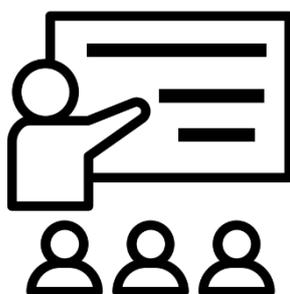


دليل سياسات

Social Media – وسائل التواصل الاجتماعي – قطاع المقاولات



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

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.

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.

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.

خذ وقتك في البحث عن جمهورك المستهدف

الكثير مما تحتاج لمعرفة حول جمهورك للتأثير على استراتيجية التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي متاح بالفعل، مما يمنحك معرفة أين تبحث.

على سبيل المثال، خذ ديموغرافيات وسائل التواصل الاجتماعي وفكر كيف من الممكن أن تكون مفيدة لعلامتك التجارية. فيما يلي بعض النقاط الرئيسية اعتبارًا من عام 2021:

- يُعد كل من Facebook و YouTube مكانين رئيسيين للإعلانات ويرجع ذلك جزئيًا إلى قواعد المستخدمين ذوي الدخل المرتفع.
- غالبية مستخدمي Instagram و TikTok هم من جيل الألفية أو الجيل Z ، مما يشير إلى قوة المحتوى الجريء والملفت للنظر الذي ينضح بالشخصية.
- يفوق عدد النساء عدد الرجال بشكل كبير على موقع Pinterest، والذي يُلاحظ أنه يتباهى بأعلى متوسط قيمة طلب للمتسوقين الاجتماعيين.
- قاعدة مستخدمي LinkedIn متعلمة جيدًا ، مما يجعلها مركزًا لمحتوى متعمق خاص بالصناعة قد يكون أكثر تعقيدًا مما تراه على Facebook أو Twitter.
- ركز على الشبكات التي يكون فيها جمهورك الأساسي نشطًا بالفعل. سيؤثر كل ما سبق في النهاية على كل شيء بدءًا من رسائلك التسويقية إلى كيفية التعامل مع خدمة العملاء أو البيع الاجتماعي.

حدد أهم المقاييس ومؤشرات الأداء الرئيسية

بغض النظر عما تبيعه، يجب أن تكون إستراتيجيتك لوسائل التواصل الاجتماعي قائمة على البيانات، وهذا يعني التركيز على مقاييس وسائل التواصل الاجتماعي المهمة.

ما هي المقاييس التي نتحدث عنها؟ تحقق من التفاصيل أدناه:

- الوصول Reach. مدى وصول المشاركة هو عدد المستخدمين الفريدين الذين شاهدوا مشاركتك. إلى أي مدى يصل المحتوى الخاص بك فعليًا إلى خلاصات المستخدمين؟
- النقرات Clicks. هذا هو عدد النقرات على المحتوى أو الحساب الخاص بك. يعد تتبع النقرات لكل حملة أمرًا ضروريًا لفهم دوافع الفضول أو تشجيع الأشخاص على الشراء.
- التفاعل Engagement. إجمالي عدد التفاعلات الاجتماعية مقسومًا على عدد مرات الظهور. يلقي هذا الضوء على مدى إدراك جمهورك لك جيدًا واستعدادهم للتفاعل.

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.