

استراتيجيات التسويق للمتاجر الإلكترونية

الجزء الثالث

Ecommerce Marketing Strategies

Part 3





المحاضرة الأولى

تسويق المتاجر الإلكترونية عن طريق انستجرام Drive Sales Thru Instagram

سيتم تناول النقاط التالية في هذه المحاضرة:

- لماذا يستخدم العملاء انستجرام عند قرار الشراء؟
- أنواع المحتوى على انستجرام
- تهيئة حساب متجر على انستجرام
- أفضل الطرق لاستغلال متجر على انستجرام لزيادة مبيعاتك
- إنشاء حملات إعلانية من خلال تطبيق انستجرام
- Why users use Instagram?
- Instagram content types
- Instagram account optimization
- Increasing sales using Instagram shop
- Instagram ads creation thru the app

أهداف المحاضرة

Lecture Objectives



- معرفة كيف يتخذ مستخدم انستجرام قرار الشراء
- التعرف على أهم أنواع المحتوى على انستجرام والفرق بينهم
- تعديل وتهيئة حساب انستجرام ليناسب متجرك الإلكتروني
- استخدام خاصية ال Tag على صورك
- إنشاء Guide على انستجرام
- عمل حملة إعلانية لمحتواك على انستجرام عن طريق التطبيق

تسويق المتاجر الإلكترونية عن طريق انستجرام

Drive Sales Thru Instagram

لماذا يستخدم العملاء انستجرام عند قرار الشراء؟

Why users use Instagram?



اكتشاف منتجات جديدة



البحث عن منتجات معينة



المساعدة في اختيار أفضل منتج

تسويق المتاجر الإلكترونية عن طريق انستجرام

Drive Sales Thru Instagram

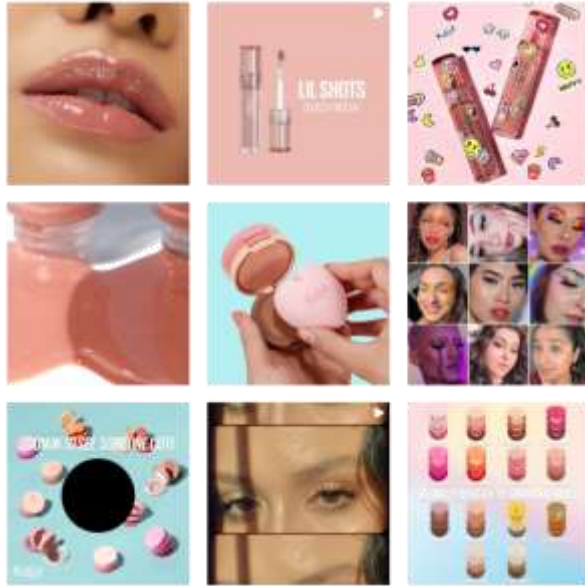
أنواع المحتوى على انستجرام

Instagram content types

1. صورة

- عملاء انستجرام يفضلون الصور الحقيقية
- لا يفضل استخدام التصميمات والجرافيك في صور انستجرام عند عرض منتجاتك

- يفضل استخدام الصورة المربعة بنسبة 1:1 أفضل مقاس 1000x1000 بيكسل
- حاول أن تجعل الصورة تحتوي على شخص يحمل أو يستخدم منتجك



تسويق المتاجر الإلكترونية عن طريق انستجرام

Drive Sales Thru Instagram

أنواع المحتوى على انستجرام

Instagram content types

2. كاريوسيل Carousel

- عدد الصور المسموح به 8 صور فقط
- يمكن إضافة فيديو مكان أول صورة
- يستخدم لزيادة التفاعل مع عملائك وعرض مميزات منتجك بشكل ذكي
- يمكن استخدامه لعرض منتجات من نفس الفئة أو القسم
- يمكن استخدامه لجمع جميع عروض الأسبوع
- يمكن استخدامه لصور قبل وبعد لإقناع عميلك
- يمكن استخدامه ك Presentation لعرض المعلومات أو الإحصائيات



تسويق المتاجر الإلكترونية عن طريق انستجرام

Drive Sales Thru Instagram

أنواع المحتوى على انستجرام

Instagram content types

3. الفيديو

- يعتبر ثاني أكثر نوع محتوى انتشاراً على انستجرام
- أقل مدة للفيديو هي 3 ثواني، وأقصى مدة هي 60 ثانية
- يفضل أن يكون مربع الشكل بنسبة 1:1
- يفضل أن تكون مشاهدته حقيقية وليست جرافيك أو مرسومة
- لضمان أعلى وصول وتفاعل

- يستخدم لعرض مشاهد مختلفة لمنتج معين لشرح جميع تفاصيله
- يستخدم لعرض منتجات مختلفة من نفس الفئة أو القسم
- يستخدم لمشاركة آراء العملاء في منتجك



تسويق المتاجر الإلكترونية عن طريق انستجرام

Drive Sales Thru Instagram

أنواع المحتوى على انستجرام

Instagram content types

Reel .4

- من أحدث أنواع المحتوى التي تمت إضافتها لمنصة انستجرام وهي عبارة عن فيديو قصير المدة بين 15 و 30 ثانية
- مقاس الفيديو بالطول ليناسب شاشات الهواتف بنسبة 9:16 أو 1920x1080 بيكسل لأفضل جودة
- نسبة وصول الـ Reels أعلى بـ 45% من باقي أنواع المحتوى
- يفضل استخدامها للنصائح السريعة وشرح كيفية استخدام المنتج
- يفضل استخدامها لعرض ميزة معينة في منتجك
- يفضل استخدامها لمشاركة آراء العملاء في منتج
- يفضل استخدامها في المحتوى الترفيهي لضمان تفاعل قوى



تسويق المتاجر الإلكترونية عن طريق انستجرام

Drive Sales Thru Instagram

أنواع المحتوى على انستجرام

Instagram content types

Story .5

- هذا النوع من المحتوى غرضه الأساسي هو أن تكون دائماً مع عميلك وتتفاعل معه، أن تجعل عميلك ملماً بآخر عروضك وأخبارك بدون تشجيعه للشراء
- عمر ال Story هو 24 ساعة فقط ثم تختفي
- من الممكن أن تكون صورة أو فيديو
- يمكن إضافة CTA برابط خارجي في حالة زيادة عدد متابعينك عن 10 آلاف متابع
- يفضل استخدامها للمسابقات وفقرات الأسئلة والأجوبة مع عملائك
- يفضل استخدامها للإعلان عن الكوبونات الحصرية أو العروض التي ستنتهي في خلال 24 ساعة



تسويق المتاجر الإلكترونية عن طريق انستجرام

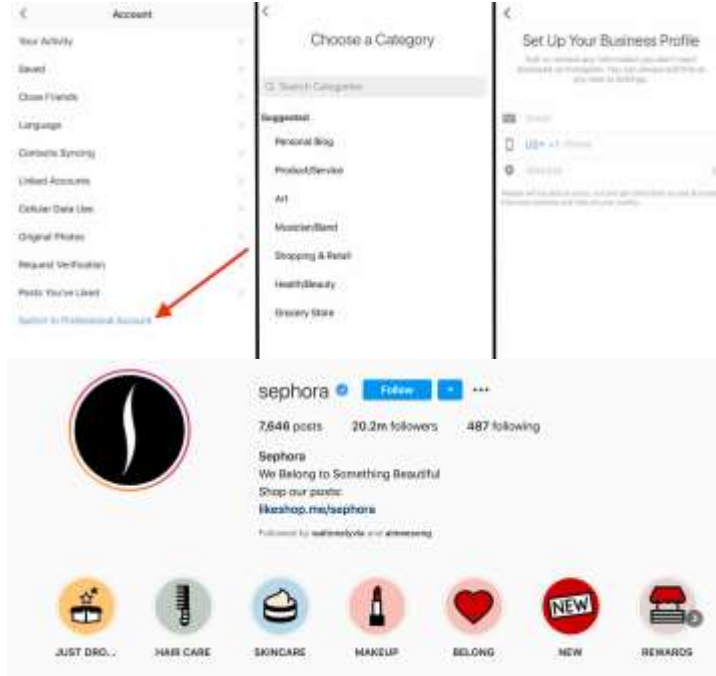
Drive Sales Thru Instagram

تهيئة حساب متجرك على انستجرام

Instagram account optimization

- تحويل حسابك العادي لحساب بزنس لتكون مؤهلاً لعمل إعلانات ممولة عليه.

- استخدم خاصية ال Story Highlights لتجميع كل Stories السابقة في فئات مختلفة ليكون من السهل الرجوع لها مجدداً من قبل العملاء.



تسويق المتاجر الإلكترونية عن طريق انستجرام

Drive Sales Thru Instagram

تهيئة حساب متجرك على انستجرام

Instagram account optimization

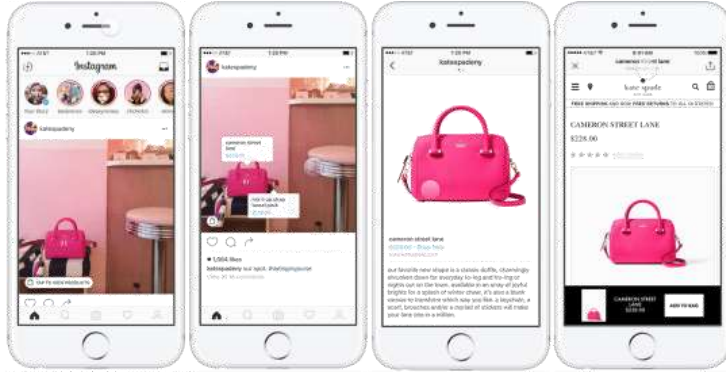
- أضف ال Domain الخاص بموقعك في ال Bio حتى تستخدمها في ال CTA
- لا تعمل الروابط الخارجية إلا في منطقة ال Bio بأعلى صفحة الحساب
- اجعل حسابك عبارة عن لوحة فنية
- أقل عدد منشورات في اليوم 2 منشور
- يجب أن تقوم بالنشر دائماً، لا يوجد إجازات فيما يتعلق بالنشر على انستجرام
- استخدم ال Story يومياً لجعل عملائك ملمين بآخر عروضك
- استخدم من 8 إلى 10 هاشتاج متكررين في محتواك



إنشاء متجر منتجات على انستجرام Creating Instagram Shop

أفضل الطرق لاستغلال متجر انستجرام لزيادة مبيعاتك

Increasing sales using Instagram shop



1. استخدام خاصية ال Tag على صورك لإضافة روابط للمنتجات من متجرك على انستجرام.

مثال: إضافة ال Tag على منشور يحتوي على صورة منتجك، وعند الضغط عليه يذهب عميلك لصفحة تفاصيل المنتج على Instagram Shop.

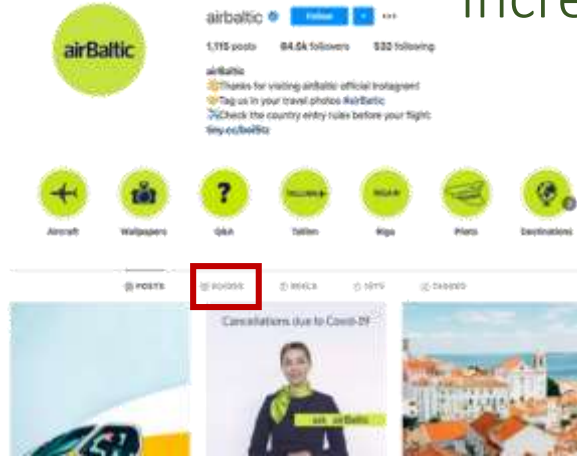
إنشاء متجر منتجات على انستجرام Creating Instagram Shop

أفضل الطرق لاستغلال متجر انستجرام لزيادة مبيعاتك

Increasing sales using Instagram shop

2. إضافة منتجك في حالة عمل لايف لعملائك لمساعدتهم على إتمام عملية الشراء في أسرع وقت.

3. إنشاء Guide لشرح أقسام متجرك في شكل مقالة أو محتوى مكتوب على موقع انستجرام مباشرة، وربط الصور في المقالة بمنتجاتك على متجر انستجرام.



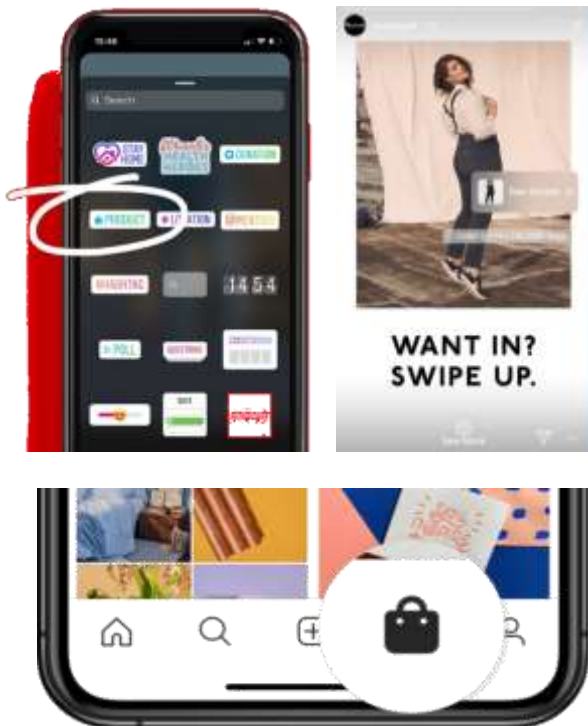
إنشاء متجر منتجات على انستجرام Creating Instagram Shop

أفضل الطرق لاستغلال متجر انستجرام لزيادة مبيعاتك

Increasing sales using Instagram shop

4. إضافة Shopping Sticker في Story لإرسال عميلك لصفحة متجرك مباشرة من خلال وضع أيقونة كرابط.

5. الاعتماد على تسمية المنتجات بشكل مقارب لما يبحث عنه عملاؤك لضمان ظهورها في صفحة متجر انستجرام المشابه لـ Marketplace على فيسبوك.



إنشاء حملات إعلانية من خلال تطبيق انستجرام

Instagram ads creation thru the app



المحاضرة الثانية

تسويق المتاجر الإلكترونية عن طريق TikTok Drive Sales Thru TikTok

سيتم تناول النقاط التالية في هذه المحاضرة:

- لماذا يعتبر TikTok من أفضل المواقع لبيع منتجاتك عليه؟
- Why TikTok is important for your store?
- أنواع المحتوى على TikTok
- خطة المحتوى لموقع TikTok
- أفضل النصائح لخطة نشر محتواك على TikTok
- إنشاء حملات إعلانية على TikTok
- TikTok content types
- TikTok content plan
- Content best practice for TikTok
- TikTok ads creation

أهداف المحاضرة

Lecture Objectives



- أهمية موقع TikTok ونوع مستخدميه

- كيفية إنشاء خطة محتوى

- كيفية تحقيق وصول عالي بمحتواك على TikTok

- أنواع المحتوى المفيد لمتجرك

- كيفية إنشاء إعلان على منصة TikTok

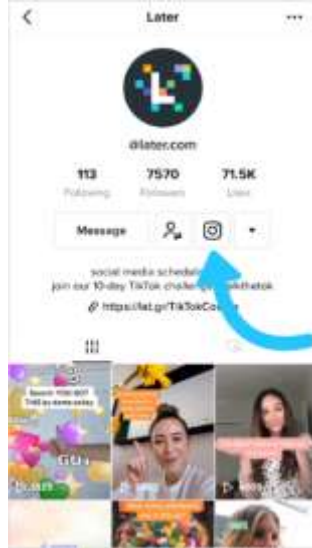
تسويق المتاجر الإلكترونية عن طريق TikTok

Drive Sales Thru TikTok

لماذا يعتبر TikTok من أفضل المواقع لبيع منتجاتك عليه؟

Why TikTok is important for your store?

متوسط أعمار مستخدمي TikTok
15-24 عام



- الوصول لشريحة جديدة من العملاء صغار السن ذوي القابلية العالية للشراء
- الإعلانات الممولة على TikTok مصممة لتحقيق نتائج قوية بميزانية صغيرة
- بعكس فيسبوك أو انستجرام
- يمكن إضافة رابط لانستجرام مباشرة على حسابك على TikTok
- يعتبر TikTok من أسرع المواقع نمواً في العالم

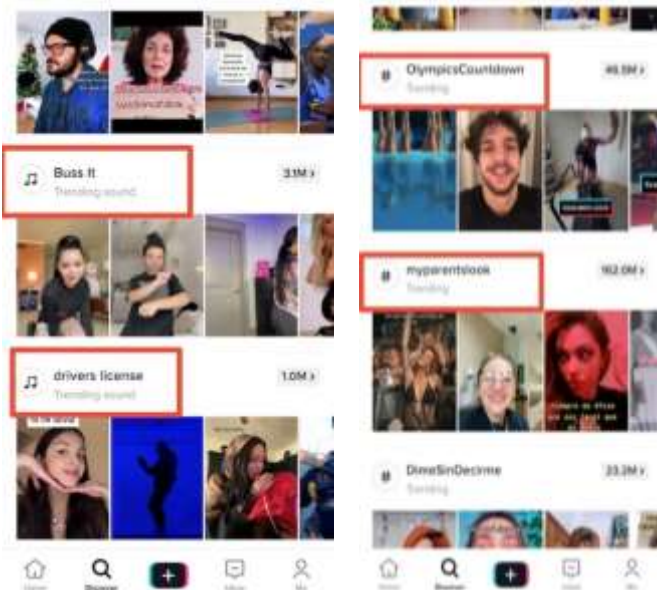
تسويق المتاجر الإلكترونية عن طريق TikTok

Drive Sales Thru TikTok

خطة المحتوى لموقع TikTok

TikTok content plan

- وصول محتوى TikTok لعملائك يعتمد على مجموع وقت مشاهدة الفيديو الخاص بك بالمقارنة بوقته. أن يشاهد عميلك 14 ثانية من فيديو طوله 20 ثانية أفضل من أن يشاهد 35 ثانية من فيديو 50 ثانية.
- بشكل عام الفيديوهات القصيرة 13-17 ثانية هي أفضل أنواع الفيديو ووصولها في الصفحة الرئيسية يكون أقوى.
- اتبع التريند: في صفحة Discover على التطبيق ستجد أشهر المقاطع الموسيقية والهاتشاتج على TikTok، إنشاء محتوى خاص بمنتجك وربطه بتلك الهاشتاجات ومقاطع الموسيقى سيساعد في انتشار محتواك بشكل أكبر.

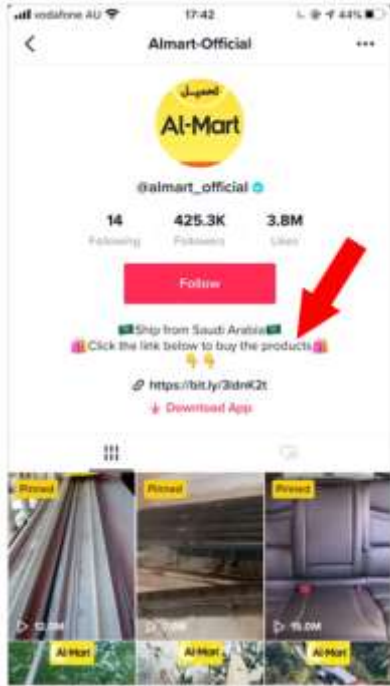


تسويق المتاجر الإلكترونية عن طريق TikTok

Drive Sales Thru TikTok

أفضل النصائح لخطة نشر محتواك على TikTok

Content best practice for TikTok



- يجب نشر فيديو جديد يومياً
- الاعتماد على نشر محتوى مربوط بـ Challenges جديدة أو مشهورة في وقت النشر
- الاعتماد على نشر محتوى مربوط بأجدد الفلاتر والأكثر استخداماً على موقعك
- أضف رابط موقعك الإلكتروني في الـ Bio مثل انستجرام؛ لأنه المكان الوحيد الذي يمكن الضغط فيه على رابط
- الاعتماد على المحتوى التعليمي الذي يشرح كيفية استخدام منتج معين
- إنشاء فيديوهات قصيرة عن منتجاتك لشرح تفاصيلها أو مميزاتها
- إظهار آراء عملائك في صورة فيديوهات مجمعة



إنشاء حملات إعلانية على TikTok

TikTok ads creation



جميع الحقوق محفوظة - إعمل بيزنس



المحاضرة الثالثة

تسويق المتاجر الإلكترونية عن طريق سناب شات Drive Sales Thru Snapchat

سيتم تناول النقاط التالية في هذه المحاضرة:

- لماذا يعتبر سناب شات أداة قوية لمتجرك الإلكتروني - خصوصاً في الخليج؟
- نصائح لخطّة النشر على سناب شات
- إنشاء حملات إعلانية على سناب شات

- Why Snapchat is considered a great tool for GCC countries?
- Snapchat content best practice
- Snapchat ads creation

أهداف المحاضرة

Lecture Objectives



- لماذا يعد مستخدمو سناب شات من أفضل أنواع العملاء للمتاجر الإلكترونية؟
- أكثر المنتجات مبيعاً على تطبيق سناب شات
- كيفية تصميم خطة نشر على سناب شات
- أفضل أنواع المحتوى على سناب شات
- طرق زيادة انتشار وتفاعل محتواك على سناب شات
- طريقة إنشاء إعلان على سناب شاب من الصفر

تسويق المتاجر الإلكترونية عن طريق سناب شات Drive Sales Thru Snapchat

لماذا يعتبر سناب شات أداة قوية لمتجرك الإلكتروني خصوصاً في الخليج؟

Why Snapchat is considered a great tool for GCC countries?



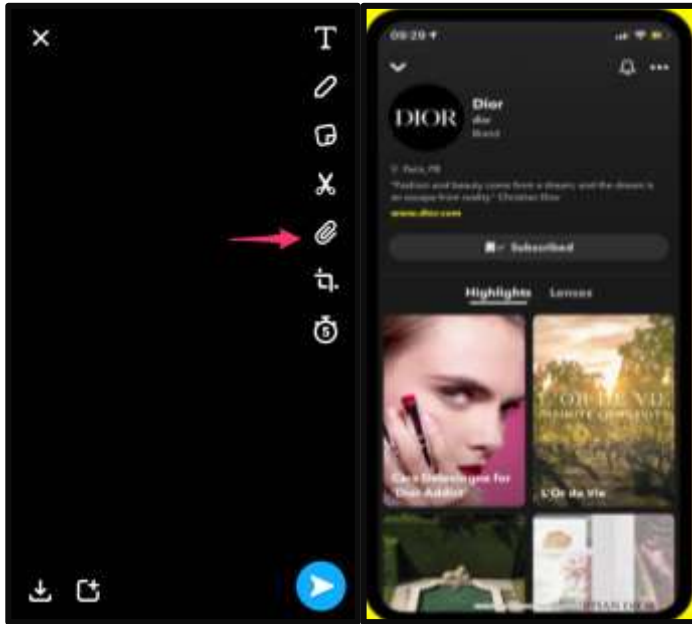
- مستخدمو سناب شات يملكون قوة شرائية عالية بالمقارنة بباقي مواقع التواصل الاجتماعي.
- مستخدمو سناب شات يفضلون الإكسسورات والمنتجات الرخيصة حيث يمكنهم القيام بأكثر من 4 عمليات شراء في الشهر.
- عمر مستخدمي التطبيق من 18-26 عام.
- جيد جداً في محتوى الألعاب والمسابقات.

تسويق المتاجر الإلكترونية عن طريق سناب شات

Drive Sales Thru Snapchat

نصائح لخطّة النشر على سناب شات

Snapchat content best practice



- على الأقل 3 سناب جديد يومياً (يفضل فيديو).
- تقسيم المحتوى إلى: 60% عن المنتجات، 20% نصائح عن مجال منتجاتك، 10% عن أقسام المنتجات.
- استخدام خاصية ال Location لزيادة نسبة وصول سناباتك لعملاء.
- إضافة رابط لموقعك على كل سناباتك.
- إنشاء على الأقل 8-10 Highlights عن طريق الستوري لتجميع فئات منتجاتك والمنتجات الأهم.

تسويق المتاجر الإلكترونية عن طريق سناب شات

Drive Sales Thru Snapchat

نصائح لخطة النشر على سناب شات

Snapchat content best practice



- استخدام الهاشتاجات المشهورة والتريند عن نشر سناب لك.
- استخدام الفلاتر الترند في إنشاء السناب لضمان ظهورها في صفحة الفلتر الرئيسية.
- يجب نشر سنابات جديدة باستمرار يومياً، وعدم التوقف حتى في العطلات.
- حاول أن تزيد من المحتوى التعليمي وتجعله مربوطاً بمنتجاتك في منشوراتك لجذب عملاء مهتمين بفئة متجرك.

إنشاء حملات إعلانية على سناب شات

Snapchat ads creation





المحاضرة الرابعة

تسويق المتاجر الإلكترونية عن طريق إعلانات جوجل Drive Sales Thru Google Ads

سيتم تناول النقاط التالية في هذه المحاضرة:

- ما هي إعلانات جوجل ومزاياها؟
- أنواع إعلانات جوجل
- تحديد ميزانية إعلانات جوجل
- كيفية استخدام Google keyword planner
- إنشاء حملة إعلانية على جوجل
- What is google ads?
- Types of google ads
- Budgeting for google ads
- Using google keyword planner for ads
- Creating a google ad

أهداف المحاضرة

Lecture Objectives



- كيفية استفادة متجرك من إعلانات جوجل
- كيفية تحديد ميزانية لإعلاناتك
- كيفية اختيار أفضل نوع إعلان متجرك
- الفرق بين إعلانات جوجل
- كيفية متابعة نتائجك وتحليلها

إنشاء حملات إعلانية على جوجل

Google ads Campaigns



Google Ads

جميع الحقوق محفوظة - إعمل بيزنس



المحاضرة الخامسة

استراتيجيات تهيئة متجرك لمحركات البحث

Search Engine Optimization Strategies for Ecommerce

سيتم تناول النقاط التالية في هذه المحاضرة:

- ما هو SEO وما هي أقسامه؟
- تحديد وتحليل كلمات البحث الرئيسية
- بناء الموقع وتقسيمه
- SEO الداخلي
- تهيئة الموقع التقنية
- إنشاء مدونة ملحقة بمتجرك

- What is SEO and its types
- Keyword Research
- Website Architecture
- On-page SEO
- Technical SEO
- Creating a blog

أهداف المحاضرة

Lecture Objectives



- كيفية الاستفادة من الـ SEO في متجرك الإلكتروني
- كيفية تحديد الكلمات الرئيسية والمفتاحية لمتجرك
- كيفية تقسيم موقعك لزيادة ظهوره في نتائج البحث
- أسرار تهيئة الصفحات الداخلية في متجرك
- معرفة لماذا يجب عليك إنشاء مدونة لمتجرك

استراتيجيات تهيئة متجر لمحركات البحث

SEO Strategies for Ecommerce

ما هو SEO وما هي أقسامه؟

What is SEO and its types?

• SEO (Search Engine Optimization) هو تعديل وتهيئة متجر

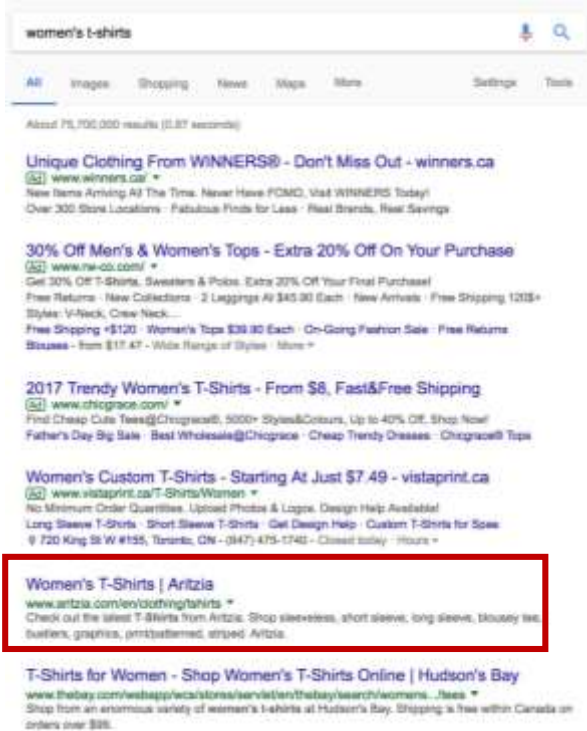
أو موقعك ليتصدر النتائج الأولى في صفحات البحث على جوجل ويينج.

• 44% من العملاء يبدأون رحلتهم لشراء منتج معين عبر البحث على جوجل،

وتصل نسبة طلبات الشراء عن طريق العملاء الذين وجدوا المنتجات

التي يبحثون عنها في نتائج البحث إلى 25% من إجمالي عمليات الشراء

على المتاجر الإلكترونية.



استراتيجيات تهيئة متجر لمحرك البحث

SEO Strategies for Ecommerce

ما هو SEO وما هي أقسامه؟

What is SEO and its types?

لعمل استراتيجية SEO قوية لمتجر إلكتروني يجب عليك أن تعمل على خمسة أقسام:

1. تحديد كلمات البحث الرئيسية
2. بناء الموقع وتقسيمه
3. SEO الداخلي
4. تهيئة الموقع التقنية
5. إنشاء مدونة

استراتيجيات تهيئة متجرك لمحركات البحث

SEO Strategies for Ecommerce



1. تحديد وتحليل كلمات البحث الرئيسية Keyword Research

- ال Keyword research هي أساس ال SEO، الكلمات التي يبحث بها عملاؤك هي التي تتحكم في شكل متجرك، وطريقة كتابة محتواك، وحتى روابط صفحات موقعك.
- هذه المهمة يجب أن تكون نتيجتها قائمة بكل الكلمات المرتبطة بفئة متجرك والكلمات التي تحتوي عليها أسماء منتجاتك.

استراتيجيات تهيئة متجر لمحركات البحث

SEO Strategies for Ecommerce



1. تحديد وتحليل كلمات البحث الرئيسية Keyword Research

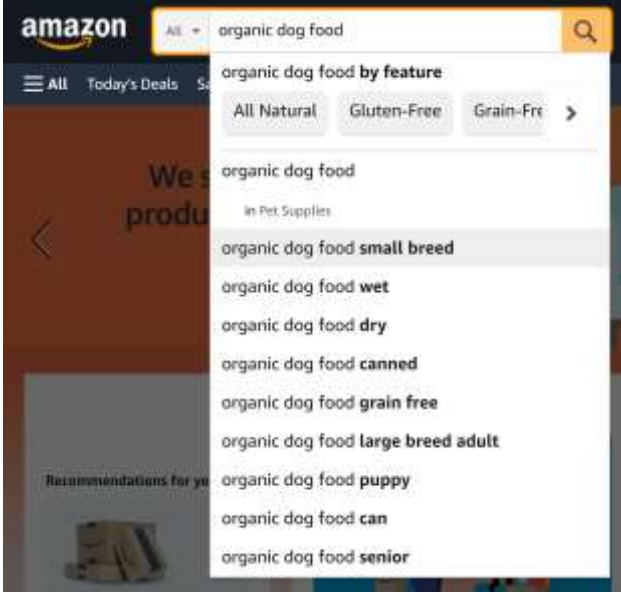
- تحديد الكلمات الرئيسية في ال ecommerce يختلف عن طرق ال SEO العادية حيث يركز في الأصل على كلمات لها علاقة بالمنتج نفسه مثل " قميص سادة قطن" أو "شاشة كمبيوتر 32 بوصة".
- يجب أن تعتمد في تحديد الكلمات على الجمل الطويلة وليست كلمات قصيرة بمعنى "حذاء جلد طبيعي مقاس 43" وليس "حذاء" فقط.

استراتيجيات تهيئة متجر لمحركات البحث

SEO Strategies for Ecommerce

1- تحديد وتحليل كلمات البحث الرئيسية Keyword Research

- عليك بإنشاء قائمة بأهم الكلمات والجمل لكل قسم من أقسام منتجاتك بغرض استهدافها في عناوينك والوصف الخاص بك.
- ابدأ بالكلمات والجمل الرئيسية (4 جمل لكل قسم) وأضف عليهم كل الجمل الشبيهة ذات أكبر رقم في عدد عمليات البحث الشهرية التي ستظهر عن البحث بتلك الكلمات في الأدوات التالية:



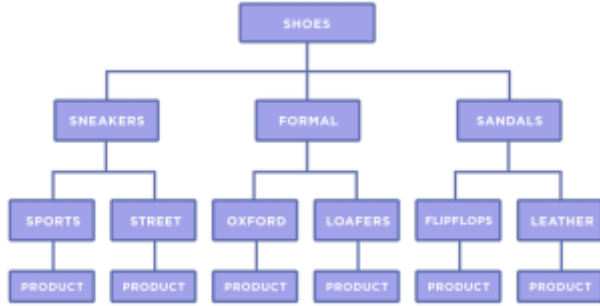
- keywordtool.io
- Search Google
- Noon.com
- Amaozn

استراتيجيات تهيئة متجر لمحرك البحث

SEO Strategies for Ecommerce

2. بناء الموقع وتقسيمه Website Architecture

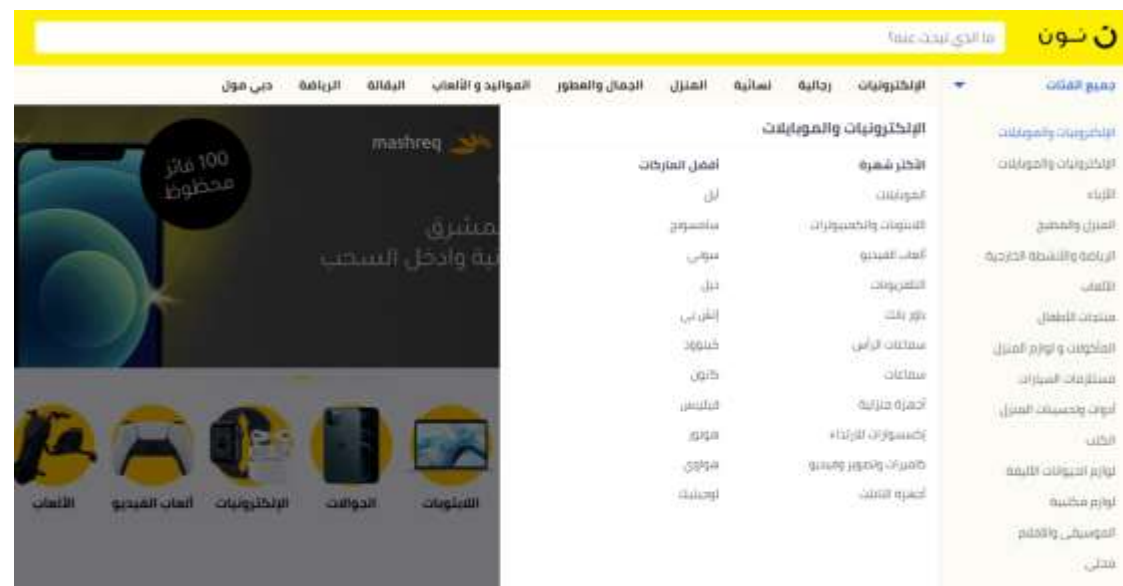
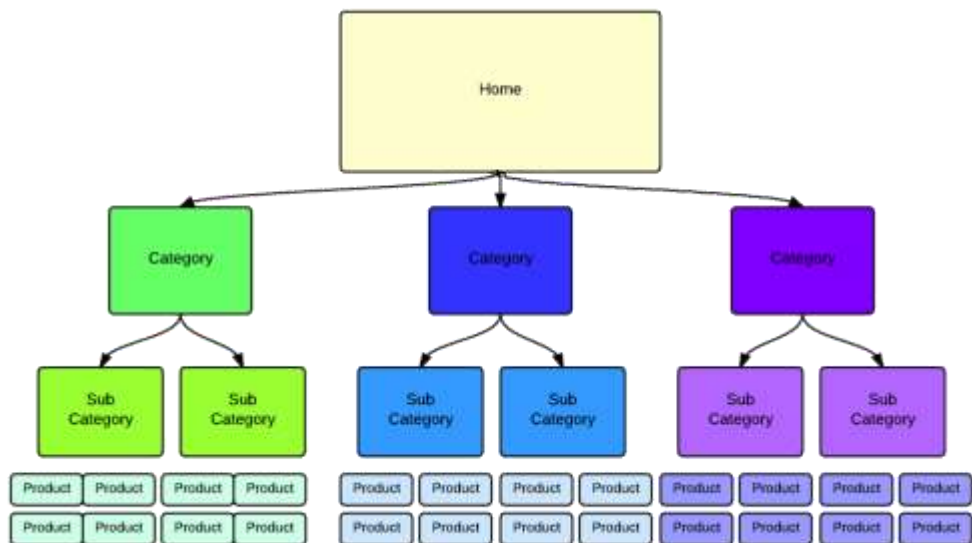
- تحديد عدد الصفحات في موقعك وتقسيمها يساعد على ظهورك في نتائج البحث الأولى كلما كان موقعك سهلاً وبسيطاً في تصفحه وعملاؤك لا يواجهون صعوبة في إيجاد صفحات الأقسام أو المنتجات؛ ستزيد فرصك في ظهور موقعك في نتائج البحث.
- يجب أن يكون عدد النقرات المطلوبة للوصول لصفحة المنتج 4 نقرات أو أقل.
- قسّم متجرك إلى أقسام مختلفة مبنية لمختلف الأهداف، مثال للأقسام لمتجر أحذية: (حذاء رياضي - حذاء سهرة - حذاء جلد - حذاء رجالي - حذاء حريمي - حذاء شامواه - حذاء صيفي - حذاء مناسبات).



استراتيجيات تهيئة متجرك لمحركات البحث

SEO Strategies for Ecommerce

2. بناء الموقع وتقسيمه Website Architecture



استراتيجيات تهيئة متجر لمحرك البحث

SEO Strategies for Ecommerce

3. SEO الداخلي On-Page SEO

- في تلك المرحلة نقوم بتهيئة محتوى الموقع وصفحات المنتجات لضمان ظهور أكبر في نتائج البحث.
- يجب أن يحتوي عنوان الصفحة Page Tag على اسم المنتج المكتوب بناءً على بحث الكلمات المفتاحية.
- في جزء ال Description يجب أن تكون الكلمة المستهدفة موجودة في المحتوى المكتوب.
- يجب أن تكون الكلمة المستهدفة في أول 100 كلمة في جزء وصف المنتج Product Description.
- اهتم بإضافة اسم ملف الصورة مشابه لاسم المنتج، مثال: Iphone 6s used.png.
- قم بتسمية الصورة Image alt tag بعد رفعها على الموقع.
- لا تنسَ إضافة Meta Titles و Meta Descriptions.



استراتيجيات تهيئة متجر لمحرك البحث

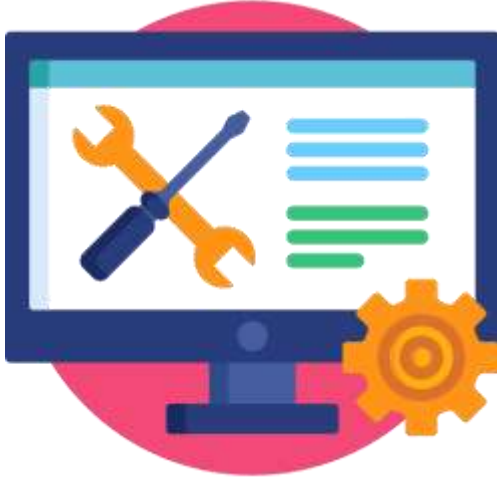
SEO Strategies for Ecommerce

4. تهيئة الموقع التقنية Technical SEO

بعض النقاط التي يجب الاهتمام بها في تلك المرحلة:

- سرعة الموقع بالمقارنة بمواقع المنافسين.
- جاهزية الموقع للهواتف المحمولة.
- المحتوى المتكرر.
- الروابط المعطلة.
- صفحات بدون عناوين أو وصف.
- عدد كلمات أقل من 800 في صفحات المنتج.
- أدوات تساعدك على اختبار موقعك:

SEOPTIMER - GOOGLE SEARCH CONSLE - AHREFS - SEO SITE CHECKUP - SITECHECKER.PRO



استراتيجيات تهيئة متجر لمحركات البحث

SEO Strategies for Ecommerce

5. إنشاء مدونة ملحقة بمتجر Creating a Blog

- من أسهل الطرق التي يلجأ إليها المسوقون هي عدم الاهتمام بتهيئة المتجر نفسه، بالمقابل ينشئون مدونة ملحقة بالمتجر، وتكون هي طريقة ظهور الموقع في نتائج البحث وبالتالي زوار المدونة سيقومون بالشراء مباشرة من المتجر.
- يجب أن يكون محتوى المقالات لها علاقة مباشرة بنوع المنتجات المباعة على الموقع.
 - نوع المحتوى يتنوع بين النصائح وطرق استخدام المنتجات.
 - ابحث بنفسك عن معلومة في مجال متجرك لجمع أفكار محتوى مدونتك.
 - يجب أن يتم اتباع طرق تهيئة المحتوى، سواء كلمات مفتاحية أو SEO الداخلي لضمان نجاح المدونة وظهورها في نتائج البحث الأولى.





المحاضرة السادسة

استراتيجيات متقدمة لزيادة مبيعاتك

Advanced Ecommerce Marketing Strategies

سيتم تناول النقاط التالية في هذه المحاضرة:

- طريقة الرد على العملاء لزيادة المبيعات
- استراتيجيات ال Cross Selling و ال Up-Selling
- الاعتماد على عمليات إعادة الشراء من قبل العملاء القدامى
- زيادة المبيعات بإعادة استهداف عمليات الطلب غير المكتملة أو العمليات التي فشل تسليمها
- زيادة قيمة مبيعاتك عن طريق زيادة متوسط قيمة الطلب
- زيادة قيمة مبيعاتك عن طريق الخوف من انتهاء المخزون والندرة
- التعاون مع المؤثرين لزيادة مبيعاتك
- استخدام الإيميل في متابعة وزيادة طلباتك
- استخدام إشعارات الدفع
- Ecommerce Moderation
- Upselling and cross selling strategies
- Drive sales by customers retention
- Increase sales thru revisiting abandoned carts
- Average Order Value - AOV
- Using Urgency and Scarcity to drive sales
- Working with influencers
- Ecommerce Email Marketing
- Using Push Notification

أهداف المحاضرة

Lecture Objectives



- طريق خدمة العملاء قبل وأثناء وبعد عملية الشراء، وكيفية استغلالها لزيادة مبيعاتك
- استراتيجية البيع البديل لزيادة أرباحك
- طرق البيع عن طريق ال Cross Selling
- أمثلة لأساليب ال Up-Selling في المتاجر الإلكترونية
- كيفية الاستفادة من العملاء القدامى
- طرق إعادة استهداف العملاء
- التعرف على متوسط قيمة الطلب وكيفية زيادته
- زيادة مبيعاتك عن طريق العروض المؤقتة
- كيفية التعاون مع المؤثرين
- استخدام التسويق عن طريق الإيميل لزيادة طلباتك
- استخدام ال Push Notifications

استراتيجيات متقدمة لزيادة مبيعاتك

Advanced Ecommerce Marketing Strategies

Ecommerce Moderation طريقة الرد على العملاء لزيادة المبيعات

- الرد على جميع التعليقات والرسائل حتى لو كان التعليق مجرد (mention لصديق).
- الرد باللغة المكتوب بها التعليق: في حالة الإنجليزية نرد بالإنجليزية، وفي حالة العربية نرد بالعربية.
- نذكر اسم العميل في ردنا عليها حتى نبني علاقة معه (مثال: أهلاً بك يا أستاذ عمر.. سعر القميص 30 ريال).
- يجب أن يكون ردنا شاملاً لكل الأسئلة التي من الممكن أن تسأل في المستقبل، مثال:
- ما السعر؟

= أهلاً بك يا أستاذ ناصر

هذا الهاتف مزود بشاشة 5.5 بوصة، ويمكن إضافة شريحتين، بضمان عامين
متوفر بسعر 1000 درهم ولفترة محدودة، في حالة طلب هاتفين سيكون السعر 1800 درهم
بدلاً من 2000 درهم.



استراتيجيات متقدمة لزيادة مبيعاتك

Advanced Ecommerce Marketing Strategies

Ecommerce Moderation

طريقة الرد على العملاء لزيادة المبيعات

- السرعة في الرد: متوسط وقت الرد على الرسالة 15-30 دقيقة، ومتوسط الرد على التعليق 5-10 دقائق.
- يجب أن تكون الردود إيجابية في جميع الحالات، والبعد عن استخدام الكلمات والجمل السلبية.

مثال خاطئ:

لا للأسف لا يوجد مقاس حضرتك.

مثال صحيح:

في هذه اللحظة كل المقاسات الموجودة أقل من المقاس المطلوب بدرجة

ننصح حضرتك بأن تجرب الحذاء الأسود، حيث يتوفر منه مقاسات لحضرتك وبسعر أقل.

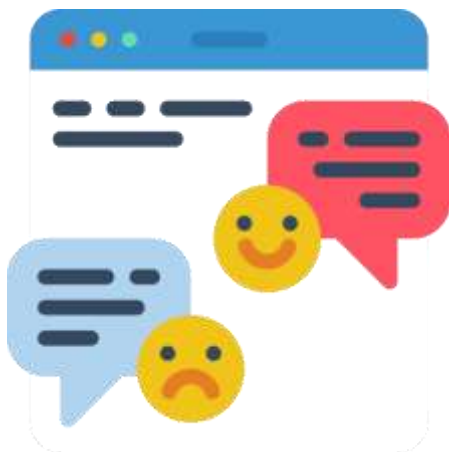


استراتيجيات متقدمة لزيادة مبيعاتك

Advanced Ecommerce Marketing Strategies

طريقة الرد على العملاء لزيادة المبيعات Ecommerce Moderation

- في حالة عدم رد عميلك عليك بعد معرفة السعر؛ يجب عليك أن تحاول معه ثلاث مرات عن طريق إرسال رسائل أخرى لزيادة التفاعل معه وإقناعه بالمنتج، مثال:
(تحب حضرتك تعرف تفاصيل أكثر عن المنتج؟ - ممكن العنوان لتجهيز الطلب ل حضرتك
- يوجد عرض لمدة 24 ساعة في حالة تأكيد طلبك ه يتم خصم 5% من قيمته
- شحن مجاني لو حضرتك طلبت قطعتين مختلفتين من متجرنا).



استراتيجيات متقدمة لزيادة مبيعاتك

Advanced Ecommerce Marketing Strategies

طريقة الرد على العملاء لزيادة المبيعات Ecommerce Moderation

- في حالة وجود مشكلة أو طلب استرجاع يجب حل المشكلة في أسرع وقت لأنك في الأغلب سوف تحل المشكلة، فالأفضل أن تحلها سريعاً لجعل عميلك يثق بك مرة أخرى ويقوم بعملية شراء جديدة في المستقبل.
- قم بعمل استبيانات مع عملائك بعد حل مشاكلهم لمعرفة مدى رضاهم عن حلولك.
- قم بتجميع آراء العملاء سواء سلبية أو إيجابية لاستخدامها مرة أخرى في مرحلة التسويق.
- عند قيام عميلك بإرسال رسالة أو ترك تعليق؛ فهو يريد أن يتفاعل مع أشخاص وليس روبوت إجاباته متشابهة وباردة، يفضل أن تضيف العامل البشري في طريقة إجاباتك لضمان بناء علاقة قوية مع عميلك.



استراتيجيات متقدمة لزيادة مبيعاتك

Advanced Ecommerce Marketing Strategies

استراتيجيات ال Cross Selling و ال Up-Selling

ما هو ال Cross Selling أو البيع المتقاطع؟

- هي أحد أشهر وأسهل أساليب زيادة المبيعات في المتاجر الإلكترونية حيث تشجع

عميلك على شراء منتج آخر ذي صلة بالمنتج الرئيسي الذي اشتراه عميلك.

مثال: إقناعه بشراء باور بانك عند قيامه بشراء هاتف محمول.

- تلك الاستراتيجية تزيد من عدد المنتجات في السلة وتساعدك في بيع المنتجات

رخيصة الثمن.



Cross Selling

استراتيجيات متقدمة لزيادة مبيعاتك

Advanced Ecommerce Marketing Strategies

استراتيجيات ال Cross Selling و ال Up-Selling

ما هو ال Upselling أو البيع البديل؟



Up-Selling

- تلك الاستراتيجية تبدأ بعد اقتناع عميلك بمنتجك اقتناعاً تاماً، ثم تبدأ في إقناعه بمنتج مشابه له لكن بمميزات أكثر وبسعر أعلى.
مثال: إقناع العميل بشراء تلفزيون 50 بوصة ذكي بدلاً من تلفزيون 50 بوصة عادي مستغلاً أن التلفزيونات الذكية ستتيح له استخدام الإنترنت مباشرة على التلفزيون.
- تلك الاستراتيجية هدفها زيادة قيمة السلة في طلب الشراء ومضاعفة عائد استثمارك.

استراتيجيات متقدمة لزيادة مبيعاتك

Advanced Ecommerce Marketing Strategies

أمثلة لأساليب ال Cross Selling في المتاجر الإلكترونية

- إضافة منتجات تحت قسم Related Items أو منتجات متعلقة في صفحة المنتج.
- عمل باندل أو مجموعة من المنتجات المتعلقة بالمنتج الرئيسي بسعر مخفض.



Frequently bought together



† These items are shipped from and sold by different sellers. Show details

- ✓ **This item:** Canon Full Frame Mirrorless Camera (EOS R) Vlogging Camera (Body) with 50.5 MP Full-Frame CMOS... \$1,799.00
- ✓ Canon Mount Adapter EF - EOS R, Compatible with EOS R and EOS RP \$199.99
- ✓ Canon RF 35mm f/1.8 IS Macro STM Lens, Black - 2973C002 \$449.00

- ربط الشحن المجاني بشراء أكثر من قطعة من متجرك.

- الحصول على خصم إضافي في حالة شراء منتج آخر.

- إضافة منتجات في قسم

"العملاء الذين قاموا بشراء هذا المنتج قاموا بشراء تلك المنتجات أيضاً".

- استخدام ال Dynamic Ads في عملية ال Cross Selling.

استراتيجيات متقدمة لزيادة مبيعاتك

Advanced Ecommerce Marketing Strategies

أمثلة لأساليب الـ Up-Selling في المتاجر الإلكترونية

- أضف مقارنة بين المنتجات لإقناع العميل بأن هناك منتجات أفضل وعروض أفضل.
- بفضل إضافة المنتجات التي تريد تبديلها في مرحلة الـ Up Selling
- في مرحلة إتمام الطلب أو الـ Checkout لضمان اقتناع العميل بالمنتج الأول.
- اعتمد في اختيارك للمنتجات التي تريد تبديلها أنها تكون بالفعل منتجات جيدة كقيمة مقابل مال، وليست أغلى فقط.
- لإقناع عميلك بالمنتج الجديد؛ من الممكن أن تغريه بتخفيض بسيط

في سعره مقابل أن يزيد من ميزانيته ويقوم بشراء المنتج الجديد، أو إرفاق هدية رمزية معه لعدم إحساسه بأنه دفع مبلغاً كبيراً لمنتج كان من الممكن أن يدفع أقل عليه.



استراتيجيات متقدمة لزيادة مبيعاتك

Advanced Ecommerce Marketing Strategies

الاعتماد على عمليات إعادة الشراء من قبل العملاء القدامى

Drive sales by customers retention



- يمكن المتابعة معهم عن طريق الإيميل أو رسائل الواتساب وإرسال منتجات شبيهة أو لها علاقة بالمنتجات التي تم شراؤها من قبل.
- تصنيف عملائك كشرائح لكل فئة، والاعتماد على المتابعة معهم من خلال الرسائل أو التليفون لإعلامهم بآخر عروض فئة المنتجات التي تم الشراء منها من قبل.

استراتيجيات متقدمة لزيادة مبيعاتك

Advanced Ecommerce Marketing Strategies

الاعتماد على عمليات إعادة الشراء من قبل العملاء القدامى

Drive sales by customers retention

- عمل مكالمات شخصية لمعرفة تقييم العميل لمنتج قد تم شراؤه من قبل، وعرض منتج مكمل عليه من باب النصيحة، وأن هذا العرض ساري لساعات محدودة. مثال: "مسرورين للغاية أن القميص مناسب على حضرتك، بالمناسبة هناك عرض على حزام جلد طبيعي باللون البني سيكون مناسباً جداً على هذا القميص".
- إرفاق كود خصم لعملية الشراء التالية من قبل العميل مع استلام طلبه الأول.
- استخدام استراتيجيات ال Remarketing لإعادة استهداف عملائك مرة أخرى من خلال الإعلانات الممولة.



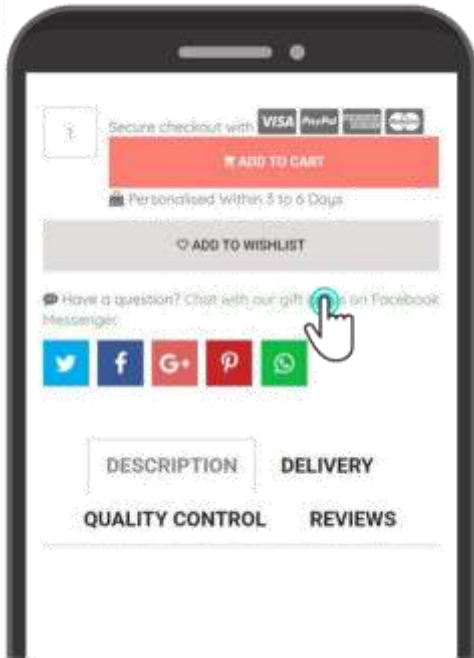
استراتيجيات متقدمة لزيادة مبيعاتك

Advanced Ecommerce Marketing Strategies

زيادة المبيعات بإعادة استهداف عمليات الطلب غير المكتملة أو العمليات التي فشل تسليمها

Increase sales thru revisiting abandoned carts

عمليات الطلب غير المكتملة أو Cart Abandonment تحدث عندما يضيف عميل منتج معين في السلة ولا يكمل باقي خطوات عملية الشراء، مثل إضافة تفاصيله الشخصية أو أن يقوم بإضافة تفاصيله الشخصية، ولا يضيف طريقة دفع ويغلق الموقع.



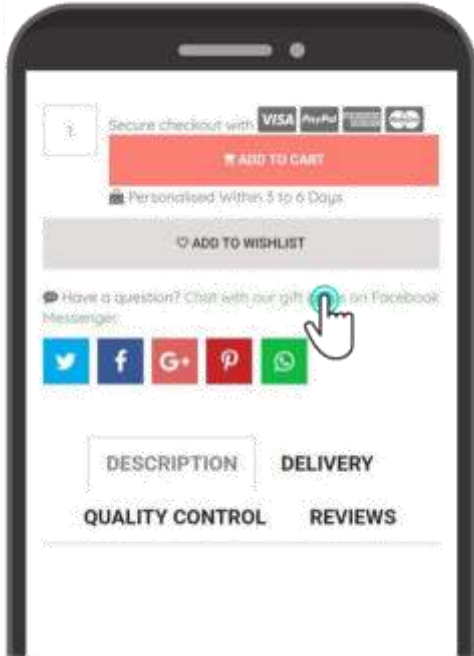
استراتيجيات متقدمة لزيادة مبيعاتك

Advanced Ecommerce Marketing Strategies

زيادة المبيعات بإعادة استهداف عمليات الطلب غير المكتملة أو العمليات التي فشل تسليمها

Increase sales thru revisiting abandoned carts

- إعادة استهداف العملاء باستخدام الإعلانات الممولة، مع إعلان أن تلك المنتجات التي تركوها قاربت على النفاد.
- التواصل معهم تليفونياً لإعادة تأكيد الطلب واستكمال البيانات.
- إضافة شات تفاعلي في صفحات إتمام الطلب لمساعدة العملاء في عملية الشراء.
- إضافة Popup في حالة زيارة العميل للموقع لتشجيعه على إتمام طلبه والحصول على خصم معين أو توصيل مجاني.



استراتيجيات متقدمة لزيادة مبيعاتك

Advanced Ecommerce Marketing Strategies

زيادة قيمة مبيعاتك عن طريق زيادة متوسط قيمة الطلب لعملائك

Average Order Value - AOV

- بدلاً من محاولة إيجاد عملاء آخرين لزيادة مبيعاتك، من الممكن أن تستغل العملاء الحاليين وتعمل على زيادة قيمة السلة عند إتمام الطلب، كيفية حسابه تكون بقسم مجموع العائد من مبيعاتك على عدد الطلبات = متوسط قيمة الطلب.
- إذا كان عائد مبيعاتك الشهر السابق 5000 دولار وعدد الطلبات 200 طلب هذا يعني أن متوسط قيمة الطلب هي: $5000/200 = 250$ دولار.



استراتيجيات متقدمة لزيادة مبيعاتك

Advanced Ecommerce Marketing Strategies

زيادة قيمة مبيعاتك عن طريق زيادة متوسط قيمة الطلب لعملائك

Average Order Value - AOV

أشهر طرق لزيادة قيمة الطلب:

- ربط الشحن المجاني بقيمة معينة، مثل توصيل مجاني للطلبات أكثر من 300 ريال.
- ترشيح منتجات مكملية رخيصة الثمن للمنتج الأساسي في مرحلة إتمام الطلب.
- استخدام نظام ولاء للعملاء حيث يحصلون على نقاط مقابل كل مبلغ ينفقوه كلما زاد المبلغ زادت النقاط.



استراتيجيات متقدمة لزيادة مبيعاتك

Advanced Ecommerce Marketing Strategies

زيادة قيمة مبيعاتك عن طريق الخوف من انتهاء المخزون والندرة

Using Urgency and Scarcity to drive sales

• العملاء يخشون فوات الفرص! لا يريدون أن يفوتهم ذلك الخصم الحصري

أو تلك القطعة الأخيرة بنصف ثمنها!

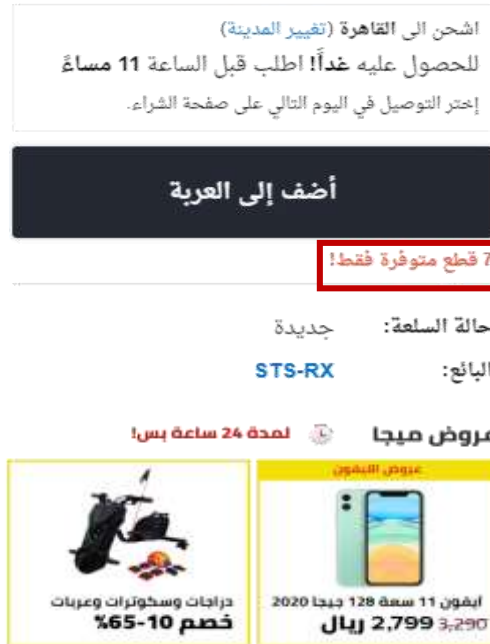
• إذا ضمن العملاء أن هناك مخزون كبير من منتجك؛ سوف يأجلون قرار الشراء ويعيدون

التفكير فيه، وبنسبة كبيرة سينسون أنهم يريدون هذا المنتج. إذا رأى عملاؤك أن العرض

"الحصري" مستمر حتى آخر الأسبوع سوف يأجلون موعد الشراء حتى آخر الأسبوع؛

لذا يجب عليك أن تقنعهم أن هذا المنتج المثالي متوفر بكمية محدودة، أو هذا السعر

لعدة ساعات فقط ثم سيزيد السعر للضعف.



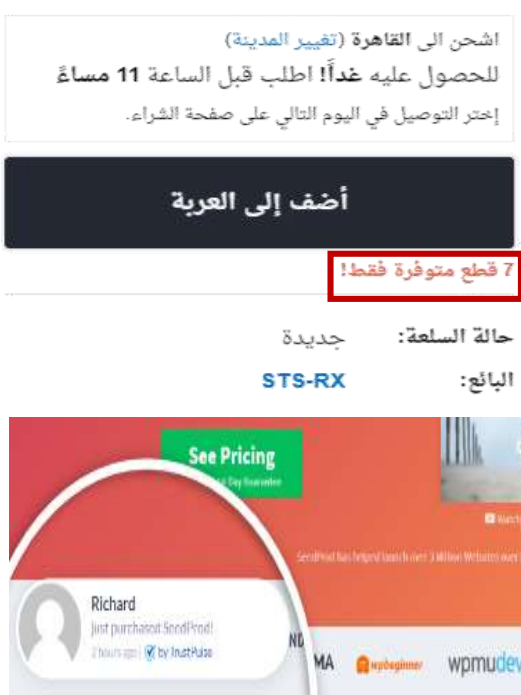
استراتيجيات متقدمة لزيادة مبيعاتك

Advanced Ecommerce Marketing Strategies

زيادة قيمة مبيعاتك عن طريق الخوف من انتهاء المخزون والندرة

Using Urgency and Scarcity to drive sales

- قلل من الكمية المتوفرة لمنتجاتك لتكون أقل من 8 قطع لحث عملائك على الشراء.
- استخدم التنبيهات في شكل Popups تخبر عميلك بأن "محمد قد قام بشراء هذا المنتج الآن" أو "أسماء أضافت هذا المنتج للسلة".
- أضف عداد ساعات ودقائق في صفح المنتج لجعل عميلك يتخذ القرار بشكل أسرع.



استراتيجيات متقدمة لزيادة مبيعاتك

Advanced Ecommerce Marketing Strategies

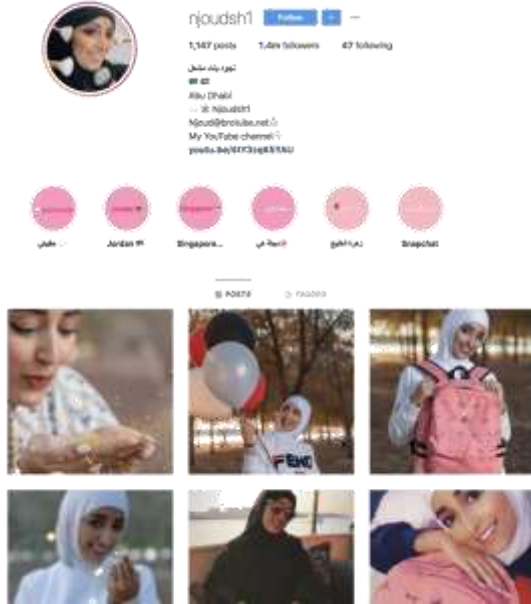
التعاون مع المؤثرين لزيادة مبيعاتك Working with influencers

ال Influencers أو مؤثرو السوشيال ميديا أصبحوا من أفضل الطرق التي تساعدك

على زيادة مبيعاتك وانتشارك لدى الفئة المستهدفة، هناك عدة استراتيجيات

للعمل مع المؤثرين، أهمها:

- أن تتعاون مع مختلف أنواع المؤثرين لاختبار الأفضل في النتائج بالمبلغ المدفوع، فهناك مؤثرين بعدد متابعين ضخم لكن متابعيهم لا يقومون بعمليات شراء من متجرك لأن هذا المؤثر دائم الإعلانات للمتاجر الأخرى، بعكس المؤثرين الصغار الذين يقومون بعدد إعلانات أقل؛ فتكون فرصك في الظهور أكبر.



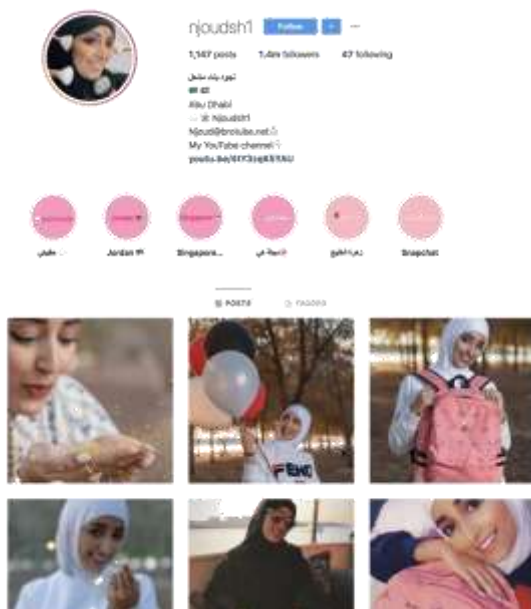
استراتيجيات متقدمة لزيادة مبيعاتك

Advanced Ecommerce Marketing Strategies

التعاون مع المؤثرين لزيادة مبيعاتك Working with influencers

ال Influencers أو مؤثرو السوشيال ميديا أصبحوا من أفضل الطرق التي تساعدك على زيادة مبيعاتك وانتشارك لدى الفئة المستهدفة، هناك عدة استراتيجيات للعمل مع المؤثرين، أهمها:

- اعتمد على المؤثرين الذين يقبلون بالحصول على المنتج فقط بدون الحصول على مبالغ إضافية، خصوصاً للمراحل الأولى في المتاجر الإلكترونية.
- لا تعتمد على مؤثر واحد في حملاتك، بل نوع بمؤثرين جدد كل شهر ومن مختلف المنصات (تيكتوك - انستجرام - سناب شات - يوتيوب - فيسبوك).





استراتيجيات متقدمة لزيادة مبيعاتك

Advanced Ecommerce Marketing Strategies

Ecommerce Email Marketing

استخدام الإيميل في متابعة وزيادة طلباتك

يعتبر التسويق من خلال الإيميل من أرخص الطرق لزيادة مبيعاتك، خصوصاً بعد أزمة كورونا العالمية.

هو متوسط فتح الإيميلات في منطقة الخليج ومصر

20%

من مستخدمي الإنترنت في الخليج ومصر قد قاموا بعملية شراء عن طريق إيميل تسويقي

10%



استراتيجيات متقدمة لزيادة مبيعاتك

Advanced Ecommerce Marketing Strategies

Ecommerce Email Marketing

استخدام الإيميل في متابعة وزيادة طلباتك

يعتبر التسويق من خلال الإيميل من أرخص الطرق لزيادة مبيعاتك، خصوصاً بعد أزمة كورونا العالمية.

أفضل أوقات إرسال الإيميلات:

- يوم الأحد الساعة من الساعة 8 - 10 صباحاً
- بعد الساعة 11 مساءً في دول الخليج فقط
- بعد الإجازات مباشرة من الساعة 7-9 صباحاً



استراتيجيات متقدمة لزيادة مبيعاتك

Advanced Ecommerce Marketing Strategies

Ecommerce Email Marketing

استخدام الإيميل في متابعة وزيادة طلباتك

يعتبر التسويق من خلال الإيميل من أرخص الطرق لزيادة مبيعاتك، خصوصاً بعد أزمة كورونا العالمية.

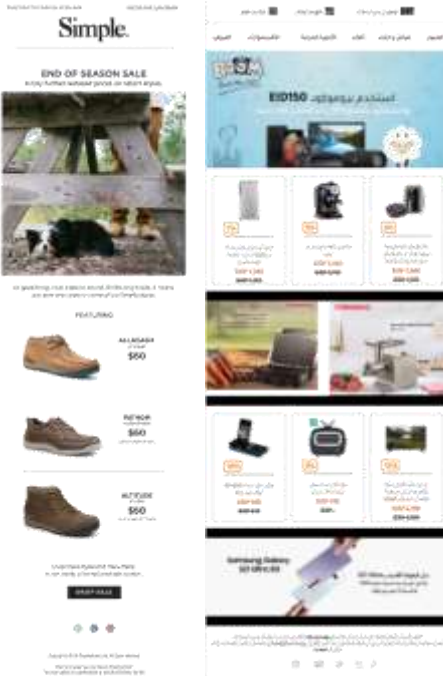
أفضل أدوات التسويق عن طريق الإيميل:

- Mailchimp
- Sendinblue
- Sender

استراتيجيات متقدمة لزيادة مبيعاتك

Advanced Ecommerce Marketing Strategies

- استخدام الإيميل في متابعة وزيادة طلباتك Ecommerce Email Marketing
- لا تستخدم كلمات مثل "عرض" - "خصم" لتفادي وصول إيميلك لملف ال Spam في بريد عملائك.
- استخدم الإيميل لتنبيه العميل بآخر تحديثات طلب شرائه (تم التأكيد - تم الشحن - سيتم توصيله اليوم).
- تفادي إرسال الكثير من الحملات في فترة زمنية قليلة، يفضل أن تكون أسبوعية.



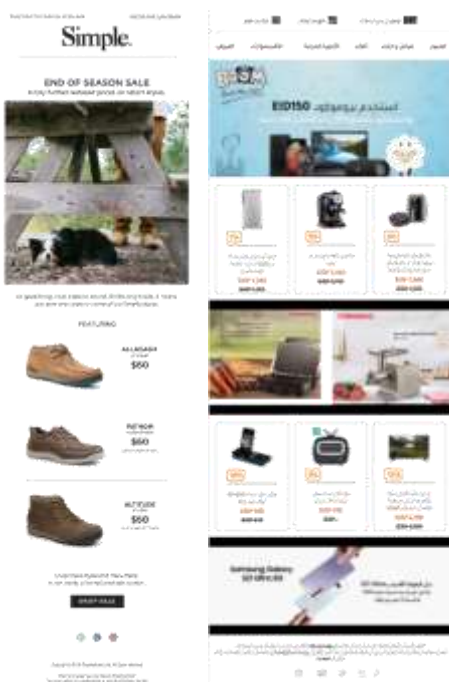
استراتيجيات متقدمة لزيادة مبيعاتك

Advanced Ecommerce Marketing Strategies

Ecommerce Email Marketing استخدام الإيميل في متابعة وزيادة طلباتك

- قائمة إيميلات عملائك هي قائمة للعملاء الفعليين الذين قاموا بالشراء من خلالك، احرص على إعلامهم بآخر عروضك وخصوماتك الأسبوعية لبناء الثقة وزيادة نسبة إعادة الشراء.

- لا تضيف أكثر من 3 روابط في الإيميل لتفادي وصوله لملف ال Spam.
- قسم عملائك لشرائح، واستهدف كل شريحة بنوعية إيميلات مختلفة في طريقة المحتوى لاختبار أفضل الإيميلات ذات نسبة الفتح العالية Open Rate.

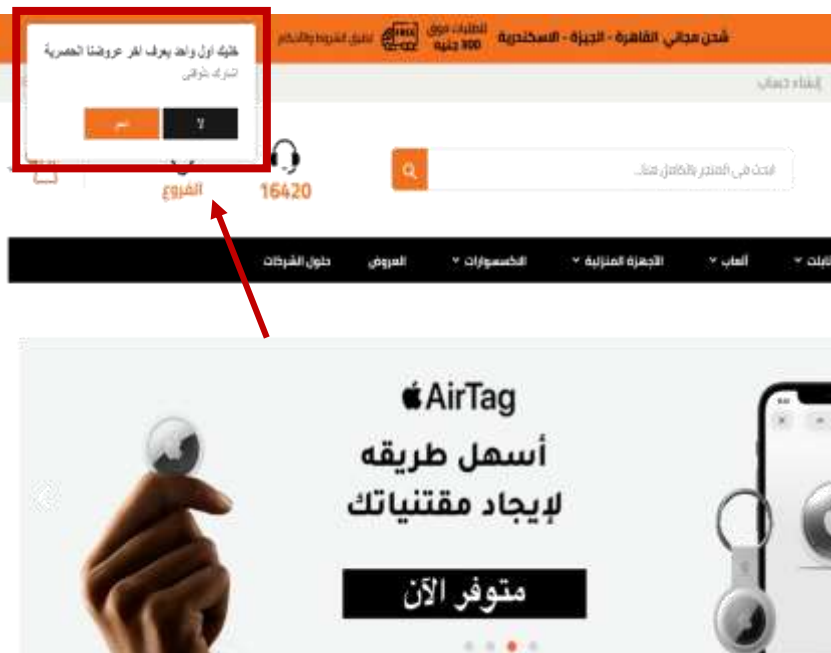


استراتيجيات متقدمة لزيادة مبيعاتك

Advanced Ecommerce Marketing Strategies

استخدام إشعارات الدفع Push Notification

إشعارات الدفع هي إحدى طرق التسويق المنسية، هي عبارة عن إشعارات تصل إلى جهازك أو هاتفك، سواء كانت رسالة يدوياً أم مبرمجة مسبقاً. لتصل تلك الإشعارات لعملائك يجب عليهم الموافقة على تلقيها، وبمجرد موافقتهم سيتم تخزين أجهزتهم وسيصل لهم جميع إشعاراتك حتى لو لم يكونوا يستخدمون موقعك في الوقت الحالي، وهذا هو سرها!



استراتيجيات متقدمة لزيادة مبيعاتك

Advanced Ecommerce Marketing Strategies

استخدام إشعارات الدفع Push Notification

أفضل أدوات الـ Push Notifications التي تدعم العربية

- Push Alert
- Push Engage
- One Signal
- Notificare



شكل الإشعار
عندما يصل لعميلك

استراتيجيات متقدمة لزيادة مبيعاتك

Advanced Ecommerce Marketing Strategies

كيف تستخدم ال Push Notifications ؟

- تنبيه عميلك في حالة عدم إتمام طلبه أو ترك السلة بدون إضافة تفاصيل العنوان.. إلخ.
- تنبيه العميل بالعروض الحصرية المستمرة لفترة قصيرة.
- تنبيه العميل بأن المنتج المنتهي مخزونه قد عاد مرة أخرى ويمكن شراؤه الآن.
- يجب إضافة صورة لوجو البراند وتصميم للمنتج أو العرض في ال Push Notification وعدم الاعتماد على الكتابة فقط.
- استخدم عناوين تشد الانتباه، ويفضل إضافة إيموجي اسم مثل: استمتع بالإجازة مع جهاز PS5 الجديد 😊.
- يفضل عدم إزعاج العميل بالإشعارات لتفادي إلغاء الاشتراك في تنبيهاتك الحد المسموح به 2 إشعار في الأسبوع.



قائمة أساسيات التسويق للمتاجر الإلكترونية

Ecommerce Marketing Checklist

مرحلة ما قبل إنشاء متجر

1	المنتجات الجيدة هي أساس نجاح متجر.. اختر منتجات مطلوبة ويمكن بيعها لفئة كبيرة من الناس
2	حدد القنوات التي ستسوق من خلالها.. ابدأ بقناة واحدة واحترفها، ثم توسع في باقي القنوات
3	خطط جيدة للمحتوى وأفكار المنشورات.. قلد المنافسين في البداية، ثم ابدأ بالإضافة
4	لن تباع من أول يوم.. توقع أن قيمة كبيرة من الميزانية سوف تخسرها، خصوصاً في المرحلة الأولى
5	لا تشتري المنتجات.. ابدأ بالعمل بنظام الدروبشيبينج، ثم ابدأ بشراء البضاعة

مرحلة ما بعد إنشاء متجر

1	راقب الأرقام جيداً وافهمها، وبناءً عليها اتخذ قراراتك
2	حدد عميلك المثالي بناءً على نوعية العملاء الذين قاموا بطلبات شراء
3	قم بإضافة المزيد من المزايا لموقعك شهرياً، واهتم به دائماً وبسرعته
4	راقب منافسيك جيداً، وحاول أن تقدم مزايا وعروض أقوى

قائمة أساسيات التسويق للمتاجر الإلكترونية

Ecommerce Marketing Checklist

مرحلة ما بعد إنشاء متجرك

5	قم بالتنوع في شكل محتواك وأفكاره
6	تابع الجديد في مجال تسويق المتاجر الإلكترونية، وقم بتطبيقه على متجرك
7	قم بجمع تقييمات العملاء الإيجابية والسلبية واستخدمها لتطوير موقعك
8	اهتم بتعيين موظفين ذوي خبرة، خصوصاً في مراحل العمليات والتوصيل
9	انشئ جروب وأضف به جميع عملائك لبناء علاقة قوية معهم ولبناء اسم في السوق
10	حاول أن تعتمد على برمجة المهام المتكررة، واستغل وقتك في الأفكار الجديدة
11	لا تنسَ استراتيجيات الـ Upselling - Cross Selling لأنها طريقك لزيادة مبيعاتك بدون ميزانية إضافية
12	استخدم صور بجودة عالية لمنتجاتك، وأضف فيديو يوضح طريقة الاستخدام لمساعدتك على شرح المنتج
13	جرب وجرب وجرب حتى النهاية!

شكراً لكم