

التسويق عبر الهاتف المحمول



مقدمة عن التسويق بالهاتف المحمول

محتوى الكورس:

- أساسيات التسويق عبر الهاتف المحمول Mobile Marketing
- طرق توصيل الحملات الدعائية Campaign Delivery Options
- الإعلان باستخدام الهاتف المحمول Mobile Advertising
- الدمج مع القنوات الأخرى Channels Integration
- البحث على الهاتف المحمول Mobile Search
- تحليل النتائج وتقويم الأداء Mobile Analytics

أساسيات التسويق عبر الهاتف المحمول

Mobile Marketing

- الهاتف المحمول في حياتنا
- لماذا التسويق باستخدام المحمول؟
- التحديات والقصور في أجهزة الهاتف المحمول
- تجربة المستخدم ورحلة الشراء باستخدام الهاتف المحمول

مقدمة عن التسويق بالهاتف المحمول

الهاتف المحمول في حياتنا

- المحمول جهاز شخصي Personal
- كل ما تحتاجه موجود في المحمول
- دائماً المحمول مع صاحبه لا يتركه
- الهاتف المحمول يعمل معظم الوقت ولا يتم إغلاقه
- معظم الوقت يتم استخدامه
- العالم بين يديك حرفياً

مقدمة عن التسويق بالهاتف المحمول

لماذا التسويق باستخدام الهاتف المحمول؟

- الوصول بشكل دائم لعملائك Reach
- الاستهداف المتميز Highly-targeted
- الحصول على بيانات دقيقة إلى حد كبير عن عملائك
- التفاعل أسهل بكثير من جهة العملاء

مقدمة عن التسويق بالهاتف المحمول

التحديات والقصور في أجهزة الهاتف المحمول

- حجم الهاتف المحمول صغير
- لوحة المفاتيح غير متوفرة بالسهولة الموجودة في أجهزة الحاسب
- عدم توفر كل المزايا الموجودة في الحاسب الآلي
- غير مناسب للأعمال التقنية المعقدة، لا بد من استخدام الحاسب
- في معظم الأحيان تحتاج إلى تعليم المستخدمين

مقدمة عن التسويق بالهاتف المحمول

تجربة المستخدم ورحلة الشراء باستخدام الهاتف المحمول



- مدى تناغم التسويق بالمحمول مع التسويق التقليدي

- Marketing Funnel (AIDA Model)

- فهم طبيعة عملائك Buyer Personas

- أساليب العملاء في الشراء Buyer Journey

- كيف يمكنك تحويل العملاء Conversions



المحاضرة الثانية

طرق توصيل الحملات الدعائية

Campaign Delivery Options

- الرسائل التسويقية Mobile Messaging

- خدمات الرسائل القصيرة SMS

- خدمات الرسائل ذات الوسائط المتعددة MMS

- تطبيقات المحمول Mobile Applications

- مواقع المحمول Mobile Websites

طرق توصيل الحملات الدعائية

Campaign Delivery Options

- تهيئة محركات البحث Mobile Search Optimization

- تقنية التكويد QR Codes

- الواقع المعزز Augmented Reality

- الواقع الافتراضي Virtual Reality

الرسائل التسويقية Mobile Messaging

خدمات الرسائل القصيرة SMS

• Short Messages Services

• أهمية خدمات الرسائل القصيرة

• خصائصها: Text-based, Characters Limiting

• الرمز المختصر Short Code

• التفاعل مع العميل Opt-in, Opt-out, & Alerts



الرسائل التسويقية Mobile Messaging



خدمات الرسائل القصيرة SMS

• استخدامات الرسائل القصيرة

• العروض والبيع Promotions

• التهنئات وبناء علاقة دائمة مع العملاء Greetings & Loyalty

• الرسائل التنبيهية Push Notifications Messages

الرسائل التسويقية Mobile Messaging



خدمات الرسائل ذات الوسائط المتعددة MMS

• Multimedia Messages Services

• استخدامات الرسائل ذات الوسائط المتعددة

• كيفية بناء قائمة العملاء Building List

• ضوابط ومحاذير Ethics

الرسائل التسويقية Mobile Messaging



الخدمات الصوتية التفاعلية IVR

Interactive Voice Response •

• استخدامات هذه التقنية

تطبيقات المحمول Mobile Apps



تطبيقات الهاتف المحمول

• أهمية تطبيقات المحمول

• كيفية بناء التطبيقات Android, iOS

• متاجر التطبيقات Play Store, App Store

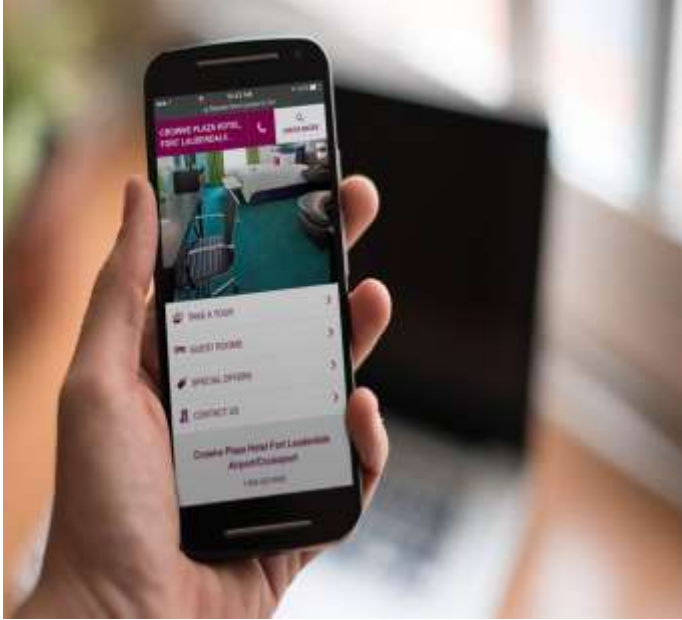
• تهئية ظهور التطبيقات ASO

• قياس مدى فاعلية التطبيق

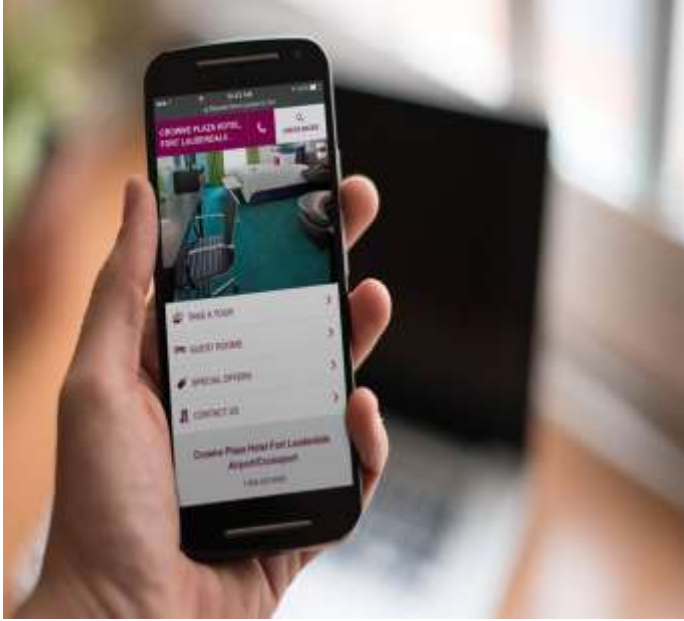
مواقع الهاتف المحمول Mobile Websites

مواقع المحمول

- ما هي مواقع المحمول
- الفرق بين تطبيقات ومواقع المحمول
- أهمية مواقع الهاتف المحمول
- كيفية بناء هذه المواقع
- Planning -> Designing -> Developing



مواقع الهاتف المحمول Mobile Websites



مواقع المحمول

• أنواع المواقع

• خصائص الموقع المتميز

• قياس مدى فاعلية الموقع ونجاحه



مواقع الهاتف المحمول Mobile Websites

تهيئة محركات البحث Mobile Search Optimization

- الفرق بين البحث على المحمول Mobile أو الحاسب التقليدي Desktop
- طرق البحث المختلفة (Browser, Mobile Apps)
- محركات البحث Search Engine
- تهيئة الموقع للظهور في نتائج البحث
- الإعلان على محركات البحث Search Engine Marketing
- تهيئة قنوات التواصل الاجتماعي للظهور في نتائج البحث

تقنية التكويد QR Codes

تقنية التكويد باستخدام الهاتف المحمول

• Quick Response Codes

• أهمية تقنية التكويد

• كيفية إنشاء هذه الأكواد

• أدوات بناء الأكواد QR Generators

• تفاعل المستخدمين مع الأكواد

• استخدامات متنوعة لهذه التقنية

• قياس مدى فاعليتها



تقنية الواقع المعزز Augmented Reality

الواقع المعزز AR

Augmented Reality (AR) •

• أهمية تقنية الواقع المعزز

• كيفية بناء هذه التقنية

• استخدامات متنوعة لهذه التقنية

• قياس مدى فاعليتها

• مثال توضيحي: <https://www.youtube.com/watch?v=vDNzTasuYEw>



تقنية الواقع الافتراضي Virtual Reality

الواقع الافتراضي VR

• Virtual Reality (VR)

• أهمية تقنية الواقع الافتراضي

• كيفية بناء هذه التقنية

• استخدامات وتطبيقات هذه التقنية

• قياس مدى فاعليتها

• مثال توضيحي: <https://www.youtube.com/watch?v=FEwC798hNyl>





المحاضرة الثالثة

الإعلان على المحمول Mobile Advertising

عناصر المحاضرة:

- أهمية الإعلانات على الهاتف المحمول
- أنواع الإعلانات عبر المحمول
- قياس مدى فاعلية نجاح الحملات الإعلانية
- الدمج مع القنوات الأخرى Channels Integration
- الوسائط الرقمية Online Media
- الوسائط التقليدية Traditional Media

الإعلان على المحمول Mobile Advertising

الإعلانات على الهاتف المحمول

- الفرق بين الإعلان والتسويق على المحمول
- أهمية الإعلانات على الهاتف المحمول
- الاستهداف المتميز Highly-targeted
- قياس النتائج بسهولة Measurable
- التكلفة المناسبة Cost-efficient
- الوصول للشريحة بسهولة في أي وقت وأي مكان Availability

الإعلان على المحمول Mobile Advertising

أنواع الإعلانات عبر المحمول

- الإعلانات النصية Text-Ads
- الإعلانات المرئية Display Ads
- إعلانات الوسائط المتميزة Rich-media Ads
- إعلانات الفيديو Video Ads
- الأدوات المستخدمة في إدارة الحملات الإعلانية: Google AdWords, Google AdMob

الإعلان على المحمول Mobile Advertising

قياس مدى فاعلية نجاح الحملات الإعلانية

- مبدأياً لا بد من تحديد الأهداف من تحليل بيانات الحملة
- قياس مدى فاعلية الحملة
- CPM, CPC
- CTR
- Conversion Rate

الإعلان على المحمول Mobile Advertising

قياس مدى فاعلية نجاح الحملات الإعلانية

- حساب التكلفة والعائد المادي (Return-on-Invest (ROI
- الأدوات المستخدمة في تحليل البيانات: Google Analytics

الدمج مع القنوات الأخرى Channels Integration

الوسائط الرقمية Online Media Integration

- دمج الهاتف المحمول مع الوسائط الرقمية Online Media Integration
- مواقع التواصل الاجتماعي Social Media Channels
- مواقع الويب Websites
- البريد الإلكتروني Email

الدمج مع القنوات الأخرى Channels Integration

الوسائط التقليدية Traditional Media Integration

• دمج الهاتف المحمول مع الوسائط التقليدية Traditional Media

• التلفزيون TV

• المسابقات، التبرعات (باستخدام Short Code)

• الراديو Radio

الدمج مع القنوات الأخرى Channels Integration

الوسائط التقليدية Traditional Media Integration

• Geo-targeting

• الوسائط الميدانية Outdoor

• باستخدام تقنيات QR Codes, AR

• الصحف والمجلات Newspapers & Magazines

تحليل البيانات وتقويم الأداء Analytics

- ما الذي يمكننا قياسه ومتابعته؟

- التحديات والصعوبات في تحليل بيانات المحمول Limitations

- كيفية قياس مدى فاعلية التسويق عبر الهاتف المحمول

تحليل البيانات وتقويم الأداء Analytics

ما الذي يمكننا قياسه ومتابعته؟

- إعلانات المحمول Mobile Advertising
- تطبيقات الهاتف المحمول Mobile Apps
- مواقع المحمول Mobile Websites
- خدمات الرسائل Messaging
- نتائج البحث على الهاتف المحمول Mobile Search

تحليل البيانات وتقويم الأداء

Analytics

التحديات والصعوبات في تحليل بيانات المحمول Limitations

- التحديات والصعوبات
- صعوبة استخدام Cookies على الأجهزة
- تسجيل الملاحظات Server Logs
- تكرار حساب الزيارات Hybrid Apps
- الخصوصية Privacy

تحليل البيانات وتقويم الأداء

Analytics

كيفية قياس مدى فاعلية التسويق عبر الهاتف المحمول

- هناك طريقتان لقياس مدى فاعلية التسويق:

- دراسة الحملات الإعلانية

- معدل التحول Conversion Rate

- تكلفة التفاعل CPA / CPC

تحليل البيانات وتقويم الأداء Analytics

كيفية قياس مدى فاعلية التسويق عبر الهاتف المحمول

- هناك طريقتان لقياس مدى فاعلية التسويق:
- دراسة الجمهور Audience Measurements
- الديموغرافية Demographics
- الأجهزة المستخدمة ونظم التشغيل Devices & O.S.
- الأدوات المستخدمة في تحليل البيانات: Google Analytics, Adobe Analytics

شكرًا لكم