

# أساسيات التسويق الرقمي: دليل من الألف إلى الياء للمبتدئين!

منذ 3 ثواني

آخر تحديث: 6:34 2022/10/16 مساءً

أساسيات التسويق الرقمي: دليل من الألف إلى الياء للمبتدئين! هل تريد أن تصبح مسوقًا رقميًا؟ وتريد التعرف على أساسيات التسويق الرقمي ، فسأخبرك عنها بالتفصيل. لذلك إذا كنت تريد أن تعرف ، فاستمر في قراءة هذا المنشور. اذا هيا بنا نبدأ.

كما تعلمون جميعًا ، فإن صناعة التسويق الرقمي تتجه إلى حد كبير في عصر اليوم. وهو ما يُعرف أيضًا باسم التسويق عبر الإنترنت . وقد أحبها الناس كثيرًا. لأنها صناعة تسويقية سهلة ومنخفضة التكلفة.

لهذا السبب يجب أن تكون قد لاحظت أن التسويق التقليدي السابق كان مرتفعًا جدًا. ولكن الآن ظلت صناعة التسويق التقليدية بالاسم فقط. وجميع الشركات تأتي الآن رقمية وتقوم بالتسويق الرقمي.

لذلك إذا كنت ترغب أيضًا في الدخول في صناعة التسويق الرقمي هذه. ويريد أن يجعل حياته المهنية فيه. ولهذا تريد أن تتعلم التسويق الرقمي ، فهذه المقالة مخصصة لك فقط. اذا هيا بنا نبدأ.

## أساسيات التسويق الرقمي!

أصبح التسويق الرقمي أحد أكثر طرق التسويق شيوعًا حتى الآن. نتيجة لذلك ، حولت الشركات في جميع أنحاء العالم تركيزها إلى الترويج لأنفسهم بشكل أفضل في عالم الإنترنت. لذلك ، أصبحت معرفة كيفية استخدام الأدوات المناسبة لحملة تسويق رقمية ناجحة مهارة أساسية للجميع ، من العاملين لحسابهم الخاص إلى أصحاب الأعمال الصغيرة.

عندما تكون مستعدًا لتوسيع مدى وصولك وتجاوز التسويق التقليدي ، فإن التسويق الرقمي هو الخطوة الحاسمة التالية.

## ما هو التسويق الرقمي؟

التسويق الرقمي ، الذي يشار إليه أحيانًا باسم التسويق عبر الإنترنت ، هو عملية تسويق عمك أو منتجك أو خدمتك من خلال وسائل مختلفة عبر الإنترنت لجذب المزيد من العملاء. تعد حملة التسويق الرقمي هي عكس التسويق التقليدي تقريبًا ، حيث تحول كل التركيز إلى الوسائل الرقمية. يتضمن مجموعة متنوعة من الأدوات والاستراتيجيات التي يجب فهمها لتحليل العوامل المختلفة لحملة تسويقية وتحسينها بشكل أفضل.

## ما هي أساسيات التسويق الرقمي؟

يمكن الإشارة إلى هذه الأدوات المختلفة باسم التسويق الرقمي. مفتاح أي حملة تسويق رقمية ناجحة هو فهم واستخدام المفاهيم الأساسية للتسويق الرقمي لصالحك. هنا فقط بعض منهم:

## 1. محرك البحث الأمثل

**تحسين محرك البحث (SEO)** هو عملية تحسين المحتوى لزيادة ظهوره والوصول إلى الجماهير باستخدام كلمات رئيسية محددة واللعب نحو خوارزمية محرك البحث. على سبيل المثال ، إذا كنت تريد أن يظهر نشاطك التجاري المخصص للقمصان عندما يبحث شخص ما عن "قميص مخصص" ، فإن إنشاء صفحة رئيسية أو صفحة مدونة تستخدم هذه الكلمة الرئيسية بشكل متكرر سيساعد صفحتك على الظهور أعلى في تصنيفات بحث **Google** لتلك الكلمة. يعد استخدام مُحسّنات محرّكات البحث طريقة غير مكلفة وبسيطة لجذب المزيد من العملاء المحتملين للتفاعل مع محتواك.

## 2. التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي

في عالم الإعلان عبر الإنترنت ، يأتي جانب هائل آخر من جوانب التسويق الرقمي ، يُعرف باسم التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي (SMM). لا يعد التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي أحد أبرز أشكال الاتصال للأشخاص في جميع أنحاء العالم فحسب ، بل أصبح أيضًا منصة مهيمنة للإعلان عن المنتجات والخدمات للجماهير المستهدف. تسمح وسائل التواصل الاجتماعي بإعلانات يمكن الوصول إليها بسهولة والنقر عليها عبر العديد من الأنظمة الأساسية. من إعلانات **إنستغرام** إلى المنشورات التي يتم الترويج لها على Twitter ، يمكن لعملك الاستفادة بشكل كبير من التسويق على وسائل التواصل الاجتماعي.

علاوة على استخدام الإعلانات البسيطة ، أصبح إنشاء وجود لشركتك على وسائل التواصل الاجتماعي أمرًا ضروريًا. يمكن للوجود القوي على وسائل التواصل الاجتماعي أن يعزز المشاركة والمبيعات للأعمال التجارية بشكل كبير. بالإضافة إلى ذلك ، تتيح وسائل التواصل الاجتماعي سهولة الاتصال بين الشركات والعملاء المحتملين ، مما يساعد على إنشاء علاقات وولاء أقوى. لذلك ، فإن إنشاء حسابات وسائل التواصل الاجتماعي حيث يمكن لجماهيرك المستهدف التعرف على عمالك والتفاعل معه هو نهج ممتاز لحملة تسويق رقمية ناجحة.

## 3. تسويق المحتوى

يعد **تسويق المحتوى** من أساسيات التسويق الرقمي التي يمكن أن تساعد الأعمال التجارية على تحسين مشاركة عملائها المحتملين. ويركز تسويق المحتوى بشكل خاص على **نوع المحتوى** الذي يتم إنشاؤه ، سواء كان بودكاست أو مدونة أو مقالة نشر ضيف. يمكن لأشكال المحتوى المختلفة أن تروق لجماهير مختلفة ، مما يسمح للشركات بتطوير استراتيجيات تسويق تستند إلى ذلك. يمكن أن يساعدك تحليل أنواع المحتوى الذي تنشئه شركتك والتي تولد أكبر قدر من التفاعل في فهم أفضل للمحتوى الذي ستستخدمه في المستقبل. يعد تسويق المحتوى جانبًا مهمًا للحصول على مشاركة أولية من العملاء المحتملين. إذا كان المحتوى الذي يرونه لا يروق لهم ، فلن ينقروا عليه في المقام الأول.

## 4. التسويق عبر البريد الإلكتروني

يعد التسويق عبر البريد الإلكتروني أحد أقدم أشكال التسويق الرقمي ولا يزال جزءًا مهمًا من الحملات الرقمية اليوم. إنها طريقة رائعة لمواصلة الاتصالات مع العملاء أثناء الترويج بحرية للمنتجات أو الخدمات الجديدة التي يقدمها عمالك. لقد ثبت أيضًا أن التسويق عبر البريد الإلكتروني يتمتع بأعلى معدل تحويل لمعظم استراتيجيات التسويق الرقمي ، مما يعني أن معظم المستخدمين ينتهي بهم الأمر إلى أن يصبحوا عملاء أو يقومون بالإجراء المطلوب للشركة من رسائل البريد الإلكتروني التي يتلقونها.

# لماذا التسويق الرقمي مهم؟

يحتوي الإنترنت على الملايين والملايين من المستخدمين ، مما يجعل الوصول إلى جماهير كبيرة قد يكون بعيدًا أسهل مما كان عليه من قبل. لهذا السبب ، أصبح التسويق الرقمي جانبًا حاسمًا في أي عمل تجاري ناجح تقريبًا. يساعد التسويق الرقمي الشركات في الوصول إلى أماكن جديدة ، والترويج لمنتجاتها وخدماتها ، والتفاعل بسهولة مع العملاء القدامى والجدد. علاوة على ذلك ، يمكن تحليل حركة المرور والمشاركة بسهولة ، على عكس استراتيجيات التسويق التقليدية.

## إنشاء حملة تسويق رقمية ناجحة!

على الرغم من أن التسويق الرقمي قد يبدو مخيفًا في البداية ، إلا أنه لا يجب أن يكون كذلك. عندما تحتاج إلى مساعدة في حملتك التسويقية الرقمية ، ناقش الخطوات التالية مع وكالة تسويق رقمي ذات خبرة. يمكنهم مساعدة الشركات من جميع الأنواع على النمو ، والاستفادة من كل شيء من التصميم الجرافيكي إلى تحسين محرك البحث.

## 11 خطوة لبناء حملة تسويق رقمية تركز على النتائج

بمجرد بدء حملتك وتشغيلها باستخدام الإعلانات وأتمتة البريد الإلكتروني ومسارات تحويل المبيعات ، ستتمكن من ...  
... راجع التحليلات وشاهد ماديًا تطوير عملك.

من تحديد أهدافك وميزانيتك إلى إنشاء إعلانات Facebook و Google ، إنها طريق طويلة.

لكننا هنا لنقدم لك أفضل النصائح والنصائح والحيل لبناء حملتك التسويقية الرقمية التالية.

قم بتطبيق هذه النصائح على حملة التسويق الرقمي الخاصة بك ، أو اتصل بفريق الخبراء لدينا وسنكون امتدادًا لقسم [التسويق](#).

## تحديد أهدافك

هل تريد أن تكون التحويلات والمتابعين والإعجابات والردود على رسائل البريد الإلكتروني رقم 1 في عمليات بحث Google؟

الخيارات لا حصر لها في التسويق الرقمي ولكن من الحكمة تحديد هدفك الرئيسي في حملة التسويق الرقمي الخاصة بك.

إذا كنت ترغب في إرسال رسائل بريد إلكتروني وكذلك تشغيل الإعلانات على Google ومنصات الوسائط الاجتماعية الأخرى.

ضع في اعتبارك الاستعانة بوكالة تسويق رقمي لمساعدتك لأن هذه مهمة ضخمة لمالك الأعمال الصغيرة.

هناك عدة أنواع مختلفة من الأهداف يمكنك التركيز عليها.

بعض الأشياء المهمة التي يجب أن تكون على دراية بها هي الوعي بالعلامة التجارية ونمو المتابعين والتحويلات وتوليد العملاء المحتملين.

يجب أن يكون الوعي بالعلامة التجارية على رأس القائمة الخاصة بك.

كم مرة طلبت من شخص ما البحث عن شيء ما على الإنترنت ولكن بدلاً من قول "ابحث عنه" ، قلت "فقط على Google"؟

هذا هو الوعي بالعلامة التجارية على أعلى مستوى.

عندما يبدأ المستخدمون في استخدام اسم علامتك التجارية للإشارة إلى مصطلح عام ، تكون قد صنعتها. لكنها عملية طويلة للوصول إلى هناك.

اكتساب المتابعين ليس سهلاً كما يبدو.

بالتأكيد يمكنك إخبار جميع أصدقائك وعائلتك بإعجاب عملك على Facebook أو متابعتك على Instagram.

لكنك ما زلت بحاجة إلى حملة تسويق رقمية.

هنا يمكنك تشغيل إعلانات نمو المتابعين على Facebook والتي تستهدف جمهورك المحدد وتطلب منهم الإعجاب بصفحتك.

أرسل رسائل بريد إلكتروني إلى عملائك الحاليين تطلب منهم الإعجابات أو المتابعات. من الجيد دائماً أن يكون لديك شيء يمكن استبداله مثل قسيمة أو هدية مجانية.

يتطلب جعل الناس يتحولون إلى استخدام منتجك الكثير من الإقناع.

إذا كنت تريد أن تركز حملتك التسويقية الرقمية على التحويلات ، فأنت تريد أساساً أن يقوم شخص ما ...

... شاهد إعلانك أو افتح بريدك الإلكتروني وقم بإجراء عملية شراء.

جيل الرصاص هو خطوة في عملية التحويل.

إذا كنت تركز على اكتساب عملاء محتملين ، فسيكون هؤلاء المستخدمون على دراية بمنتجك وبعد ذلك ...

... لإعلامك بأنهم مهتمون بمعرفة المزيد وربما إجراء عملية شراء.

مع كل من هذه الأهداف ، هناك العديد من الخطوات التي يجب عليك اتخاذها حتى تنجح حملتك التسويقية الرقمية.

## تحديد السوق المستهدف

ما أنواع الأشخاص الذين تريد استهدافهم؟

إذا كان لديك موقع ويب بالفعل وتقوم بتشغيل التحليلات ، فيمكنك سحب التقارير لمعرفة أنواع الأشخاص الذين يتسوقون لمنتجاتك.

إذا كنت قد بدأت للتو ، فستحتاج إلى إجراء بعض الأبحاث.

يمكنك التحقق من منافسيك لمعرفة من يستهدفون ولكن لا تستهدف فقط جمهورهم .

يجب أن تجد سوقًا متخصصة لاستهدافها التي قد تفقدها.

ستحتاج أولاً إلى تحديد ما إذا كنت تستهدف شركات أو مستهلكين آخرين. لا ، لا يمكنك استهداف الجميع.

ابحث عن السوق المناسب لك. تتمتع حملة التسويق الرقمي الناجحة بجمهور محدد جيدًا تم تصميمه بعناية ، بصفتك صاحب العمل!

يمكنك إجراء مسح لعملائك الحاليين بمفردك أو استئجار شركة تسويق رقمي لإجراء البحث نيابة عنك.

## تطوير الشخصيات

أنشئ شخصية المشتري لعلامتك التجارية. صف هذا الشخص بالتفصيل - ما الذي يفعله من أجل لقمة العيش ، ودخله السنوي ، ووضعه العائلي ، وعمره ، وما يحب وما يكره.

لنفترض أنك تفتح شركة قهوة حرفية في مجتمعك المحلي. يبلغ متوسط سعر فنجان القهوة حوالي 5 دولارات.

من المحتمل أن يحصل عميلك المثالي على راتب أعلى ولديه بعض الدخل المتاح. دعنا نرسم شخصية لعميل القهوة في المستقبل.

هذا ستيف. ستيف هو محترف تسويق يبلغ من العمر 27 عامًا ويكسب 80 ألف دولار سنويًا في وظيفته.

إنه يحب مجتمعه المحلي ويبحث دائمًا عن مكان جديد ممتع حيث يمكنه قضاء الأيام التي يعمل فيها من المنزل بدلاً من المكتب.

إنه خبير تقني للغاية ويحب صندوق اشتراك جيد. يحب ستيف التعرف على أحدث التقنيات ولكنه يستمتع أيضًا بالهواء الطلق.

يقضي أيام السبت في التسوق في سوق المزارعين المحلي ويأخذ كلبه للتنزه في الحديقة.

إنه يأمل أن يكون لديه في يوم من الأيام شركة تكنولوجية خاصة به. على الرغم من أنه يحب توفير المال ، إلا أنه غالبًا ما يتفاخر في تناول الأطعمة والمشروبات المصنوعة محليًا.

هذا ملخص قصير للعميل المثالي لأعمال القهوة المحلية لدينا.

عند إنشاء شخصيات المشتري ، يجب أن تفكر في التركيبة السكانية لعملائك ومخاوفهم وأهدافهم وسلوكياتهم عبر الإنترنت.

يستغرق إنشاء هذه الأشياء وقتًا وممارسة وصبرًا حتى تحصل عليها بالشكل الصحيح.

## حدد ميزانيتك

لأي حملة تسويق رقمية ، ستحتاج إلى وضع ميزانية. ضع في اعتبارك أن الإعلان الرقمي هو أرخص أشكال الإعلان! إذا كنت تستعين بشركة تسويق رقمي ، فضع في اعتبارك أنك ستحتاج إلى ميزانية للدفع مقابل الخدمات بالإضافة إلى ...

... وجود ميزانية لتشغيل Facebook أو Google Ads إذا كان هذا شيئًا تهتم به في حملتك التسويقية الرقمية.

يمكنك أن تبدأ بسؤال نفسك عن مقدار الإيرادات التي تريد رؤيتها. هذا هو المكان الذي تحتاج فيه إلى تحديد هدف معقول.

إذا كنت تدير حملة إعلانية على Facebook وترغب في كسب 10000 دولار شهريًا وكان هامش منتجك 100 دولار ، فستحتاج إلى ...

... توليد 100 عملية بيع من هذه الحملة الإعلانية.

ومع أخذ ذلك في الاعتبار ، يمكنك تعيين ميزانيتك بناءً على هامش الربح الذي ترغب في تحقيقه.

يعد إنشاء ميزانية جزءًا كبيرًا من حملة التسويق الرقمي الخاصة بك.

إذا كنت لا تعرف الشكل الذي يجب أن تبدو عليه ميزانيتك ، فقم بتحديد وقت للتحدث مع أحد المتخصصين في وسائل التواصل الاجتماعي.

## اختر القنوات التي تريد استخدامها

قد ترغب في استخدام أكبر عدد ممكن من القنوات في حملتك التسويقية الرقمية.

إذا كنت تعمل من شركة إلى شركة ، فيجب ألا تستخدم نفس القنوات تمامًا مثل شركة تجارية إلى مستهلك.

يمكنك الإعلان على مواقع التواصل الاجتماعي مثل Facebook و Instagram و LinkedIn وحتى Pinterest .

تحظى إعلانات Google بشعبية أيضًا ويمكنها أن تجعل موقع شركتك على الويب في أعلى نتائج البحث بسرعة.

لا تترك **التسويق عبر البريد الإلكتروني** خارج حملة التسويق الرقمي الخاصة بك.

غالبًا ما تتجاهل الشركات إرسال رسائل البريد الإلكتروني ، لكن هذه إحدى أفضل الطرق لتنمية أعمالك.

مزيج من التسويق على قنوات التواصل الاجتماعي ، وإرسال رسائل البريد الإلكتروني ، وتحسين موقع الويب الخاص بك ، واستخدام Google من أجل ...

... يمكن أن يبني الإعلان إستراتيجية قوية إذا تم تنفيذها بشكل صحيح.

مع عمل كل هذه الاستراتيجيات معًا ، هناك مجال كبير لخطأ المستخدم.

بالطبع ، يمكنك تعلم كيفية إنشاء حملة تسويق رقمية مذهلة بنفسك.

لكن ألن يكون من الأسهل السماح للمحترف بالقيام بكل الأعمال الثقيلة نيابةً عنك؟

## قم بإجراء بحث عن الكلمات المفتاحية ل SEO و PPC

إذا كنت تخطط لتشغيل إعلانات PPC (Google) أو تحسين موقع الويب الخاص بك لمحركات البحث (SEO) ، فستحتاج إلى إجراء بعض البحث عن الكلمات الرئيسية .

الكلمات الرئيسية هي كلمات يكتبها المستخدمون في محركات البحث للعثور على منتج أو خدمة أو الإجابة على سؤال.

إذا كنت لا ترغب في تشغيل الإعلانات ، فأنت بالتأكيد تريد التأكد من تحسين موقعك.

مُحسّنتات محرّكات البحث (SEO) مجاني على عكس PPC ويتم استخدامه لنقل صفحتك بشكل طبيعي إلى أعلى في تصنيفات بحث Google.

الحيلة للعثور على كلمات رئيسية لعملك هي أن تضع نفسك مكان عميلك.

فكر في قائمة بالكلمات الرئيسية التي تعتقد أن العملاء سيبحثون عنها ثم اختبرها!

يمكنك كتابة الكلمات في Google والسماح لشريط البحث الخاص بك بالملء التلقائي مثل هذا. سيساعدك ذلك في الحصول على فكرة عما يبحث عنه العملاء.

يمكنك أيضًا استخدام مواقع مثل Answer the Public.

سيوفر هذا الموقع شبكة من الأسئلة التي يطرحها الأشخاص على محركات البحث استنادًا إلى الكلمة الأساسية التي تكتبها.

كما ترى ، هذه هي جميع الأسئلة التي يطرحها الأشخاص على Google بشأن الرحلات الجوية.

إليك لمحة سريعة عن عملية البحث عن الكلمات الرئيسية.

نبدأ بالتحدث مع عملائنا حول أهدافهم من حملة التسويق الرقمي والكلمات التي يعتقدون أن العملاء يبحثون عنها.

نقوم بعد ذلك بمقارنة تصنيف المنافسين والتحقق لمعرفة ما إذا كانت هناك أية كلمات رئيسية تقوم بترتيبها ...

... بالفعل وإذا كان من الممكن أن تحصل على المركز الأول.

بعد اكتمال بحثنا الأولي ، نقوم بتجميع الكلمات الرئيسية حتى نتأكد من مقارنة حجم البحث الشهري وصعوبة الكلمات الرئيسية.

نود أيضًا تحديد الصفحة التي يمكننا تحسينها لكل كلمة رئيسية أو إذا كان علينا إنشاء صفحة مقصودة جديدة.

عادة ما نبحث عن الكلمات الرئيسية التي تتمتع ببحث شهري مرتفع مع منافسة منخفضة.

بالنسبة لهذا العميل ، استخدمنا الكلمات الرئيسية ذات الصلة بالصناعة لتحسين موقعه على الويب وتمكننا من ترتيبها في المركز الأول من نتائج بحث Google.

هنا يمكنك أن ترى جزءًا من عملياتنا لتحديد الكلمات الرئيسية التي ستعمل بشكل جيد لهذه الشركة وأنها لن تعمل بشكل جيد.

نود استكشاف جميع خياراتنا للتأكد من أننا لا نفوت أي كلمة رئيسية محتملة.

تختلف عملياتنا الخاصة بـ PPC قليلاً حيث يتعين علينا مقارنة تكلفة النقرة لكل كلمة ثم تجميع الكلمات الرئيسية وفقًا لذلك.

مع PPC ، نركز على تكلفة كل كلمة عندما ينقر العميل المحتمل بالإضافة إلى حجم البحث الشهري.

هدفنا هو الحفاظ على تكلفة النقرة منخفضة مع الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الأشخاص.

بمجرد الانتهاء من البحث عن الكلمات الرئيسية ، تكون جاهزًا لبدء تحسين موقعك وإعداد إعلانات Google.

سيو سيحدث ما ديا على موقعك.

ستحتاج إلى تغيير العنوان وأوصاف التعريف وعلامة H1 وعلامات بديل للصور ونسخها لتعكس الكلمات الرئيسية التي اخترتها.

عند إنشاء حملات PPC الإعلانية الخاصة بك ، ستستخدم كلماتك الرئيسية المستهدفة بحيث يظهر إعلانك كأحد أفضل نتائج الإعلان عند كتابتها.

إذا كنت ستخصص الوقت والمال في شيء مثل SEO و PPC ، فأنت تريد التأكد من أنه تم بشكل صحيح.

سيضمن تعيين محترف لحملتك التسويقية الرقمية وضع إستراتيجية مخصصة حتى تتمكن من تحقيق أهدافك.

## إنشاء الإعلانات على منصات وسائل الإعلام الاجتماعية



الآن بعد أن اكتملت جميع أبحاثك وتم تحديد أهدافك ، يمكنك القفز إلى إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي.

أيضا قررت الإعلان (Facebook ، Instagram ، Pinterest ، LinkedIn ، Twitter) ستحتاج إلى ...

... إنشاء إعلانات جذابة تلقى صدى لدى جمهورك.

نظرًا لأن الإعلان على Facebook هو الشكل الأكثر شيوعًا لإعلانات الوسائط الاجتماعية في حملة التسويق الرقمي ، فسنعرض لك مثالاً.

ستقوم بإنشاء هذا الإعلان في **مدير إعلانات** Facebook لحساب الأعمال الخاص بك على Facebook.

سيطلبون منك أولاً اختيار هدفك. دعنا نذهب مع الوعي بالعلامة التجارية.

ستختار بعد ذلك اسمًا لحملةك وتقرر ما إذا كنت تريد تحسين ميزانيتك أم لا.

سيطلب منك بعد ذلك إنشاء جمهور لإعلانك.

**نصيحة للمحترفين:** استخدم جمهورًا مشابهًا. هذه طريقة رائعة لاستهداف الأشخاص المشابهين لقاعدة عملائك الحالية.

ستحتاج إلى قائمة بريد إلكتروني للبدء حتى يتمكن Facebook من بناء جمهور لك.

بمجرد الانتهاء من هذا الإعداد ، ستستهدف العملاء المحتملين مثل المحترفين!

هذا مثال على كيفية استخدامنا للجمهور المتشابهة لإعلانات PPC الخاصة بعميل خدمة مشاهدة المعالم.

ستقوم بعد ذلك بتعيين ميزانيتك الإعلانية. أفضل نصيحة لدينا هي البدء على نطاق صغير ثم التوسع.

لن ترغب في إنفاق الكثير من المال على مجموعة إعلانية لا يتم تحويلها.

أخيرًا ، ستنشئ إعلانًا كاملاً بالصور والنسخ الذي سيكون له صدى لدى جمهورك.

## إدارة صفحات وسائل التواصل الاجتماعي

لا تعتبر إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي عنصرًا مهمًا في حملتك التسويقية الرقمية فحسب ، بل ...

... لا ينبغي إهمال إدارة ومراقبة حساباتك .

نمو المتابعين وإدارة السمعة هما تقنيتان إداريتان نقسم بهما.

يجب أن تركز دائمًا على تنمية قاعدة المعجبين لديك لأنك تريد الاستمرار في كسب العملاء. لا تعتمد فقط على عملائك الحاليين.

لكي تنجح حملتك التسويقية الرقمية ، يجب أن تتأكد من تمتعك بسمعة طيبة عبر الإنترنت.

هذا يعني أنك ستحتاج إلى التفاعل مع عملائك على حسابات وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بك بالإضافة إلى الرد على ...

... العملاء الساخطين الذين يقدمون لك تقييمات سيئة.

يؤدي الوصول إلى الأشخاص الذين مروا بتجربة سيئة (على الرغم من أنها قد تكون مخيفة في البداية) إلى بناء الثقة والعلاقة مع عملائك.

هذه مراجعة تم تركها على Google. كان من الممكن أن يضر هذا العمل حقًا إذا لم يستجب المالك.

إذا كانت تجربة العميل سيئة ، يمكنك فتح حوار معهم ، واطلب منهم إرسال رسالة إليك أو...

... بريداً إلكترونيًا عن تجربتهم أو قدم لهم قسيمة لتجربة عملك مرة أخرى.

بصفتك صاحب عمل ، فإن أفضل ما يمكنك فعله هو التأكد من أنك تقرأ بنشاط التعليقات والمراجعات على ...

... وسائل التواصل الاجتماعي بالإضافة إلى التفاعل مع العملاء.

## صياغة استراتيجية التسويق عبر البريد الإلكتروني

لا ينبغي استبعاد التسويق عبر البريد الإلكتروني من حملة التسويق الرقمي الخاصة بك حيث يمكن دمجها مع جانب الوسائط الاجتماعية لحملتك.

يمكنك استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لجمع رسائل البريد الإلكتروني التي يمكنك استخدامها بعد ذلك لبناء جمهور مشابه لحملتك.

لديك الآن قائمة بالأشخاص الذين اختاروا تلقي الأخبار والعروض الخاصة منك!

يمكنك أيضًا استخدام رسائل البريد الإلكتروني لتشجيع نمو المتابعين على منصات الوسائط الاجتماعية الخاصة بك.

إذا كنت تشعر أنه ليس لديك وقت لإرسال رسائل البريد الإلكتروني ، فقم على الأقل بإعداد بعض الأتمتة (أو قم بتوظيف محترف تسويق عبر البريد الإلكتروني للقيام بذلك نيابة عنك!).

يمكن إنشاء الأتمتة للترحيب بالمستخدمين ، وتذكيرهم بأنهم تركوا شيئًا ما في سلة التسوق الخاصة بهم ، وإطلاعهم على مشترياتهم والمزيد!

بمجرد إنشاء رسائل البريد الإلكتروني التي تريد أن تظهر في التشغيل الآلي الخاص بك ، سوف تحتاج إلى إعداد مشغل والضغط على بدء.

سننظر في إعداد الأتمتة في MailChimp.

كما ترى ، تم تعيين المشغل لإرسال البريد الإلكتروني الأول بعد يوم واحد من انضمام المشترك إلى قائمتك.

يمكنك بعد ذلك إضافة أي عدد تريده من رسائل البريد الإلكتروني إلى هذا التسلسل.

يمكن أن توفر لك أتمتة رسائل البريد الإلكتروني الكثير من الوقت ولكن من الجيد أيضًا إرسال رسائل بريد إلكتروني غير آلية.

التسلسل الترحيبي رائع ، لكن ماذا يحدث عندما ينتهي وينتهي عملاؤك الأتمتة؟

إذا توقفت عن التسويق عبر البريد الإلكتروني ، فسوف ينسى عملاؤك علامتك التجارية بسرعة.

الصورة أعلاه هي دليل على مقدار عمل التسويق عبر البريد الإلكتروني ، إذا تم بشكل فعال.

تمكنا من تحقيق إيرادات تزيد عن 12 ألف دولار أمريكي لأحد عملاء طول البستنة.

## إعداد تجديد النشاط التسويقي

تجديد النشاط التسويقي هو أداة يجب أن تستخدمها طوال حملة التسويق الرقمي الخاصة بك.

يسمح لك بالتقاط المبيعات التي ربما تكون قد خسرتها بخلاف ذلك.

إذا كان شخص ما يتصفح منتجاتك ولكنه لا يقوم بعملية شراء ، فيمكنك استهدافه بإعلانات الوسائط الاجتماعية أو إعلانات Google أو رسائل البريد الإلكتروني.

هذا إعلان من شركة Rareform ، وهي شركة تبيع محافظ وحقائب ومحافظ مصنوعة من اللوحات الإعلانية المعاد تدويرها.

نظرًا لأن لديهم مجموعة من المنتجات المختلفة ، فإنهم يعرضون إعلانًا دائريًا حتى يتمكن العملاء من ...

... تصفح منتجاتهم بسهولة أو الاطلاع على المنتجات التي اطلعوا عليها سابقًا على موقع الويب الخاص بهم.

حتى أنهم يقدمون قسيمة لإجراء المزيد من العملاء.

يمكن أن تأتي رسائل تجديد النشاط التسويقي في شكل رسائل بريد إلكتروني للتخلي عن سلة التسوق.

إذا قمت بإضافة شيء ما إلى عربة التسوق الخاصة بك ولم تقم بشرائه ، فقد تتلقى بريدًا إلكترونيًا حول هذا الموضوع لاحقًا يشجعك على العودة وإجراء عملية شراء.

الشركات الكبيرة مثل أمازون لديها إعادة التسويق وصولًا إلى العلم.

سيرسلون لك رسائل بريد إلكتروني حول ما تركته في عربة التسوق أو المنتجات المشابهة للمنتجات التي اشتريتها أو ...

... تم النقر فوق مثل حقيبة الظهر هذه.

يجب أن تكون هذه الإستراتيجية جزءًا كبيرًا من حملتك التسويقية الرقمية من أجل اللحاق بالعملاء الذين يتسللون عبر الفجوات.

## صياغة استراتيجية التدوين

يعد التدوين جزءًا مهمًا من حملتك التسويقية الرقمية وقد يبدو غير مهم ولكنه يمكن أن يغير قواعد اللعبة لعملك.

يمكن أن يساعد التدوين في تحسين محركات البحث لديك ، ويزيد من تفاعل العملاء ، ويساعد في الإجابة عن الأسئلة التي يطرحها عملائك.

نصيحة كبيرة لكتابة المدونات هي التأكد من أنك تصنع محتوى ذي صلة.

لا يجب أن تتكون مدوناتك من 3000 كلمة ، لكن ضع في اعتبارك أنه كلما طالت المدونة ، زادت فرصك في الترتيب.

إذا نقر شخص ما على إحدى مدوناتك المكونة من 300 كلمة ، فسيتم الانتهاء من القراءة بسرعة كبيرة.

هذا يعني أن الوقت الذي يقضونه على موقعك سيكون قصيرًا إلى حد ما.

سيقضي المستخدمون وقتًا أطول في قراءة مدونة أطول تحتوي على نسخ جذابة ورسومات رائعة.

إذا كان المستخدمون يقضون الكثير من الوقت على موقعك ، فإن Google تعتقد الآن أن المحتوى الخاص بك مهم والذي يمكن أن يساعدك في النهاية على التقدم في البحث.

من خلال كتابة مدونة ، يمكنك أيضًا المساعدة في الإجابة على أسئلة العملاء المحتملين حول شركتك أو منتجك.

بغض النظر عن منتجك أو خدمتك أو سبب ذلك ، فإن موقع الويب الخاص بك سيستفيد بشكل كبير من التدوين .

إذا كنت لا تعرف من أين تبدأ ، يمكن لفريق الخبراء لدينا مساعدتك في تبادل الأفكار وحتى المساعدة في كتابة مدوناتك .

الأمر الذي يمكن أن ينتهي بك إلى توفير الكثير من الوقت.

عند إنشاء حملة تسويق رقمية تركز على النتائج ، يجب أن تستخدم كل من هذه الاستراتيجيات.

يعتمد المرء على الخطوة التالية ، وقد يكون تخطي خطوة مكلفًا. هذه وظيفة ضخمة لشخص واحد خاصة إذا كنت تفتقر إلى الخبرة في أي من هذه المجالات.