Growth Marketing Part 2

مهارة قراءة وتحليل البيانات
- عليك أن تكون قادر على
  - فهم ما هي المعايير المهمة ومعناها؟
  - استخراج الأرقام والبيانات
  - فهم أساس المشكلة ومتى يكون ذلك الرقم جيد أم لا؟
  - تحديد الرقم أو المعيار المثالي
  - العمل على ابتكار حملات لتساعد على نمو أو تحسين الأرقام الحالية
- الأدوات التي تساعدك في تلك المهارة
  - Google Analytics
  - CRM
  - Google Sheet أو Microsoft Excel
  - Google TAG Manager
  - Google Looker Studio
  - Power BI
  - Tableau

المهارات التقنية
- أهم اللغات التقنية التي يجب عليك تعلمها
  - HTML
  - CSS
  - SQL
  - Paython
  - R
- لماذا يجب عليك تعلم البرمجة بشكل بسيط؟
  - تصميم صفحات الهبوط والـ Landing Pages
  - استخراج البيانات من المواقع وتصميم Bots سريعة للتتبع

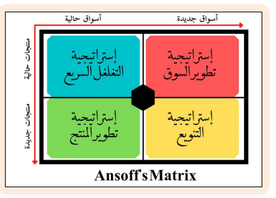
سيكولوجيا الطباع
- عليك أن تدرس وتفهم طريقة تفكير البشر وما يحفزهم للشراء وما يمنعهم من عمل شيء معين في موقعك وكيف أن تكتب رسالة تسويقية معينة تساعد على الإقناع وزيادة النمو والمبيعات.
- ولمساعدتك على فعل ذلك عليك
  - القيام بمقابلات مختلفة مع الفئة المستهدفة لمعرفة ما يحفزهم وما يريدونه
  - القيام بدراسة مواقع وتطبيقات مختلفة وملاحظة – طريقة (الكتابة – التصميم – الصور – العروض الأقسام – الصفحات) لفهم كيف يتفاعل العملاء مع تلك المواقع.
- الفعل
- التفكير
- الإحساس
- في كتابة Behavioral Psychology استخدام الـ المحتوى
  - ابدأ بمشكلة يعاني منها عميلك
  - اذكر اسم منتجك كحل للمشكلة المذكورة
  - قم بشرح كيف يحل منتجك تلك المشكلة
  - اذكر مزايا منتجك الرئيسية والتي تميزه عن منتجات المنافسين
  - اضف سواء بترك تعليق أو إرسال رسالة أو CTA زيارة صفحة المنتج على موقعك لتشجيع عميلك على عمل طلب شراء
- في كتابة Behavioral Psychology أفكار الـ العروض التسويقية
  - استراتيجية التبادل
  - استراتيجية الأرقام
  - استراتيجية الإيجابية
  - استراتيجية الـ FOMO
  - استراتيجية المقارنة
  - استراتيجية السؤال

التجربة المقارنة
- اختبار وتجربة نسختين أو أكثر من العوامل المؤثرة في الحملة التسويقية مثل (تصميم الموقع الألوان، العناوين، الخ) وذلك بتثبيت عامل وتغير العامل الآخر مثل: تجربة تأثير تغير عنوان (الصفحة مع تثبيت حجم العنوان ولونه
- ما هي العناصر التي من الممكن أن تختبرها
  - العناوين والمحتوى
  - Call To Action
  - المقاس
  - المكان
  - اللون
  - الشكل
  - لون الخط
  - تصميم وحجم الصفحة
  - الصور والفيديو
  - تقييم العملاء
  - وصف المنتج

Automation
- أشهر أدواتها
  - GetResponse
  - Zapier
  - Phantom Buster
  - Later
  - Hootsuite

شكل فريق الـ Growth Marketing
- Data Analyst
- Copywriter
- Product Designer
- Growth Specialist
- Product Marketing Specialist

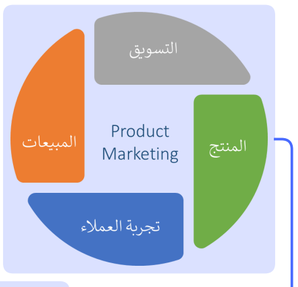
الاستحواذ

استراتيجيات النمو


الإعلانات المدفوعة
- قبل أن تبدأ الحملة المدفوعة عليك تحديد الآتي
  - الأهداف الرئيسية (مبيعات – تسجيلات – زيارات للموقع)
  - الميزانية المتوقعة
  - أفضل منصة لتحقيق هذا الهدف
  - وصف الفئة المستهدفة
  - عدة أشكال للمحتوى بأنواع مختلفة

التسويق الإلكتروني

تجربة المستخدم وواجهة المستخدم
- تجربة المستخدم
  - هي كيفية تعامل عميلك مع موقعك وكيف يستخدم صفحاته ويتفاعل معها
- واجهة المستخدم
  - هي شكل الموقع، تصميمه، ألوانه، أحجام أقسامه وأزراره
- ما هو الـ Wireframing في التجربة المستخدم؟
  - هي خلاصة ترجمة فهمك لتجربة المستخدم للعميل في شكل "مربعات مفرغة" ترسم وتشكل شكل الصفحة النهائي
- أدوات تصميم واجهة المستخدم
  - Adobe XD
  - Figma
  - Sketch
- قواعد واجهة المستخدم
  - تجربة العميل
  - لا تبحث عن الجمال دائماً
  - توحيد العناصر
  - اهتم بالمحتوى
- أدوات مهمة
  - Hotjar
  - GoodUI
  - أداة uxchecklist

تسويق المنتج


- ما هو دور الـ Product Marketeer
  - إنشاء قصة المنتج
  - دراسة المنتج والعميل
  - تحديد خطة المبيعات
  - الـ Positioning
  - خطة إطلاق المنتج في السوق
  - التسويق بالمحتوى
  - خطة تهيئة العملاء الجدد
  - تحديد خارطة الطريق

الكتابة
- الطريقة الأولى
- الطريقة الثانية
- الطريقة الثالثة
- نصائح كتابة المحتوى لخطة الـ Growth Marketing
  - ساعد العميل في تخيل المنتج
  - ابعد عن الكلمات الرنانة والعامة
  - أوصف الاستخدامات الأخرى للمنتج
  - رتب الجملة بناء على ترتيب الأبجدية
  - نوع في حجم الجمل
  - ركز على فائدة المنتج للآخرين
  - ترك حرية القرار للعميل
  - تكرار نفس الكلمة بعد أقل من 15 كلمة
  - استخدم كلمات توصف المنتج
  - نوع في استخدام الأحاسيس في الكتابة

برامج الولاء
- هو التركيز على العملاء الحاليين والقدامى بتقديم حوافز معينة لزيادة ارتباطهم بالموقع أو التطبيق مما يؤدي لزيادة حجم الطلبات من طرفهم
- كيفية استخدام برامج الولاء في الـ Growth Marketing
  - تجميع آراء العملاء وتنفيذ تعليقاتهم
  - ابتكار قنوات سهلة للتواصل مع العملاء
  - اسأل عن التقييم دائما واظهر اهتمامك بتقييم العملاء
  - قدر العملاء ببرامج تفاعل أو كاش باك على طلباتهم
  - فاجئ العملاء بعروض حصرية تقديراً على وجودهم لاستخدامهم لمنتجك
  - فضل العملاء القدامى على العملاء الجدد في أولوية التواصل والتوصيل

برامج التزكية والعمولة
- كيفية استخدام برامج التزكية والعمولة في الـ Growth Marketing
  - اجعل تجربة المنتج قابلة للمشاركة
  - ركز على التسويق عن طريق المشاهير والمؤثرين
  - وفر خدمة عملاء على أعلى مستوى
  - اطلب من عملائك ترشيح منتجك أو خدمتك لأصدقائهم
  - أنشيء برنامج عمولة لعملائك
  - اجعل موظفيك شركاء نجاحك

نمو معدل التحويل
- طرق زيادة الـ Conversion Rate
  - استراتيجيات الـ A/B المستخدمة وتأثير كل تجربة
  - دراسة البيانات والأرقام بشكل مفصل
  - تقسيم العملاء لمعرفة الأعلى في نسبة التحويل والعمل على زيادة نسبة التحويل من كل قسم على حدى
  - البحث عن قنوات تسويقية بنسبة تحويل أعلى
  - تغير أنواع المحتوى
  - تقديم مزايا جديدة للموقع أو التطبيق

التسويق عبر الايميل
- لا تستخدم كلمات مثل (عرض) – (خصم) لتفادي وصول ايميلك لملف الـ Spam في بريد عملائك
- تفادي إرسال الكثير من الحملات في فترة زمنية قليلة .. يفضل أن تكون أسبوعية
- قائمة ايميلات 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 الايميل لتفادي وصوله لملف الـ Spam
- قسم عملائك لشرائح واستهدف كل شريحة بنوعية ايميلات مختلفة في طريقة المحتوى لاختبار أفضل الايميلات ذات نسبة فتح عالية Open Rate

إدارة علاقات العملاء
- أهمية استخدام الـ CRM
  - اجهة واحدة تظهر جميع الأرقام والفئات يمكن من خلالها متابعة نسب النمو والمعايير المختلفة
  - استخدام الـ Automation في العديد من المهام
  - تصميم وارسال إشعارات للفئات المختلفة
  - تصميم وارسال ايميلات للفئات المختلفة
  - تصميم وإنتاج In app messages
  - بناء على مرحلة SMS تصميم خطة للرسائل الـ العميل
  - وتقديمهم Feedback متابعة العملاء وتجميع الـ

Presented with xmind