

## التواجد الرقمي الصحيح

قد يتساءل البعض لماذا يجب أن يتواجد نشاطي التجاري بشكل رقمي؟  
الجواب، هو لأن الناس يتواجدون بشكل كبير ولأوقات طويلة في العالم الرقمي، ولا يخفى على أحد بأن العالم يتحوّل لعالم رقمي بشكل متسارع.

إذا لكي نستمر في نشاطنا التجاري ونحقق أفضل النتائج، يجب أن نكون حيث يكون زبائننا.

في هذه الدورة سنتعرّف على هذه الأماكن الرقمية التي يجب أن نتواجد بها  
وعن أفضل الممارسات التي ستساعدنا على تحقيق أهدافنا التسويقية

وسنتعرّف أيضاً في هذه الدورة على التواجد الرقمي الصحيح، عن طريق:

- موقع إلكتروني
- تطبيق هاتف ذكي
- جوجل نشاطي التجاري
- مواقع التواصل الاجتماعي

وأيضاً سنتعرّف على كيفية إنشاء حملات بريد إلكتروني فعالة  
وعلى كيفية إنشاء محتوى رقمي صحيح.. وعلى كيفية التخطيط لكل ذلك

## التخطيط للتواجد الرقمي الصحيح

تواجدنا الرقمي الصحيح يعتمد بشكل أساسي على مدى معرفتنا بزبائننا..

**إذ يجب أن نعرف:**

- من هم؟
- وما هي نشاطاتهم الرقمية؟
- وما هي اهتماماتهم؟
- وما هي الأشياء التي تؤثر على قرار الشراء لديهم؟

**وللتعمق أكثر بهم، يجب أن نعرف:**

- ما نوع المحتوى الذي يشد انتباههم، ويرغبون في التفاعل معه؟
- وما هي قنوات التواصل الاجتماعي المفضلة لديهم ويتفاعلون معها؟
- وما هو المحتوى الرقمي المرئي (الفيديوهات) الذي يشد انتباههم؟

الإجابة على هذه الأسئلة بكل بساطة هو طريقنا وخطتنا للتواجد الرقمي الصحيح

**على سبيل المثال:**

لو افترضنا بأن أحدهم لديه نشاط تجاري في مجال السياحة والسفر، قد يكون أحد زبائنه المحتملين  
هو رب أسرة صغيرة (٣٥ عاماً) ولديه طفلين.. دعونا نسمي هذا الشخص سعيد.

سعيد مهتم بالسفر لدول آسيا الشرقية، وهو نشيط على مواقع السفر، وموقع التواصل الاجتماعي،  
ويشاهد باستمرار المعلومات والفيديوهات المتعلقة بأسيا الشرقية.

إذا لكي نكون متواجدين مع سعيد، ينبغي علينا تقديم محتوى مهتم به..  
أي تقديم محتوى متعلق بآسيا الشرقية على موقعنا، من حيث:  
الأماكن التي ينصح بزيارتها، والطعام الذي ينصح به وتقديم نصائح عامة عند السفر إلى هذه المناطق..  
وأيضاً إنشاء فيديوهات خاصة بجمال مناطق آسيا الشرقية ومعلومات مثيرة عنها..

بعد ذلك، نقوم بنشر هذه المعلومات القيمة على منصات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، انستغرام،  
يوتيوب) مما يضمن لنا أن نكون موجودين مع سعيد في أي مكان يذهب إليه ويبحث به..

بحيث لو قام سعيد بالبحث على محركات البحث سوف يظهر له المحتوى الذي قمنا بإعداده. في أي  
منصة كانت، وحينها نكون قد ساعدناه في اتخاذ قرار السفر أي ما إلى ذلك..

وللتوضيح أكثر، سنناقش في الدرس القادم مصطلح (رحلة المستخدم الرقمية)

### رحلة الزبون الرقمية

هل قمت مؤخراً بشراء منتج معين أو خدمة من موقع إلكتروني أو تطبيق؟

إن طريقة الشراء تعتمد على أمرين أساسيين:

**أولاً:** أن يسمع الزبون عن خدمة أو منتج معين، أو يشاهد فيديو تعريفى عنه، أو يقرأ مراجعة أو توصية  
به، فيقوم بزيارة الموقع والتعرف على المنتج وشرائه.  
**ثانياً:** أن يقوم الزبون بالبحث عن المنتج أو الخدمة بشكل مباشر، لحل مشكلة معينة لديه..

ما يقوم به المستخدم (الزبون) من أجل عملية الشراء هو ما يسمى برحلة المستخدم الرقمية  
بمعنى آخر هي المراحل التي يمر بها الزبون، من بداية تفكيره بالمنتج أو الخدمة إلى أن ما يصبح  
زبون معتمد..  
وهنا يجب التركيز على عرض الرسالة المناسبة التي يجب أن نوصلها للزبون في كل مرحلة من  
مراحل الرحلة..

...

على سبيل المثال:

هل تذكرون سعيد في الدرس القادم، ذلك الزبون المحتمل لدى نشاط تجاري متعلق بالسياحة والسفر،  
وسعيد بالمقابل مهتم بالسفر إلى مناطق آسيا الشرقية.

دعونا نتخيل أو نفترض رحلته الرقمية..

- قد يبدأ بالبحث عن أفضل الأماكن السياحية في آسيا الشرقية
- ثم يقوم بزيارة المواقع التي توفر محتوى مميز عن آسيا الشرقية وعن الأماكن السياحية فيها
- ثم يقوم بالبحث عن فيديوهات لمشاهدة هذه الأماكن
- ثم يقوم بالبحث عن مزودى خدمة السفر أو شركات تقوم ببيع برامج سياحية لهذه المناطق
- ثم يقوم بزيارة مواقع السياحة والسفر
- ثم يقوم بزيارة مواقع مراجعات الأعمال
- ثم على الأرجح سيقوم بزيارة صفحات المواقع الاجتماعية لهذه الشركات ليقرأ عن تجارب  
الزبائن السابقة
- ثم حينها يأخذ قرار الشراء من الشركة المناسبة له

هذا مثال على رحلة زبون رقمية..

في إطار رحلة المستخدم الرقمية، يجب أن نركّز على ٣ مهام رئيسية:

**أولاً:** تحديد من هم زبائننا بشكل واضح جداً

**ثانياً:** ما هو شكل رحلتهم الرقمية

**ثالثاً:** التواجد الصحيح في هذه المراحل

## جوجل نشاطي التجاري

### Google my business

هل تملك محلاً تجارياً؟

هل تحتاج لزبائن يبحثون عمّا تقدم؟

هل يبحث زبائنك عنك على محركات البحث؟

إذا كان الجواب نعم، فأنا أنصحك بإدراج محلك التجاري على Google my business فهي المنصة التي تساعدك على الظهور ضمن أول نتائج البحث على محركات البحث حين يقوم شخص ما بالبحث عنّا تبين

عادة ما تكون النتائج المحلية في أعلى الصفحة، وعندما يضغط المستخدم على اسم النشاط التجاري، يستطيع أن يعرف العنوان الكامل لهذا المحل، وساعات العمل ورقم الهاتف ووصف كامل للنشاط التجاري وصور للمنتجات والمحل التجاري بالإضافة إلى المراجعات والتقييمات من الزبائن.

وهنا تجدر الإشارة إلى أهمية متابعة ما يقوم زبائننا بكتابته من تعليقات وتقييمات، إذ يجب أن نتجاوب معهم ونشكرهم ونناقش ملاحظاتهم سلبية إن وجدت..

باختصار/ من الضروري جداً عدم ترك أي مراجعة دون الرد عليها.

وبالمقابل يستطيع المستخدم أن يسأل أي سؤال للنشاط التجاري على Google my business

والآن دعونا نتعرّف كيف ندرج نشاطنا التجاري على Google my business

.....

=====

## بناء موقع تجاري صحيح

مع التطور الهائل في مجال المواقع الإلكترونية أصبح الآن من السهل جداً بناء موقع إلكتروني ممتاز وفعال خلال وقت قصير عن طريق استثمار مادي بسيط..

إن أهمية بناء الموقع الإلكتروني تنبع من أهمية تواجدها أمام الزبائن المحتملين على شبكة الإنترنت عندما يبحثون عنّا

فعندما نقوم بالتحسينات المطلوبة لمحركات البحث، نضمن أن يكون موقعنا ضمن أول نتائج البحث وبهذا نضمن التواجد أمام الزبائن المحتملين وتقديم معلومات وافية ومفصلة عن أعمالنا التجارية تحت أمل أن يصبحوا زبائننا المعتمدين..

### ما أهمية بناء موقع إلكتروني؟

- يعطي الموقع الإلكتروني مصداقية إضافية للشركة أو النشاط التجاري خاصة إذا أضفنا معلومات عن الشركة وعنوانها وكيفية التواصل معنا
- يخدم الموقع أحياناً موظف مبيعات موجود ٢٤ ساعة في اليوم لكي يشرح للزوار عن النشاط التجاري ويعرض لهم الصور والفيديوهات التي تساعد على اتخاذ القرار والشراء من منتجاتنا..

### عندما نخطط لبناء موقع، يجب علينا:

- أولاً:** أن نكتب الأهداف التي نريد تحقيقها من الموقع، وأن نتأكد بأن هذه الأهداف تم توظيفها بشكل جيد في التصميم والمحتوى وتجربة المستخدم
- ثانياً:** بعد وضع الخطة والاحتياجات من الموقع الإلكتروني، نبدأ رحلة البحث عن اسم نطاق (Domain Name)، ويمكن ذلك من خلال الذهاب إلى أي موقع من المواقع التي تقوم بتسجيل النطاقات قد نبحت عن ذلك الموقع عن طريق محركات البحث، لكن من الشركات المشهورة:

[www.Name.com](http://www.Name.com)

[www.Godaddy.com](http://www.Godaddy.com)

**ثالثاً:** بعد تسجيل الاسم، يجب استئجار مساحة على علي جهاز سيرفر (خادم) لكي نستضيف عليه موقعنا الإلكتروني وبريدنا الإلكتروني

**رابعاً:** بعد ذلك يجب أن نقرر كيفية بناء الموقع، هل عن طريق الأدوات الجاهزة ( google my site) أو بالاستعانة بمصمم ومطور مواقع إنترنت؟ وهنا نتأكد أن نشاركهم بخطة الموقع التي تشمل الاحتياجات والأهداف بالتفصيل

....

### باختصار سنعرض لكم أفضل الممارسات عند تصميم موقع إلكتروني:

- ١- اسم نطاق أو Domain Name سهل الكتابة والحفظ
- ٢- أن يكون الموقع سريعاً
- ٣- أن يكون متوافق مع الهواتف الذكية
- ٤- أن نستخدم أداة تصفح سهلة للموقع (أي قائمة تصفح واضحة تحتوي على أقسام الموقع)
- ٥- أن نعرض أهم المعلومات في الجزء العلوي من كل صفحة (كيفية تقسيم الصفحات)
- ٦- أن تكون الخطوط والألوان المستخدمة سهلة ومقروءة
- ٧- أن يكون المحتوى متنوع وشامل بحيث نستخدم النصوص والصور والفيديوهات
- ٨- أن نستخدم أدوات لقياس وتحليل الزيارات Google Analytics
- ٩- استخدام الألوان المعتمدة لدينا كنشاط تجاري وإظهار الشعار بشكل واضح
- ١٠- أن يكون الموقع متوافق مع محركات البحث
- ١١- أن يحتوي على أزرار تحفز الزوار على القيام بعمل معين يتوافق مع أهدافنا ويطلق عليها (call-to-action button)
- ١٢- إدراج روابط لفتوات التواصل الاجتماعي الخاصة بنا، وتوفير معلومات اتصال واضحة تسهل عملية تواصل الزوار معنا

## دعونا الآن نقوم بتصميم موقع بسيط عن طريق أداة Google Sites

=====

### بناء تطبيق الهواتف الذكية الصحيح

لا يُخفى على أحد أن انتشار الهواتف الذكية واستخدامها أصبح يفوق جميع الأجهزة الأخرى وعدد المرات والوقت الذي نستغرقه عليها أصبح عشرات المرات باليوم ولعدة ساعات..

**تمتلك التطبيقات بعض الخصائص التي تجعلها خياراً فعالاً، منها:**

**أولاً:** ميزة الإشعارات التي يتم إرسالها لمستخدمي التطبيق وتدعوهم للقيام بعمل معين على التطبيق مما يساعدنا أن نبقى على تواصل دائم مع زبائننا.

**ثانياً:** ميزة معرفة الموقع الجغرافي للمستخدم، وقد تساعد هذه الميزة في بعض النشاطات التجارية من بعض الأعمال.

**ثالثاً:** وجود أيقونة التطبيق على الهاتف الذكي تساعدنا على ترسيخ هويتنا البصرية (logo) لدى المستخدم، وتذكيرهم باستخدام التطبيق بين الحين والآخر.

**رابعاً:** قلة عدد التطبيقات مقارنة بعدد المواقع، يعني أن المنافسة أقل، مما يعني أيضاً أننا سنحصل على ظهور أفضل.

**خامساً:** وجود الكاميرا في الهواتف الذكية قد تكون أمراً مفيداً بشكل سريع وفعال في بعض الأحيان.

**سادساً:** تعتبر التطبيقات منصةً مناسبة جداً لبرامج الولاء (المكافآت)، حيث تساعد المستخدم على تجميع النقاط بسهولة.

**سابعاً:** تعتبر التطبيقات مناسبة لحجز المواعيد وتذكير الأشخاص بالمواعيد عن طريق الإشعارات.

**ثامناً:** سهولة التسجيل في أي تطبيق عن طريق تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي، فلا داعي لكتابة اسم مستخدم وكلمة مرور في كل مرة، كل ما يتوجب فعله هو استخدام البيانات الخاصة الموجودة على مواقع التواصل الاجتماعي (أي الربط مع مواقع التواصل الاجتماعي).

=====

### التواجد الصحيح على مواقع التواصل الاجتماعي

غيرت مواقع التواصل الاجتماعي العالم الرقمي بشكل كبير، وأصبحت جزءاً مهماً من يوم معظم المستخدمين الرقميين، حيث أصبحت وجهتهم للتواصل مع الأصدقاء ومتابعة أخبار ما حولهم.

ويعتبر موقع فيسبوك أكبر منصة للتواصل الاجتماعي، بعدد مستخدمين نشطين يزيد عن ٢ مليار مستخدم.

ويجب أن نذكر هنا، أن شعبية مواقع التواصل الاجتماعي تختلف من بلد لآخر، لذلك يجب أن نتذكر دائماً رحلة الزبون الرقمية الخاصة بنا والتي توضح لنا مواقع التواصل الاجتماعي التي يتواجد عليها جمهورنا المستهدف (زبائننا المحتملون)

وبشكل عام هناك ممارسات ينصح بها على كل مواقع التواصل الاجتماعي، وهي:

**أولاً:** التجاوب السريع مع المتابعين.

**ثانياً:** أن نوحّد الوصف والصور والتصميم على جميع المنصات حتى نحافظ على صورتنا وهويتنا أمام الجمهور المستهدف.

**ثالثاً:** وضع أهداف ثابتة من تواجدها على مواقع التواصل الاجتماعي.

**رابعاً:** استخدام تقويم للمحتوى لفترة طويلة، مما يساعدنا على التخطيط وعدم نسيان أي مناسبة مهمة.

**خامساً:** استخدام أدوات الجدولة والتي تقلل من الوقت والجهد المطلوب للتواجد على المنصات (حيث تساعدنا أن نشر المحتوى نفسه على أكثر من منصة، ونشره في أوقات خارج وقت العمل الرسمي)

**سادساً:** نشر محتوى متنوع، لا يجب أن يكون المحتوى فقط محتوى تجاري، بل يجب أن يكون تعليمي، ثقافي، ترفيهي، وأن يكون يستحق أن يعاد نشره من المتابعين.

**سابعاً:** متابعة الإحصاءات والتحليلات، لكي نفهم ما هو المحتوى الذي لاقى استحسان المتابعين وننشئ محتوى مشابه أو أفضل منه.

**ثامناً:** يجب أن نتحدث إلى المتابعين كأننا أشخاص (أصدقاء) لهم، واستخدام المصطلحات المحلية ليشعروا بأننا قريبين منهم ونفهمهم.

**تاسعاً:** يجب أن نحاول أن نفهم ونحترم ثقافة الجمهور المستهدف فهي نقطة مهمة في التسويق بأن نكون قريبين من الناس وتحدث بلغتهم ونحترم ثقافتهم خاصة من ناحية المحتوى المرئي.

**عاشرأ:** استخدام أدوات لإدارة الردود على كل المنصات من مكان واحد، لنتمكن من متابعة كل التفاعلات من جمهورنا المستهدف والمتابعين مما يضمن أن نرد عليهم جميعاً بوقت سريع.

=====

## إدارة المحتوى الرقمي الصحيح

ما هو المحتوى الرقمي الصحيح؟

هو المحتوى الخاص بالموقع الإلكتروني، والذي يكون بمثابة النواة الرئيسية لنسخ أخرى من المحتوى الذي يمكن أن يكون على منصات التواصل الاجتماعي والتطبيقات وحتى على مواقع أخرى..

**إن المحتوى الصحيح يحتاج إلى تخطيط صحيح**

كيف يكون التخطيط الصحيح لبناء محتوى صحيح:

**أولاً:** يجب أن يتوافق مع الأهداف التسويقية للنشاط التجاري الخاص بنا.

**ثانياً:** يفضل أن يكون مبنياً على أساس الكلمات المفتاحية المتداولة بكثرة (لتحقيق مشاهدات وقراءة أكثر)

ونستطيع أن نتعرف على هذه الكلمات المفتاحية عن طريق أداة Google Trends وسنقوم بعد قليل بالتعرف عليها بشكل عملي

ما هي أهم الممارسات التي تضمن لنا إنشاء محتوى صحيح يخدم كل قنواتنا التسويقية ويساعد كل أعضاء فريق التسويق في الشركة:

- أن يكون المحتوى واضح ويخلو من الأخطاء النحوية والإملائية.
- أن يستخدم المحتوى مصطلحات ولغة مفهومة لدى الجمهور المستهدف.
- أن نتحدث بلغة تسويقية تخدم أهدافنا التسويقية دون أن نلج على المستخدم للشراء من منتجاتنا (أي تسويق بطريقة ذكية وغير مباشرة).
- أن يكون المحتوى متنوع من ناحية النصوص والصور والفيديو، كي لا يمل المستخدم.
- أن نشجع المستخدم على مشاركة المحتوى ودعوته للتعليق إن أمكن.
- استخدم مدونة للموقع تسمح لنا أن ننشر محتوى متنوع ويساعد زبائننا على اتخاذ القرارات المناسبة للشراء ويقدم النصائح والأخبار بشكل مشوق.
- استخدام عناوين تثير اهتمام المستخدم بدون مبالغة بل بشكل واضح وجذاب.

- نحاول أن نبقي في نفس الموضوع وأن لا نتشعب كثيراً، على أن نتحدث عن موضوعنا بشكل وافي وشامل وواضح.
- استخدام أدوات التدقيق على المحتوى، التي تدقق على الإملاء والقواعد كي نتجنب أي أخطاء محرجة.
- أن نكتب للمستخدم بالدرجة الأولى، ولكن علينا أن نجعل محرركات البحث بالحسيان، كي نكتب محتوى في يظهر في أعلى محرركات البحث وبالمقابل يشعر المستخدم بأننا كتبناه له ويجذب انتباهه كي يكمل القراءة
- أن نركز على إيصال أهم المعلومات في أول المقال، كي نضمن أن المستخدم قد وصلت له رسالتنا الأساسية

=====

## إدارة حملات بريدية فعالة

البريد الإلكتروني يعتبر من أكثر وسائل التواصل الرقمي فعالية، وتقريباً لا يوجد شخص ليس لديه بريد إلكتروني. ومع انتشار الهواتف الذكية وخاصية الإشعارات، ازدادت أهمية رسائل البريد الإلكتروني وازدادت نسبة قراءة الرسائل، خاصة إذا أرسلنا الرسالة الصحيحة للشخص الصحيح وفي الوقت الصحيح. وهذا ما سنتحدث عنه في هذا الدرس

### ما هي الخطوات التي يجب أن نتبعها عند إنشاء حملة بريد إلكتروني فعالة:

**أولاً:** إنشاء قائمة بريدية تحتوي على بريد إلكتروني صحيح لأشخاص نعرفهم ونعرف اهتماماتهم وأسباب انضمامهم لهذه القائمة (مثلاً: قائمة لزيائنا الذين تفاعلوا معنا سابقاً وزودونا ببريدهم الإلكتروني، أو قائمة بريدية تحتوي عناوين الزوار الذين طلبوا أن تصلهم آخر أخبارنا وعروضنا).

**ثانياً:** اختيار عنوان مميز للرسالة، بحيث يكون مخصص وشخصي ويثير اهتمام الشخص ويشجعه على فتح الرسالة، مع إبراز سبب منطقي ضمن اهتمام المستخدم.

**ثالثاً:** تصميم رسالة بريد إلكتروني مخصصة، حسب اسم كل شخص لدينا في القائمة، ويمكن عمل ذلك بسهولة عن طريق التطبيقات والمواقع التي تتيح لنا إدارة حملات البريد الإلكتروني مثل موقع mailchimp

**رابعاً:** يجب أن تحتوي الرسالة على محتوى يشجع الشخص على التفاعل مع المحتوى، كما يجب أن يحتوي التصميم على رسوم وصور وأزرار تحفز المستخدم.

**خامساً:** ننتظر بضعة أيام ثم نقوم بإعادة إرسال الرسالة لمن لم يفتحها فقط، وليس الجميع، وهذه الميزة موجودة في أداة mailchimp

**سادساً:** الآن نقوم بتتبع نتائج الحملة، ونحاول معرفة نسبة الأشخاص الذين فتحوا الرسالة، ونسبة النقر على الرسالة، وأيضا نهتم بعدد المتلقين للرسالة وقرروا ترك القائمة البريدية، ونحاول أن لا نكرر الأخطاء التي أدت إلى ذلك.

**سابعاً:** بعد أن تعلمنا من الحملة السابقة، نقوم بالتخطيط لحملة جديدة تكون مصممة بشكل أفضل ونأخذ بعين الاعتبار كل الدروس المستفادة.

**ثامناً:** يجب أن نحرص على عدم إرسال عدد كبير من الرسائل لنفس الشخص بفترة زمنية قصيرة، فيجب أن نرسل رسائل بمقدار مناسب لكل شخص.