

مقدمة في التسويق الرقمي

Introduction to Digital Marketing





سيتم تناول النقاط التالية في هذه الدورة التدريبية:

المحاضرة الأولى (أساسيات التسويق)

- مقدمة وتعريفات

- مفاهيم وتطورات

المحاضرة الثانية (أساسيات التسويق الرقمي)

- تعريفات ومفاهيم

- أدوات ووظائف التسويق الرقمي

المحاضرة الثالثة (مقدمة التخطيط للتسويق الرقمي)

- نموذج سوستاك للتخطيط SOSTAC model for planning

سيتم تناول النقاط التالية في هذه الدورة التدريبية:

المحاضرة الرابعة (أدوات التسويق الرقمي)

- الإيميل والسيو وإعلانات الدفع بالنقرات Email marketing - SEO - PPC
- التسويق بالمحتوى Content Marketing
- مقدمة وأنواع وقوالب المحتوى
- رحلة المشتري أنواع الكتابة والستوري تيلنج
- التسويق عبر المؤثرين - الدروب شيبنج - التسويق بالعمولة - التسويق بالموبايل

Mobile Marketing - Drop - shipping Affiliate Marketing - Influencer Marketing

سيتم تناول النقاط التالية في هذه الدورة التدريبية:

- التسويق بالسوشيال ميديا - فيس بوك انستجرام تويتر - تيك توك سناب شات يوتيوب لينكد ان

Facebook - Instagram - Twitter - TikTok - Snapchat - Youtube - LinkedIn

- الذكاء الاصطناعي والتسويق - التسويق عبر مواقع الويب - تحليلات وأدوات قياس الأداء

المحاضرة الخامسة

- تلخيص ودراسة حالة Recap & Case study



المحاضرة الأولى أساسيات التسويق Marketing fundamentals

"البزنس (العمل) له وظيفتين أساسيتين فقط..التسويق والابتكار"
بيتر دراكر



مقدمة عن التسويق

Introduction to Marketing



- في ظل التطور الهائل في كل نواحي الحياة أصبح التسويق ضرورة ملحة في عالم المال والأعمال.
- التسويق أداة مهمة للمؤسسة لتحقيق النجاح وتعظيم الأرباح.
- التسويق أحد أدوات التخطيط التي تساعد على تحقيق أهداف قريبة وبعيدة المدى.

تعريف التسويق

Definition of Marketing



التسويق هو وظيفة تنظيمية ومجموعة من العمليات لإنشاء وتوصيل وتقديم قيمة للعملاء ولإدارة علاقات العملاء بطرق تفيد المنظمة وأصحاب المصلحة فيها.



تطور التسويق

Evolution of Marketing



عصر مفهوم
العلاقات مع العملاء



عصر مفهوم
التسويق المجتمعي



عصر مفهوم التسويق



عصر مفهوم المبيعات



عصر مفهوم الإنتاج

استراتيجية التسويق

STP model



تموضع ذهني
Positioning



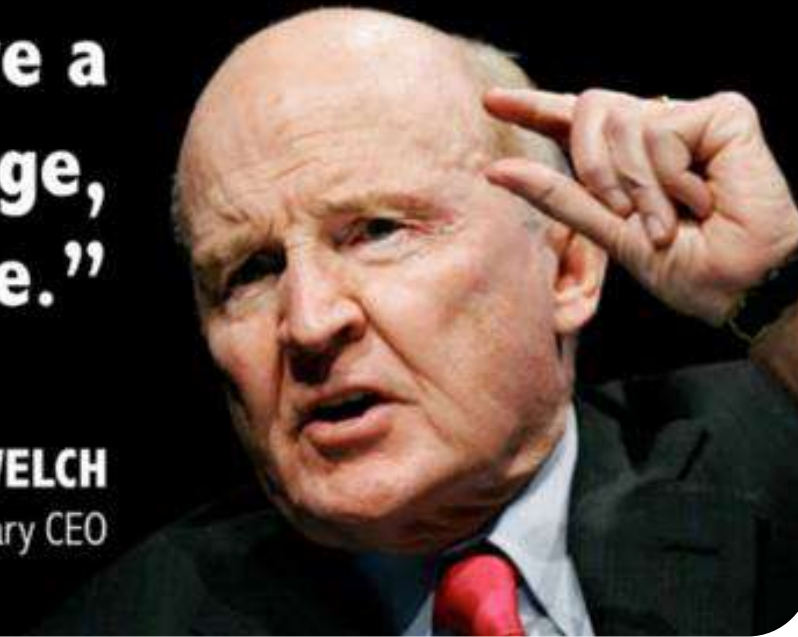
استهداف
Targeting



تقسيم إلى شرائح
Segmentation

**“If you don’t have a
competitive advantage,
don’t compete.”**

JACK WELCH
legendary CEO



المزيج التسويقي

Marketing mix 4Ps



المزيج التسويقي الجديد

Modern Marketing mix 4Cs



دورة حياة المنتج

Product Life cycle



الاتصالات التسويقية المتكاملة

IMC



أنواع الأنشطة التجارية

B2B – B2C





المحاضرة الثانية

أساسيات التسويق الرقمي

Digital Marketing essentials

التسويق الرقمي Digital Marketing

«الإنترنت يصبح الميدان الذي يتوسط القرية العالمية المستقبلية.»

بيل جيتس



جميع الحقوق محفوظة – إعمل بيزنس

تعريف التسويق الرقمي

Digital Marketing definition

هو أي جهد تسويقي يحتاج إلى أجهزة إلكترونية وبرامج وإنترنت لإنشاء حملات تسويقية والترويج لها.



لماذا التسويق الرقمي؟ Why Digital Marketing?



1. تصل إلى الناس حيث يقضون وقتهم
2. منافسيك يفعلون ذلك بالفعل
3. يمكنك التنافس مع الشركات الكبرى
4. يمكنك استهداف جمهورك المثالي
5. يمكنك مراقبة حملاتك وتحسينها للحصول على نتائج أفضل
6. تحصل على عائد مذهل على استثمارك ROI
7. يمكنك العمل بميزانية تناسب حجم أعمالك

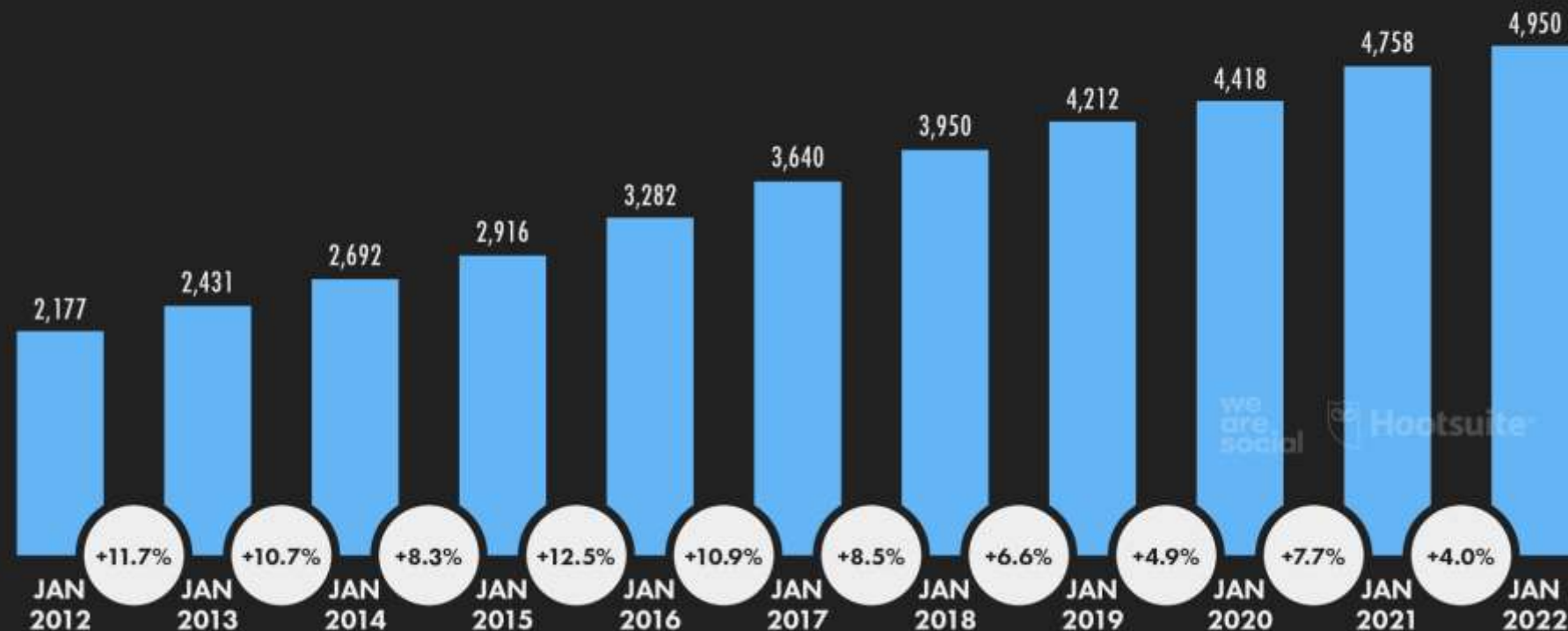
Hours Spent with Digital Media Daily



JAN
2022

INTERNET USERS OVER TIME

NUMBER OF INTERNET USERS (IN MILLIONS) AND YEAR-ON-YEAR CHANGE

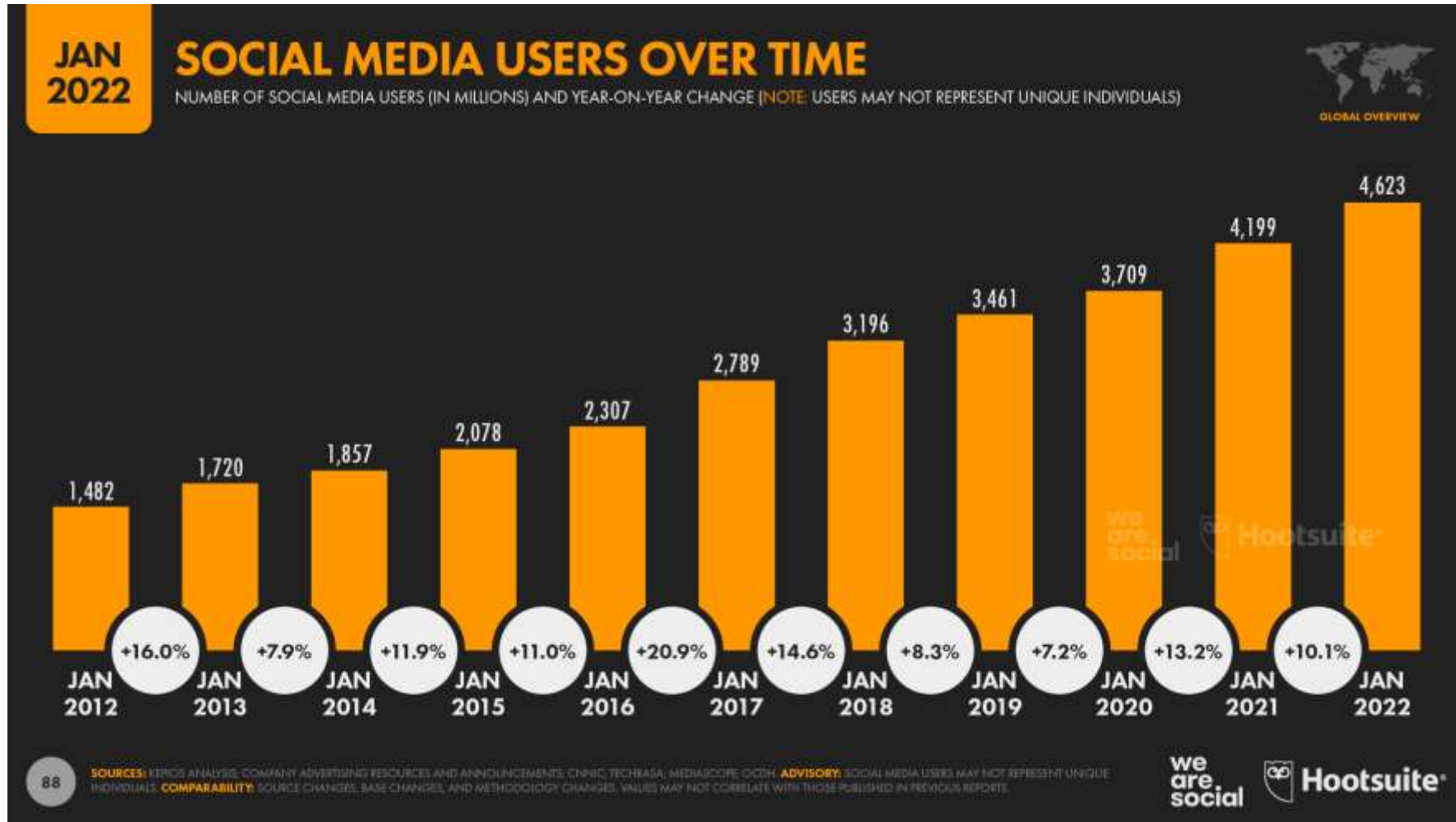


21

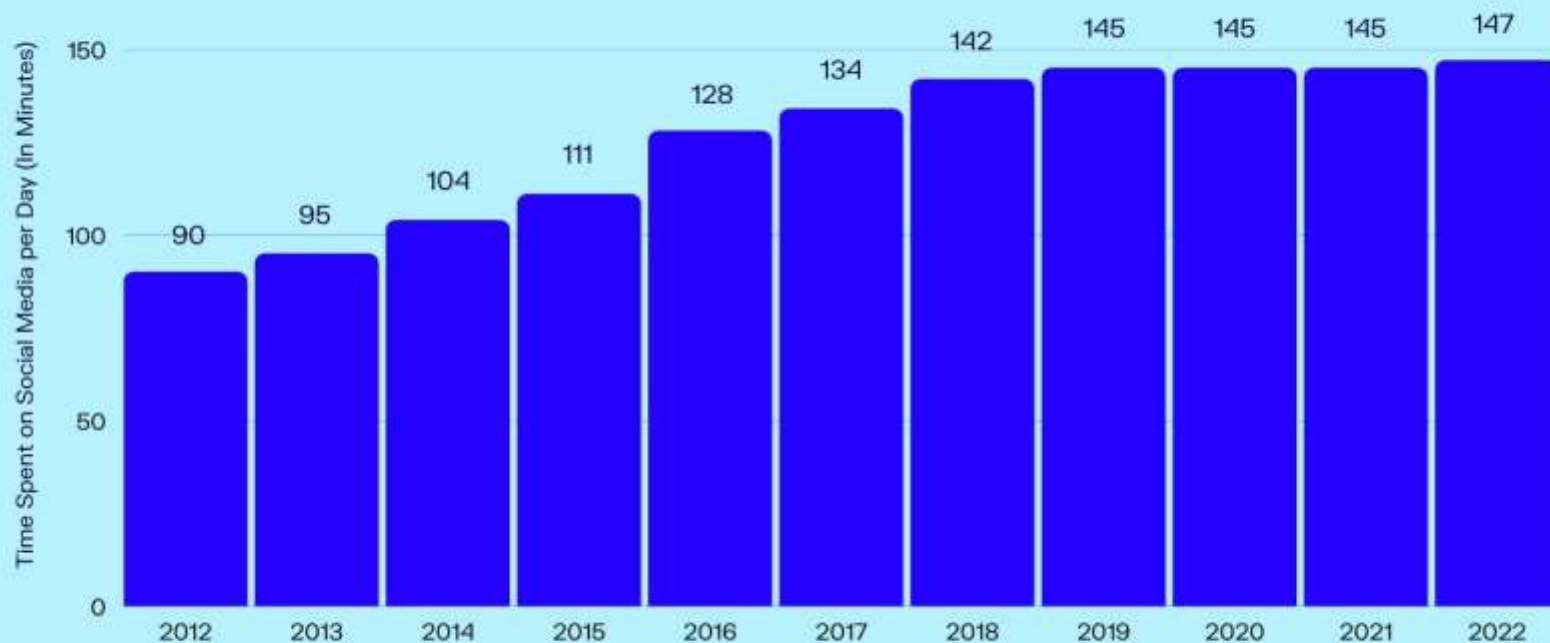
SOURCES: KPIROS ANALYSIS; ITU; GEMA INTELLIGENCE; EUROSTAT; OMI; CIA WORLD FACTBOOK; CHINIC; APRI; LOCAL GOVERNMENT AUTHORITIES. **ADVISORY:** DUE TO COVID-19-RELATED DELAYS IN RESEARCH AND REPORTING, FIGURES FOR INTERNET USER GROWTH AFTER 2020 MAY UNDER-REPRESENT ACTUAL TRENDS. SEE **NOTES ON DATA** FOR MORE DETAILS. **COMPARABILITY:** SOURCE AND BASE CHANGES. FIGURES MAY NOT MATCH OR CORRELATE WITH FIGURES PUBLISHED IN PREVIOUS REPORTS.

we
are
social

Hootsuite®



Average Time Spent on Social Media (2012–2022)



Source: Statista

OBERLO

أدوات التسويق الرقمي

Digital Marketing tools



التسويق
بالعمولة



التسويق عبر
البريد الإلكتروني



التسويق عبر
المواقع الاجتماعية



التسويق عبر
محركات البحث



التسويق عبر المحمول



التسويق بالمحتوى



الإعلانات المدفوعة



التسويق عبر المؤثرين

وظائف التسويق الرقمي Digital Marketing jobs



أخصائي تحسين محركات البحث SEO specialist

كاتب المحتوى Content writer

أخصائي تنسيق السوشيال ميديا Social media specialist

أخصائي التسويق بالبريد الإلكتروني Email marketing specialist

مصور Photographer

مصور فيديو Videographer

وظائف التسويق الرقمي Digital Marketing jobs



مصمم جرافيكى Graphic designer

مؤلف الإعلانات Copywriter

محلل تسويقي Marketing analyst

معلن Media buyer

مطور الواجهة الأمامية للمواقع Front end developer

أخصائي تجارة إلكترونية E-commerce specialist

فرص وتحديات التسويق الرقمي

Digital Marketing Opportunities & Threats





المحاضرة الثالثة التخطيط للتسويق الرقمي Planning for Digital Marketing

«الذي يفشل في التخطيط يخطط للفشل.»
ونستون تشرشل



نموذج سوستاك للتخطيط للتسويق الرقمي

SOSTAC model

S O S T A C



جميع الحقوق محفوظة – إعمل بزنس

نموذج سوستاك للتخطيط للتسويق الرقمي

SOSTAC model



تحليل الوضع الحالي Situational Analysis

1. أبحاث السوق

2. تحليل المنافسين

3. تحليل الصناعة

4. الاتصالات الأوفلاين

5. الميزانية والموارد

6. تحليل SWOT



	A	B	C	D	E
1	Channel	Own Bussiness	Competitor 1	Competitor 2	Competitor 3
2	Facebook				
3	Link of channel				
4	Likes				
5	Followers				
6	Reviews				
7	About				
8	Posting Regular or not				
9	# of posts/week				
10	average likes / post				
11	average Comments / post				
12	average shares / post				
13	Engagement Rate				
14	paid posts/not				
15	Type of content				
16	Tone of voice				
17	Call-to-Action				
18	Comments Replies				
19	Designs ?				
20	Keep Identity				
21	Stories content				
22	Where in buyer journey				
23	Contacts through?				
24	Strengths				
25	Weakness				
26	Comments				

نموذج سوستاك للتخطيط للتسويق الرقمي

SOSTAC model

O

تحديد الأهداف Objective Setting

إلى أين نريد أن نذهب؟

1. بيع - زيادة مبيعاتك

2. الخدمة - اضعف قيمة للعملاء

3. تحدث - اقترّب من العملاء

4. وفر - قلل التكاليف

5. توسع - وسع علامتك التجارية عبر الإنترنت



نموذج سوستاك للتخطيط للتسويق الرقمي

SOSTAC model

مثال:

والهدف الرئيسي خلال المرحلة المقبلة:
بناء حساب على انستجرام والحصول على 1000000 متابع بنهاية 6 أشهر.



نموذج سوستاك للتخطيط للتسويق الرقمي

SOSTAC model

اختيار الاستراتيجية Strategy

S

كيف نصل لأهدافنا؟

تقسيم السوق إلى شرائح Segmentation

استهداف الشريحة (الشرائح الأمثل) Targeting

تموضع (صورة ذهنية للمنتج في ذهن العميل) Positioning

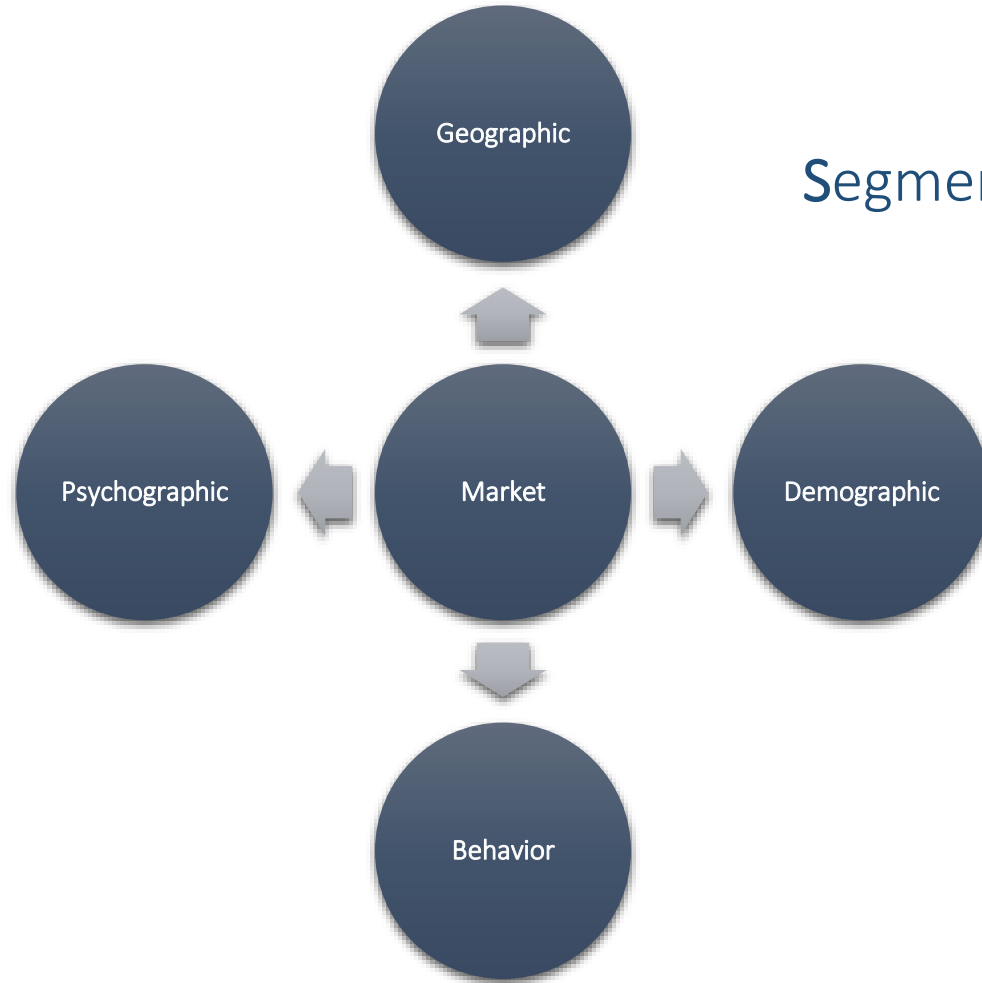


نموذج سوستاك للتخطيط للتسويق الرقمي

SOSTAC model

اختيار الاستراتيجية Strategy

تقسيم السوق إلى شرائح Segmentation



جميع الحقوق محفوظة - إعمل بيزنس

نموذج سوستاك للتخطيط للتسويق الرقمي

SOSTAC model

اختيار الاستراتيجية Strategy

قالب شخصية المشتري Targeting

1. العمر

2. الموقع

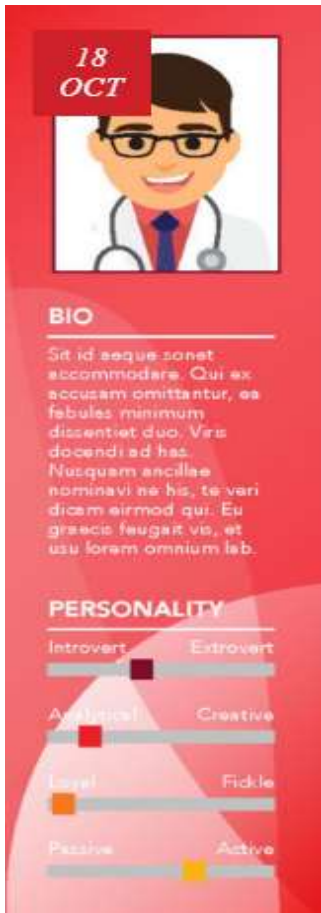
3. المصالح

4. اللغة (اللغات)

5. نوع الجنس

6. التعليم

7. المركز الاجتماعي



نموذج سوستاك للتخطيط للتسويق الرقمي

SOSTAC model

اختيار الاستراتيجية Strategy

قالب شخصية المشتري Targeting

8. الدخل

9. المهنة

10. المواقع الإلكترونية

11. العقبات التي قد تعيق شراء منتجي

12. دوافع لشراء منتجي

13. السلوك عبر الإنترنت

14. الأهداف التي قد تتحقق من خلال منتجي



نموذج سوستاك للتخطيط للتسويق الرقمي

SOSTAC model

اختيار الاستراتيجية Strategy

قالب شخصية المشتري Targeting

البيانات / Data	الأسئلة الاستراتيجية / Strategic Questions
البيانات الأساسية التي يجب جمعها عن العميل مثل: العمر، الجنس، الموقع، الدخل، التعليم، الاهتمامات، السلوكيات، القيم، الخ.	لماذا نحتاج إلى فهم العميل بشكل أفضل؟ ما هي المعلومات التي نحتاجها لخدمة العميل بشكل أفضل؟ كيف يمكننا استخدام هذه المعلومات لتحسين خدماتنا؟
البيانات	الأسئلة
البيانات التي نحتاجها لفهم العميل بشكل أفضل مثل: العمر، الجنس، الموقع، الدخل، التعليم، الاهتمامات، السلوكيات، القيم، الخ.	لماذا نحتاج إلى فهم العميل بشكل أفضل؟ ما هي المعلومات التي نحتاجها لخدمة العميل بشكل أفضل؟ كيف يمكننا استخدام هذه المعلومات لتحسين خدماتنا؟
نوع الشخصية	
نوع الشخصية الذي نحتاجه لخدمة العميل بشكل أفضل مثل: العمر، الجنس، الموقع، الدخل، التعليم، الاهتمامات، السلوكيات، القيم، الخ.	

قالب ملف شخصية العميل

اسم الشخصية والوصف الوظيفي	
الاسم	الوصف الوظيفي
الاسم	الوصف الوظيفي

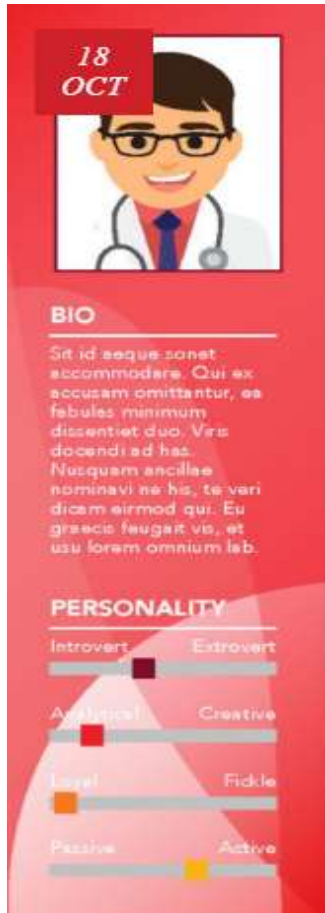
البيانات الديموغرافية	
الجنس	الذكور / الإناث
العمر	من 18 إلى 24 / 25 إلى 34 / 35 إلى 44 / 45 إلى 54 / 55 إلى 64 / 65+
المكان / الموقع	البيانات الديموغرافية
المستوى الدراسي	البيانات الديموغرافية
الراتب الشهري	البيانات الديموغرافية

<https://www.hubspot.com/make-my-persona>

نموذج سوستاك للتخطيط للتسويق الرقمي

SOSTAC model

ما هو قالب شخصية المشتري



نموذج سوستاك للتخطيط للتسويق الرقمي

SOSTAC model

اختيار الاستراتيجية Strategy

التموضع Positioning



نموذج سوستاك للتخطيط للتسويق الرقمي

SOSTAC model

T

تحديد التكتيكات Tactics



ما هي تفاصيل الاستراتيجية؟
ما جدول المحتوى في الأسبوع؟
كم عدد مرات النشر؟
ما المنصات المستخدمة؟
أوقات النشر
الرسالة: عاطفية أو عقلانية
تون صوت البراند: مرح أو جاد
لانس المزيج التسويقي

نموذج سوستاك للتخطيط للتسويق الرقمي

SOSTAC model



التنفيذ Actions

Channel	Activity	Jan	Feb	March
Facebook	100,000 Fan Content, Moderation			
Instagram	10,000 follower Content, Moderation			
Twitter	10,000 Follower Content, Moderation			
SEM	Create Google Adwords campaign for YouTube Channel			
Social Media Ads	Create ads on FB, Instagram, Twitter			

افعل ما عليك فعله

جدول تنفيذي

من سيفعل ماذا متى وكيف وأين وكم سيتكلف؟

نموذج سوستاك للتخطيط للتسويق الرقمي

SOSTAC model



التقييم Control

Measure	Reach	Act	Convert	Engage
Brand Measure	1. Number of Likes 2. New Subscribers	1. % Product Interactions 2. Video time	1. Reach Volume 2. Clicks Volume	- Repeat Watch - Engagement
Content Performance Measure	1. Share of audience 2. Fan volumes	Page engagement rate	Download sign up and conversation rate by engagement tool	- Active customers - CTR
Commercial Measure	1. Cost per Click 2. Cost per Views 3. Brand Awareness	1. Cost per Engagement 2. Customer satisfaction	1. Conversation rate to sale 2. Average order value 3. Channel conversation rate	- Retained sales growth and volume - Revenue per View - Revenue per channel

كيف كان عملنا؟

تعتمد على مراجعة الأداء بصفة دورية

التقييم يعتمد على مؤشرات قياس الأداء

SOSTAC

S - SITUATION ANALYSIS

Where are we?

O - OBJECTIVES

Where do you need to go?

S - STRATEGY

How you'll meet the objectives

T - TACTICS

Details of strategy

A - ACTION

Do your thing

C - CONTROL

How did you do?

SOSTAC Planning System - PR Smith



WWW.HENSHALLCENTRE.COM



المحاضرة الرابعة أدوات التسويق الرقمي Digital Marketing tools



مفاهيم أساسية في التسويق الرقمي

Basic definitions in Digital Marketing

SEO

يستغرق وقت

يدوم أطول

مجاني

يعزز الثقة في البراند

SEM

أسرع

تأثير وقي

مدفوع

يجلب بيع

مفاهيم أساسية في التسويق الرقمي

Basic definitions in Digital Marketing

SMO



SMM

أدوات التسويق الرقمي

Digital Marketing tools

أدوات التسويق الرقمي هي مجموعة من الأدوات والتقنيات التي تهدف إلى تعزيز وتحسين استراتيجيات التسويق عبر الإنترنت.

أدوات أساسية للشركات والمسوقين الرقميين للوصول إلى جمهور أوسع وتحقيق نتائج أفضل.

تساعد هذه الأدوات على رصد وتتبع تفاعل الجمهور، وتحليل بيانات المستخدمين، وتحسين تجربة المستخدم، وزيادة مبيعات المنتجات والخدمات.

تمكن الوصول إلى جمهور مستهدف بشكل أكثر دقة وفاعلية، وتحقيق نجاح وازدهار في بيئة الأعمال الرقمية المتطورة.

التسويق عبر البريد الإلكتروني Email Marketing



التسويق الرقمي عبر البريد الإلكتروني من أهم أدوات التواصل مع عملاء
حاليين لضمان ولائهم أو استهداف مجموعات عملاء جديدة للتعريف
بمنتجات أو خدمات المؤسسة وتحويلهم لعملاء.
يمكن دمج العملاء الحاليين في قوائم بريدية من أعلى أدوات التسويق الرقمي
في العائد على الاستثمار ROI.

التسويق عبر البريد الإلكتروني Email Marketing

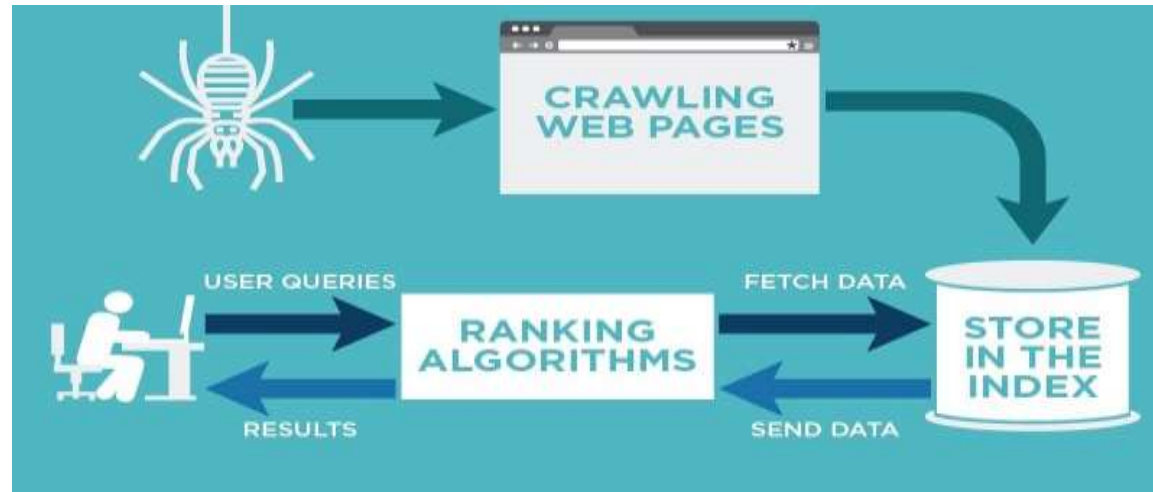
جمع البيانات واشتراكات العملاء المحتملين
آلية المتابعة



تحسين محركات البحث

Search Engine Optimization

علم تحسين ظهور موقع إلكتروني أو صفحة موقع إلكتروني في نتائج محركات البحث المجانية (غير المدفوعة) مثل جوجل بحيث يظهر في النتائج الأولى.



تحسين محركات البحث

Search Engine Optimization

الكلمات المفتاحية (كلمات البحث - الكلمات الرئيسية)

هي كلمات وعبارات تقوم بوصف الموضوع بشكل أفضل.

وهي أيضاً عبارة عن كلمات بحثية يقوم المستخدمون بالبحث عنها في محركات البحث.

ويتم استخدامها في المقالات للظهور في نتائج البحث عندما يبحث الزوار عنها.

نوعان: طويلة الذيل - قصيرة الذيل

مثال: كورونا - لقاح - آثار جانبية - أعراض - الآثار الجانبية للقاح كورونا - ما هي أعراض التطعيم بلقاح فايزر.

الكلمات المفتاحية



تحسين محركات البحث Search Engine Optimization

الكلمات المفتاحية (كلمات البحث - الكلمات الرئيسية)

ابحث بنفسك عن الكلمات التي تستهدفها.

ادرس وحلل منافسك وتعرف على كلماتهم المفتاحية.

حدث مقالاتك القديمة دوما

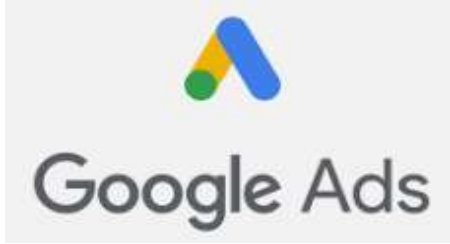
استعمل أدوات السيو مثل:



التسويق عبر الإعلانات Pay Per Clicks PPC

تعد إعلانات الدفع بالنقرات PPC على جوجل ومواقع التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة للتسويق الرقمي تتميز هذه الإعلانات بعدة جوانب:

- 1- تستهدف إعلانات الـ PPC الجمهور المستهدف بدقة، حيث يتم اختيار الكلمات المفتاحية المناسبة وتحديد الموقع والعمر والاهتمامات للوصول إلى الجمهور المناسب وزيادة فرص التحويل.



التسويق عبر الإعلانات Pay Per Clicks PPC



2- تتيح إعلانات الـ PPC قابلية للقياس وتحليل النتائج بدقة. يمكن تتبع عدد النقرات ومعدل التحويل وتكلفة الحملة، مما يسمح للشركات بتقييم أداء حملتها واتخاذ قرارات استراتيجية مستنيرة.

التسويق عبر الإعلانات Pay Per Clicks PPC



- 3- تعمل إعلانات الـ PPC بنظام الدفع بالنقرة الواحدة، وهذا يعني أن الشركات تدفع فقط عندما ينقر المستخدم فعليًا على الإعلان، مما يزيد من كفاءة استثمارات التسويق ويضمن الحصول على قيمة حقيقية مقابل المال المدفوع.
- 4- من المهم جدا العمل على الميزانية وعلى فهم إحصائيات الإعلانات وتحسين أدائها باستمرار.



التسويق بالمحتوى Content Marketing



هو نهج تسويقي استراتيجي يتم بالتركيز على إنشاء وتوزيع محتوى قيم ذي صلة، وبانتظام لجذب جمهور محدد والاحتفاظ به، ودفع العملاء إلى القيام بإجراءات مربحة في نهاية المطاف.

التسويق بالمحتوى Content Marketing

أهمية التسويق بالمحتوى



السياق هو الملكة



المحتوى هو الملك

التسويق بالمحتوى Content Marketing

قوالب المحتوى



التسويق بالمحتوى Content Marketing

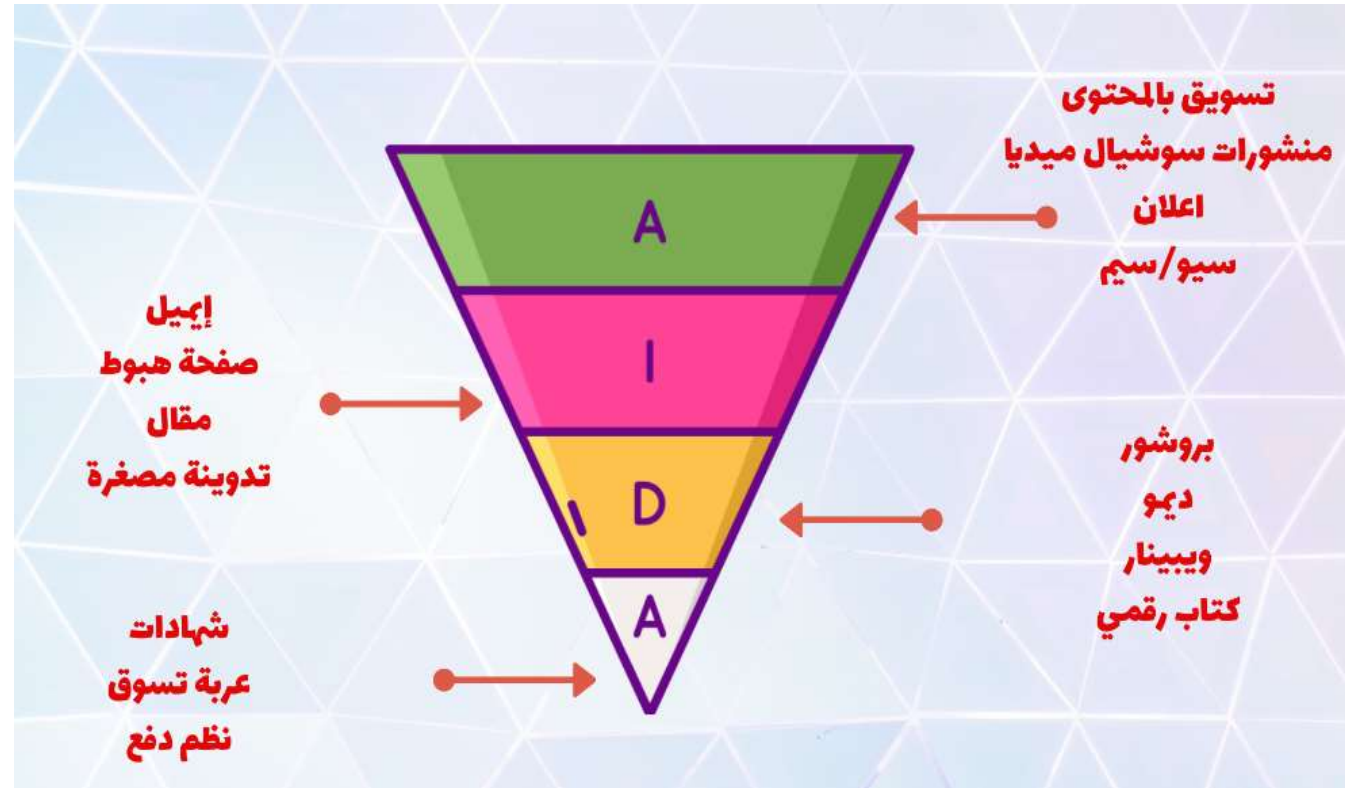
أنواع المحتوى

1. تعليمي
2. تفاعلي
3. بيعي
4. تسويقي



التسويق بالمحتوى Content Marketing

رحلة المشتري والمحتوى



التسويق بالمحتوى Content Marketing

الفرق بين ال Content وال Copy

Copy

- يجلب مبيعات
- يدلل القارئ كي يشتري
- يستخدم العاطفة ليسرق بالكلمات
- للبريد - للمواقع - للإعلانات - للسوشيا ميديا



Content

- يستخدم الحكي لجلب العمل للحياة
- يعلم - يخبر - يتفاعل مع القارئ
- يبني ثقة مع مرور الوقت
- محتوى أكبر مثل الكتب والمقالات والنماذج

التسويق بالمحتوى Content Marketing

الحكي Story telling

إطار SCQA

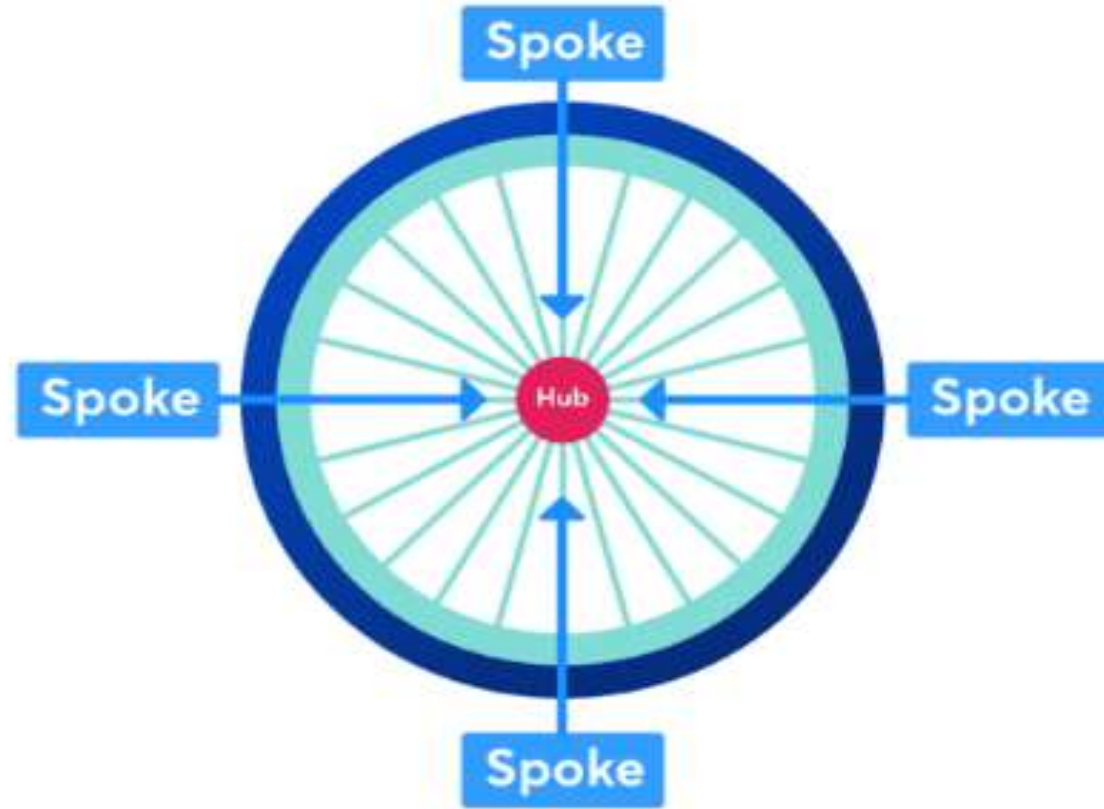


إطار بيكسار للحكي

- مرة كان فيه Once upon a time there was موقف
- وفي يوم من الأيام Every day تعقيد
- وكل يوم كان One day سؤال
- وعشان كده Because of that جواب
- وفي النهاية Until finally

التسويق بالمحتوى Content Marketing

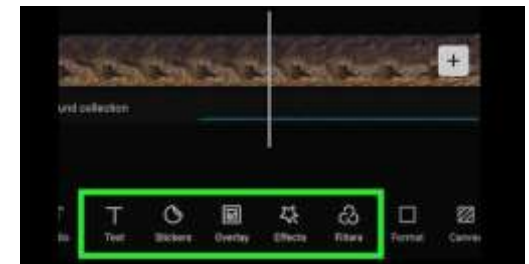
استراتيجية النشر



جميع الحقوق محفوظة - إعمل بيزنس

التسويق بالمحتوى Content Marketing

أدوات صناعة المحتوى



التسويق بالمحتوى Content Marketing

أدوات صناعة المحتوى



التسويق عبر المؤثرين Influencer Marketing



هو الاعتماد على ترويج المنتجات من خلال الاستعانة بالمؤثرين الذين ينشئون محتوى عن العلامة التجارية بمختلف الأشكال الممكنة. يهدف إلى التأثير في جمهورهم وإقناعهم بالتعامل مع هذه العلامة التجارية والحصول على منتجاتها.

التسويق بالعمولة Affiliate Marketing

في التسويق بالعمولة يقوم شخص وهو المسوّق بالعمولة بالمساعدة في التسويق والترويج للمنتجات والخدمات التي تعود إلى أشخاص آخرين مقابل حصوله على عمولة نقدية يحددها له صاحب المنتج أو الخدمة.

يتكون من ثلاث أطراف رئيسية:

صاحب المنتج أو التاجر

المسوق

المستهلك أو المشتري

وقد يكون هناك طرف رابع يتمثل في منصات التسويق بالعمولة



الدروب شيبينج Drop - Shipping



هو نموذج عمل يستخدم في التجارة الإلكترونية حيث يتيح للتجار بيع المنتجات دون الحاجة إلى امتلاك المخزون أو تخزين البضائع. في هذا النموذج، يقوم التاجر بعرض المنتجات في متجره الإلكتروني وعندما يتلقى طلبًا من العميل، يقوم بإعادة توجيه الطلب مباشرة إلى المورد أو الشركة المصنعة، والتي تقوم بشحن المنتجات مباشرة إلى العميل بدون أن يمر التاجر بمرحلة تخزين أو توزيع البضائع.

الدروب شيبينج Drop - Shipping

وجود المخزون وتكاليف التخزين والتوزيع تعتبر من المسؤوليات التي يتحملها المورد أو الشركة المصنعة. بالتالي، يتيح هذا النموذج للتجار العمل بشكل مرن وبتكاليف منخفضة نسبياً، حيث لا يتعين عليهم شراء المنتجات مقدماً وتخزينها بالمخازن.

يجب مراعاة أن هناك تحديات تواجه التجار في الدروب شيبينج، مثل ضمان جودة المنتجات وتجربة العملاء الإيجابية، وإدارة الشحن والتسليم في الوقت المناسب، وتعامل مع مشكلات الإرجاع واستبدال المنتجات.

التسويق عبر الهاتف المحمول

Mobile Marketing

استراتيجية تسويقية تهدف إلى الوصول إلى الجمهور الذي تستهدفه من خلال الهاتف المحمول، وذلك بهدف ترويج منتج أو خدمة معينة.

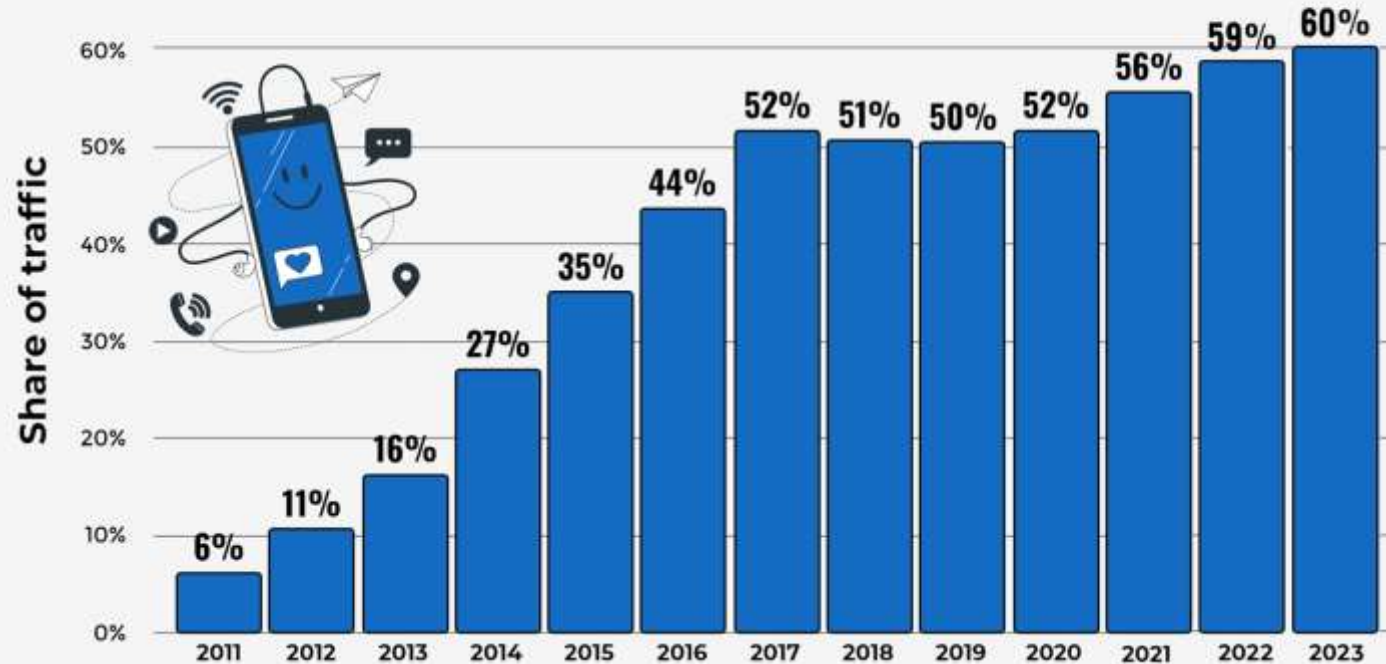


- الهواتف أجهزة شخصية
- الهواتف توفر أدوات مناسبة للتسويق
- انتشار استخدام الهواتف
- الشراء عبر الهواتف
- الكلفة المنخفضة
- توقعات المستخدمين

التسويق عبر الهاتف المحمول Mobile Marketing

تطور استعمال المحمول

Percentage of Global Mobile Traffic, 2011-2023



جميع الحقوق محفوظة - إعمل بيزنس

التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي Social Media Marketing



شكل من أشكال التسويق عبر الإنترنت يتضمن إنشاء ومشاركة المحتوى على شبكات التواصل الاجتماعي من أجل تحقيق أهداف التسويق للعلامة التجارية الخاصة بك.

يتضمن التسويق عبر الشبكات الاجتماعية أنشطة مثل نشر النصوص والصور ومقاطع الفيديو والمحتويات الأخرى التي تجذب انتباه الجمهور إلى جانب إعلانات الوسائط الاجتماعية المدفوعة.

SOCIAL MEDIA EXPLAINED With Coffee



I Like Coffee



I am drinking #Coffee



I am good at drinking Coffee



Watch me as I drink coffee.



I am 13 and I drink coffee when I'm not taking pictures of myself.



Here is a collection of pictures and recipes of coffee drinks.



What is the difference between a Latte and a Macchiato?



Let's Get together (in person) and drink coffee together.



Here are a bunch of popular articles about coffee.



I am a Google employee who drinks coffee.



Here is where I drink coffee. I come here alot, I am the Mayor.



Here is a vintage picture of me drinking coffee. (more than likely also making the "duck" face)

© 2012 Marketplace Maven

التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي Social Media Marketing

التسويق عبر فيس بوك



- هو استخدام منصة الفيس بوك للترويج لمنتجات أو خدمات أو أفكار.
- يمكن للمسوقين عبر الفيس بوك استهداف جمهور محدد بناء على العمر، الجنس، الموقع، الاهتمامات، وغيرها من المعايير.

التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي Social Media Marketing

التسويق عبر فيس بوك

- يمكن للمسوقين عبر الفيس بوك استخدام مجموعة من الأدوات والخيارات لزيادة مستوى التفاعل والانتشار والتحويل، مثل إنشاء الصفحات والمجموعات والماركت بليس والإعلانات المدفوعة، المنشورات العضوية، البث المباشر، والأحداث والستوري والريلز والغرف الصوتية.
- يمكن للمسوقين عبر الفيس بوك قياس أداء حملاتهم وتحسينها باستخدام أدوات التحليل والإحصاء المتاحة على الفيس بوك، مثل مدير الإعلانات، وميتا بزنس سوت.



التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي Social Media Marketing

التسويق عبر فيس بوك



تنافسية متزايدة

تغييرات في خوارزمية العرض

قيود إعلانية

لا يجذب الأجيال الأصغر



وصول واسع

استهداف محدد

أدوات متكاملة

تحليلات متقدمة

التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي Social Media Marketing

التسويق عبر انستجرام



- هو استخدام منصة انستجرام للتواصل مع الجمهور وزيادة الوعي بالعلامة التجارية أو المنتج أو الخدمة.
- يمكن للمسوقين عبر انستجرام استخدام محتوى مرئي جذاب ومبتكر، مثل القصص والريلز والصور، والفيديوهات، والفلاتر وإضافة الصوت والموسيقى.

التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي Social Media Marketing

التسويق عبر انستجرام

- يمكن للمسوقين عبر انستجرام تشجيع التفاعل مع الجمهور من خلال استخدام الهاشتاقات، والتعليقات، والإعجابات، والمشاركات، والرسائل الخاصة، والإحالات.
- يمكن للمسوقين عبر انستجرام تحسين أداء حملاتهم باستخدام أدوات التحليل المتاحة على انستجرام، مثل معلومات الحساب، وإحصاءات المحتوى، وإحصاءات الجمهور.



التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي Social Media Marketing

التسويق عبر انستجرام



تنافسية متزايدة

تغييرات مستمرة في خوارزمية العرض

تناقص الوصول العضوي (غير المدفوع)



جمهور شاب ونشط

تفاعل عالٍ

استخدام الهاشتاج

مفيد للمنتجات المعتمدة على المظهر

التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي Social Media Marketing

التسويق عبر تويتر



- التسويق على تويتر هو استخدام منصة تويتر للتواصل مع الجمهور وزيادة المشاركة والمصداقية.
- يمكن للمسوقين على تويتر استخدام تغريدات قصيرة ومحتوى مرئي أو صوتي لتسويق منتجاتهم.

التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي Social Media Marketing

التسويق عبر تويتر



- يمكن للمسوقين على تويتر تعزيز التفاعل مع الجمهور من خلال استخدام الهاشتاقات، وإعادة التغريد، والإعجاب، والردود، والقوائم، والمحادثات وإعلانات تويتر.
- يمكن للمسوقين على تويتر قياس أداء حملاتهم باستخدام أدوات التحليل المتاحة على تويتر، مثل معلومات التغريدة، وإحصاءات الحساب، وإحصاءات الجمهور.
- يعتبر المنصة المفضلة لدى السوق الخليجي.

التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي Social Media Marketing

التسويق عبر تويتر



تنافسية متزايدة

قيود على حجم المحتوى

أدوات تحليل محدودة

سعر عالٍ للإعلان

تغيرات متنامية بسبب تغير الإدارة



وصول للجمهور العالمي

تفاعل فوري

استخدام الهاشتاج

التوثيق مقابل الدفع

بوابة للرسائل القصيرة والأخبار السريعة

التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي Social Media Marketing

التسويق عبر تيك توك

- التسويق عبر تيك توك هو استخدام منصة تيك توك للتفاعل مع الجمهور وزيادة الشعبية والتأثير.
- يمكن للمسوقين عبر تيك توك استخدام مقاطع فيديو قصيرة ومبتكرة ومضحكة لجذب الانتباه وإظهار الشخصية.
- يمكن للمسوقين عبر تيك توك تعزيز التفاعل مع الجمهور من خلال استخدام التحديات، والهاشتاغات، والتعليقات، والإعجابات، والمشاركات، والرسائل الخاصة.



التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي Social Media Marketing

التسويق عبر تيك توك



- يمكن للمسوقين عبر تيك توك قياس أداء حملاتهم باستخدام أدوات التحليل المتاحة على تيك توك، مثل معلومات الفيديو، وإحصاءات الحساب، وإحصاءات الجمهور.
- يعد المنصة الأكثر نمواً من حيث المستخدمين الجدد.

التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي Social Media Marketing

التسويق عبر تيك توك



قيود على حجم المحتوى

عدم تجانس المحتوى

عدم دقة الاستهداف

عدم توافقه مع كل المنتجات

تغير الخوارزميات المستمر



جمهور صغير السن ونشط

تفاعل عالٍ

وصول واسع

أدوات متنامية لصنع محتوى

معتمد على التحديات والترندات

المنصة الأسرع نموا



التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي Social Media Marketing

التسويق عبر يوتيوب



- منصة مشاركة الفيديوها الأشهر.
- يعتمد نجاح التسويق عبر يوتيوب على إنشاء محتوى جذاب وإبداعي يلتقط انتباه المشاهدين.
- من أبرز مزايا التسويق عبر يوتيوب هو قدرته على استهداف جمهور محدد بدقة.

التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي Social Media Marketing

التسويق عبر يوتيوب



- يمكن للشركات قياس فاعلية حملاتها التسويقية على يوتيوب بسهولة عبر ستوديو يوتيوب.
- يوفر يوتيوب معلومات تحليلية مفصلة تتيح للشركات تقييم أداء فيديوهاتها ومعرفة عدد المشاهدات ونسبة التفاعل معها.

التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي Social Media Marketing

التسويق عبر يوتيوب



كثرة الإعلانات

تنافسية شديدة

قيود الانتشار العضوي

قيود إعلانية

المنافسة المحتمدة مع ميتا وبايت دانس



جمهور ضخم وعالمي

وصول واسع

يساعد على الوعي والتعريف بالعلامات

تنوع في وسائل عرض المحتوى المرئي والمسموع

التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي Social Media Marketing

التسويق عبر سناب شات



- التسويق عبر سناب شات هو استخدام منصة سناب شات للتواصل مع الجمهور وزيادة الانخراط والولاء.
- يمكن للمسوقين عبر سناب شات استخدام محتوى مرئي مؤقت وشخصي، مثل الصور، والفيديوهات، والقصص، والفلاتر، والعدسات.

التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي Social Media Marketing

التسويق عبر سناب شات

- يمكن للمسوقين عبر سناب شات تعزيز التفاعل مع الجمهور من خلال استخدام الرموز، والتعليقات، والإعجابات، والمشاركات، والرسائل الخاصة، والإشعارات والموقع الجغرافي.
- يمكن للمسوقين عبر سناب شات قياس أداء حملاتهم باستخدام أدوات التحليل المتاحة على سناب شات، مثل معلومات القصة، وإحصاءات الحساب، وإحصاءات الجمهور.



التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي Social Media Marketing

التسويق عبر سناب شات



قصر مدة العرض

انعدام التفاعل العضوي

محتوى عابر

كثرة التحديثات

ضعف التحليلات

تنافسية شديدة مع انستغرام وتيك توك



جمهور شاب ومتفاعل

المحتوى اللحظي

خيارات الإعلان المتنوعة

الاستهداف الدقيق (جغرافيا وديموغرافيا)

خيار مفضل للتسويق في الخليج

التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي Social Media Marketing

التسويق عبر لينكد ان



- التسويق عبر لينكد ان هو استخدام منصة لينكد ان للتواصل مع الجمهور المهني وزيادة الثقة والمصداقية.
- يمكن للمسوقين عبر لينكد ان استخدام محتوى معرفي ومفيد، مثل المقالات، والفيديوهات، والعروض، والبودكاستات، والنشرات الإخبارية.

التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي

Social Media Marketing

التسويق عبر لينكد ان



- يمكن للمسوقين عبر لينكد ان تعزيز التفاعل مع الجمهور من خلال استخدام الهاشتاغات، والتعليقات، والإعجابات، والمشاركات، والرسائل الخاصة، والتوصيات.
- يمكن للمسوقين عبر لينكد ان قياس أداء حملاتهم باستخدام أدوات التحليل المتاحة على لينكد ان، مثل معلومات الصفحة، وإحصاءات المحتوى، وإحصاءات الجمهور.
- مفيد جدا للأنشطة التجارية التي تعمل B2B.

التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي Social Media Marketing

التسويق عبر لينكد ان



جمهور محدود مقارنة بالمنصات الأخرى
ارتفاع تكلفة الإعلان
قيود المحتوى
قلة التفاعل



جمهور محترف ومهتم
إمكانية بناء علاقات مهنية
استهداف دقيق
إمكانية تبادل المعلومات والمحتوى
إمكانية التوظيف والتوظيف
إمكانية التعلم والتطوير العلمي

الذكاء الاصطناعي والتسويق الرقمي

AI & Digital Marketing



الذكاء الاصطناعي يمكن أن يساعد في التسويق الرقمي بطرق عديدة، مثل:

- تحليل البيانات والاتجاهات والسلوكيات لفهم احتياجات وتوقعات العملاء.
- إنشاء محتوى وإعلانات مخصصة ومناسبة لكل فئة من العملاء.
- تحسين تجربة المستخدم والتفاعل معه بواسطة الدردشة والصوت والصورة.
- تقديم توصيات ونصائح مفيدة للعملاء بناء على اهتماماتهم وسابق تجاربهم.

الذكاء الاصطناعي والتسويق الرقمي AI & Digital Marketing



- تصميم الموقع الإلكتروني
- إنشاء المحتوى
- تجميع المحتوى
- حملات التسويق عبر البريد الإلكتروني
- حملات الإعلانات
- التحليلات والتقييمات
- إنشاء المحادثات والردود الآلية

التسويق عبر مواقع الويب Social Media Marketing



- هي عملية ترويج المواقع والمتاجر الإلكترونية للظهور في الصفحة الأولى من نتائج محركات البحث لجذب المزيد من الزوار.
- توفر المواقع الإلكترونية واجهة مرئية للشركات، وتسهل عرض المنتجات بشكل فعال للعملاء المحتملين.

التسويق عبر مواقع الويب Social Media Marketing



- تكمن قوة التسويق عبر المواقع الإلكترونية في إمكانية الوصول العالمي وتتبع تجربة العميل وتتبع التحليلات والإحصائيات وتحقيق تفاعلية عملاء متنوعة وزيادة مبيعات المنتجات.
- توجد عدة أدوات لإنشاء وتصميم المواقع منها المجاني ومنها المدفوع.

أدوات إنشاء المواقع Website Tools

منصة بلوجر

- هي منصة تدوين مجانية وسهلة الاستخدام تابعة لشركة جوجل.
- تتيح لك إنشاء مدونات بشكل سريع وبدون الحاجة إلى شراء استضافة أو دومين خاص.
- تربط مدونتك بخدمات جوجل الأخرى مثل أدرس و يوتيوب وجوجل أناليتكس.
- تقدم لك مساحة تخزين صور غير محدودة وإضافات مميزة لتحسين شكل وأداء مدونتك.
- تعاني من بعض العيوب مثل قلة التحكم في قالب والأكواد والأمان.
- تفقد شعبيتها أمام منصات أخرى أكثر تطوراً واحترافية مثل ووردبريس.



أدوات إنشاء المواقع Website Tools

منصة جوجل سايتس

- جوجل سايتس هي أداة مجانية تتيح إنشاء مواقع ويب بسهولة بدون مهارات البرمجة أو التصميم.
- تتكامل مع خدمات جوجل مثل تقويم وخرائط ومستندات جوجل مما يسهل عرض وإدارة المحتوى.
- توفر قوالب وموضوعات وتخطيطات جاهزة للاختيار من بينها، كما تسمح بالتعديل والسحب والإفلات لترتيب العناصر على الصفحات.
- تمكن المستخدمين من استخدام نطاق مخصص أو نطاق افتراضي لنشر مواقعهم، كما تمنحهم خيار تقييد من يستطيع استعراض مواقعهم.



Google Sites

أدوات إنشاء المواقع Website Tools

منصة جوجل سايتس

عيوب جوجل سايتس:

- قد تكون خيارات التصميم والتخصيص محدودة مقارنة بمنشئ مواقع الويب الأخرى.
- قد لا تكفي مساحة التخزين المجانية لبعض المستخدمين الذين يرغبون في إضافة محتوى ثقيل.
- قد يكون أداء الموقع أقل سرعة وثباتًا من المنافسين.



Google Sites

أدوات إنشاء المواقع Website Tools

منصة ووردبريس

- هي منصة مجانية ومفتوحة المصدر لإنشاء وإدارة المواقع الإلكترونية.
- توفر العديد من القوالب والإضافات التي تساعد على تخصيص الموقع وإضافة المزايا اللازمة له.
- تسهل عملية التحديث والنشر والتعديل على المحتوى دون الحاجة إلى مهارات برمجية متقدمة.
- تدعم وورد بريس معايير الويب الحديثة وتحسن من أداء وأمان الموقع.
- تتيح إمكانية التعاون بين مختلف المستخدمين والمساهمين في إنشاء وإدارة الموقع.



أدوات إنشاء المواقع Website Tools

منصة ووردبريس

لا تخلو وورد بريس من بعض العيوب:

- قد تتعارض بعض القوالب أو الإضافات مع بعضها أو مع إصدارات وورد بريس المختلفة، مما يؤدي إلى مشاكل في عرض أو عمل الموقع.
- قد تحتاج إلى استضافة خارجية لتشغيل موقعك على وورد بريس، مما يزيد من التكاليف والمسؤولية عن صيانة وحماية الموقع.
- قد تكون وورد بريس هدفا للهجمات الإلكترونية بسبب شهرتها وانتشارها، لذلك يجب اتباع الإجراءات اللازمة لتأمين الموقع.

أدوات إنشاء المواقع Website Tools

منصة ويكس



- ويكس هي منصة لإنشاء المواقع الإلكترونية بسهولة وسرعة.
- تتيح ويكس للمستخدمين اختيار من بين العديد من القوالب المصممة مسبقاً أو تصميم موقعهم من الصفر.
- توفر ويكس خدمات متنوعة مثل الاستضافة والنطاقات والتجارة الإلكترونية والتسويق والتحليلات.

أدوات إنشاء المواقع Website Tools

منصة ويكس



- من مميزات ويكس أنها تدعم اللغات المختلفة وتحسن من تجربة المستخدم وتضمن الأمان والخصوصية.
- من عيوب ويكس أنها تحتاج إلى اشتراك شهري للاستفادة من جميع المزايا وأنها قد تكون صعبة للمبتدئين في بعض الحالات.

أدوات إنشاء المواقع Website Tools

منصة جودادي

- جودادي هي منصة شهيرة لإنشاء المواقع والمتاجر الإلكترونية بسهولة وسرعة.
- توفر جودادي خدمات متنوعة مثل تسجيل النطاقات والاستضافة والبريد الإلكتروني والتسويق عبر الإنترنت.
- تتميز جودادي بقوالب احترافية وأدوات تصميم سهلة الاستخدام ودعم فني متوفر على مدار الساعة.



أدوات إنشاء المواقع Website Tools

منصة جودادي



- تعتبر جودادي منصة موثوقة وآمنة للأعمال التجارية الصغيرة والمتوسطة التي ترغب في توسيع نطاقها على الإنترنت.
- قد يكون التخصيص المتقدم محدودًا مقارنة بمنصات أخرى. قد يصعب الوصول إلى الشفرة المصدرة الكاملة للموقع، مما يعني أن الحرية في التعديل قد تكون محدودة.

أدوات إنشاء المتاجر الالكترونية

E-Commerce Platforms Tools



خدمة إنشاء متجر إلكتروني
إحترافي علي منصة سلة

- من منصات تصميم المتاجر الالكترونية الشهيرة عالميا: شوبيفاي
- من المنصات الشهيرة عربيا: سلة السعودية
- تمكن من إنشاء متجر إلكتروني
- تمكن من إضافة منتجات للبيع إلكترونيا
- من مميزاتها : التصميم والاستضافة والدعم الفني وتدرج الاشتراكات المدفوعة وسهولة الاستخدام
- من عيوب شوبيفاي : حاجز اللغة
- من عيوب سلة : محدودية اللغة والإضافات

مؤشرات قياس أداء التسويق الرقمي (المقاييس)

Metrics & KPIs



- الوصول
- مرات الظهور
- تفاعل
- مشاهدات
- تكلفة المشاهدة
- مشتركين
- متابعين
- زيارات
- النقرات
- النقر إلى الظهور %

أدوات التحليل

Analytics tools

- منصات أو تطبيقات أو خدمات برمجية تتيح للمستخدم الفهم الدقيق لكل الحملات الإعلانية ولكل زوار مواقع الويب أو كل مستخدم التطبيقات.
- تقدم لك مجموعة من المقاييس الهامة مثل عدد زوار الموقع خاصتك ومشاهدات الصفحة.

أدوات التحليل

Analytics tools

- Google Analytics
- Google search console
- Ubersuggest
- MailChimp
- Semrush
- Hubspot
- hootsuite
- Moz
- Ahref





المحاضرة الخامسة
ملخص ودراسة حالة
Recap & case study

دراسة حالة Case study



ساجي هو شاب مصري وهو أيضا لاعب قديم ويلعب في العديد من الأندية والبطولات كما أنه صديق للعديد من مدربي التنس في جميع الأندية. يملك ساجي شركة لبيع أدوات التنس عبر الإنترنت، ولديه صفحة بها 25000 معجب ووصول منشوراتها يبلغ 50000 شهريا، وينشر محتوى يعلم المبتدئين واللاعبين اللعبة والأدوات الرياضية المتعلقة بالرياضة.

دراسة حالة Case study

أثر كوفيد 19 على النشاط في العديد من الأندية، وتم إغلاق الأندية مدة 6

أشهر في عام 2020، واعتزل بعض اللاعبين اللعبة بعد انتهاء الإغلاق.

ليس لدى ساجي موقع ويب أو منصة للتجارة الإلكترونية ولكن عادل العدوي،

تاجر آخر لديه موقع ويربطه بصفحة ومجموعة على facebook ويقوم بعمل

معارض open days في العديد من النوادي.

بعد إنجازات ميار الشريف الأخيرة، بدأ العديد من الأطفال من الأولاد والبنات في

ممارسة اللعبة اقتداء بها.



دراسة حالة

Case study



- قم بإجراء تحليل SWOT لشركة ساجي الناشئة.
- ما هي نصيحتك لـ ساجي لتمديد وجوده عبر الإنترنت؟
- قم بتصميم شخصية العميل الخاصة بعملاء ساجي.
- حدد 3 أهداف يضمنها ضمن خطته للتسويق الرقمي.
- ما هي المنصات التي تنصحه بتنفيذ خطته من خلالها؟
- ما أنواع المحتوى التي تنصحه بتنفيذها ضمن خطته؟
- ما أهم المقاييس التي يحدد بها نجاحه في تنفيذ خطته؟

بنهاية هذا الكورس ستكون قادرا على أن

- تتعرف على طريقة التخطيط الفعال للتسويق الرقمي
- تعرف أهمية التسويق عبر البريد الإلكتروني
- تتعرف على أساسيات الـ SEO
- تعرف أهم أدوات بناء المواقع والمدونات
- تتعلم أهمية استخدام الإعلانات عبر الإنترنت لتعزيز نتائج التسويق الخاصة بك
- تصف قيمة وسائل التواصل الاجتماعي لخطة التسويق

بنهاية هذا الكورس ستكون قادرا على أن

- تحديد كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للوصول لجمهورك
- تستخدم المقاييس لقياس تأثير خطة وسائل التواصل الاجتماعي
- تصف ميزات مواقع التواصل الاجتماعي الرئيسية
- تعرف أهمية الذكاء الاصطناعي للمسوق
- تعرف أهم مواقع وتطبيقات وأدوات تساعدك على إنشاء المحتوى

شكراً لكم