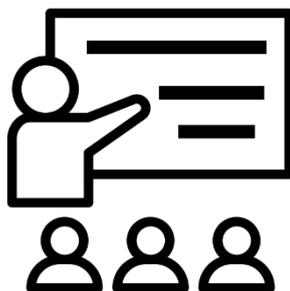


دليل سياسات

وسائل التواصل الاجتماعي – Social Media
قطاع صيانة السيارات والمعدات الثقيلة



قائمة المحتويات

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

وسائل 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 وسائل 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.

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 والاجابة 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

لماذا يستخدم الناس هذه الشبكات: يستخدم الناس هذه الشبكات للعثور على الصور ومقاطع الفيديو والفيديو المباشر والوسائط الأخرى ومشاركتها عبر الإنترنت.

كيف يمكن أن تفيد عملك: هذه المواقع لا تقدر بثمن للوعي بالعلامة التجارية، وتوليد العملاء المحتملين ، ومشاركة الجمهور ، ومعظم أهدافك التسويقية الاجتماعية الأخرى. تمنح شبكات مشاركة الوسائط الأشخاص والعلامات التجارية مكانًا للعثور على الوسائط ومشاركتها عبر الإنترنت، بما في ذلك الصور والفيديو والفيديو المباشر.

تتلاشى الخطوط الفاصلة بين شبكات مشاركة الوسائط والشبكات الاجتماعية هذه الأيام حيث تضيف شبكات العلاقات الاجتماعية مثل Facebook و Twitter الفيديو المباشر والواقع المعزز وخدمات الوسائط المتعددة الأخرى إلى منصاتها. ومع ذلك، فإن ما يميز شبكات مشاركة الوسائط هو أن مشاركة الوسائط هي تحديدها وهدفها الأساسي.

في حين أن غالبية المنشورات على شبكات العلاقات تحتوي على نصوص، فإن المنشورات على شبكات مثل Instagram و Snapchat تبدأ بصورة أو مقطع فيديو، والتي قد يقرر المستخدمون إضافة محتوى إليها مثل التسميات التوضيحية Captions، أو إشارات المستخدمين الآخرين Mentions. وبالمثل، في مواقع مثل YouTube و Vimeo، يعد الفيديو هو الوضع الأساسي للاتصال.

من المهم ان تحدد إذا كان عملك بحاجة إلى تأسيس وجود على شبكة مشاركة الوسائط أم لا ، ويجب مراعاة الموارد المتاحة لديك. إذا كان هناك شيء واحد تشترك فيه العلامات التجارية الأكثر نجاحًا على منصات مثل YouTube أو Instagram ، فهي مهمة مخططة بدقة وأصول وسائط مصممة بعناية ، وعادة ما تتبع موضوعًا معينًا.

منتديات المناقشة

reddit و Quora و Digg

لماذا يستخدم الناس هذه الشبكات: للعثور على الأخبار والمعلومات والآراء ومناقشتها ومشاركتها.

كيف يمكن أن تفيد عملك: يمكن أن تكون هذه الشبكات موارد ممتازة لأبحاث السوق. ان تمت بشكل صحيح، يمكنك أيضًا الإعلان عنها، على الرغم من أنك ستحتاج إلى توخي الحذر لإبقاء إعلاناتك ومشاركاتك منفصلة.

تعد منتديات المناقشة من أقدم أنواع الوسائط الاجتماعية، فقبل أن نتصل بأصدقائنا الجامعيين الأوائل على Facebook، ناقشنا الثقافة الشعبية والشؤون الجارية وطلبنا المساعدة في المنتديات. ألقى نظرة على مدى الوصول الواسع وأعداد المستخدمين الهائلة في منتديات مثل reddit و Quora و Digg وسترى أن تعطش الجمهور للمعرفة الجماعية والحكمة لا يزال فعالا وقابلا للاستخدام والتوظيف للعمل.

هذه هي المواقع التي يذهب إليها الأشخاص لاكتشاف ما يتحدث عنه الجميع والتأثير فيه - ولا يخجل المستخدمون على هذه المواقع عمومًا من التعبير عن آرائهم. هذا يمكن أن يجعل منتديات المناقشة مثل reddit و Quora أماكن رائعة للبحث العميق عن العملاء وآراءهم الصادقة. إذا كنت حريصًا على الفصل بين الإعلانات والمشاركات، فقد تكون أيضًا مكانًا للإعلان - للحصول على جميع التفاصيل.

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

4. قواعد نشر المحتوى Social Media Posting Schedule

بمجرد أن تكون لديك فكرة عن أنواع المحتوى الذي ستشره، فقد حان الوقت: لإنشاء جدول زمني للنشر. بعد مراجعة منشوراتك السابقة أو منشورات المنافسين، ستبدأ في ملاحظة الاتجاهات: ألق نظرة على الأيام والأوقات التي تم نشرها فيها وعلى الأنظمة الأساسية.

من المهم تدوين أي موضوعات محددة حول المنشور. ستساعدك هذه المعلومات على تنظيم وتخطيط منشوراتك للحصول على أكبر قدر من الوضوح.

يجب النشر بشكل منتظم قدر الإمكان ولكن النشر فقط إذا كانت لديك معلومات عالية الجودة وقيمة لإضافتها إلى المحادثة.

فيما يلي اقتراحات تستند إلى أحدث الأبحاث حول عدد مرات النشر على كل منصة وسائط اجتماعية لأقصى قدر من الوضوح:

- صفحات الفيسبوك: 1-2 يوميا
- تويتر: 3-10 مرات في اليوم
- Instagram: 1-3 مرات في اليوم
- قصص Instagram : 2-5 مرات في اليوم
- بينتريست: 3-20 مرة في اليوم
- لينكد إن: 1-2 مرات في الأسبوع

أفضل الأوقات للنشر على Facebook

- أفضل الأوقات: الساعة 11 صباحًا والساعة 1 ظهراً.
- أفضل يوم: الأربعاء
- أسوأ يوم: الأحد

المصدقية هي المفتاح للتفاعل مع خوارزمية Facebook المتطورة باستمرار، وهذا يعني معرفة متى تصل إلى جمهورك بحيث يتم إثارة اهتمامهم للتفاعل مع المحتوى الخاص بك ومشاركته.

فيوم الأربعاء هو عادةً أهم يوم للعديد من الصناعات. ومثلما يرتفع النشاط في منتصف الأسبوع، فإنه يتناقص تدريجيًا في عطلات نهاية الأسبوع لمعظم الصناعات. هذا يعني أنه قد يكون من الصعب جذب الأنظار إلى المحتوى الخاص بك عندما يكون انتباه جمهورك في مكان آخر يومي الجمعة والسبت.

بالإضافة إلى أفضل الأوقات للنشر أعلاه، أظهر Facebook بأن المشاركة الأكثر ثباتًا خلال الفترة الزمنية من الثلاثاء إلى الخميس، من الساعة 8 صباحًا حتى 3 مساءً، لذلك يمكن اعتبار هذه الأوقات "آمنة" للنشر.

تجنب النشر إما قبل الساعة 7 صباحًا أو بعد الساعة 5 مساءً. يمكن أن تساعدك هذه الأنماط في إرشادك إلى كيفية استخدام الجماهير على نطاق واسع لفيسبوك.

أفضل الأوقات للنشر على Instagram

- أفضل الأوقات: الساعة 10 صباحًا حتى الساعة 12 ظهرًا.
- أفضل يوم: الأربعاء والخميس
- أسوأ يوم: الجمعة

Instagram هو ثاني أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يتم تسجيل الدخول إليها للاستخدام اليومي ، ومن المتوقع أن تزداد قاعدة مستخدميه خلال السنوات القادمة.

تُظهر هذه المنصة المملوكة لشركة Facebook أنماط استخدام عالمية مماثلة نسبيًا لشركتها الأم، حيث تحدث ذروة المشاركة في منتصف النهار في الأسبوع، وانخفاض المشاركة في عطلات نهاية الأسبوع.

بالنظر إلى Instagram ككل ، يمكن العثور على المشاركة الأكثر اتساقًا من الأحد إلى الخميس، من الساعة 9 صباحًا حتى 4 مساءً. تصبح المشاركة أقل كل يوم قبل الساعة 6 صباحًا وبعد الساعة 9 مساءً ، ولكن بالمقارنة مع المنصات الأخرى ، فإن Instagram لديها نقاط تفاعل متفرقة في عطلات نهاية الأسبوع والصباح.

يمكن تعزيز هذا من خلال الشعبية المتزايدة لقصص Instagram ذات الحجم الصغير التي يسهل تسجيل الوصول إليها في أي وقت، والتي يمكن أن تؤدي طبيعتها سريعة الزوال إلى FOMO.

أفضل الأوقات للنشر على تويتر

- أفضل الأوقات: الساعة 9 صباحًا.
- أفضل الأيام: الأربعاء والخميس
- أسوأ يوم: الجمعة

يظل Twitter الوجهة الأولى للتواصل مع جمهورك مباشرةً، من خلال كل شيء بدءًا من الإشارات إلى الرسائل المباشرة إلى المواضيع التي قد لا تذكر علامتك التجارية مباشرةً.

استخدم حل الاستماع على Twitter للاستفادة من هذه الفرص للحصول على تعليقات حقيقية حول ما يريد المعجبون رؤيته أكثر، أو ما هي جوانب منتجاتك أو خدماتك أو المحتوى الذي لا يحبونه كثيرًا.