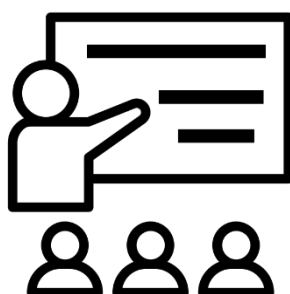


دليل سياسات

Social Media – وسائل التواصل الاجتماعي –
قطاع الخدمات المهنية



قائمة المحتويات

3	وسائط التواصل الاجتماعي SOCIAL MEDIA
3	1. المقدمة والأهمية
7	2. أنواع وسائط التواصل الاجتماعي وكيفية الاستفادة منها HOW TO UTILIZE SOCIAL MEDIA
13	3. خطوات بناء استراتيجية التسويق SOCIAL MEDIA MARKETING STRATEGY
17	4. قواعد نشر المحتوى SOCIAL MEDIA POSTING SCHEDULE

وسائط التواصل الاجتماعي Social Media

1. المقدمة والأهمية

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر تأثيرًا وأهمية حيث لا يتم استخدام الوظائف الأساسية للشبكات الاجتماعية فحسب، بل هو أيضًا وسيلة فعالة للإعلان والتجارة الرقمية للمنتجات والحلول. تساعدك قنوات التواصل الاجتماعي هذه على جذب العملاء المناسبين بالمعلومات الصحيحة في الوقت المناسب وتساعدك على عرض منتجك أو علامتك التجارية للعملاء المحتملين في الأوقات المناسبة.

تتمتع وسائل التواصل الاجتماعي بإمكان الوصول إلى عدد كبير من الأشخاص في غضون ثوانٍ من نشر الاعلان مما يساعدك على تقليل تكاليف التسويق، وجعل إعلاناتك تصل إلى جمهورك المحتمل من خلال إعلانات الوسائط الاجتماعية هذه.

فيما يلي، أهم إرشادات التي يجب عليك معرفتها واتقانها لكي تستغل وسائط التواصل الاجتماعي لنشاط أعمالك:

عليك أن تسرد قصتك

يعد التواجد عبر الإنترنت كعمل تجاري في أي من منصات الوسائط الاجتماعية مثل Facebook أو Instagram طريقة رائعة للتفاعل مع جمهورك والتواصل معهم حقًا على المستوى الشخصي. مما يمنحك الفرصة لسرد قصتك لجميع متابعيك وإلهامهم من خلال نجاحك أو إخفاقاتك السابقة.

وسائل التواصل الاجتماعي هي مكان يمنحك فيه التفاعل مع جمهورك مزيدًا من اظهار نشاط عملك ويساعدك على فهم جمهورك بشكل أفضل. وبالتالي سيتمكن عملاؤك من التعرف عليك والارتباط بقصصك على المستوى الشخصي أيضًا، وهذا هو بالضبط ما تحتاجه كصاحب عمل في هذا العالم المتصل رقميًا.

وللتأكد من سماع قصتك ونشرها بمعدل أسرع، عليك العمل على المحتوى الخاص بك بحيث يكون مناسبًا بدرجة كافية لإثارة إعجاب الجمهور.

اعمل على زيادة جمهورك (المتابعين)

يجب أن تكون إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي من أقل الطرق تكلفة لتسويق عملك رقميًا، فمع وجود العديد من أدوات الإعلان المختلفة المتوفرة في منصات الوسائط الاجتماعية هذه، يمكنك الاستفادة من هذه الفرصة وتسويق منتجك بفعالية من حيث التكلفة.

أفضل شيء في التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي هو أنك لست مضطرًا حقًا إلى استخدام الإعلانات أو الأدوات الاعلانية لتسويق علامتك التجارية، بل يمكنك أن تنمو كصفحة على شبكات التواصل الاجتماعي ببساطة عن طريق نشر محتوى مثير للاهتمام وموثوق به لجمهورك.

استخدم محتوى نابغ عن تحسين محركات البحث (SEO) ، حيث تستخدم الكلمات الرئيسية الأكثر شيوعًا وتعزز تصنيفاتك، ونظرًا لأن المنافسة الرقمية دائمًا في ذروتها، فقد ترغب في الحفاظ على مبادئ تحسين محركات البحث (SEO) الخاصة بك في موضعها الصحيح. راجع دليل سياسات وإجراءات الموقع الإلكتروني للمزيد من الحديث على محركات البحث)

عند وضع استراتيجية التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فعال، سيساعدك ذلك على زيادة حركة المرور على ملفات التعريف الخاصة بك في هذه الوسائط، مما سيؤدي في النهاية إلى مواقع الويب الخاصة بـ، فهناك عدد من الشركات والأفراد الذين لم ينفقوا شيئًا على إعلان رقمي، ولكن فقط بمساعدة المحتوى الرائع والتفاعل الرائع مع جمهورهم، أنشأوا قاعدة عملاء مرتبطة بهم.

حقق الترابط مع العملاء الرئيسيين وتفاعل معهم

عليك توخي اليقظة على شبكات التواصل الاجتماعي حيث تحتاج إلى إنشاء صورة لعلامتك التجارية بحيث تكون أول ما يتبادر إلى أذهان عملائك عندما يفكرون في منتج أو خدمة معينة.

من المهم أن تكون على اتصال مع الجمهور المستهدف (المشترين المحتملين) من خلال وسائط التواصل الاجتماعي هذه، لكي تخلق انطباعًا في أذهانهم وتكون شركتك في صدارة افكارهم كلما بحثوا أو فكروا في شراء منتج مشابه.

تذكر. تلعب هذه الرابطة بين الشركة والمشتري المحتمل دورًا مهمًا في تحويلهم من مجرد عميل محتمل إلى عميل مخلص ومنتظم. وهذا ما يساعدك التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي في إنشائه.

تعرف على منافسيك

مع وصول جميع ملفات تعريف الأعمال على جميع شبكات التواصل الاجتماعي للجمهور، من المهم معرفة منافسيك بشكل أفضل وفهم الاستراتيجيات التي ينفذونها لجذب جماهيرهم. ستكون قادرًا على رؤية المحتوى الذي ينشرونه على ملفات تعريف الوسائط الاجتماعية الخاصة بهم والحكم على المنشورات التي تعمل بشكل أفضل.

بعد إجراء هذا التحليل لمنافسيك والنظر في جميع الاستفسارات التي يطرحها جمهورهم، ستتمكن من دمج هذه الأسئلة في إستراتيجية التسويق الرقمي الخاصة بك.

راجع منشوراتهم وتعليقاتهم وكيفية تفاعلهم مع جمهورهم؛ اقرأ الأسئلة التي طرحها جمهورهم وانظر كيف يمكنك، بصفتك شركة، الإجابة على هذه الأسئلة؛ ابحث أكثر عن مدى معرفة جمهورهم ومدى وعي جمهورك. بناءً على هذه المقارنات، ستكون قادرًا على الإجابة على هذه الاستفسارات بشكل أفضل وجعل نفسك وجمهورك أكثر وعيًا ببعض الأشياء التي لم تكن تعرفها من قبل.

ادرس خدمة العملاء الخاصة بهم وقارنها مع خدمتك وحلل كيف يمكنك القيام بعمل أفضل منهم.

اعمل على بناء جماهير مستهدفة

عليك استغلال الأدوات المختلفة الموجودة في وسائط التواصل الاجتماعي لمعرفة عدد الزوار الذين كانوا مهتمين بالمحتوى الذي تشاركه، وعدد النقرات على أي عبارة تحث المستخدم على اتخاذ إجراء، وعدد عمليات الشراء إن وجدت. لقد جعل التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي الكثير من الأشياء سهلة للمسوقين، والحصول على البيانات المتعلقة بأنشطة عملائك في المقدمة.

استخدم هذه الإحصائيات في بناء جمهور مستهدف حيث يمكنك استهداف الأشخاص الذين بدوا مهتمين بمنتج، ويمكنك الحصول على مثل هذه الإحصائيات كشركة تجارية من استهداف هؤلاء العملاء المحتملين الذين كانوا على وشك أن يصبحوا مشتريين، ولكن لأسباب معينة لم يتمكنوا من إكمال عملية التسوق.

من خلال التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ستتمكن من عرض محتوى علامتك التجارية لهؤلاء العملاء، وتذكيرهم كيف احتاجوا / أرادوا منتجك، والآن بعد مشاهدة مثل هذه الإعلانات، سيتم تذكيرهم بحاجتهم / رغبتهم في منتجك.

تعلم أنماط الشراء لعملائك المثاليين

شبكات التواصل الاجتماعي مفتوحة للجميع، مما يمنح الشركات فرصة لمتابعة أنشطة المستهلكين أو المشتريين المحتملين. يساعد هذا المسوقين على أن يكونوا أكثر دراية بجمهورهم المستهدف، وما يعجبهم، وما لا يعجبهم، واهتماماتهم حتى يتمكنوا من إنشاء استراتيجية تسويق أفضل لجذب هؤلاء العملاء.

يجب أن تتعلم هذه الأنماط لكي تصبح أفضل في استراتيجيات التسويق الرقمي الخاصة بك لجذب العملاء المناسبين وتلبية مطالبهم. من المهم إنشاء محتوى يكون مرتبطًا بجمهورك، مما يزيد من المشاركة في وجودك على وسائل التواصل الاجتماعي

اعمل على زيادة عائد الاستثمار الإجمالي

يمكن أن يساعدك التسويق والإعلان عبر وسائل التواصل الاجتماعي على زيادة عائد الاستثمار، حيث أن تكلفة الإعلان في منصات التواصل الاجتماعي هذه غالبًا ما تكون أقل بكثير من العائد، مما يمنحك المزيد من الإيرادات، فنظرًا لأنك تستخدم التسويق الرقمي، يمكنك الوصول إلى مئات وآلاف الأشخاص ببساطة عن طريق استهداف الإعلانات وتقليل تكاليف الإعلان.

يساعدك Facebook و Instagram على سبيل المثال في جذب المشتريين المحتملين، وفي الوقت نفسه، يهدفون إلى إبقاء العملاء المحتملين منخرطين في شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بهم حتى تتمكن أنت وكلاكما من الاستفادة من ذلك.

يزيد وقت المستخدم المتزايد هذا على شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بهم من إمكانية رؤية المستخدمين لإعلانك أو ملفك الشخصي، وبالتالي زيارة ملف التعريف الخاص بك ثم يصبحون في النهاية مشتريين.

ركز على بناء علاقات مع المستهلكين المستهدفين

يجب على رواد الأعمال إنشاء علاقة ودية مع جميع المتابعين من خلال منتديات التواصل الاجتماعي لأن العملاء لا يثقون فقط في المنتج أو الخدمة التي تقدمها ولكنهم يتعرفون عليك كشركة على مستوى أعمق بكثير، حيث يتفاعلون مع بعضهم البعض، ويجيبون على الاستفسارات، ويحاولون مساعدة بعضهم البعض بكل الطرق الممكنة.

من المهم الاستماع والجابة على العملاء حيث يشعرون ذلك بمزيد من الامتياز عندما يقدم لهم المساعدة التي يسعون إليها ويخلقون إجراء اتصال أكثر ودية ويمكن الوصول إليه بسهولة، حيث يمكنهم نشر الشكاوى أو معرفة المزيد عن علامتك التجارية.

يجب أن تتواصل معهم، وتتفاعل مع جميع المنشورات الممكنة، وتعرف على ما يريدون وما يحلو لهم، ثم استخدمه لتنفيذ استراتيجية تسويق أقوى بكثير بحيث يمكنك تحويلهم من مشتريين محتملين إلى عملاء مخلصين.

انشر الوعي بعلامتك التجارية

من المهم أن تنشئ وعيًا بالعلامة التجارية لجذب قاعدة أكبر من المستهلكين، حيث يكون المشترون المحتملون لديك على دراية تامة بعلامتك التجارية. ولا يمكن القيام بذلك إلا من خلال إنشاء محتوى مبدع للغاية وجذاب بصريًا يجذب انتباه جميع العملاء المحتملين، مما يجعلهم على دراية بوجود علامتك التجارية.

تذكر. عليك تذكير جمهورك المستهدف بأنك موجود بشكل متكرر. يمكن القيام بذلك من خلال استراتيجيات التسويق المناسبة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وحملات تسويق المحتوى التي ستطبع اسم علامتك التجارية على أي شخص يستخدم أيًا من شبكات التواصل الاجتماعي التي تختار استخدامها.

بسبب هذه الثقة التي أنشأتها مع جمهورك، سننمو كعمل تجاري، ويجب عليك الحفاظ على هذه الثقة طوال رحلة عملك على منتديات وسائل التواصل الاجتماعي مثل Facebook أو Instagram أو Twitter.

استغل المنصات لترويج المنتجات والخدمات

الترويج للمنتجات والخدمات على منصات التواصل الاجتماعي مثل Facebook أسهل بكثير في العالم الرقمي ، حيث يمكنك وضع صور احترافية لمنتجاتك وتفصيلها ، والسماح للجمهور بالمشاركة ضمن هذه الألبومات.

استغل خيارات Facebook المتعددة لترويج منتجاتك من خلال إعلانات مختلفة حيث يمكنك عرض عدد قليل من الصور لمنتجاتك وتشغيل إعلان عليها. ويساعد هذا عملاءك على رؤية التنوع الذي تقدمه كعلامة تجارية في الإعلان الفردي الذي تقوم بتشغيله.

وكملخص لما سبق، فإن وسائل التواصل الاجتماعي هي منصة قوية، وكونك شركة في هذا العصر الرقمي يمكن أن يكون ذا فائدة كبيرة إذا تم استغلال هذه الفرصة على أكمل وجه من قبل رواد الأعمال أو المسوقين أو حتى المدونين.

يعد إنشاء وجود مؤثر للغاية على وسائل التواصل الاجتماعي هو المفتاح لإنشاء محتوى مقنع وجذاب من شأنه أن يربط جمهورك على الفور.

لا تكفي الخطة المدروسة جيدًا إذا لم يتم تنفيذها بنفس الطريقة.

لهذا السبب تحتاج إلى إنشاء محتوى جذاب بصريًا حتى قبل أن يقرأ العميل ما هو مكتوب ، يجب أن يتأثر بما يراه. يمكن أن يكون مجرد منشور على وسائل التواصل الاجتماعي مصمم بشكل رسومي ، أو مقطع فيديو ، أو حتى نقرًا احترافيًا أو إبداعيًا على صورة لمنتجك.

تكمّن الفكرة في جذب الأنظار قبل أن يتواصلوا معك حقًا كعمل تجاري.

يجب أن تركز الاستراتيجيات التي تستخدمها لجذب عملائك أيضًا على التواصل مع جمهورك بدون اتصال ، ولا تدوم أي علاقة ، ولا تريد أن تكون علاقتك بعملائك قصيرة الأجل.

سيقودك الاتصال الأفضل مع الجمهور إلى عملاء أكثر ولاءً ، وبالتالي ، يجعلك متقدمًا في عملك على المنافسين.

2. أنواع وسائط التواصل الاجتماعي وكيفية الاستفادة منها How to Utilize Social Media

إن التعرف على أنواع وسائط التواصل الاجتماعي وفهم سبب استخدامها يمكن أن يفتح أفكارًا وقنوات جديدة للتفاعل مع جمهورك بشكل أكثر فعالية وتوظيف تلك المنصات والوسائط بالشكل المناسب، فيما يلي مجموعة من أنواع الوسائط الأكثر شهرة وكيفية توظيفها في عملك:

الشبكات الاجتماعية

Facebook و Twitter و LinkedIn

لماذا يستخدم الناس هذه الشبكات: يستخدم الناس هذه الشبكات للتواصل مع الأشخاص (والعلامات التجارية) عبر الإنترنت. ويمكنهم الاستفادة من وجودك عليها بأبحاث السوق، والوعي بالعلامة التجارية، وتوليد العملاء المحتملين، وبناء العلاقات، وخدمة العملاء ... القائمة لا حصر لها إلى حد كبير.

كيف يمكن أن تفيد عملك: عليك ان تستخدم هذه الشبكات الأساسية كجزء من خطة تسويق ووسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بك - أو إذا كنت تبحث عن أفكار لتحسين استراتيجيتك الحالية - فستجد ثروة من المعلومات القابلة للاستخدام في Facebook و Twitter و LinkedIn.

شبكات مشاركة الوسائط

Instagram و Snapchat و YouTube

كيف يمكن أن تفيد عملك: يمكن للعلامات التجارية بناء الوعي وزيادة المشاركة وبيع المنتجات عبر قنوات جديدة. تجعل شبكات التسوق الاجتماعي التجارة الإلكترونية جذابة من خلال إضافة عنصر اجتماعي.

تظهر عناصر التجارة الإلكترونية في العديد من أنواع الشبكات الاجتماعية الأخرى - على سبيل المثال ، ميزات Pinterest صور قابلة للشراء ، ويوفر Instagram أدوات تحت المستخدم على اتخاذ إجراء في شكل أزرار "تسوق الآن" و "تثبيت الآن". تأخذ شبكات التسوق الاجتماعي خطوة إلى الأمام من خلال بناء موقعها حول تكامل مركز بين التجربة الاجتماعية وتجربة التسوق.

تتيح خدمات مثل Etsy للشركات الصغيرة والحرفيين الأفراد بيع منتجاتهم دون وجود موقع فعلي قائم، وشبكات مثل منتجات Polyvore المجمع من تجار تجزئة مختلفين في سوق واحد عبر الإنترنت.

تعد Polyvore واحدة من أكبر مجتمعات النمط الاجتماعي على الإنترنت، وهي مثال جيد لشبكة مصممة لدمج التجربة الاجتماعية مع تجربة الشراء. يتم إنشاء معظم المحتوى بواسطة المستخدمين، الذين يختارون المنتجات التي يحبونها، ويقومون بإنشاء صور مجمعة ، وينشرونها كمجموعة ، ثم يشاركون المجموعات مع مستخدمين آخرين.

8. الشبكات القائمة على الاهتمامات

أمثلة: Goodreads و Houzz و Last.fm

لماذا يستخدم الناس هذه الشبكات: للتواصل مع الآخرين حول اهتمامات أو هواية مشتركة.

كيف يمكن أن تفيد عملك: إذا كانت هناك شبكة مخصصة لنوع المنتجات أو الخدمات التي تقدمها ، يمكن أن تكون هذه الشبكات مكانًا رائعًا للتفاعل مع جمهورك وبناء الوعي بالعلامة التجارية.

تتخذ الشبكات القائمة على الاهتمامات نهجًا أكثر استهدافًا من الشبكات الاجتماعية الكبيرة من خلال التركيز فقط على موضوع واحد، مثل الكتب أو الموسيقى أو تصميم المنزل.

في حين أن هناك مجموعات ومنتديات على شبكات أخرى مكرسة لهذه الاهتمامات، فإن التركيز فقط على مجال اهتمام واحد يسمح لهذه الشبكات بتقديم تجربة مصممة خصيصًا لتلبية رغبات واحتياجات الأشخاص والمجتمعات التي تشارك هذه الاهتمامات. على سبيل المثال، في Houzz ، يمكن لمصممي المنازل تصفح أعمال المصممين الآخرين ، وإنشاء مجموعات من أعمالهم الخاصة ، والتواصل مع الأشخاص الذين يبحثون عن خدماتهم.

توفر الشبكات مثل Last.fm (للموسيقيين وعشاق الموسيقى) و Goodreads (للمؤلفين والقراء المتحمسين) أيضًا تجربة مصممة خصيصًا لجمهورهم المتخصص.

إذا كان عملاؤك وجمهورك الاجتماعي يشتركون في اهتمامات مشتركة (على سبيل المثال، إذا كنت دار نشر) ، يمكن أن تكون الشبكة القائمة على الاهتمامات مكانًا جيدًا لمواكبة الاتجاهات الحالية بين المعجبين بصناعتك أو منتجاتها.

شبكات "الاقتصاد التشاركي"

أمثلة: Airbnb و Uber و Taskrabbit

لماذا يستخدم الناس هذه الشبكات: للإعلان عن المنتجات والخدمات والعثور عليها ومشاركتها وشراؤها وبيعها والاتجار بها بين الأقران.

كيف يمكن أن تفيد عملك: إذا صادفت أنك تقدم نوع المنتجات أو الخدمات المتداولة هنا، يمكن أن تكون هذه الشبكات قناة أخرى لجلب الأعمال. (على سبيل المثال، إذا كنت تدير مكانا للمبيت، فقد تساعدك Airbnb في العثور على عملاء.)

شبكات "الاقتصاد التشاركي"، والتي تسمى أيضًا "شبكات الاقتصاد التعاوني"، تربط الأشخاص عبر الإنترنت بغرض الإعلان عن المنتجات والخدمات والعثور عليها ومشاركتها وشراؤها وبيعها وتداولها. وعلى الرغم من أنك ربما تكون على دراية بشبكات الأسماء الكبيرة مثل Airbnb و Uber، إلا أن هناك عددًا متزايدًا من الشبكات المتخصصة التي يمكنك استخدامها للعثور على مكان لوقوف السيارات، ووجبة مطبوخة في المنزل، والمزيد.

أصبح هذا النموذج عبر الإنترنت لتجارة الأقران قابلاً للتطبيق وشائعًا في السنوات الأخيرة حيث بدأ الناس في الوثوق بالمراجعات عبر الإنترنت والشعور بالراحة في استخدامها لقياس سمعة وموثوقية البائعين ومقدمي الخدمات. وفقًا لتقرير صادر عن شركة الأبحاث الرقمية Vision Critical، "يعمل الاقتصاد التعاوني اليوم لأنه يمكن التحقق من الثقة إلكترونيًا من خلال الشبكات الاجتماعية ... تتيح وسائل التواصل الاجتماعي للاقتصاد التعاوني أن يعمل بسلاسة."

في حين أن معظم المسوقين سيجدون أن هذه الشبكات مستهدفة أو مقيدة بشكل خاص للغاية، إذا صادفت تقديم نوع المنتج أو الخدمة التي يتم تداولها على شبكة معينة، فقد ترغب في النظر إليها كقناة أخرى لتوليد العملاء المحتملين والمبيعات.

وفي المحصلة: سواء كنت تستكشف أسواقًا محتملة جديدة لنشاطك التجاري أو تبحث فقط عن قنوات جديدة للتواصل مع عملائك، فهناك العديد من أنواع الوسائط الاجتماعية التي يمكنك استخدامها. بعضها إلزامي إلى حد كبير لأي عمل؛ البعض الآخر مفيد لمجموعة فرعية أصغر من الأعمال المتخصصة؛ والبعض يجب الابتعاد عنه تمامًا.

تذكر. منصات مختلفة تجذب جماهير مختلفة. مهما كانت احتياجاتك وأهدافك، فمن المناسب أنك ستجد ما تبحث عنه في مكان ما على هذه المنصات والشبكات الاجتماعية.

3. خطوات بناء استراتيجية التسويق Social Media Marketing Strategy

حدد أهدافاً منطقية لعملك

"ماذا تريد من وسائل التواصل الاجتماعي؟"

يجب ان يبدأ تخطيط استراتيجية وسائل التواصل الاجتماعي بأهدافك؛ ربما تريد بناء مجتمع أو متابعين أكثر تفانيًا. ربما تريد أن تحقق حساباتك الاجتماعية المزيد من الإيرادات هذا العام. ففي كلتا الحالتين، ستحدد أهدافك إستراتيجية المحتوى الخاصة بك ومقدار الوقت والطاقة اللذين ستحتاجهما لتكريسهما لحمالتك.

بعض نماذج الأهداف التي يمكن للشركات من جميع التخصصات والأحجام تحقيقها:

- زيادة الوعي بالعلامة التجارية. هذا يعني اشتهار علامتك التجارية. لإنشاء وعي حقيقي ودائم بالعلامة التجارية، تجنب نشر الرسائل الترويجية. بدلاً من ذلك، ركز على المحتوى الذي يؤكد شخصيتك كشركة وقيمك أولاً.
- توليد العملاء المحتملين والمبيعات. سواء عبر الإنترنت أو في المتجر، لن يقوم المتابعون بإجراء عمليات شراء على الشبكات الاجتماعية عن طريق الصدفة. على سبيل المثال، هل أنت بصدد تنبيه العملاء بشأن المنتجات والعروض الترويجية الجديدة؟
- زيادة جمهور علامتك التجارية. يعني جذب متابعين جدد إلى اليك. إيجاد طرق لتقديم علامتك التجارية إلى الأشخاص الذين لم يسمعوا بك من قبل.
- زيادة جمهورك يعني أيضًا اكتشاف المحادثات حول عملك ومجال عملك الأكثر أهمية. يكاد يكون من المستحيل الحفر عبر قنواتك الاجتماعية دون مراقبة أو الاستماع إلى كلمات رئيسية أو عبارات أو علامات تصنيف معينة. يساعدك التعرف على هذه المحادثات على الوصول إلى جمهورك الأساسي بشكل أسرع.
- تعزيز المشاركة المجتمعية. اكتشف طرقًا لجذب انتباه متابعيك الحاليين. هذا يعني تجربة الرسائل والمحتوى. حتى أن شيئًا بسيطًا مثل طرح سؤال يمكن أن يزيد من معدل مشاركتك. يمكن لعملائك أن يكونوا أفضل المصنفين لك، ولكن فقط إذا كنت تمنحهم شيئًا يندمجو معه.
- دفع حركة المرور إلى موقع الويب الخاص بك. إذا كنت تركز على جذب عملاء محتملين أو زيارات إلى موقعك على الويب، فيمكن للشبكات الاجتماعية أن تحقق ذلك. سواء من خلال المنشورات الترويجية أو الإعلانات الاجتماعية، يمكن أن تساعدك مراقبة التحويلات ونقرات عنوان URL على تحديد عائد الاستثمار بشكل أفضل من وسائل التواصل الاجتماعي.

تذكر. اجعل استراتيجية التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بك بسيطة بدلاً من تشويشها بأهداف كثيرة قد تشتت انتباهك. اختر واحدة أو اثنتين والتزم بها.