد إيصالها من العلامة التجارية إلى عملائها الحاليين أو المحتملين.

2- المحتوى التسويقي

ما هو دور كاتب المحتوى؟

كاتب المحتوى التسويقي هو همزة الوصل بين العلامة التجارية والعملاء، ويقوم بمحاولة إيصال الرسالة المراد إبلاغها للعملاء بأفضل طريقة مناسبة لهوية العلامة التجارية وطبيعة العملاء المستهدفين، لهذا يتميز كل كاتب محتوى عن الآخر حسب درجة إيصاله للمعلومة وإقناعه وجودة وساطته بين العلامة التجارية والعميل.

2- المحتوى التسويقي

ضع أهداف خطتك وتصورك لعملائك المستهدفين أمامك

لكتابة محتوى مناسب يجب عليك دائماً أن تضع نصب عينيك أهداف الخطة التي ستحقق من خلال كتابتك للمحتوى وتصورك لعملائك المستهدفين لتستطيع كتابة أنسب محتوى لهم يحقق أهداف خطتك.

2- المحتوى التسويقي

تحديد نوع المحتوى وشكله من الأمور الهامة جداً

الفرق بين نوع المحتوى وشكله

2- المحتوى التسويقي

تحديد نوع المحتوى وشكله من الأمور الهامة جداً

أشكال المحتوى كثيرة جداً ويتغير اختيارها حسب طبيعة الموقع الذي سنستخدمه والجمهور المستهدف
(فيديو - صور - مقال -).

2- المحتوى التسويقي

تحديد نوع المحتوى وشكله من الأمور الهامة جداً

هناك أنواع مختلفة للكتابة يمكن أن يتناسبوا جميعاً مع عملائك أو يتناسب معهم نوع واحد أو نوعين من المهم جداً أن تحدد النوع الأنسب منهم.

1- المحتوى التفاعلي

2- محتوى يقدم قيمة

3- محتوى يساعد على البيع

4- محتوى لشهرة العلامة التجارية

2- المحتوى التسويقي

المحتوى التفاعلي وال CTA

وهو المحتوى الذي يستهدف تفاعل العملاء على موقع التواصل الاجتماعي، ودائماً ما يحتوي على توجيه من كاتب المحتوى للعملاء بسؤال يجعلهم يتفاعلون عبر التعليقات مثلاً، كما يحدث في كثير من الصفحات أثناء المباريات الكبرى (توقع نتيجة مباراة كذا وكذا، وأول متوقع صحيح يحصل على هدية كذا).

2- المحتوى التسويقي

المحتوى التفاعلي



2- المحتوى التسويقي

المحتوى التفاعلي

Telemisr Group
Published by Adie Hatem 17 - February 20 - 6

لو أنت من " حريقة زمان في الكلمات المتقاطعة " 🤔
ورينا هتجاوب إزاي 😊😊
#زمان_بالألوان

ألفي

- 1- أول حرفين بعد الألف في الأبجدية معكوس - أول 3 حروف من لقب طييب
- 2- وسط
- 3- لقب الجده في مصر - بحر بالصحي معكوس
- 5- معنى عكس - إسطوانة
- 6- مزياع معكوس

رأسي

- 1- أول الأنيوع معكوس
- 2- أول حملة لتليمصر على السوشيال ميديا في ٢٠١٨
- 4- دام
- 5- آلة تصوير
- 6- أول شركة مصرية تنتج تلفزيون مصري

مستنين إجاباتكم في الكومنتات ❤️



2- المحتوى التسويقي

محتوى يقدم قيمة

- وهو المحتوى الذي يستهدف إضافة قيمة للعملاء المستهدفين في أمر يتناسب مع طبيعة العلامة التجارية والمنتج، وتستخدم عادة في المراكز الطبية، ولكن يمكن استخدامها عند العديد من العلامات التجارية باختلاف أنواعهم.
- لا بد في هذا النوع من مراعاة صدق المعلومة ونقائها ومراجعة مصادرها جيداً قبل النشر.

2- المحتوى التسويقي

محتوى يقدم قيمة

إعمل بيزنس
21 hrs · ✨

فكرة مشروع.. ملاعب الترتان

ملاعب النجيل الصناعي والترتان هي واحدة من المشاريع المنتشرة جدا وكمان الناجحة حاليا، بس عشان تعمل مشروع ملاعب دايج لازم تعرف أن فيه أكثر من مرحلة لازم تعدي عليهم وكلهم مهمين.

اولا وقبل اي حاجة عشان تنجح في المشروع ده لازم تكون بتفهم في الكورة، لأن فيه تفاصيل كثير مهمة سواء في التجهيز أو التنفيذ أو التسويق أو الإدارة وحتى الصيانة محتاجة إلك تكون بتفهم في الكورة، فلو معاك رأس مال حاجب تستثمره بس ملكش في الكورة فنجاح المشروع معصد على إلك تشارك حد بيقه...

Continue Reading



2- المحتوى التسويقي

محتوى يقدم قيمة

Telemisr Group
Published by Esraa Hamdy · April 17 at 7:00pm · 🌐

إفتكري إبدأ عشان تدوم معاكى لازم تكفى عليها وخصوصاً في الحر والأيام الجاية 🥵
* بإيدك لما تشغليها تكون بحمولتها الكاملة " الموتور هيسمحّل و هيكون أفضل ليه من إنه يلف على كمية قليلة "

اختاري درجة الحرارة المناسبة لنوع الغسيل اللي فيها 🧺
استنودا الأسبوع الجاني وإعملوا see first للبيدج ومنتفكر كم بنصايح ثانية لياقي الأجهزة الكهربائية عشان تحافظوا عليها وعلى جيبيكم من الفواتير في الصيف 🥵🥵
##جف_تدوم ##تليمصر

TELEMISR

خف
تدوم



جميع الحقوق محفوظة - إعمل بيزنس

2- المحتوى التسويقي

محتوى يساعد على البيع

وهو المحتوى الذي يساعد العملاء المستهدفين على أخذ قرار الشراء من خلال الصفحة وذلك عن طريق عرض المنتج بمميزاته التنافسية وأسعاره وكل ما يساعد العميل على أخذ قرار الشراء.

2- المحتوى التسويقي

محتوى يساعد على البيع



2- المحتوى التسويقي

محتوى يساعد على البيع

Telemisr Group
Published by Adie Hatem [?] · January 20 ·

عشان متعودين من زمان على دقي التما مع بيتيمسر
صداككم خصم ٢٠% على الدفايات والتوصيل مجانا لأي مكان داخل القاهرة والجيزة
العرض ساري على الطليات من خلال الصفحة فقط "حتى ظلا الكمية"
للتواصل والطلب سجل بياناتك هنا [See More ...](#)



20% خصم
على الدفايات

دفايات ١٥٠٠ وات
١٥٠٠ وات

دفايات ١٥٠٠ وات
١٥٠٠ وات

دفايات ١٥٠٠ وات
١٥٠٠ وات

106,684 people reached

Post Unavailable

جميع الحقوق محفوظة - إعمل بيزنس

2- المحتوى التسويقي

محتوى لشهرة العلامة التجارية

وهو المحتوى الذي تقوم من خلاله بنشر هوية العلامة التجارية والمميزات التنافسية للعلامة التجارية وكل ما يخص ذلك.

2- المحتوى التسويقي

محتوى لشهرة العلامة التجارية

إعمل بيزنس
April 29 at 10:00pm - 🌟

ليه تتعلم اونلاين في أكاديمية إعمل بيزنس ؟
الإجابة هتلقاها من خلال الفيديو + ومتنساش تعمل share ترشحنا فيه لصديق ليك 😊

للاشتراك في أكاديمية إعمل بيزنس سجل دلوكتي على الليك ده
<http://bit.ly/academ-signup>
أو كلمنا على 16342
وخدمة العملاء هتواصل معاك وتوضحلك كل إستفساراتك 😊

سعر الإشتراك النصف سنوى 2400
سعر الإشتراك السنوى 4200

2- المحتوى التسويقي

محتوى لشهرة العلامة التجارية



2- المحتوى التسويقي

خريطة المحتوى

في كثير من الأحيان تجد أن علامتك التجارية يناسبها خليط من أنواع المحتوى التي ذكرناها، وكاتب المحتوى هو الذي بإمكانه أن يقوم بتحديد أنواع المحتوى التي سيستخدمها.

2- المحتوى التسويقي

تطبيق عملي

قمت في التطبيق العملي السابق بتحديد الجمهور المستهدف لكورس المحتوى التسويقي واخترت لهجة خطاب العلامة التجارية. الآن قم بتحديد أنواع المحتوى التي ستستخدمها، ثم قم بكتابة المحتوى التسويقي حسب الأنواع التي اخترتها لتسويق الكورس.

3- ملاحظات هامة لكاتب المحتوى

هناك بعض الأمور الهامة التي يجب مراعاتها أثناء الكتابة:

- الإطالة الأولى لمحتواك عند العميل هو التحدي الأكبر أثناء الكتابة TOV
- قم بجمع أكبر عدد من المعلومات عن ما ستقوم بالكتابة له
- اختر أفضل طريقة لإيصال المحتوى
- لا تقم بإقحام رأيك الشخصي أثناء الكتابة
- لا تكتب محتوى طويل أو ممل ولا قصير ليس له معنى
- تأكد من أن المحتوى قد قام بإيصال الرسالة اللازمة فيه

3- ملاحظات هامة لكاتب المحتوى

مثال على الـ TOV



3- ملاحظات هامة لكاتب المحتوى

مثال على ال TOV



3- ملاحظات هامة لكاتب المحتوى

هناك بعض الأمور الهامة التي يجب أن يراعيها كاتب المحتوى:

- تلك القواعد يمكن جداً أن تتغير (القواعد خلقت لتكسر).
- يجب أن تكون متطلعاً على كل التحديثات أولاً بأول.
- لا تقم بإقحام رأيك الشخصي أثناء الكتابة.
- تابع صفحات المنافسين دائماً.
- متابعة الأمثلة الناجحة تسويقياً أمر هام.

3- ملاحظات هامة لكاتب المحتوى

هناك بعض الأمور الهامة التي يجب أن يراعيها كاتب المحتوى:

- تابع الأمور المشهورة التي يتحدث عنها الجميع.
- لا تنحاز لأي طرف في الأمور التعصبية (الكرة - السياسة - الدين).
- حدد توقيت نزول المحتوى بالشكل المناسب.
- ال Viral content وهل نستخدمه أم لا؟

3- ملاحظات هامة لكاتب المحتوى

مثال على الأمور المشهورة التي يتحدث عنها الجميع



3- ملاحظات هامة لكاتب المحتوى

هناك بعض الأمور الهامة التي يجب أن يراعيها كاتب المحتوى:

- استعن بتعليقات العملاء واستفساراتهم في كتابتك.
- حاول بناء مجتمع خاص بالعلامة التجارية لك على مواقع التواصل الاجتماعي.
- لا تتكلم عن علامتك التجارية كثيراً فالعملاء ليسوا سذج ويستطيعون التفرقة بين المحتوى الحقيقي والوهمي.
- قم باختبار طريقتك وكتابتك أكثر من مرة لتصل لأفضل طريقة كتابة وأنسب نوع من أنواع المحتوى.
- تحليل الأداء بالأرقام أمر هام جداً لكاتب المحتوى.
- تأثير مصداقية المحتوى على مصداقية العلامة التجارية أمر لا يستهان به.

3- ملاحظات هامة لكاتب المحتوى

مثال على استخدام تعليقات العملاء في كتابة المحتوى



3- ملاحظات هامة لكاتب المحتوى

بعد كتابتك للمحتوى لا بد من عمل تقييم له قبل نشره

وإذا أحببت أن تقوم بتقييم جيد للمحتوى لا بد من تحديد جودته بناءً على:

1. مناسبة الكلمات والأفكار لصوت العلامة التجارية

2. مناسبة الكلمات والأفكار لعملائك المستهدفين

3. مناسبة الكلمات والأفكار لهويتك التجارية

4. تحقيق المحتوى لأهداف الخطة التسويقية

إذا كان المحتوى متطابق مع كل ذلك فقد قمت بكتابة محتوى جيد، ولا تنتظر أن يكون تقييمك عبارة عن عدد التعليقات والإعجابات.

3- ملاحظات هامة لكاتب المحتوى

تطبيق عملي

بعد متابعة هذه الملاحظات: قم بكتابة المحتوى التسويقي للكورس مرة أخرى لترى بنفسك..
هل ستقوم بتعديل شيء أم لا؟ ثم قم بتقييم المحتوى حسب المعايير.

4- مثال عملي

تليمصر وعودة من جديد
الخطة الاستراتيجية وأهدافها.

4- مثال عملي

بيت جدو



4- مثال عملي

بيت جدو

Telemisr Group
Published by Bouthina Taher (🇵🇸) · January 14 · 🌐

فاكرين الراديو تليميسر و ذكرياته في بيت جدو ؟
لهذا صوت آلة فضيلة و فؤاد المهندس وهو يقول كلمتين ورس .. واصوات مميزة مانتشيش .. فاكرين ايه
تاني منها ؟
الزمن الجميل هيرجع مع تليميسر



بيت جدو

189,442 people reached

Boost Unavailable

4- مثال عملي

زمان بالألوان



4- مثال عملي

زمان بالألوان



4- مثال عملي

زمان بالألوان



4- مثال عملي

زمان بالألوان

Telemisr Group
Published by Esraa Hamdy [?] · February 8 · 🌐

" جزء من رأي أصدقاء صفحتنا 🙌🏻 "
نيفرحنا إن منتجنا لسه عايشة معاكم وبيشهدوا ليها بالكفاءة والجودة 🙌🏻
عشان كده #تليميسر جاية من تالي وهرجع #زمان_بالألوان 🙌🏻



55,298 people reached

Boost Unavailable

الختام

نصيحة

قم بالتجربة مع نفسك لعلامات تجارية كبرى من خلال تحديد بنود الخطة الاستراتيجية ثم اختيار نوع المحتوى وحاول الكتابة.



شكراً لكم