



المسار

التسويق الإلكتروني للمبتدئين

تأليف
محمد عباس



ممنوع النسخ

اسم الكتاب

المسار

التسويق الالكتروني للمبتدئين

اسم المؤلف

محمد عباس

الطبعة الأولى

٢٠٢٠ - ١٤٤٢



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



إهداء

أهدي كتابي هذا إلى زوجتي
ووالدائي حفظهم الله.
وأهديه أيضاً إلى كل من يود تعلم مبادئ
هذا المجال الذي لا زلت أنا أتعلم فيه كل يوم.
وأهديه بالأخص إلى كل روح لا تمل من
التجديد ولا تكمل من المعرفة.

المقدمة

قرأت كثيراً عن التسويق وقرأت أكثر عن النجاح، فرأيت تشابهاً كبيراً وعلاقة وطيدة بين التسويق الإلكتروني والنجاح، ففي كل قصة نجاح ستجد للتسويق يداً فيها، وإن كنت تريد أن تنجح، فعليك أن تستعين بالتسويق، بل يجب أن تعشقه، بسبب الفوائد التي ستعود عليك من وراءه.

فالتسويق من الأنشطة ذات التأثير المتزايد في العالم المتغير والمتبدل والمتطور بشكل سريع، فكما أن التسويق يؤدي إلى تطور المجتمعات ورفع مستوى المعيشة، فإن التطور أيضاً يؤدي إلى تعقد نشاط وظيفة التسويق، سواء كان ذلك في المجتمعات النامية، فقد أصبح التسويق ضرورة ملحة يجب أن يهتم بها كل الذين يعملون في النشاط الاقتصادي.

فالتسويق الإلكتروني يخرج تأثيره أحياناً من نطاق (المميزات) إلى نطاق (المعجزات)، ومن حيز (المعقول) إلى

حيز (اللامعقول) بالنسبة لكل المتمرسين في النظريات التسويقية التقليدية، التي سبقت ظهور هذا النوع الحديث من التسويق. الكتاب يصلح كبداية في مجال التسويق، خاصة للذين ليس لديهم خلفية سابقة في هذا المجال، لتكون بمثابة مدخل للتعرف إلى الأساسيات والقواعد العامة، والاطلاع على آخر الاتجاهات السائدة في مجال التسويق.

ومن أهداف هذا الكتاب: -

- هو تحبيب القارئ في التسويق الإلكتروني.
- هو إقناع الجميع بأن التسويق الإلكتروني سهل ويستطيع الجميع تعلمه.
- إقناع الجميع ببدء نشاطهم التجاري الناجح فهو أمر سهل وبسيط.

ما هو التسويق الإلكتروني؟:

التسويق الإلكتروني: هو كل إجراء يتم إجراؤه على الإنترنت للإعلان عن عنصر أو إدارة أو مادة.

وهو عملية تخطيط وتنفيذ وتوزيع وترويج وتسعير المنتجات والخدمات في بيئة محوسبة متصلة بالإنترنت لتسهيل عمليات التبادل وتلبية طلبات العملاء، وهو فرع من فروع التسويق العامة ويطلق عليه أيضاً التسويق الرقمي ويعتبر في الوقت الحالي أهم أساليب التسويق.

فالتسويق الإلكتروني يعمل بشكل كامل مع الأنشطة التجارية وتقدم المؤسسات ونشرها. إنه واحد من أكثر المواضيع تطوراً في مجال الأعمال مؤخراً ويتم اعتباره أيضاً واحداً من أهم المؤشرات لتقدير الإنجاز وخيبة الأمل للمؤسسات في جميع القطاعات، حيث أصبح العمل الأساسي في جذب العملاء وبناء علاقة شاملة معهم في ضوء نفقاته الواضحة وقدرته على الاطلاع على مجموعة المصالح المقصودة. يمكننا القول إن التسويق الإلكتروني هو كل ممارسات المؤسسة التي تقوم بها عبر الإنترنت بهدف جذب أعمال جديدة، وعرض عناصرها، واختلاق علاقة مع العملاء، والحفاظ على الأعمال القائمة عن طريق إنشائها، وتوسيع انتشارها وترسيخها لدى العملاء.

“

«يمكنك أن تتعلم التسويق
في يوم، لكنك ستقضي
حياتك كلها كي تتقنه»

(فيليب كوتلر)

بروفيسور التسويق الدولي الأمريكي.

”

وظائف التسويق

الوظيفة التسويقية هي عبارة عن نشاط متخصص أو خدمة اقتصادية معينة يتم أدائها قبل وأثناء عملية توزيع السلع وتحويلها من حيازة المنتج إلى حيازة المستهلك، ويمكن أن نفصل هذه الوظائف على النحو التالي:

- يعتبر عملية تخطيطية تقوم بها منظمة للتعريف بالمنتج أو الخدمة المقدمة للزبائن .
- الوظيفة التبادلية التي تشتمل على عملية الشراء والبيع وذلك من خلال وسائل الترويج .
- وظيفة التوزيع المادي المتمثلة في نقل المنتجات من نقطة إنتاجها إلى موقع مناسب لاستهلاكها أو تخزينها .
- الوظيفة التسهيلية، تسهيلات البيع لأجل الزبائن والمستهلكين والتأكد من أن المنتج سوف يحافظ على مستوى من النوعية وهذا بالمراقبة .
- الوظيفة الاتصالية، كل الأنشطة التي تستهدف البحث عن مشتركين وبائعين للسلع والمنتجات .

عناصر التسويق « المزيج التسويقي » :

يعرف المزيج التسويقي على أنه «مجموعة من الجهود المتفاعلة مع بعضها البعض بشكل قابل لتشكيل خطط وسياسات يؤدي تطبيقها إلى تحقيق الأهداف المطلوبة، وهكذا فإن تحقيق الأهداف لا يتم إلا من خلال جهد تسويقي متكامل تتحدد فيه جهود التخطيط للمنتجات مع التسعير والترويج والتوزيع.

عناصر المزيج التسويقي: نشأت فكرة المزيج التسويقي عام ١٩٦٠ حيث تم تحديد مفهومه في أربعة عناصر أساسية هي: -

- السلعة product
- الترويج promotion
- التسعير pricing
- التوزيع «المكان» place

وسيتم التطرق لها بشيء من التفصيل على النحو الآتي :

① المنتج

تبدو فكرة المنتج للتوَجُّع للوهلة الأولى بسيطة، عند استعراضنا الأشياء التي نستخدمها بصورة عامة في حياتنا اليومية، والمصممة أساسًا لإشباع حاجة أو رغبة معينة كونه متوجِّعًا ماديًا، ولذا فقد ظهرت عدة تعاريف لمفهوم المنتج فقد عُرِّف على أنه: «خليط من الخصائص الملموسة وغير الملموسة المقدمة للمستهلك لإشباع حاجاته ورغباته.»

وقد عرف أيضاً على أنه «المنفعة أو مجموعة المنافع الأساسية المقدمة للمستهلك لإشباع حاجاته ورغباته».

دورة حياة المنتج: مرحلة التقديم: انطلاق المنتج «معرفة من فئة قليلة».

- مرحلة التطور والنمو: تطور المنافسة «يجب الاستثمار في هذه المرحلة».
- مرحلة النضج: يجب تخفيض السعر من أجل إرضاء الزبون.
- مرحلة التدهور والاضمحلال: تعويض المنتج بمنتج آخر بسبب المنافسة «موت المنتج».

“

«الأسواق بصفة عامة غير متوقعة، ولهذا يجب أن يكون لدى الفرد سيناريوهات مختلفة»

(جورج سوروس)
رجل أعمال ومستثمر أمريكي.

”

2 السعر «التسعير»

هناك اختلاف بين السعر والتسعير، فالسعر يعرف على أنه «عبارة عن القيمة النقدية لوحدة، سلعة، خدمة أو فكرة» والسعر عادة ما يرتبط بالمنفعة والقيمة كما يلي:

المنفعة تشكل القيمة تقاس بالسعر

أما التسعير فهو «فن ترجمة قيمة المنتج إلى مقابل نقدي، والتسعير هو القرار الذي يعني بالنسبة للمنظمة حصولها على عوائد لقاء ما تقدمه من منتجات، فالتسعير إذاً هو «عملية وضع السعر على المنتج» وبدون عملية التسعير لا يصبح للسعر معنى.

عوامل تؤثر على عملية التسعير:

- الطلب على السلعة.
- الحصة السوقية المستهدفة.
- المنافسة.
- الرؤية الاستراتيجية للمنظمة.
- المواد الأولية.
- وتكاليف الإنتاج.
- مؤسسات تراعي الدخل الفردي للمجتمع.

3 التوزيع «المكان»

تعتبر عملية توزيع المنتجات من مصادر إنتاجها إلى أماكن استهلاكها العنصر الأساسي في التسويق، فالمنتجات مهما تباينت بساطتها أو تعقيدها تمر بقنوات من المنتج إلى المستهلك كي تصل في الزمان والمكان المناسبين عبر منافذ التوزيع. ويعرّف التوزيع بأنه «عملية إيصال المنتج من المنتج إلى المستهلك بالشكل المناسب في الزمان والمكان المناسبين عبر منفذ أو منافذ معينة».

4 الترويج

يعد الترويج أداة فاعلة للتعريف بالمنتج وزيادة المبيعات والحصة السوقية، وهو أحد عناصر المزيج التسويقي الموجهة نحو السوق باعتباره اتصالاً يستهدف الإقناع بالمنتج، وكلما تنوعت سلوكيات المستهلكين وأساليبهم في الشراء وانتشروا في رقعة جغرافية واسعة أدى ذلك إلى تعقد سبل الاتصال بهم والوسائل العلمية في بناء استراتيجية ترويجية ووسائل الرقابة عليها فالتررويج هو عملية اتصال (مباشر / غير مباشر)

بالمستهلك لتعريفه بمنتج المنظمة ومحاولة إقناعه بأنه يحقق حاجاته ورغباته وحمايته من الاستغلال.

“

في عالم التسويق اليوم فإنه من المهم جداً أن تكون حاضرًا، ذو صلة وأن تضيف قيمة

(نيك بيسيس)

نائب رئيس التسويق في لينكد ان.

”

أهمية التسويق

أولاً: بالنسبة للمنظمة: السوق هام بوصفه نشاطاً: -

- يسبق الإنتاج ويوجهه.
- يعنى بتحقيق أهداف المنظمة ومبررات وجودها.
- يساعد المنظمة على البقاء.
- يُوصِل المعلومات إلى المستهلك ويحصل عليها منه كتغذية راجعة.

ثانياً: بالنسبة للجهة المالكة للمنظمة فإن التسويق:

- يسهم في نجاح المنظمة وتوسعها.
- يوجه الاستثمار نحو المشاريع الأكثر أهمية بالنسبة للمستهلك .
- يوفر فرص عمل في محيط العمل التسويقي.
- يعمل على كسب التأييد والتعاطف مع المنظمة ذاتها في بيئتها التي تعمل فيها، سواء كانت المنظمة هادفة للربح أم ليست هادفة للربح.

ثالثاً: بالنسبة للمستهلك: التسويق هام لأنه:

- يتوجه نحو المستهلك غاية عمله ومبرر وجوده ومحور اهتمامه وذلك من خلال إشباع حاجاته ورغباته الحالية والمستقبلية.
- يعمل على تحقيق المنافع المكانية والزمانية وحتى النفسية للمستهلك.
- يزود المستهلك بالمعلومات التي يحتاجها عن المنتج من خلال وسائل الترويج المعروفة وبما يحقق الرضى للمستهلك .
- يتناول جميع ما يحيط الإنسان في حياته ويقدمها له بما يتناسب وإمكاناته وحسب قدرة المنظمة.

رابعاً: بالنسبة للمجتمع: التسويق مهم لأنه:

- يساهم في تحقيق الأهداف التنموية خاصة في الدول النامية وبما يؤدي إلى زيادة الدخل القومي وارتفاع مستوى المعيشة.
- يعمل بوصفه نشاطاً اجتماعياً، وعليه فإنه يلتزم بالمحافظة على البيئة من التلوث والفساد، وأيضاً دوره في المحافظة على الاعتبار والقيم الأخلاقية والقانونية وغيرها بما يساهم في صيانة المجتمع.

العوامل والمبررات المساعدة على انتشار التسويق الإلكتروني يزداد اتجاه العديد من الشركات والمؤسسات الصغيرة والكبيرة نحو التسويق عبر الإنترنت «التسويق الإلكتروني» للاستفادة منه على النحو التالي:

- تحقيق التواجد الإلكتروني عبر الإنترنت.
- توفير معلومات عن المنظمة.
- الوصول إلى السوق العالمية.
- توفير الكتالوجات والصور والفيديو والأصوات بالموقع على الإنترنت بدون أي تكاليف إضافية.
- القيام بخدمة المستهلك ٢٤ ساعة يومياً و٧ أيام أسبوعياً.
- جعل المعلومات الحديثة والكثيرة التغير متاحة بسهولة ويسر للمستهلك.
- يسمح الإنترنت بالتفاعل بين المنتج والمستهلك وتوفر للمؤسسة فرصة الحصول على تغذية مرتجعة من العملاء حول المنتج.

“

«أفضل التسويق هو الذي لا تشعر كأنه تسويقاً»

(توم فيشبورن)
مؤسس وكالة محتوى تسويقي.

”

تطوير تكنولوجيا الاتصالات وسهولة ربط جميع بلدان العالم بشبكة متكاملة.

مزايا وإيجابيات استخدام التسويق الإلكتروني

- توسيع قاعدة العملاء نتيجة إمكانية الدخول اللحظي والدائم.
- انخفاض التكاليف وأيضاً الانسيابية في العلاقات بين البائع والمشتري من خلال قنوات الاتصال.
- تقليل الأعمال الورقية للاهتمام أكثر بحاجات العميل.
- الدخول بسهولة لأسواق جديدة وتوفير إمكانية الوصول إلى جميع الأسواق العالمية.
- إمكانية أكبر للاستفادة من مساعدة ونصيحة الخبراء والمتخصصين.
- زيادة القدرة على جمع معلومات تفصيلية عن العملاء وعلى الاستقصاء والتقييم الإلكتروني مما يساعد على تحسين وتطوير تحليل السوق.
- توفير وسيلة تسويق جديدة وسريعة ومتميزة للمستهلكين.
- المرونة في عرض المعلومات عن المنتجات بسرعة مع تحديث المعلومات بسرعة وبتكلفة إضافية محدودة.
- تستطيع المؤسسات تقديم مستوى أعلى من الخدمة.
- يمكن من الحصول على إحصاءات دقيقة بعدد ونوع زوار الموقع وزمن حصول الزيارات وكم تدوم وعدد مرات حصولها.

عيوب أو «سلبيات» وتحديات التسويق الإلكتروني

- التسويق عبر الإنترنت يعطي النجاح ولكنه يعبر عن الفشل بصورة أقوى، حيث أن زوار الموقع مثلاً يمكن أن يخرجوا بكل بساطة من الموقع بل والأكثر من ذلك ينقلبوا عليه.
- تكاليف التسويق عبر الإنترنت يصعب التنبؤ بها مع الأخذ في عين الاعتبار أن فوائدها أيضاً لاتزال غير واضحة ومؤكدة.
- ضرورة توافر الخبرة والدراية المسبقة والمهارة في استخدام الإنترنت لتدخل في هذا المجال.
- شبكة الإنترنت أصبحت مزدحمة للغاية، فالطريق السريع للمعلومات كأى طريق حريميل إلى أن يصبح شديد الزحام كلما تكدس الناس عليه.
- الجهود المبذولة في شبكة الإنترنت يمكن أن تكون باهظة الثمن، والجهود المبذولة على مواقع الويب المختلفة والخاصة بالتصميم والتتبع لمجموعات الأخبار والردود.
- التسويق عبر الإنترنت لا يصل إلى الجميع، خاصة العملاء الذين لهم قدرات محددة في التعامل مع الإنترنت.

- عالم الإنترنت يزيد الضغط على التسويق، وذلك لأن بيئة التسويق عبر الإنترنت سريعة الخطوات.
- صعوبة تبرير تكلفة الجهود المرتبطة بالإنترنت، حيث أن قياس أثر النفقات التسويقية يعتبر أمرًا صعبًا.
- سهولة ارتكاب الأخطاء على الإنترنت، مع عدم ضمان التسويق عبر الإنترنت مستقبلاً.

“

«هدف التسويق هو جعل
الزبائن يعرفونك يحبونك
ويثقون بك»

(تيم ويليامز)
مؤلف ومقدم لأشهر مؤتمرات التسويق
في العالم.

”

التسويق عن طريق محركات البحث

التسويق الإلكتروني عن طريق محركات البحث يعد واحداً من أفضل وأحدث الطرق المستخدمة في عمليات التسويق الإلكتروني، وله العديد من الأساليب والأدوات المستخدمة من أجل نجاحه، كما يتوفر به مختلف الاستراتيجيات التي تساهم في تطور هذا النوع من التسويق الإلكتروني، كما أن هذا المجال ينتج عنه زيادة واضحة في الأرباح.

تعد محركات البحث اليوم هي أشهر الوسائل المنتشرة على الإنترنت، وهناك المختصين الذين قاموا بابتكار نوع جديد من التسويق الإلكتروني من خلال تلك المحركات، وذلك حتى يظهر المنتج في الصفحات الأولى من البحث.

وهذا النوع يتجه بصورة كبيرة إلى العملاء المستهدفين في المواقع، كما أن هذا الأسلوب يعد واحداً من أفضل الاستراتيجيات التسويقية الناجحة، وهذا الأمر يعود إلى الإحصائيات التي أثبتت بأن أكثر من ٩٥٪ من المستهدفين في عمليات التسويق الإلكتروني يأتون من خلال عمليات البحث.

وتعتبر واحدة من أكثر الطرق فعالية لنمو عملك في سوق تنافسي بشكل متزايد، مع وجود الملايين من الأنشطة التجارية التي تتنافس للحصول على ظهور أفضل على محركات البحث، لم يكن الإعلان أكثر أهمية على الإنترنت أبدًا، وهو الأكثر فاعلية للترويج لمنتجاتك وتنمية نشاطك التجاري.

قائمة أفضل محركات البحث العالمية

المحرك الأول جوجل Google

جوجل، قوقل، غوغل، أو Google محرك بحث على شبكة الإنترنت، أنشأه طالب الدكتوراه في جامعة ستانفورد الأمريكية «لاري بايج» و«سرغي برين» عام ١٩٩٨م، يقال إنه محرك البحث الأكبر على الشبكة، حيث يستقبل على الأقل ٢٠٠ مليون طلب بحث يومياً، الكلمة Google بالإنجليزية هي تحريف لكلمة «googol» التي اخترعها «ملتون سيروتا» للدلالة على رقم ١ يتبعه مائة صفر، للدلالة على العدد الهائل من صفحات الشبكة التي يفهرسها محرك البحث، وللدلالة على إصرار الشركة على تنظيم الكم الهائل من البيانات القابعة في خادمتها المنتشرة حول العالم، وإصرارها أيضاً على إتاحة هذه البيانات لمستخدميها، هناك أيضاً الفعل الجديد على اللغة «to google» والذي معناه القيام ببحث على الشبكة باستخدام محرك البحث قوقل.

يعمل برنامج الفهرسة في قوقل بشكل تلقائي بحيث يتنقل بين المواقع ويدرجها بشكل تلقائي في قائمة الفهرسة، لذلك لا يحتاج أي موقع جديد في الإنترنت لأن يُسجّل في قوقل يدوياً، كما يقوم بحفظ نسخة إلكترونية لكل صفحة يدرجها في القائمة وتحديثها دورياً.

“

«جوجل تحب العلامات التجارية الشهيرة، اصنع لنفسك واحدة!»

(ديف نايلور)

مؤسس وكالة تسويق إلكتروني
رائدة في بريطانيا.

”

خدمات قوقل

تقدم شركة قوقل العديد من الخدمات والبرامج المجانية لمستخدميها لتعزيز قدراتهم على الوصول إلى ما يريدونه أو يبحثون عنه في شبكة الإنترنت كما أنها أيضاً تقدم خدمات تساعد مستخدميها على التربح من مواقعهم عن طريق عرض إعلانات نصية تتوافق مع محتوى الصفحة المعروضة فيها، هذه الخدمة تسمى Google AdSense، كما تقدم قوقل الخدمة التي تمكن أصحاب الشركات والمؤسسات من عرض إعلاناتهم على مواقع المستخدمين الذين يستخدمون خدمة Google AdSense كما ستعرض قوقل هذه الإعلانات على صفحات نتائج البحث التي يجريها المستخدمون من خلال محرك بحثها. عموماً تقدم قوقل العديد من الخدمات الأخرى وهي على سبيل المثال:-

خدمة البحث على الويب

هذه الخدمة التي يستخدمها معظم الباحثين عن المعلومات على شبكة الإنترنت، وهي أيضاً الخدمة الأساسية التي تقدمها جميع محركات البحث بما فيها محرك بحث قوقل، وتتميز الشركة في هذا المجال بأنها تقدم خدمة بحث متميزة على الويب نظراً للفكرة الثورية التي جاء بها مؤسس الشركة التي هي «ترتيب الصفحة» (Page Rank) وتقوم هذه الفكرة على تقييم صفحة الويب من خلال عدد الارتباطات التي تشير إليها فهي تعتبر أن الرابط الموجود في الصفحة (أ) الذي يشير إلى الصفحة (ب) هو بمثابة تصويت تعطيه الصفحة (أ) لصالح الصفحة (ب)، وليست هذه هي التقنية الوحيدة التي يعتمدها محرك بحث قوقل فهو أيضاً يستخدم أكثر من ٢٥٠ معياراً لتقييم الصفحات، وفي خدمة البحث على الويب يمكنك دائماً القيام بالبحث المتقدم الذي يتيح العديد من الخيارات التي تعمل في النهاية على تضيق نطاق البحث مما يساعد الباحث على المعلومة في الوصول إليها في أقل وقت ممكن وبدون تصفح العديد من نتائج البحث.

خدمة البحث في الصور

هذه الخدمة مفيدة جداً وتتيح فيها قوقل العديد من الخيارات؛ فيمكن للمستخدم أن يستخدم البحث المتقدم أو يعرض الصور كبيرة الحجم فقط أو المتوسطة أو الصغيرة.

خدمة البحث في المجموعات

تمكن قوقل مستخدمي هذه الخدمة من البحث عن مجموعات نقاش متعددة تتناول مواضيع مختلفة من خلال كتابة نص كلمة البحث في مربع البحث؛ أيضاً يمكن للباحث أن يتصفح قوائم الموضوعات التي تناقشها المجموعات المختلفة ثم يتطرق إلى الموضوعات الفرعية وفي النهاية يصل إلى المجموعة التي يريدها، كما تتيح قوقل لمستخدمي هذه الخدمة أن يشتركوا في هذه المجموعات أو أن ينشئوا مجموعات خاصة بهم ويديرونها.

خدمة البحث في الأخبار

تقدم قوقل من خلال هذه الخدمة عناوين الأخبار ومقتطفات سريعة عن محتواها، هذه الأخبار يجمعها برنامج تابع لشركة Google من المواقع الإخبارية المنتشرة على شبكة الإنترنت، وطبعاً تتيح قوقل لمستخدمي هذه الخدمة البحث عن الأخبار من خلال الكتابة في مربع البحث، وإذا كان لدى المستخدم حساب في قوقل فإنه سيكون قادراً على إضافة أقسام مخصصة إلى الأقسام الموجودة أصلاً؛ فباستطاعته تحديد موضوع معين من خلال كتابة اسم الموضوع في مربع البحث وباستطاعته أيضاً اختيار عدد العناوين التي ستظهر في هذا القسم، و أيضاً يستطيع المستخدم تحريك هذه الأقسام داخل الصفحة أو حذف معظمها. هذه الخدمة متوفرة بستة وثلاثين لغة واللغة رقم ٣٦ هي اللغة العربية والقسم العربي

في هذه الخدمة يتميز عن باقي الأقسام الخاصة باللغات الأخرى في أنه يجمع أخبار العالم العربي كله وأنه مخصص لكل الدول العربية، ولكن الأقسام الأخرى فكل منها يختص بدولة واحدة فقط.

خدمة البحث في الكتب

تتيح هذه الخدمة البحث في الكتب وحتى يمكنك قراءة فهراس وبعض الفصول من بعض الكتب، وتساعدك على شراء الكتب، ولم يتم تعريبها حتى الآن.

خدمة فروقل

تتيح هذه الخدمة لك البحث في المنتجات والسلع المعروضة للبيع وشرائها.

Google Alerts

وهي تتيح لمستخدمها كتابة عبارة أو كلمة ثم يقوم برنامج صممه قوقل بالبحث عن هذه الكلمة على الويب ثم يرسل هذا البرنامج نتائج البحث إلى عنوان بريد إلكتروني يحدده المستخدم. من الممكن أن يختار المستخدم متى تصله الرسالة الإلكترونية التي تحمل نتائج البحث، فأمامه ثلاث خيارات: أولها في وقت حدوثها، ثانيها مرة في اليوم، ثالثها مرة في الأسبوع، ويمكن للمستخدم اختيار البحث في الأخبار أو الويب أو الأخبار والويب معاً أو في المجموعات.

خدمة التدوين Blogger

اشترت Google موقع Blogger من شركة Pyra Labs التي أنتجته، وهذا الموقع يقدم لمستخدميه خدمة كتابة مدونات مجانية، هذه الخدمة تتيح للمستخدم أن ينشئ حساباً لدى الموقع وأن يدير من خلاله أكثر من مدونة، الموقع متوفر بأكثر من لغة منها الإنجليزية، والألمانية، والصينية، والكورية، والفرنسية، ولغات أخرى، لكن واجهة المستخدم لا تحتوي اللغة العربية، لكن يمكن كتابة النصوص العربية والمقالات بشكل عادي جداً وبدون أي متاعب. الخدمة تدعم الـ RSS وتمكن المستخدم من اختيار السمات التي يريد بها عرض مدونته.

جوجل الأرض (Google Earth)

هذا البرنامج يتيح لمستخدميه مشاهدة معظم المدن والمناطق الموجودة في العالم من خلال صور الأقمار الصناعية، وهو متوفر في ثلاثة أنواع أولها مجاني وثانيها وثالثها من الممكن تجربتها ثم دفع اشتراك سنوي لاستخدامهما ويتيحان إمكانيات أكبر ويقدمان معلومات أكثر عن مواقع المطارات والمتاجر الكبرى ومباني الشركات والمكاتب الكبرى إلى آخره.

“

«التسويق هو المهمة التي نقوم بها قبل إنشاء المنتج، إذا تم إنفاق ثلاث سنوات على تطوير منتج، فلن يكون المنتج الصحيح».

”

المحرك الثاني بينج Bing

هذا هو محرك البحث الأقوى والأفضل على الإطلاق في عالم الويب، وهو محرك البحث الأكثر استخدامًا أيضًا وخصوصًا في منطقتنا العربية.

بينج Bing هو محرك بحث تمتلكه وتديره مايكروسوفت، وجاء كبديل لـ Live و Windows Live و Search MSN، واليوم يُستخدم Bing أيضًا كمحرك بحث لـ Yahoo!، بالإضافة إلى بحث Facebook. تم تطويره باستخدام ASP.NET، وكُشف عن بينج Bing، بواسطة المدير التنفيذي لشركة Microsoft «ستيف بالمر» في ٢٨ أيار/ مايو ٢٠٠٩.

يوفر Bing مجموعة كبيرة من الميزات، بما في ذلك منتجات الويب والفيديو والصور وخريطة البحث، والفلاتر المتقدمة والتي تتيح للمستخدمين تحسين نتائج البحث والبحث عن الصور والفيديو، وأيضًا ميزة إجاباته الفورية والرياضة، والمال، والقواميس، والحسابات، وتتبع الطيران، والعديد من الأمور الأخرى.

مميزات محرك البحث بينغ Bing

1. **Bing Rewards**: ربما تكون هذه هي الميزة الأفضل لمستخدمي بينغ Bing، فميزة **Bing Rewards** هي برنامج يمنح نقاطاً للمستخدمين الذين يقومون بعمليات البحث اليومية، من السهل للغاية كسب النقاط ويمكنك صرفها للحصول على جوائز خاصة. تشمل الجوائز المتوفرة حالياً ١٠٠ جيجابايت من التخزين على **OneDrive** وبطاقة هدايا ٥ دولار من أمازون وشهر واحد من **Hulu Plus** و ٦٠ دقيقة من رصيد سكايب وبطاقة هدايا ستاربكس بقيمة ٥ دولارات وأكثر من ذلك بكثير.
2. **مطابقة الصورة**: كان لدى **Google** هذه الميزة لسنوات، ولكن قررت **Microsoft** أخيراً دمجها في محرك البحث الخاص بها. إذا عثرت على صورة على الويب أو لديك صورة على جهاز الكمبيوتر الخاص بك ترغب في (إعادة العثور عليها) على الإنترنت، أو العثور على نسخة أكبر وذات دقة عالية من نفس الصورة التي تملك، ما عليك سوى التوجه إلى **Bing.com** والنقر فوق علامة التبويب «الصور». بعد ذلك، بجوار مربع البحث، سترى زرًا يقول «مطابقة الصورة»، يمكنك إما تحميل ملف مباشرة من جهاز الكمبيوتر الخاص بك أو لصق عنوان **URL** للصورة الموجودة لبدء البحث.
3. **Bing** في الحساب: يمكنك كتابة معادلات بسيطة مثل

«١٠٠ / ٥» للحصول على إجابات سريعة من Bing، إذا كتبت شيئاً أكثر تعقيداً في بينغ Bing مثل معادلة مثل « $y = 2x + 1$ »، فسيتم تزويدك برابط لإعادة التوجيه الفوري إلى وُلْفَرَم ألفا (Wolfram Alpha)؛ ستتمكن الخدمة من رسم المعادلة الخاصة بك وتوفير بيانات للحل.

4. Bing Video Hover: في بعض الأحيان، أثناء البحث عن مقاطع فيديو على الويب، قد يكون من الصعب معرفة ما إذا كنت على وشك النقر على الفيديو الصحيح أو على شيء مفبرك، يقوم Bing video hover بتعطيل وتوقيف أي محتوى مشكوك فيه.
5. الحفظ: توجه ببساطة إلى [Bing.com /saves](https://www.bing.com/saves). من هناك ستتمكن من إضافة رابط إلى شريط الأدوات المفضل لديك، مما سيمكنك من النقر على الرابط وحفظه مباشرة إلى بينغ Bing. يمكن بعد ذلك مشاهدة علاماتك المرجعية بزيارة قسم المحفوظات.

“

«هناك استراتيجية فائزة واحدة فقط: وهي تحديد السوق المستهدفة بحذر وتقديم عرض رائع لهذا السوق».

”

المحرك الثالث بايدو Baidu

انطلق موقع بايدو في يوم ١٨ يناير ٢٠٠٠ في الصين ليحتل اليوم المركز السادس عالمياً متقدماً على الكثير من المواقع المشهورة والمتعددة اللغات أمثال «ويكيبيديا»، «وورد برس» ومحرك بحث «بنج»، وفقاً لإحصائيات موقع أليكسا، وفي عام ٢٠٠٧ انطلق بايدو ليدخل سوق الشركات الأمريكية وذلك بتسجيله ودخوله في بورصة نازداك الأمريكية، ولحقق اليوم قيمة سوقية تجاوزت قيمة شركة ياهو الأمريكية، وبلغ سعر سهمه ١٠٦ دولارات بقيمة سوقية تجاوزت ٢٨ مليار دولار معلناً بذلك دخوله عالم مصارعة العملاقة في فضاء الانترنت.

في عام ٢٠٠٨ قام موقع بايدو بإطلاق خدمة بايدو بيك Baidu Baike المشابهة لموسوعة ويكيبيديا التي تنشر معلومات مغلوبة عن الشعب والتاريخ الصيني بناء على تقارير الحكومة الصينية، وفي مدة وجيزة بلغ عدد مقالات بايدو بيك ٢٣٨٧٨١٢٣ مقالة متجاوزاً عدد المقالات في ويكيبيديا الصيني التي تقدر بـ ٢٧١ ألف مقالة، ويسمح بايدو بيك للأعضاء المسجلين فقط بإضافة أو تعديل المقالات، بالإضافة إلى:

- إمكانية تحميل صور في المقالات بسعة أقل من ٢ ميغا بايت للصورة الواحدة.
- عدم نشر مقالات لا أخلاقية أو تسيء إلى دولة ما.
- التدقيق في المقالات العرقية والدينية والإدارية.

هذه قائمة ببعض الخدمات التي يقدمها موقع بايدو:

- بحث في الإنترنت.
- خرائط بايدو (<http://map.baidu.com>)
- أخبار بايدو.
- بايدو المعرفة (يقدم خدمة الأسئلة والأجوبة كما في إجابات جوجل).
- بحث MP3.
- بحث الصور.
- بحث الفيديو.
- بايدو سبيس (شبيه بفيس بوك وهو موقع اجتماعي صيني)
- <http://hi.baidu.com>
- بايدو بيك (انظر ما جاء سابقا)
- <http://baike.baidu.com>
- البحث بواسطة الرمز البريدي.
- بايدو التعليم.
- بايدو الترفيه.

- بايدو للإحصائيات.
- بايدو يويبا (سوق إلكتروني).
- بايدو سوبار (خدمات تولبار لموقع بايدو).
- دليل مواقع بايدو.
- ألعاب.
- قاموس.
- أفلام بايدو (أو شاشة بايدو).
- برنامج الحماية من بايدو.
- بايدو ديسكفري.

مع ذلك يبقى لبaidu الكثير من المنافسين في داخل الصين وخارجها أمثال جوجل هونج كونج وسوسو الصيني وياهو الصين وبنج.

وفي نظري أن الشركات الصينية خاصة والشرق آسيوية عامة حققت لشعوبها محتوى فريد ومفيد وخدمات تقنية منافسة تغنيهم عن الشركات الغربية وحالهم أفضل بكثير من حال الشركات العربية التي لم تشرِ المحتوى العربي أي نوع من الفائدة أو سعت في تطوير المحتوى ورفع جودته.



«التسويق ليس هوفن إيجاد طرق مبتكرة لعرض ما تفعله، التسويق هوفن خلق القيمة الحقيقية أمام عملائك، ومساعدتهم على التحسين، الكلمات الرئيسية للتسويق هي «الجودة» و«الخدمة» و«القيمة».



المحرك الرابع Yandex

هذا هو محرك البحث رقم واحد في روسيا، ويتم استخدامه على نطاق واسع في كل من تركيا وكازاخستان وروسيا البيضاء. يعد محرك البحث يانديكس واحدًا من أهم وأفضل محركات البحث على الإطلاق، ويتميز بكونه محرك بحث متكامل مثله مثل جوجل، وهو يمتلك خدمة بريد إلكتروني، ويمكن تخصيص البحث من خلاله في الخرائط أو الصور أو الفيديوهات.

طرق البحث في محركات البحث

محركات البحث هي تلك المحركات التي نصل من خلالها إلى مختلف المواقع الإلكترونية، وينقسم البحث فيها إلى نوعين وهما:

الأول: البحث المدفوع:

وهي العملية التي تتم من خلال حصول الموقع الإلكتروني على العديد من الزوار الذين يتم استهدافهم من خلال الدفع مقابل النقرة، ويقوم المستخدمون في تلك الحالة بالدفع مقابل الحصول على نقرة في الإعلان المعروض، ومن الأمثلة على هذا النوع إعلانات جوجل أدد وورد وهو واحد من أشهر المنصات في الإعلانات المدفوعة عبر شبكة الإنترنت.

الثاني: البحث المجاني:

وهي العملية التي من خلالها يتم تحسين وتهيئة الموقع الإلكتروني الخاص بمحركات البحث، حيث يساهم في جعله أفضل ترتيب وأعلى نتائج، وتلك الطريقة تساهم في جعل الموقع في أول الصفحات وأوائل البحث، كما أنه يعتمد على قوة الكلمات التي يستخدمها الباحث في محركات البحث مثل جوجل وياهو وبينج.

مميزات التسويق الإلكتروني عن طريق محركات البحث

ويتميز هذا النوع من أنواع التسويق الإلكتروني بالعديد من المميزات التي يمكننا إجمالها فيما يلي:

- الوصول إلى الجمهور المستهدف والمناسب للمنتج والخدمة.
- توفير المال والوقت.
- القيام بالتسويق لمختلف المنتجات في وقت قياسي.
- استخدام كلمات محددة فقط لهذا المجال.
- زيادة عدد العملاء والزوار المتابعين للموقع الخاص بك.
- رفع مستوى الوعي بالمنتج الخاص بك أو العلامة التجارية.

وبالتالي فنجد أن عملية التسويق الإلكتروني عن طريق محركات البحث أصبحت اليوم من أهم الأدوات المستخدمة في التسويق الإلكتروني وبالأخص في حال أنك قد امتلكت موقعًا إلكترونيًا جديدًا ويكون من الصعب عليك الصعود به إلى نتائج البحث الأولى، فيجب أن تقوم بتنفيذ تلك الخطط الاستراتيجية الكاملة الخاصة بعمليات التسويق من أجل الوصول بالموقع لأعلى النتائج وتحقيق ثقة العملاء والمستهدفين.

استراتيجيات التسويق الإلكتروني عن طريق محركات البحث

هناك نوعين من الاستراتيجيات التي يتم تطبيقها في عمليات التسويق الإلكتروني عبر الإنترنت ومنها الطريقة المدفوعة ومنها أيضًا المجانية:

الاستراتيجية المجانية:

وهي الاستراتيجية التي بها يتم تحسين محركات البحث، كما أنها تعتمد على ظهور الموقع بشكل طبيعي في أعلى نتائج البحث، وهذا الظهور يكون في الصفحات الأولى. كما يتم عرض النتائج في تسلسل واضح يتم تحديده من خلال مدى الارتباط بين الكلمات المفتاحية التي يتم إدخالها، بالإضافة إلى الصفحة التي تظهر بها محركات البحث.

الاستراتيجية المدفوعة:

أما عن تلك الاستراتيجية المدفوعة فيتم من خلالها الدفع مقابل الظهور، وتلك الاستراتيجية تعتمد على النتائج الأولى، فقد تجد إعلان في أعلى الصفحة الخاصة بنتائج البحث.

وهنا تجد أن الباحث يقوم بالدفع مع كل نقرة على الإعلانات، كما يتم الدفع مقابل ألف مرة تظهر بها نتائج البحث.

“

«دع الآخرين يشعرون
بأن الفكرة فكرتهم»

(دبل كارنيجي)
مؤلف أمريكي.

”

أهمية التسويق الإلكتروني عن طريق محركات البحث

- إن التسويق الإلكتروني عن طريق محركات البحث له أهمية كبيرة تتمثل فيما يلي:
- أغلب محركات البحث اليوم هي المدخل الرئيسي للإنترنت.
 - ترتفع مستويات الثقة والأمان من خلال المستخدمين لتلك المحركات.
 - أغلب مستخدمي الإنترنت يقومون بوضع المواقع الإلكترونية لمحركات البحث المجانية في الصفحات الأولى من متصفح الإنترنت.
 - تساهم محركات البحث في التقليل من عمليات التسويق والشراء التقليدية.
 - المساهمة في إتمام جميع عمليات الشراء بشكل سريع.
 - أثبتت مختلف الدراسات بأن محركات البحث لها دور في تحسين مستوى العلامة التجارية.
 - أصبح التسويق عبر محركات البحث استراتيجية حاسمة لزيادة مدى ظهورك لهؤلاء العملاء.
 - إن غالبية الزوار الجدد لأي موقع على الإنترنت يجدون هذا

- الموقع عن طريق البحث على محرك بحث.
- يتم دفع المعلنون فقط مقابل مرات الظهور التي تؤدي إلى زيادة عدد الزوار، مما يجعلها طريقة فعالة من حيث الإنفاق.
- كل زيارة تحصل عليها من الإعلان على محركات البحث تحسن ترتيب موقعك أيضا في نتائج البحث المجانية.

كيف تعمل محركات البحث؟

تستخدم محركات البحث خوارزميات معقدة لضمان إظهار النتائج الأكثر صلة لكل عملية بحث، بما في ذلك الموقع الجغرافي والمعلومات الأخرى المتاحة.

تظهر الإعلانات المدفوعة في أعلى صفحات نتائج محرك البحث وفي جانبها للحصول على ظهور أفضل من النتائج الطبيعية (المجانية).

تعمل محركات البحث على التنقيب عن المواقع التي تحتوي على موضوعات متعلقة بما يبحث عنه مستخدم محركات البحث ثم تقوم بترتيبها وإظهارها للقارئ بشكل مرتب ومفهرس حسب جودة المحتوى ونسبة نجاح الموقع في عملية السيو (SEO).

تم هذه العملية عن طريق ما يسمى بعناكب البحث المسؤولة عن الزحف وتتبع الروابط بين صفحات المواقع المختلفة أو داخل الموقع الواحد ولمساعدة محركات البحث مثل Google

على الزحف وفهرست صفحات موقعك المنشأة حديثاً أو التي تم تعديل المحتوى الخاصة بها باستخدام أداة URL Inspection الموجودة بمنصة Google Search Console بهدف أن يتم فهرسة صفحات موقعك الإلكتروني (Indexing) في خلال دقائق قليلة والظهور في نتائج البحث المستهدفة أمام العملاء المحتملين في أقرب وقت ممكن (خلال يوم أو يومان) في حالة التفوق على المواقع المنافسة على نفس مصطلحات البحث في معايير وعوامل ترتيب صفحات المواقع في نتائج البحث المختلفة والتي سيتم شرحها في الفقرة التالية.

“

«فن التسويق هو إلى حد كبير فن بناء العلامة التجارية، فمن المحتمل أن يُنظر إليه على أنه سلعة»

”

أهم عوامل ترتيب المواقع الإلكترونية في نتائج صفحات البحث

جهود المواقع الإلكترونية في عملية السيو (SEO) لن تضمن الظهور في نتائج البحث الأولى إلا في حالة الاهتمام بكل التفاصيل والتركيز على كل العوامل التي تؤثر على ترتيب الموقع وصفحاته المختلفة في نتائج البحث المستهدفة من العملاء المحتملين وأهمها:

جودة وملائمة المحتوى (Content Quality)

يمكنك تحديد مصطلحات البحث المستهدفة وحجم عمليات البحث الشهرية من خلال Google Keyword Planner وأيضاً يمكنك استخدام العديد من الأدوات والمواقع الأخرى لتحديد مصطلحات البحث لمحتوى الموقع وأفكار جديدة للمحتوى ومنها:

- Ubersuggest
- مؤشرات Google
- KWFinder
- Answer the Public

تحسين محركات البحث SEO

ما هو السيو (SEO) وما هي فائدته للمواقع الإلكترونية؟
قيمة محرك البحث تتمثل في قدرته على زيادة الجمهور الذي سيقراً محتوى موقعك بنسبة تفوق أي وسيلة تسويقية أخرى، لذلك من الضروري لإنجاح محتوى الصفحة أن تتعلم طريقة تهيئة المحتوى لمحركات البحث. الطريقة التي تكتب بها صفحتك تؤثر بشكل مباشر على تقييم وترتيب صفحتك في محركات البحث، لذلك عليك أن تكتب بطريقة تفهمها محركات البحث وترتبط بما يحتاجه المتصفح فعلياً.

ما هو SEO ؟

SEO هي اختصار الى Search Engine Optimization التهيئة لمحركات البحث، وهي تصف سلسلة من التقنيات التي يتم تطبيقها من أجل تحسين ظهور صفحات الموقع في محركات البحث، الهدف هو أن تظهر تلك الصفحات في مراتب متقدمة (نطلق عليها Rank) عند البحث عن كلمة معينة. أي أن تظهر في صفحات نتائج البحث الأولى.

يمكن تقسيم تلك التقنيات الى مجموعتين رئيسيتين:-

- **white-hat SEO**: وهي التقنيات التي توصي بها محركات البحث لتحسين ظهور الموقع في النتائج، ولتحسين تصميم وعرض صفحات ومحتوي الموقع بصورة عامة، فهي تقنيات تعتبر آمنة وتعطي نتائج طويلة الأمد.
- **black-hat SEO**: وهي تقنيات منبوذة تطبيقها قد يأتي بنتائج وخيمة وعكسية علي الموقع، وفي أسوأ الأحوال قد يزال الموقع بشكل كامل من محرك البحث، يمكنك معرفة معلومات أكثر عن هذه التقنيات من خلال قائمة **Design Hammer's 17 Black Hat SEO Techniques to Avoid**.

السيناريو التالي يوضح كيف يتعامل ال Crawlers مع موقعك:-

- **الاكتشاف Discovery**: يكتشف روبات محرك البحث موقعك، إما عن طريق رابط يشير إليه من موقع آخر مؤرشف سابقاً أو عن طريق إضافة يدوية مباشرة لرابط موقعك من خلال محرك البحث. (كل من جوجل، وياهو وBing يدعمون الإضافة اليدوية لصفحات الويب)
- **الأرشفة Indexing**: يتم التدقيق في محتويات الصفحة، معالجتها وفهرستها في قواعد بيانات محرك البحث، لكن لاحظ أنه ليست كل أنواع المحتوى يتم أرشفتها فمثلاً الفيديو والصفحات الديناميكية لا يتم أرشفتها.

- النتائج Results: عند إدخال استعلام (كلمة بحث) يقوم محرك البحث بتحليلها ومن ثم يظهر لك صفحات الويب الأكثر ملاءمة لاستعلامك.

محركات البحث هي مصدر ٧٠٪ من زيارات المواقع الإلكترونية حيث يقوم زوار المواقع باللجوء إلى محركات البحث المختلفة للإجابة على أسئلة معينة أو البحث عن منتج أو خدمة مع وجود مئات الموضوعات المنشورة للإجابة عن أسئلة الزوار وتواجد مواقع إلكترونية لمعظم الشركات والمشاريع التجارية التي توفر بدائل متعددة بتكلفة مناسبة مع وسائل تواصل مريحة وسريعة أفضل من قنوات التسوق التقليدية.

“

«إن الهدف من البيع هو تلبية حاجة العميل، الهدف من التسويق هو معرفة حاجته.»

”

فوائد السيو (SEO) لمواقع الشركات والأنشطة التجارية الإلكترونية تتعدد فوائد السيو (SEO) للمواقع الإلكترونية الخاصة بالأفراد وبالأخص المواقع الإلكترونية الخاصة بالمشاريع والأنشطة التجارية حيث أنها مصدر رئيسي لزيارات المواقع الإلكترونية والتي تسهم في زيادة أرباح الشركات والمشاريع التجارية من خلال زيارات مجانية (Free Organic Traffic) بالإضافة إلى وجود خيارات أخرى للاستفادة من محركات البحث من خلال حملات

التسويق عبر محركات البحث من خلال حملات إعلانية مدفوعة. على سبيل المثال من خلال تهيئة موقعك لمحركات البحث والمنافسة على كلمة مفتاحية (Keyword) يبلغ حجم البحث عنها شهريا ١٠٠٠٠ عملية بحث سوف تحقق الظهور في الصفحة الأولى لتتأج البحث لهذه الكلمة المفتاحية ١٠٠٠٠٠ مرة أمام العملاء المحتملين.

التنافس محتدم على النتائج الأولى في صفحات البحث لذا عملية تهيئة المواقع لمحركات البحث (SEO) تتطلب مجهوداً متواصلًا وأفراداً مختصين وذوي خبرة في مجال السيو للأنشطة والمشروعات التجارية الكبرى لكن بالنسبة للمواقع والمدونات الناشئة سنقوم بشرح بعض النصائح التي يمكن من خلالها تحسين موقعك ليناسب متطلبات محركات البحث وتوفير تجربة تصفح إيجابية لزوار الموقع في الفقرات القادمة من هذا المقال.

يركز تحسين محركات البحث SEO على تحسين موقعك من أجل تحسين ترتيب موقعك على محرك البحث مجاناً.

يعتمد SEO بشكل أساسي على:

١. إضافة الكلمات الرئيسية (المفتاحية) بشكل إستراتيجي على الموقع.
٢. إنشاء الروابط الخلفية (Backlinks).
٣. تكوين وتحسين مصداقية الموقع (Site Authority).
٤. استخدام بيانات التعريف (Meta Data) التي تمكن Google من أن تتبعها للزحف وأرشفة الموقع والمحتوى.

“

”إن إدارة التسويق هي فنٌ وعلمٌ اختيار الأسواق المستهدفة، والحصول على العملاء والاحتفاظ بهم، وتنميتهم من خلال بناء وتقديم أعلى قيمة للعملاء.“

”

أفضل أدوات السيو (SEO) المجانية والمدفوعة

تتعدد منصات وأدوات تحسين المواقع لمحركات البحث منها المجانية والمدفوعة وأهمها:

الأول: Google Search Console

Google Search Console من أهم أدوات مشرفي المواقع والتي توفر أدوات متابعة أداء الموقع وتوافقه مع متطلبات محركات البحث من تقارير منها عدد مرات ظهور الموقع في نتائج البحث وعدد النقرات على صفحات الموقع والكلمات المستخدمة في عمليات البحث عن موقعك وأداة فهرسة صفحات الموقع المعدلة والحديثة بالإضافة إلى تقرير الروابط الخارجية (Backlinks) والداخلية للموقع وتقارير توافق الموقع الإلكتروني مع تجربة التصفح من الهواتف الجوال.

الثاني: Google Analytic

منصة Google Analytics توفر تحليلات وإحصائيات الأداء للمواقع الإلكترونية وتطبيقات الجوال والتي تشمل عدد زيارات المواقع

ومصدر تلك الزيارات وتحديد الفئات الشخصية لزوار الموقع (بلد الإقامة - النوع - متوسط الأعمار - الأجهزة المستخدمة للتصفح) ومتوسط مدة تصفح صفحات الموقع بالإضافة إلى تتبع حركة زوار الموقع بهدف تحديد مدى رضا الزوار (العملاء المحتملين) عن محتوى الموقع وعدد التحويلات المرغوبة (شراء المنتجات والخدمات) المكتملة.

الثالث: Screaming Frog

أدوات Screaming Frog المدفوعة تقوم بفحص الموقع الإلكتروني الخاص بك والتحقق من (روابط الصفحات الغير صالحة - فحص حالات إعادة التوجيه - تحليل العناوين الرئيسية ووصف الصفحات - فحص المحتوى المكرر - إنشاء خرائط صفحات الموقع XML Sitemaps - تحليل هيكل الموقع الداخلي Website Structure - إحصائيات وتحليلات زيارات الموقع).

الرابع: Ahrefs

منصة Ahrefs من أدوات تهيئة المواقع لمحركات البحث المدفوعة والتي توفر حلول فعالة لفحص المواقع الإلكترونية، دراسة مواقع المنافسين، تحليل واختيار كلمات البحث الرئيسية (-Key words)، تحليل وضع الموقع بالنسبة إلى الروابط الخارجية (-Back links) بالإضافة إلى تحليل تفصيلي لجودة المحتوى.

الخامس SEMrush:

منصة SEMrush توفر حلول متعددة مدفوعة لتهيئة المواقع لمحركات البحث SEO أهمها (فحص شامل للموقع - تحليل المنافسين - أفكار مبتكرة لزيادة حجم زيارات الموقع - تحليل الروابط الخارجية (Backlinks) - إحصائيات وتحليلات زيارات الموقع - تحليل جودة المحتوى - تحليل واختيار مصطلحات البحث الرئيسية (Keywords).

“

«الأسواق تتغير دائماً
بشكل أسرع من التسويق»

”

استوعب قوة السيو SEO

يمكنني كتابة آلاف الكلمات حول تحسين محركات البحث (SEO) وأهميتها لمستخدمي AdSense، ولكنني سوف أقوم بتلخيص الشرح هنا.

السيو يتيح لك بترتيب موقعك في أعلى نتائج محركات البحث. عندما يبحث الأشخاص عن كلمات مفتاحية في جوجل، فإن SEO يتيح لموقعك أن يكون ضمن أول النتائج التي يراها الأشخاص على صفحة نتائج محرك البحث (SERP).

ينقر حوالي ٨٠٪ من الباحثين في جوجل على أول ٥ نتائج ضمن نتائج البحث. إذا كنت ضمن أول ٥ نتائج بحث لمصطلح ذي قيمة عالية، فستقوم بتحقيق أرباح كبيرة من جوجل أدسنس.

بالنسبة إلى كلمات البحث الرئيسية ذات الحجم الكبير للغاية، يمكن حتى لمواقع البحث في الصفحات الخامسة والسادسة والسابعة من نتائج بحث جوجل الحصول على عدد كافٍ من الزيارات لتحسين أرباح جوجل أدسنس. كما ذكرنا سابقاً، يتعلق الأمر كله بأبحاث الكلمات المفتاحية وتحديد القيمة المحتمل الحصول عليها من أحد المجالات.

SEO هي مهنة فنية عالية تتطلب فهماً قوياً لشروط خدمة Google بالإضافة إلى الكثير من عمليات تحليل المنافسين. هذا ليس شيئاً يمكن لأي شخص إتقانه في يوم أو شهر. ولكن إذا ركزت على تعلم استراتيجيات السيو شهراً بعد شهر وعمماً بعد عام، فحينئذٍ سترى في النهاية الاستراتيجيات الناجحة التي تعمل على تحسين ترتيب الموقع وستعرف أيضاً استراتيجيات السيو الغير شرعية التي تؤدي إلى معاقبة موقعك.

الهدف النهائي من تحسين موقعك لمحركات البحث هو وصول موقعك إلى أفضل نتائج في Google للحصول على كلمات مفتاحية عالية القيمة وذات حجم بحث كبير، بعد أن يحصل موقعك على هذه النتائج سوف يجذب عددًا كبيرًا من الزيارات اليومية ويحقق لك الكثير من أرباح جوجل أدسنس.

والأهم من ذلك كله، أن إيرادات AdSense هي أرباح مجانية لأن موقعك يحصل على زيارات دون تدخل منك ودون مشاركتك على مواقع التواصل الاجتماعي.

“

«مستقبل التسويق يكمن في قواعد بيانات التسويق، والتي من خلالها نعرف ما يكفي عن كل عميل لتقديم عروض ملائمة وذات طابع شخصي لكل واحد منهم».

”

وهذا يعني أنه يمكنك قضاء المزيد من الوقت في التركيز على إنشاء مواقع أخرى لاستثمارها مع جوجل أدسنس.

عوامل التصنيف في جوجل

يحلل جوجل حاليًا أكثر من ٢٠٠ عامل تصنيف قبل تقييم وتمييز المواقع، لوضعها ضمن المراتب الأولى في نتائج محركات البحث SERP.

العوامل الرئيسية في التصنيف، هي بهذا الترتيب:

- المحتوى.
- الروابط الخلفية.
- خوارزمية Rank Brain

إن المحتوى هو الذي يجيب على تساؤلات المستخدم الذي يقوم بالبحث، لهذا يعتبر العامل الأول والأكثر أهمية الذي يجب تحليله بواسطة جوجل عند اختيار أفضل النتائج. من الجوهري أن يكون المحتوى لديك هامًا، وأكثر شمولًا وكمالاً من أجل المستخدم لكي يحل تساؤلاته.

يتم إعداد الروابط الخلفية backlinks عندما ترشد مواقع أخرى إلى موقعك كمرجع في موضوع معين. بالنسبة لجوجل، إذا وثق موقع ما كفاية بك ونصح بك، فهذا لأنك تعتبر أخصائيًا حقيقيًا في موضوع معين، وجوجل يأخذ هذا الجانب في عين

الاعتبار عندما يعرض النتائج إلى المستخدمين. تجدر الإشارة إلى أن جوجل أيضًا يأخذ في عين الاعتبار جودة ونوعية هذه الروابط، وهذا يعني أن المواقع التي تشير إليك يجب أن تكون واثقة بك بالتأكيد.

تعد الخوارزمية Rank Brain ، ذكاء صناعيًا لجوجل يعمل من خلال عملية تدعى (ذكاء الآلة) أو Machine Learning. وهذا يعني أنه يفسر الصفحات من بنك البيانات في جوجل، ويتقدم في كل مرة يتعلم فيها أمورًا جديدة.

تحلل الخوارزمية Rank Brain تفاعل المستخدمين بالإجمال، وتقدم النتيجة بالاستناد إلى سياق البحث، وليس فقط اعتمادًا على الكلمة الرئيسية الواردة في البحث. يمكنه تقديم نتيجة هامة إلى المستخدم، حتى لو قام بإجراء بحث لم يقم به من قبل في جوجل.

طرق تحسين محركات البحث SEO

الكلمات المفتاحية Keywords:

الكلمات المفتاحية Keywords: هي الكلمات التي تكون ذات دلالة واضحة ومعبرة عن موضوع الصفحة أو الموقع الخاص بك وتستطيع معرفة فكرة الموقع أو الصفحة عن طريق الكلمات المفتاحية ولذلك تسمى أيضاً «الكلمات الرئيسية»، عندما تكلمنا عن فكرة الموقع وتحديدها وجب التوضيح أن تلك الخطوة مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالكلمات المفتاحية لأنه ما من فائدة إذا وجدت فكرة الموقع واخترت النيتش المناسب ولم تختار الكلمات المفتاحية الصحيحة أو المعبرة التي يمكنك جذب الزوار بها.

ملاحظة: نستطيع القول إن الكلمات المفتاحية هي الكلمات التي يقوم بكتابتها الزائر في محرك البحث لكي يصل إلى النتيجة المستهدفة أو المرجوة، ولذلك نؤكد على أهمية اختيار تلك الكلمات بعناية.

الكلمات المفتاحية لها دور هام في الموقع لأنه إذا لم تقم باختيار الكلمات المفتاحية المناسبة للموقع الخاص بك فأنت تتعرض

لخسارة كبيرة ممثلة في خسارة شريحة كبيرة جدًا من الزيارات التي تأتي عبر محركات البحث وأيضًا في ضياع مجهودك بمعنى إذا قمت بإنشاء الموقع وعمل المحتوى الحصري وبذلت فيه مجهودًا ولكنك تفاجأ بعدم وجود الترافيك المتوقع ومن الممكن رجوع ذلك إلى عدم اختيار الكلمات المفتاحية المناسبة.

مثال علي الكلمات المفتاحية:

إذا دخل أحد الزوار الي محرك البحث جوجل وكتب (ماهي معدات الغطس).

فيإذا كان لك في موقعك مقال أو موضوع يتكلم عن (الغطس ، لوازم الغطس ، معدات الغطس ، الأدوات المستخدمة في الغطس). فمن الطبيعي ظهورك في النتائج التي تظهر للزائر بما معناه أنك إذا كنت تستخدم كلمة أو عبارة ذات صلة بموضوع البحث فمن المرجح ظهورك في نتائج البحث.

صفات يجب أن تتوفر في الكلمات المفتاحية Keywords



«المحتوى هو الملك»

(بيل جيتس)



لكي تختار الكلمات المفتاحية المناسبة للنيتش الذي تستهدفه في موقعك يجب أن توفر فيه بعض العوامل التي نوضحها لك كي تساعدك في اختيارك:

- ١- يجب أن تكون الكلمة المفتاحية تعبر عن الفكرة التي تقدمها في الموضوع، بمعنى أنه لو أمكن أن نعرف موضوع موقعك من الكلمات المفتاحية إذا كانت في تعداد الكلمات المفتاحية المناسبة.
- ٢- يجب أن تكون الكلمة المفتاحية ذات معدل بحث شهري كبير حتى تستطيع عمل زيارات لموقعك باستخدام تلك الكلمات.
- ٣- يجب أن تراعي حجم المنافسة على الكلمات المفتاحية التي قمت باختيارها حتى لا تختار كلمات تكاد تكون المنافسة عليها مستحيلة أو صعبة جداً وبذلك تكون قد أهدرت وقتك.
- ٤- يجب أن تعرف أن الكلمات المفتاحية هي أهم الكلمات التي تقوم بالتركيز عليها في مواضيعك لأن محركات البحث ترى هذه الكلمات وتقوم بأرشفة تلك الكلمات وتأخذ ترتيب في محركات البحث على أساس استخدامك لهذه الكلمات.
- ٥- يجب أن تكون كلماتك المفتاحية قريبة أو تكاد تكون مشابهة للمواقع الأخرى التي تظهر في النتائج الأولى على نفس الكلمات المفتاحية.

أنواع الكلمات المفتاحية Keywords

النوع الأول: الكلمات المفتاحية القصيرة أو العادية:

وهي الكلمات المفتاحية المكونة من كلمة أو كلمتين على الأكثر مثل : Health أو football أو Life insurance، وهذه الكلمات تكون المنافسة عليها شبه مستحيلة لأنه بالفعل توجد مواقع كبيرة جداً تحتل المراكز الأولى على تلك الكلمات ولن تستطيع المنافسة معهم بأي حال من الأحوال.

نسبة الزيارات القادمة على تلك الكلمات تكون مرتفعة جداً والمنافسة مستحيلة وبالنسبة لدخولك تلك المنافسة هو إهدار للوقت والمجهود دون جدوى.

النوع الثاني: الكلمات المفتاحية الطويلة long tail keyword

الكلمات المفتاحية الطويلة هي إضافة كلمات إلى الكلمة المفتاحية القصيرة وهذا النوع هو الأكثر انتشاراً حالياً نظراً لصعوبة المنافسة على الكلمات المفتاحية القصيرة.

هذه الكلمات تكون المنافسة عليها سهلة وخصوصاً إن كان المنافسون لا يقدمون محتوى جيد وحصري وإنما يمكنك بالاعتماد على اختيار الكلمات ووضعها بالأماكن المناسبة أن تأخذ ترتيباً متقدماً في محركات البحث.

يجب أن تعلم أن تحديد المنافسة لا يتوقف فقط على الكلمات المفتاحية إنما أيضاً اختيار النيتش الذي له عامل كبير في تحديد حجم المنافسة لذلك نجد أن النيتش والكلمات المفتاحية دائماً لهما علاقة في المنافسة.

أهمية الكلمات المفتاحية keyword

١. الزيارات المجانية من محركات البحث.
٢. الكلمات الدلالية هي العامل المشترك.
٣. الكلمات الدلالية والسوشيال ميديا.

معايير اختيار الكلمات المفتاحية والدخول في المنافسة

١ - تحديد cpc وهو سعر الكلمة:

Cpc هي اختصار لـ cost per click أي سعر الضغط بمعنى أنك إذا قمت بالضغط على موقع معين على كلمة مفتاحية معينة كم سيكون سعر الضغط؟ عند الدخول في المنافسة بين المواقع فأنت يمكنك تحديد السوق الذي تود المنافسة فيه إن كان موقع عربي أو موقع أجنبي ويجب أن تعلم أنه عند وجود المنافسة

القوية بين المواقع فإنه بالفعل يوجد معلنين ويريدون وضع إعلاناتهم في تلك المواقع فنجد أن المنافسة تشتد على كلمة معينة وبالتالي يكون سعرها عالي.

٢- عدد المنافسين وتأثيره على اختيارك في دخول المنافسة:

من المعايير المهمة جدًا هو معرفة عدد المنافسين في المجال لأنه سيحدد لك إما أن تكمل وتبدء في المنافسة أو تختار مجالًا آخر فعندما تجد أن عدد المنافسين كبير جدًا وتعلم أن المنافسة شبه مستحيلة ينبغي أن تعرف أن سعر الضغطة هنا أعلي ما يمكن لأن المنافسة قوية وبدخولك في تلك المنافسة فأنت تظلم نفسك وسط مواقع كبيرة جدًا لأنك لن تستطيع المنافسة أو أن تأخذ نسبة من الزوار على تلك الكلمات أو التصدر في أي كلمة من الكلمات.

أما إذا كان عدد المنافسين كبير ولكن بمعرفة نقاط قوتك وقوة محتواك وأنت قادر على الدخول في المنافسة فهنا سعر الضغطة سيكون من الطبيعي أقل من التي قبلها ولكن هنا يمكنك المنافسة ويمكنك أن تأخذ شريحة كبيرة من الزوار القادمين على تلك الكلمة وبالتالي حتى إن كان سعر الضغطة ليس كبير سيعوضه لك عدد الزوار.

٣- عدد مرات البحث على كلماتك الدلالية:

يجب أن تعرف أن معايير اختيار الكلمات الدلالية مرتبطة ببعضها

بمعني عندما نبدأ بتحديد الكلمات الدلالية ونأتي لفحص عدد مرات البحث على تلك الكلمات ونجد أن هناك كلمات لها الملايين من عدد مرات البحث فهنا يجب أن أعرف أن سعر cpc لتلك الكلمة بالتأكيد سيكون مرتفعاً وأيضاً ستكون المنافسة مستحيلة بالنسبة لموقع مبتدأ.

عند إجراء بحث الكلمات المفتاحية، هناك أربعة أشياء يجب البحث عنها:

١. متوسط الكلفة بالنقرة (CPC): يشير إلى متوسط قيمة إعلان أدسنس في ذلك المكان. كلما ارتفع متوسط التكلفة بالنقرة، زاد المبلغ الذي ستحصل عليه مقابل كل نقرة.
٢. متوسط البحث الشهري عالمياً: يشير حجم البحث الشهري العام إلى العدد التقريبي للأشخاص الذين يبحثون عن كلمة مفتاحية معينة في خلال الشهر.
٣. متوسط البحث الشهري محلياً: أصبحت Google لديها نطاقات محلية أكثر وأكثر. لا يعني مجرد أن كلمة مفتاحية تسيطر على المواقع القوية على المستوى العالمي بالضرورة أن تظهر تلك المواقع في المقام الأول على ترتيب البحث في بلدك. اطلع على حجم البحث المحلي لمعرفة ما إذا كان بإمكانك تحديد مكان معين على كلمة مفتاحية معينة في بلدك. حجم البحث المحلي هو عدد الأشخاص الذين يبحثون عن كلمة مفتاحية كل شهر داخل بلدك.

٤ . اتجاهات البحث: أحيانا تجد أن بعض الكلمات المفتاحية حصلت على شهرة كبيرة ونسبة بحث عالية جداً على مدار شهر ثم تختفي إلى الأبد. قد تزداد الكلمات المفتاحية الأخرى في أوقات معينة على مدار العام - مثل موسم امتحانات الثانوية العامة أو المباريات الرياضية. لا تنخدع وراء حجم البحث العالي أو المنخفض للكلمة الرئيسية في شهر واحد - انظر إلى تاريخ حجم البحث لهذه الكلمة المفتاحية للحصول على فكرة حول ما سوف تحصل عليه في المستقبل.

«التسويق هو سباق بدون خط النهاية»

يتكون الحساب المنظم من إعلانات غوغل على النحو الأمثل من خمسة عناصر مميزة وهي:

- حملات إعلانية.
- مجموعات إعلانية.
- الكلمات الرئيسية
- نص الإعلان.
- صفحات الهبوط.

تطوير محتوى الموقع يشمل عدة خطوات بهدف زيادة رضاء واستفادة زوار الموقع من محتوى موقعك الإلكتروني وأهمها:

١. العنوان الرئيسي (Page Title): يجب أن يشتمل العنوان الرئيسي على كلمة البحث المستهدفة ويشير إلى محتوى الصفحة لزيادة نسبة زيارة الصفحة على عدد مرات الظهور في نتائج البحث (Click-through-rate) والتي هي أيضاً عامل مهم في ترتيب موقعك في نتائج البحث ولا يتخطى ٦٥ حرفاً حتى يظهر كامل لمستخدمي الحواسيب والهواتف الجواله.

٢. وصف الصفحة (Meta Description): يظهر وصف الصفحة في نتائج البحث حيث أن وصف مختصر عن محتوى الصفحة يجب الاهتمام به حيث يشجع على زيادة نسبة زيارة الصفحة على عدد مرات الظهور في نتائج البحث المختلفة مثل العنوان الرئيسي ولا يتخطى ١٥٦ حرفاً ليظهر كاملاً متضمناً كلمة البحث المستهدفة.

٣. رابط الصفحة (Page URL): يظهر أيضاً رابط الصفحة في نتائج البحث ويسهم مثل العنوان ووصف الصفحة في إنشاء وصف مختصر لمحتوى الصفحة من خلال ٤ أو ٥ كلمات على الأكثر تتضمن كلمة البحث المستهدفة ويكون مقارباً لعنوان الصفحة.

٤. العناوين الفرعية (Headings): تقسيم محتوى الصفحة إلى عناوين فرعية يشمل بعضها وليس كلها كلمة البحث الرئيسية يساعد محركات البحث على فهم محتوى الصفحة بشكل أفضل وفهرسة صفحات المواقع بشكل أفضل والظهور بترتيب أعلى في نتائج البحث.

٥. المحتوى النصي والمرئي: سواء كانت صفحة منشور للمدونة أو صفحة تسويق منتج أو خدمة يجب أن تحتوي على محتوى مميز يجيب عن كل الأسئلة الشائعة لدى زوار الصفحة نصياً مع استغلال مميزات تصميمات الجرافيك والفيديو (موشن جرافيك) في زيادة التفاعل مع محتوى الصفحة وزيادة مدة التصفح (Dwell Time) التي تعد عاملاً مهماً في ترتيب الصفحات في نتائج البحث.

٦. الروابط الداخلية والخارجية (Internal & External Links): وجود روابط داخلية في محتوى الصفحة لصفحات أخرى داخل الموقع أو روابط خارجية لموضوعات ومواقع ذات صلة سيساهم في إثراء المحتوى الخاص بالصفحة وربط صفحات الموقع داخلياً وتسهيل عملية عناكب محركات البحث في الزحف وفهرسة وترتيب صفحات موقعك في نتائج البحث.

٧. سرعة تحميل صفحات الموقع المختلفة (Loading Speed):
بطء تحميل صفحات موقعك الإلكتروني واستغراقها أكثر من ٢ إلى ٤ ثواني أو أكثر من ذلك سوف يشجع زوار الموقع على الرجوع مرة أخرى إلى صفحة نتائج البحث واختيار موقع منافس لموقعك الإلكتروني.
٨. تصميم الموقع (Website Design): عملية تصميم المواقع الإلكترونية يجب أن تأخذ في الاعتبار أن يلائم التصميم محتوى الموقع بألوان جذابة مريحة للعين ومتجاوبة مع مختلف أنواع وأبعاد الأجهزة والشاشات المختلفة.
٩. هيكل الموقع الداخلي (Website Structure): إنشاء تصنيفات لمحتوى الموقع مع إدراج روابط داخلية لصفحات ذات صلة سوف يساهم في تحسين جودة هيكل الموقع الداخلي بربط جميع الصفحات ببعضها البعض مع وجود تصنيفات وترشيحات لمحتوى مشابه أو منتجات وخدمات مقاربة وتسهيل تصفح الموقع للزوار وتسهيل عملية محركات البحث في زحف وفهرسة صفحات موقعك الإلكتروني بالإضافة إلى إنشاء ملف sitemap وتحديثه بشكل دوري يشمل روابط صفحات الموقع بأكمله (الموجدة سابقاً / المنشئة حديثاً / المعدلة حديثاً).

١٠. محتوى الموقع (Web Content): وجود إعلانات مزعجة (pop-ups) يؤثر على تجربة زوار الموقع في تصفح الصفحات المختلفة والاستفادة من محتوى الصفحات بشكل سلبي ويشجع الزوار على مغادرة الموقع في أسرع وقت ممكن وعدم زيارة موقعك مجددًا.

«هدف التسويق هو جعل الزبائن يعرفونك ويحبونك ويثقون بك»

التسويق عبر محركات البحث SEM

ما هو التسويق عبر محركات البحث SEM ؟

هو استراتيجية من استراتيجيات التسويق الإلكتروني تستخدم لرفع وتحسين مكان ظهور شركتك أو موقعك في صفحات نتائج محركات البحث مثل جوجل. وعلى الرغم من التشابه الكبير بين الـ SEM و SEO إلا أن هناك فروق جوهرية من حيث الهدف والطريقة. في هذا المقال دعونا نجيب عن سؤال ما هو التسويق عبر محركات البحث SEM؟

تُعد طريقة التسويق عبر محركات البحث واحدة من أكثر الطرق فعالية لنمو المشاريع والأعمال في الأسواق التنافسية بشكل كبير. فمع وجود الملايين من الأنشطة التجارية التي تتنافس للحصول على ظهور أفضل على محركات البحث لجذب العملاء المحتملين، يجب استخدام طريقة التسويق عبر محركات البحث SEM بدقة واحترافية شديدة، ويعتبر التسويق عبر محركات البحث الطريقة الأكثر فاعلية للترويج لمنتجاتك وتنمية نشاطك التجاري.

آلية عمل التسويق عبر محركات البحث

تستخدم محركات البحث خوارزميات معقدة لضمان إظهار

التائج الأكثر صلة لكل عملية بحث، بما في ذلك الموقع الجغرافي والمعلومات الأخرى المتاحة.

في الإعلانات المدفوعة على محركات البحث، تظهر الإعلانات المدفوعة في أعلى صفحات نتائج محرك البحث وفي جانبها للحصول على ظهور أفضل من النتائج الطبيعية المجانية غالبًا.

مهام التسويق عبر محركات البحث SEM

- تدفع مقابل الظهور في الصفحة الأولى على محرك البحث، بشكل أساسي.
- تدفع مقابل عرض إعلاناتك للمستخدمين الذين يبحثون عن الكلمات الرئيسية (المفتاحية) التي تستهدفها.
- لا تحتاج إلى سلطة موقع عالية (Site Authority) لكي تتمكن من الظهور على الصفحة الأولى على جوجل.

أهمية نقاط الجودة في SEM

نظرًا لأن نقاط الجودة في إعلانات جوجل تمثل نصف قيمة ترتيب الإعلان (Ad Rank)، فهي واحدة من أهم المقاييس التي يجب أن يركز عليها أي مسوق على محركات البحث يمكن أن تساعدك نقاط الجودة العالية في الحصول على ترتيب إعلان أفضل بتكاليف أقل، لأن جوجل تفضل الإعلانات ذات الصلة إلى حد كبير بـ «طلبات بحث» المستخدمين.

مزايا إعلانات «التسويق عبر محركات البحث SEM»

من أكثر المفاهيم الخاطئة المنتشرة حول التسويق عبر محركات البحث هو أن أي شخص لديه أكبر ميزانية إعلانية يفوز على الرغم من أن ميزانية الإعلان الكبيرة يمكن أن تكون مفيدة بالتأكيد، خاصة عند استهداف كلمات رئيسية تنافسية للغاية، إلا أنها أبعد ما تكون عن تحقيق النجاح في التسويق عبر محركات البحث، وذلك لأن جميع الإعلانات تمر بعملية تعرف باسم مزاد الإعلانات «Ad Auction» قبل الظهور بجانب نتائج البحث، للتوضيح بشكل عملي، سنركز على مزاد الإعلانات على محرك إعلانات جوجل.

كيف يعمل مزاد الإعلانات؟

تتم عملية مزاد الإعلانات في كل مرة يُدخل فيها شخص ما «طلب بحث» Search Query على جوجل، ليتم إدخالها في مزاد الإعلانات، يحدد المعلنون الكلمات الرئيسية التي يريدون تقديم عروض أسعار لها، ويوضحون المبلغ الذي يرغبون في إنفاقه (لكل نقرة) لعرض إعلاناتهم بجانب النتائج المرتبطة بتلك الكلمات الرئيسية، إذا حددت جوجل أن الكلمات الرئيسية التي قمت بتقديم سعر لها مرتبطة بالكلمات التي يبحث بها المستخدم، يتم إدخال إعلاناتك في مزاد الإعلانات.

«التسويق هو الاستخدام الإبداعي للحقيقة»

كيف يربح إعلانيك مزاد الإعلانات؟

لن يظهر إعلان لكل عملية بحث تتم على جوجل أو غيره، ويرجع ذلك إلى أن مزاد الإعلانات يأخذ في الاعتبار مجموعة متنوعة من العوامل عند تحديد إمكانية عرض الإعلانات أم لا، ذلك لأنه ليس لكل كلمة بحث هدف تجاري كافٍ يجعل جوجل يعرض الإعلانات بجوار النتائج.

العاملان الرئيسيان اللذان تقيّمهما جوجل كجزء من عملية مزاد الإعلانات هما:

١. **السعر الأقصى للنقرة Maximum bid:**

أقصى عرض سعر هو الحد الأقصى للمبلغ الذي حددته أنت ومستعد لدفعه مقابل النقرة

٢. **نقاط جودة إعلانيك Quality Score:**

نقاط الجودة هي مقياس يعتمد على الجودة العامة لإعلانيك.

تحسب جوجل هذه المقاييس خلال مزاد الإعلانات لتحديد أولوية ظهور الإعلانات.

تُعرف نتيجة هذا الحساب (السعر الأقصى + نقاط جودة إعلانيك) بترتبة الإعلان (Ad Rank)

ما هي إعلانات الدفع مقابل النقرة (PPC) وكيف تعمل؟!

لا يوجد أحد لم يلاحظ الإعلانات التي تظهر في محركات البحث المختلفة مثل Google أو Bing، وهي ما تسمى بإعلان البحث

المدفوع أو إعلان الدفع مقابل النقر الذي يعد من أهم وسائل التسويق عبر محركات البحث، فهي تعمل على سرعة انتشار الموقع الخاص بك ووصوله لشريحة كبيرة من الجمهور. حيث أصبح التسويق عبر محركات البحث أحد أسرع الإعلانات تطورًا ونجاحًا خلال السنوات السابقة.

وهناك العديد من المميزات الأخرى لإجراء التسويق عبر محركات البحث أو إعلانات الدفع مقابل النقر وهذا ما سوف نعرضه لك فيما يلي بعد ما نوضح لك تفسير مصطلح إعلانات الدفع مقابل النقر أو الـ Pay per click؟ وأهميته كوسيلة هامة في التسويق الإلكتروني لموقعك الخاص.

ما هو الدفع مقابل النقر PPC؟

الدفع مقابل النقر هو وسيلة من وسائل التسويق عبر محركات البحث مثل Google أو Bing، والعديد من منصات التسويق الإلكتروني مثل الـ Facebook، ويقصد بإعلان الدفع مقابل النقر أن صاحب الإعلان لا يدفع أي رسوم للإعلان إلا أن ينقر شخص ما على الإعلان الخاص به.

ويتم القيام بحملات الإعلانات مدفوعة الأجر في محركات البحث أو في شبكات التواصل الاجتماعي من أجل مساعدة موقعك الخاص في الظهور بالصفحات الأولى لتتأخر محرك البحث وبالتالي الوصول إلى شريحة كبيرة من الجمهور المستهدف.

«إن أصعب مهمة هي إخبار العميل بأن منافسك يتمتع بالمنتج الأفضل»

أنواع إعلانات الدفع مقابل النقر

١. إعلان البحث المدفوع:

يتم إعداد هذا النوع من الإعلانات لتظهر في محركات البحث كأحد أهم وسائل التسويق الإلكتروني التي تحقق نتائج مذهلة ومبيعات عالية لتجرك الإلكتروني.

ومميزات هذا النوع أنه يظهر للأشخاص المهتمين بنشاطك بالفعل وقاموا بالبحث عنك أو عن أي كلمة لها علاقة بمجالك، لهذا وضحنا أهمية اختيار الكلمات الرئيسية لإطلاق إعلانات الدفع مقابل النقر في التسويق عبر محركات البحث.

٢. إعلانات مصورة:

هذا نوع آخر من الإعلانات المدفوعة وهو عبارة عن إعلان مصور يظهر للمستخدم أثناء قيامه بالبحث في أحد المواقع الأخرى بجوجل.

٣. إعلانات الفيديو:

إذا كنت ترغب الإعلان عن نشاطك التجاري باستخدام فيديو، سيكون موقع اليوتيوب هو وسيلتك في عرض هذا الإعلان حيث يقوم بعرض الإعلان قبل بدء الفيديو

مباشرة، وهي أيضاً يتم حسابك فيها عن طريق الدفع مقابل النقر، ويعتبر اليوتيوب أحد أهم منصات التسويق الإلكتروني الناجحة.

٤. إعلانات التبع:

هي شبه الإعلانات المصورة، وتظهر للأشخاص الذين قاموا بزيارة متجرك الإلكتروني من قبل، أي للأشخاص المهتمين بنشاطك التجاري بالفعل، لهذا فهي تتميز بضمان التفاعل وزيادة المبيعات، وتستطيع من خلالها تتبع جمهورك وإظهار أهم المنتجات والخدمات الجديدة لهم ليعودوا إلى موقعك.

مميزات إعلانات الدفع مقابل النقر

١. نتائج سريعة وفورية:

تعد وسيلة هامة وسريعة لجذب المزيد من الزيارات إلى موقعك، بجانب وسائل التسويق عبر محركات البحث الأخرى التي تستغرق وقتاً طويلاً للحصول على نتائج مثل التسويق الإلكتروني بتقنية الـ SEO.

٢. الوصول إلى الجمهور المستهدف:

تضمن لك إعلانات البحث المدفوعة أنك تصل إلى شريحة كبيرة من الجمهور المستهدف لنشاطك التجاري، حيث يظهر الإعلان إلى من يبحث عنه بالفعل، لهذا ضمان الكسب

والربح من هذا النوع من الإعلانات المدفوعة كبير. كما يمكنك تحديد جمهور بعينه فمثلاً إذا كنت تقدم خدمة أو منتج لمنطقة محددة وترغب في استهداف عملاء هذا النطاق الجغرافي، تساعدك إعلانات الدفع مقابل النقر على القيام بهذا.

٣. توثيق علامتك التجارية:

من أهم أهداف التسويق الإلكتروني لنشاطك التجاري هو توثيق علامتك التجارية عند الجمهور، ومن خلال الإعلانات المدفوعة يمكنك تحقيق هذا، فكلما بحث المستخدم بالكلمات الرئيسية الخاصة بمجالك، سيظهر له الإعلان الخاص بموقعك، وهذه تعد فرصة جيدة لتوثيق علامتك التجارية في ذاكرته.

٤. تحديد الحد الأقصى لتمويل الإعلان:

يمكنك تعيين الحد الأقصى لتكلفة عرض الإعلان وتكلفة الدفع مقابل النقر على حسب ميزانيتك الخاصة، حيث يتم تشغيل الإعلان وحساب كل نقرة حتى تنتهي الميزانية التي قمت بتحديدتها.

على الرغم من أنه يبدو الدفع مقابل النقر مكلفاً أكثر من الإعلانات الأخرى، إلا أنك تستطيع توفير الكثير من المال من خلال القيام بإعلانات الدفع مقابل النقر.

٥. توفير التسويق الإلكتروني المحلي:

من أهم مميزات البحث المدفوع أنك تستطيع تحديد المنطقة الجغرافية التي ترغب باستهداف جمهورها، وهذا يفيد أصحاب الأعمال والأنشطة التجارية التي تقدم خدمة أو منتج لمنطقة محددة.

«مهمتنا هي أن نفاجئ العملاء،

إذا أصبحنا قابلين للتنبؤ، فإن ذلك لن يوقظهم»

كيفية القيام بإعلانات الدفع مقابل النقر

١. تحديد الكلمات الرئيسية:

اختيار الكلمات الرئيسية ذات الصلة بالنشاط التجاري الخاص بك والتي يستخدمها الجمهور عند البحث، وتعد من أهم عوامل نجاح التسويق عبر محركات البحث هو اختيار الكلمات الرئيسية بدقة وعناية.

٢. تحديد الموقع الجغرافي:

بالطبع لن تقوم بعرض الإعلان في جميع أنحاء العالم، فعليك تحديد موقع جغرافي محدد فمثلاً عند تحديد مدينة ما، سوف يظهر الإعلان لكل سكان هذه المدينة عندما يقومون بالبحث عن نشاطك التجاري.

٣. حدد تكلفة لكل نقرة:

على حسب ميزانيتك عليك تحديد ميزانيتك اليومية وتحديد تكلفة كل نقرة سيتم الضغط عليها في إعلانك.

٤. تحضير المحتوى:

إنشاء نص الإعلان يجب أن يحتوي على الكلمات الرئيسية التي يبحث عنها الجمهور وأن يكون مميزًا وجذابًا.

ما هو اختبار A / B

(يسمى أحياناً اختبار التقسيم) هو المقارنة بين نسختين من نفس الصفحة لمعرفة أي واحدة تقدم أداء أفضل من الأخرى. يمكنك المقارنة بين صفحات الويب من خلال عرض الخيارين (دعنا نسميها A و B) لزوار متماثلين في نفس الوقت. والنسخة التي تحقق تحويلاً أفضل تفوز!

كيف يمكن لاختبار A / B أن يكون مكملًا للتسويق عبر محركات البحث؟

نظرًا لأنك تستثمر بالفعل في التسويق عبر محركات البحث لجلب الزيارات إلى موقعك على الويب، فإن ذلك يمثل مجهودًا جديرًا بالاهتمام لتحسين جودة هذه الزيارات لتحويلها إلى تحويلات (عمليات شراء) مما يعني زيادة كفاءة إنفاقك.

يعد اختبار A / B لصفحات الهبوط الخاصة بك طريقة سهلة لتحقيق أقصى استفادة من إنفاقك، إما عن طريق تحسين

متوسط قيمة الطلب (Order Value) أو الأرباح لكل صفحة (Profits per Landing Page).

يؤدي تحسين صفحة الهبوط الخاصة بك إلى زيادة نقاط الجودة (Quality Score) الخاصة بك على شبكات التسويق عبر محركات البحث، وبالتالي تقليل متوسط تكلفة النقرة (Average CPC).

«من المهم أكثر

أن تفعل ما هو صحيح استراتيجياً مما هو مربح على الفور:

ما هو التسويق عبر منصات التواصل الاجتماعي؟

يعد التسويق عبر منصات التواصل الاجتماعي أداة قوية للحصول على عملاء محتملين لجميع الأعمال التجارية مهما كان حجمها. اقرأ لماذا منصات التواصل الاجتماعي مهمة لعملك؟ فالعملاء يتفاعلون مع العلامات التجارية من خلال هذه المنصات فإذا لم تتوجه بخطابك مباشرة إلى العملاء من خلال تلك المنصات مثل فيسبوك، تويتر، انستجرام، بنترست. فقد فاتك الكثير!

فالتسويق عبر المنصات يُعد طريقة رائعة ومميزة للوصول إلى نجاح منقطع النظير مما يخلق لك عملاء مخلصين للعلامة التجارية، وبالتالي تحقيق مبيعات أعلى.

وكذلك فإن التسويق عبر منصات التواصل الاجتماعي أو SMM هو شكل من أشكال التسويق عبر الإنترنت يتضمن إنشاء ومشاركة المحتوى على شبكات منصات التواصل من أجل تحقيق أهداف التسويق والعلامة التجارية.

حيث يتضمن التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي أنشطة مثل نشر تحديثات نصية، صور ومقاطع الفيديو والمحتويات الأخرى التي تحفز مشاركة الجمهور، بالإضافة إلى إعلانات المنصات المدفوعة.

أهداف التسويق الإلكتروني عبر منصات التواصل الاجتماعي ؟

- زيادة عدد الزيارات للموقع .
- زيادة الوعي بالعلامة التجارية.
- خلق هوية إيجابية للعلامة التجارية .
- تحسين التواصل والتفاعل بينك وبين العملاء.
- فتح باب للحوار (من خلال الاستجابة لتعليقات العملاء، خدمة عملاء).

أفضل النصائح للتسويق عبر منصات التواصل الاجتماعي

١) التخطيط لكتابة محتوى خاص بمنصات التواصل :

كما تحدثنا مسبقاً فمن المهم بناء خطة تسويقية فخذ بعين الاعتبار كلمات البحث الأساسية، والبحث التنافسي للحصول على أفكار جديدة تجذب عملاء جدد.

٢) محتوى اجتماعي رائع:

تماشياً مع مجالات أخرى للتسويق عبر الإنترنت فإن كتابة المحتوى يحتل المقدمة فتأكد من النشر بانتظام وتقديم معلومات قيمة مثيرة وشيقة لعملائك كما يمكن لمحتواك أن يشمل مقاطع صور، فيديو، والرسوم البيانية والأدلة الإرشادية... الخ.

٣) تناسق صورة العلامة التجارية:

إن صورة علامتك التجارية على منصات التواصل سواء أكانت ودية، ممتعة أو جديرة بالثقة يجب أن تكون متناسقة مع المنصة المستخدمة.

٤) الترويج للمحتوى ضمن منصات التواصل:

يعتبر التسويق عبر منصات التواصل الاجتماعي قناة مثالية لمشاركة أفضل محتوى مدون مع القراء. فبمجرد حصولك على متابع مخلص عبر منصات التواصل الاجتماعي، ستتمكن من نشر جميع محتوياتك الجديدة والتأكد من أن القراء يمكنهم العثور على أشياء جديدة على الفور.

٥) مشاركة الارتباطات المنسقة:

أثناء استخدام المنصات الاجتماعية للتسويق هو وسيلة رائعة للاستفادة من المحتوى الفريد والأصلي لكسب المتابعين والمعجبين، إنها أيضاً فرصة للارتباط بمقالات خارجية أيضاً.

٦) تتبع المنافسين:

من المهم دائماً مراقبة المنافسين حيث يمكنهم توفير بيانات قيمة لأبحاث الكلمات الرئيسية وغيرها من رؤى تسويق منصات التواصل الاجتماعي. إذا كان المنافسون يستخدمون قناة أو وسيلة تسويق عبر منصات التواصل الاجتماعي تعمل على ما يبدو لصالحهم، ففكر في فعل الشيء نفسه، لكن افعل ذلك بشكل أفضل!

٧) قياس النجاح باستخدام التحليل:

لا يمكنك تحديد نجاح استراتيجيات التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي دون تتبع البيانات. يمكن استخدام Google Analytics كأداة رائعة لتسويق وسائل التواصل الاجتماعي تساعدك على قياس تقنيات التسويق عبر منصات التواصل الاجتماعي الأكثر لديك، وكذلك تحديد الاستراتيجيات التي من الأفضل التخلي عنها.

أرفق علامات التتبع بحملات تسويق وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بك حتى تتمكن من مراقبتها بشكل صحيح. وتأكد من استخدام التحليلات داخل كل منصة اجتماعية لمزيد من الاطلاع على المحتوى الاجتماعي الخاص بك الذي يحقق أفضل أداء مع جمهورك.

٨) إدارة الأزمات على منصات التواصل الاجتماعي:
لا تسير الأمور بشكل جيد مع علامات تجارية على منصات
التواصل الاجتماعي بشكل دائم. من الأفضل أن يكون لديك
دليل حتى يعرف موظفوك كيفية التعامل معه، بالإضافة إلى
نصائح حول كيفية التعامل معها.

“

«الإعلان لا يصنع ميزة
للمنتج، إنه فقط
وسيلة لإعلام الناس
بها»

(بيل بيرنباخ)

المدير الإبداعي في وكالة دويل.

”

كيف تختار أفضل المنصات المناسبة للتسويق

إليك عرض مختصر حول كيفية استخدام منصات التواصل الاجتماعي للتسويق فكل منصة تتطلب طرقًا مختلفة للتعامل معها.

1 منصة Facebook

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي جزءًا هامًا في حياة كل شخص على الكرة الأرضية، ومن أهمها منصة الفيس بوك، تلك التي استطاعت أن تغزو العالم وتجمع بيانات دقيقة عن مستخدميها بكل سهولة بمجرد تسجيل حساب عليه، وفيما يلي سوف نستعرض معلومات عن شركة فيس بوك، ومراحل تطورها التي تشابه الطفرات في نموها.

مؤسسها الشاب الأمريكي الجنسية «مارك زوكربيرج» قام بتأسيس موقع الفيس بوك الشهير، وهو من مواليد ١٤-٥-١٩٨٤ م المولود في مقاطعة دوبس فيري التابعة لولاية نيويورك الأمريكية، حيث كان يتميز باهتمامه الكبير بمجال برمجة الحاسوب، ثم بدأ دراسته الثانوية في أكاديمية فيليبس، وبعدها التحق بجامعة هارفرد، ليتمكن خلال دراسته من إنشاء موقع الفيس بوك ليتيح لزملائه عرض أحداث حياتهم ووضع معلوماتهم الشخصية ومشاركة صورهم الخاصة والاحتفاظ بها داخل الموقع.

مميزات الفيس بوك

يتمتع الفيس بوك بمجموعة كبيرة من الميزات التي جعلته الموقع الأكثر شهرة واستخدامًا حول العالم ومن هذه المميزات ما يلي:

١. يتيح فيس بوك للمستخدمين إمكانية تبادل ونشر الصور والمعلومات الخاصة والتواصل الاجتماعي بين الأصدقاء والأقارب وتقريب المسافات الشاسعة بين الدول.
٢. يساعد الفيس بوك على تبادل الخبرات والمعارف والأفكار وتثقيف المستخدمين في مختلف مجالات الحياة. يوسع الفيس بوك من دائرة العلاقات الشخصية و يتيح التعرف على أناسٍ جدد حول العالم بغض النظر عن دينهم أو جنسيتهم أو أعمارهم.
٣. يطور المهارات اللغوية ويساعد على تعلم لغاتٍ ولهجاتٍ جديدة من خلال التعرف على أشخاص من ثقافات مختلفة حول العالم. يساعد في التعرف على أهم الأحداث والأخبار حول العالم أولاً بأول، وعرضها بالصوت والصورة. يمكن الفيس بوك الأشخاص العاجزين عن الحركة من التواصل والاستمتاع مع الآخرين وهم في أماكنهم.
٤. يتيح الفيس بوك المجال لبدء علاقاتٍ عاطفية قد تُكثل بالزواج.

٥. يساهم في إجراء صفقات تجارية وشركات بين الأشخاص المتعارفين مع بعضهم، كما يتيح فرصة تحقيق دخل مادي لبعض النشطين على الفيس بوك من خلال بعض خياراته المتقدمة.

٦. يفيد الفيس بوك حاليًا في تسويق الشركات والبضائع ورجال الأعمال والمشاهير من خلال دعم صفحات المعجبين وإطلاع أعداد كبيرة من الناس على هذه المنتجات والخدمات. يتيح الفيس بوك إجراء مشاركات تفاعلية وعرض الأفكار والمعلومات من خلال المشاركة والتعليقات على صفحات الملف الشخصي.

٧. يتيح الفيس بوك إمكانية الاحتفاظ بقائمة الأصدقاء والتحكم بالخصوصية وتحديد الفئات التي يجوز لها الاطلاع على محتويات الملف الشخصي، كما يتيح للشخص حذف الأشخاص ومنعهم من المشاركة بالتعليقات مما يمنحه حرية أكبر.

٨. يمكن الفيس بوك الأشخاص من مشاركة فيديو بث مباشر لحديث ما كحفلة زواج أو حادث مروري أو انفجار أو أجواء احتفالات وما شابه من خلال خدمة Facebook.

عيوب الفيس بوك

رغم الخدمات الواسعة التي يقدمها الفيس بوك لمشركيه حول العالم إلا أنه لا يزال هناك مجموعة من الثغرات أو العيوب التي قد تسبب مشاكل لمشركي هذا الموقع المميز ومنها ما يلي:

١. إدمان الفيس بوك: بإضاعة وقت طويل في مشاهدة الأحداث والأخبار، مما يعيق مستخدميه من إتمام أعمالهم اليومية وتأخير إنجازها عن الوقت المحدد.

٢. انتحال الشخصية: إذ يمكن لأي شخص انتحال شخصية شخصٍ آخر وتشويه سمعته أو الإساءة إليه.

٣. بث الأخبار الكاذبة: إذ أن الفيس بوك يعتبر مكانًا متاحًا لمروجي الشائعات والأخبار الكاذبة أو الملفقة دون رقيب عليها.

٤. الخصوصية الزائفة: إذ أن المشركين قد يعتقدون بوجود حرية شخصية أو خصوصية آمنة لصورهم ومعلوماتهم وتفاصيل حياتهم، إلا أنهم قد يتعرضون لسرقة صفحاتهم وتسريب أهم معلوماتهم من خلال «الهكر» ذو القدرة على اختراق الصفحات الشخصية والاطلاع على أدق المعلومات وتسريبها، وخاصة المتعلقة بالصور أو المحادثات الشخصية، التي قد يؤدي تسريبها إلى مشاكل اجتماعية كالطلاق مثلاً.

٥. تلاشي التواصل المباشر: إذ أن الفيس بوك أثر بشكل كبير على دائرة العلاقات الشخصية والمباشرة وأصبح الناس يقتصرون التعارف والتواصل عن طريق المواقع الاجتماعية لذا قل التزاور والتشارك الواقعي وطغى التواصل الافتراضي على الجميع حتى في المناسبات الهامة والأعياد.

٦. وسيلة هروب: حيث أصبح الفيس بوك وسيلة آمنة للهروب من واقع الحياة، وتجنب المواجهة الشخصية، الأمر الذي أثر على إنتاجية الأشخاص، وشجعهم على التراخي والانعزال عن المجتمع، والهروب من حل المشاكل اليومية.

٧. وسيلة تجسس: حيث استخدمت مخبرات بعض الحكومات موقع الفيس بوك للتجسس على أخبار ومعلومات الدول المستهدفة، كما أنه أصبح طريقة لعمل حركات المعارضة للحكومات وإسقاط الدول والتحريض على إسقاط الحكم في الكثير من الدول حول العالم.

كما أن منصة فيسبوك هي مكان للدردشة مع الأصدقاء والحصول على بعض الراحة والمتعة فحافظ عند كتابة المحتوى على اللغة الودية مع المستخدمين .

وتذكر أن عملية البحث بواسطة منصة فيسبوك مقيدة بعض الشيء فخذ بعين الاعتبار أن الإعلانات على منصة فيسبوك من الاستراتيجيات الفعالة والتي لها تأثير كبير على وجودك في المنصة.

“

«لم يفت الأوان أبدًا
للتعلم»

(مالكولم فوربس)
رجل أعمال أمريكي وصاحب مجلة
فوربس.

”

2 منصة Pinterest

وهي واحدة من أسرع اتجاهات التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي. فهي تعتبر منصة تعتمد كليًا على الصور مثالية لتجارة التجزئة، ولكن يمكن لأي شخص الاستفادة من استخدام Pinterest لأغراض التواصل الاجتماعي أو إعلانات المبيعات.

كما تسمح هذه المنصة للشركات بعرض عروض منتجاتها مع تطوير شخصية العلامة التجارية من خلال لوحات إعلانات فريدة لافقة للنظر بالتالي فعند تطويرك لاستراتيجية Pinterest الخاصة بك تذكر أن الجمهور الأساسي لمنصات التواصل الاجتماعي هن من الإناث. إذا كان ذلك يتلاءم مع التوجه الديموغرافي الخاص بك، إذا فأنت بحاجة إلى وجودك على Pinterest!

3 منصة LinkedIn

LinkedIn هو واحد من أكثر مواقع التسويق عبر المنصات احترافية. مجموعات LinkedIn هي مكان رائع للدخول في حوار احترافي مع أشخاص في صناعات مماثلة وتوفر مكانًا لمشاركة المحتوى مع الأفراد المتشابهين في التفكير. كما أنه رائع لنشر الوظائف وشبكات الموظفين العامة فشجع عملائك على تقديم توصية لشركتك في ملفك الشخصي على LinkedIn. فهذه التوصيات تجعل عملك يبدو أكثر مصداقية وموثوقية للعملاء الجدد.

“

«لا تبحث عن
زبائن لمنتجاتك،
ابحث عن منتجات
لزبائنك»

(سيث جودين)

”

4 منصة Twitter

تويتر (بالإنجليزية: Twitter) موقع تواصل اجتماعي أمريكي يقدم خدمة التدوين المصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال «تغريدات» من شأنها الحصول على إعادة تغريد أو/ وإعجاب المغردين الآخرين، بحد أقصى يبلغ ٢٨٠ حرفاً للرسالة الواحدة. وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة أو برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون مثل فيسبوك وغيره. تظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم، ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرةً من صفحتهم الرئيسية أو زيارة ملف المستخدم الشخصي، وكذلك يمكن استقبال الردود والتحديثات عن طريق البريد الإلكتروني، وخلاصة أحداث الآر إس إس وعن طريق الرسائل النصية القصيرة وذلك باستخدام أربعة أرقام خدمية تعمل في الولايات المتحدة وكندا والهند بالإضافة للرقم الدولي والذي يمكن لجميع المستخدمين حول العالم الإرسال إليه في المملكة المتحدة. أصبح موقع تويتر متوفر باللغة العربية منذ مارس ٢٠١٢، ويُعرَّب «تغريدات» جمع «تغريدة».

تمّ تأسيس موقع تويتر في شهر مارس عام ٢٠٠٦ من قبل جاك دورسي، ونوح غلاس، وبيز ستون وإيفان ويليامز وقد أُطلقَ فعلياً في تموز/ يوليو من نفس العام. لاقى الموقع شعبيةً كبيرة في جميع أنحاء العالم فبحلول عام ٢٠١٢ تجاوز عدد مستخدمي الموقع الـ ١٠٠ مليون مستخدم ينشرون أكثر من ٣٤٠ مليون

تغريدة يومياً، فيما وصلت خدمة استعلامات البحث إلى ٦, ١ مليار في اليوم الواحد. في عام ٢٠١٣؛ كان تويتر واحداً من ضمن قائمة أكثر ١٠ مواقع زيارة في العالم. اعتباراً من عام ٢٠١٦؛ صار لدى تويتر أكثر من ٣١٩ مليون مستخدم نشط شهرياً. وزادت شهرته بشكل كبير للغاية خلال انتخابات الرئاسة الأمريكية ٢٠١٦ حيث أثبت الموقع فعلياً أنه مصدر الأخبار العاجلة حيث نُشرت أكثر من ٤٠ مليون تغريدة متعلقة بالانتخابات حتى العاشرة مساءً بالتوقيت الشرقي.

5 منصة YouTube

YouTube هو المكان الأول لإنشاء ومشاركة محتوى الفيديو، ويمكن أن يكون أيضاً أداة تسويق وسائط اجتماعية قوية بشكل لا يصدق لذلك فالعديد من الشركات تحاول إنشاء محتوى فيديو بهدف جعل مقاطع الفيديو الخاصة بها سريعة الانتشار. ولكن في الواقع هذه الفرص ضئيلة للغاية لذا بدلاً من ذلك، ركز على إنشاء مقاطع فيديو مفيدة وإرشادية. تتمتع مقاطع الفيديو الإرشادية هذه أيضاً بفائدة إضافية تتمثل في الترتيب على نتائج بحث الفيديو من Google، لذلك لا تقلل من تقدير قوة محتوى الفيديو!

6 منصة Instagram:

إنستغرام (بالإنجليزية: Instagram) هو تطبيق مجاني لتبادل الصور وشبكة اجتماعية أيضًا، وأطلق في أكتوبر عام ٢٠١٠ ومستحوذ حاليًا من فيسبوك، ويتيح للمستخدمين التقاط صورة وإضافة فلتر رقمي إليها ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية وشبكة إنستغرام نفسها.

وكان دعم إنستغرام في البداية على الآي فون والآي باد والآي بود تاتش، وفي أبريل ٢٠١٢ تمت إتاحتها على منصة أندرويد فرويو (٢, ٢)، يتم توزيعه عبر متجر آيتونز وجوجل بلاي، وفي يونيو ٢٠١٣ جرى وضع تطبيق تصوير الفيديو بالشكل المتقطع للمستخدمين.

استحواذ فيس بوك على إنستغرام

استحوذت شركة فيس بوك في الثاني عشر من أبريل ٢٠١٢ على تطبيق إنستغرام بصفقة بلغت مليار دولار نقدًا وكذلك في الأسهم. (وفي مصادر أخرى ٧١٥ مليون دولار).

وتميّزت هذه الصفقة بأنها كانت مصدر لضجة حتى قبل الكشف عنها، وكذلك فإن مبلغ الصفقة يتناقض مع ما دفعته ياهو لشراء موقع فليكر عام ٢٠٠٥ والذي كان ٣٥ مليون دولار، والذي جعل موقع فليكر على قائمة الـ ٥٠ موقع الأكثر زيارة حول العالم، وكتب مارك زوكربيرج على حائطه في فيسبوك عما سيحصل بعد هذا الاستحواذ «-committed to building and growing Instagram in-dependently» أي سنلتزم بتطوير وإنهاء إنستغرام بشكل مستقل.

المستخدمون

في ديسمبر عام ٢٠١٠ حصل التطبيق على مليون مستخدم، وبعد سنة أي في عام ٢٠١١ حصل التطبيق على زيادة ٥٠٠٪ من المستخدمين ليصل العدد إلى ٥ ملايين مستخدم، وفي السنة الثالثة للتطبيق تضاعف العدد، وخصوصًا مع إطلاق التطبيق لمنصة أندرويد ليتخطى عدد المستخدمين ٣٠ مليون مستخدم. وفي ١٢ ديسمبر ٢٠١٤ أعلنت خدمة إنستغرام للصور التابعة لشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك أنها تجاوزت عتبة ٣٠٠ مليون مستخدم.

وفي يوليو عام ٢٠١١ قام مستخدمو التطبيق برفع ١٠٠ مليون صورة، وفي شهر أغسطس من نفس العام وصل عدد الصور المرفوعة إلى ١٥٠ مليون صورة أي خلال شهر واحد.

١ منصة Foursquare

تعتبر منصة Foursquare مكان رائعًا بالنسبة للأعمال التجارية فهي تشبه الأساسات التي تتطلع إلى تنفيذ التسويق على منصات التواصل الاجتماعي.

فقم بالتسجيل على هذا الموقع للمشاركة بمكان موقعك، ثم فكر في حوافز إضافية مثل مكافآت تسجيل الوصول أو الخصومات الخاصة وتذكر أن هؤلاء الزوار سيكون لديهم هواتفهم في متناول اليد، لذلك سيكون بإمكانهم كتابة التعليقات ونشرها.

2 منصة Reddit

Reddit والمنصات المشابهة مثل Stumble Upon أو Digg ، مثالية لمشاركة المحتوى الجذاب. مع أكثر من ملياري زيارة شهرياً، لدى Reddit إمكانات تسويق على منصات التواصل الاجتماعي بشكل لا يُصدق، ولكن يجب تحذير المسوقين من أنه سيتم الترحيب بالمحتوى الفريد والممتع فقط.

ميزة النشر على Reddit هي اللعب بالنار فلو قمت بتقديم محتوى غير مرغوب فيه أو محتوى يركز بشكل واضح على المبيعات يمكن لشركتك أن تتلقى تحذيراً من المنصة.

إذاً فاستخدام منصات التواصل الاجتماعي في التسويق يؤدي إلى تحسين حركة مرور المواقع ومساعدة الشركات على الوصول إلى المزيد من العملاء، كما أنه يوفر مكاناً لفهم وتعلم أفضل حول جمهورك المستهدف.

“

«الأسواق بصفة عامة غير متوقعة، ولهذا يجب أن يكون لدى الفرد سيناريوهات مختلفة»

(جورج سوروس)

رجل أعمال ومستثمر أمريكي.

”

ما هو أدسنس؟

جوجل أدسنس عبارة عن برنامج إعلاني يسمح لأصحاب المواقع بربح عائد الإعلانات استنادًا إلى تخصص محتوى الموقع الذي يشاهده الزائر أو يبحث عنه. جوجل أدسنس هو أحد قسمين رئيسيين من نظام الإعلانات في جوجل. القسم الثاني يسمى جوجل أدد ووردز AdWords.

أدسنس هو برنامج عرض الإعلانات على مواقع الويب ومقاطع فيديو YouTube، ويعمل عن طريق نقر زائر على رابط إعلان أو بانر تابع لجوجل أدسنس على موقع، تدفع Google لمالك الموقع نسبة مئوية من المبلغ الذي دفعه المعلن مقابل ظهور الإعلان.

باستخدام جوجل أدسنس، يدفع المعلنون مقابل كل نقرة يتلقاها إعلانهم. يُطلق على هذه الإعلانات اسم «إعلان الدفع مقابل النقر»، وهو أكثر أنواع الإعلانات انتشارًا على الإنترنت. باستخدام ادوردز يحصل مالكي المواقع على أموال مقابل كل نقرة يتلقاها إعلان أدسنس من خلال زوار موقعهم.

متوسط أرباح جوجل أدسنس

لا يوجد تقدير فعلي للأرباح التي يمكنك تحقيقها. بعض المواقع تحقق عشرات الآلاف من الدولارات شهريا ومواقع أخرى تحقق مئات الدولارات شهريا، في حين أن البعض يحقق 5 دولارات أو 10 دولارات فقط.

يعتمد مقدار الأرباح التي تحصل عليها على عاملين:

عدد النقرات التي تتلقاها إعلانات أدسنس في موقعك.

تكلفة النقرة (CPC) للإعلانات.

التكلفة لكل نقرة هي المبلغ الذي تربحه مقابل كل نقرة. كلما زاد عدد النقرات على إعلانات أدسنس داخل موقعك وارتفع تكلفة النقرة، زادت أرباحك.

تختلف تكلفة النقرات بشكل كبير في القيمة، فهي تعتمد على نوع الإعلانات وهذا يحدد بناء على الكلمات المفتاحية، على سبيل المثال إذا كان لديك موقع عربي في مجال الطب أو الفوركس فإن تكلفة النقرة ستكون مرتفعة وتتراوح ما بين ٢٠ سنتاً إلى ١,٠٠ دولار لكل نقرة. بالطبع إذا كان محتوى الموقع بلغة انجليزية ويحصل على زيارات من دول أجنبية فتكلفة النقرة ستكون أعلى بكثير من هذا التقدير.

«التسويق الجيد يجعل الشركة تبدو ذكية بينما التسويق الرائع يجعل المستهلك يشعر أنه ذكيًا!»

(جو شيرنوف)

نائب الرئيس لقسم التسويق لوكالة عالمية.

تحصل جوجل على جزء من أرباح كل نقرة على الإعلان وهو ما يقرب من ٣٢٪. إذا كان الناشر يدفع دولارًا واحدًا مقابل كل نقرة على إعلانه، فسوف تحصل على ٦٨ سنتًا وجوجل ٣٢ سنتًا.

٣٢ سنتًا قد لا يبدو برقم كبير. ولكن ضاعف هذا بملايين من النقرات! فهمت سبب كون جوجل واحدة من أكثر الشركات نجاحًا في العالم وأكثرهم ربحًا.

كيف تحدد جوجل ظهور الإعلانات على الموقع؟

إعلانات جوجل المستهدفة أصبحت جيدة للغاية على مر السنين وهذا هو السبب أن الكثير من الناس يهتمون بجوجل «بسرقه معلوماتهم» أو «بيع بياناتك الشخصية للمعلنين».

في الواقع، جوجل تجمع معلومات حول كلماتك البحثية وسجل التصفح وتستخدم هذه البيانات لتحديد الإعلانات التي من المرجح أن تلبى طلبك وتنقر عليها.

يمكن للمعلنين تقديم عروض أسعار مختلفة لكلمات مفتاحية معينة. تختار جوجل أعلى عرض سعر وتضع إعلان من يدفع أكثر على المواقع القوية. في الوقت نفسه، جوجل تحلل الكلمات المفتاحية في كل صفحة داخل موقعك لتحديد ما إذا كان المحتوى ذا صلة بالإعلان أم لا.

تريد Google أن تظهر إعلاناتها في الحالات التالية:

١. شخص ما بحث في جوجل عن كلمة مفتاحية «كيفية إصلاح جهاز كمبيوتر»

تعرض Google قائمة من نتائج البحث وصفحات مواقع ذات صلة ينقر المستخدم على إحدى النتائج ذات الصلة ويزور صفحة في موقع ما تشرح كيفية إصلاح جهاز كمبيوتر. تحتوي الصفحة على إعلانات أدسنس حول المحتوى الرئيسي. هذه الإعلانات مخصصة لبرامج الكمبيوتر التي تقوم بإصلاح جهاز الكمبيوتر

وتنظيفه من البرامج الضارة. يقرأ الباحث المحتوى ثم يقرر النقر على أحد الإعلانات التي اختارت جوجل عرضها له. في هذه الحالة الجميع يستفيد. يحل المستخدم مشكلته، حيث يحقق مالك الموقع أرباحاً من AdSense، ويحقق المعلن أرباحاً من مبيعات البرامج، وتحصل جوجل على نصيبها من الأرباح.

كيفية الربح من جوجل أدسنس؟

كما ذكرت بالأعلى، هناك بعض الأشخاص يحصلون على آلاف الدولارات شهرياً من جوجل أدسنس، وهناك البعض الآخر الذين يربحون القليل من الدولارات.

الفرق بين هذين الشخصين هو أكثر من مجرد حجم زيارات الموقع - على الرغم من أن هذا جزء منه. هناك مواقع تتلقي آلاف الزوار كل يوم وقد تكون أرباحها من أدسنس في اليوم ٥ دولار فقط. قد يتمكن موقع آخر من تحويل نفس الزيارات إلى أكثر من ١٠٠ دولار يومياً.

من الأسباب الأساسية التي تزيد من أرباح أدسنس احتواء الموقع على كلمات مفتاحية ذات منافسة عالية.

يدفع المعلنون أموالاً أكثر بكثير مقابل كلمة مثل «أفضل شركات تداول عملات» مقارنةً بـ «أفضل لعبة أكشن مجانية». في حين أن الكلمة المفتاحية الأولى قد تساوي ٣ دولارات للنقرة

في بعض الأحيان بما أنني منذ فترة قريبة قمت بإنشاء حملة إعلانية على جوجل ادوردز لشركة تداول لكنني قمت بتحسين إعدادات الحملة إلى أن وصلت سعر النقرة إلى ١ دولار للنقرة من السعودية والإمارات والكويت، أما الكلمة المفتاحية الأخرى قد لا تستحق إلا ٢ إلى ٥ سنت على أعلى تقدير.

هناك طريقتان مهمتان لتحقيق أعلى قدر من أرباح AdSense:

١. الحصول على عدد قليل من النقرات على الإعلانات ذات القيمة العالية.

٢. الحصول على عدد كبير من النقرات على الإعلانات ذات القيمة المنخفضة.

عندما تقرأ مقالات أخرى أو تشاهد كورسات مدفوعة حول جوجل أدسنس فإنها غالباً ما تخبرك أنك ستحقق آلاف الدولارات شهرياً بدون أن تفعل أي شيء. إنها تجعلك تتوقع أن الأمر يبدو وكأن كل من يعمل في أدسنس يربح ١٠٠٠ دولار شهرياً بمجرد الجلوس على الكمبيوتر واللعب طوال اليوم. لا تدع هذا يثبط عزيمتك! لكن عليك أن تكون واقعياً. إذا كانت هناك طريقة سهلة متاحة لأي شخص يجلس على جهاز الكمبيوتر ويحقق أرباح من ٤ أرقام فلنكان الجميع فعل هذا. الربح الجيد من أدسنس يتطلب الإبداع والذكاء، والأهم من ذلك، تفانياً للعمل الجاد.

«يجب على المسوقين التوقف
عن إهدار الوقت، والعودة إلى
الأفكار الأصلية المتعلقة ببناء
وإيصال وتسليم القيمة إلى السوق
المستهدفة».

كيفية إنشاء موقع للربح من أدسنس

من أفضل النصائح لأي مستخدم جديد في أدسنس عند إنشاء موقع جديد هو إنشاء الموقع استناداً إلى الموضوعات التي يهتم بها. لأن إنشاء موقع إلكتروني في تخصص لديك دراية به أسهل كثيراً من إنشاء موقع عشوائي.

لا يعتبر إنشاء موقع على الإنترنت بنفس الصعوبة التي يراها الكثير من الأشخاص قبل عشر سنوات، ربما تكون سابقاً قد يتطلب معرفة متعمقة بـ FTP و HTML و Java ومواضيع أخرى لتطوير الويب. لكن اليوم حتى الشخص الذي يرسل بريداً إلكترونياً سيكون قادراً على إنشاء موقع إلكتروني في أقل من ساعة.

فيما يلي الخطوات الأساسية لإنشاء موقع إلكتروني لاستخدامه في

الربح من جوجل أدسنس:

١. شراء دومين من جودادي.
٢. التسجيل في شركة استضافة.

٣. بناء الموقع ونشر المحتوى والصفحات الأساسية مثل «اتصل بنا» و «من نحن».
٤. طلب الاشتراك في جوجل أدسنس ونشر إعلانات على موقعك باستخدام إضافات وورد بريس.

هناك العديد من الطرق لتبسيط كل خطوة. توفر شركات الاستضافة للعملاء الجدد نطاقًا مجانيًا عند الاشتراك، مما يعني أنه يمكنك تخطي الخطوة الأولى والانتقال مباشرةً إلى الخطوة الثانية. علاوة على ذلك أن أنظمة إدارة المحتوى (CMS) مثل وورد بريس جعلت عملية نشر المحتوى بسيطةً للغاية. WordPress هو نظام إدارة المحتوى الأكثر شعبية وهذا السبب جعل معظم شركات استضافة المواقع تقدم خدمة تنصيب وورد بريس بنقرة واحدة. وورد بريس يحتوي على لوحة تحرير محتوى سهلة للغاية لأن كل ما تراه على الشاشة هو ما سيتم عرضه على صفحة الزوار. إذا كنت قد استخدمت برامج Microsoft Word من قبل فلن تواجهك مشكلة في إنشاء موقع رائع باستخدام وورد بريس. ويمكنك اختيار تصميم مناسب من بين أفضل قوالب وورد بريس العربية.

الاشتراك في أدسنس

إذا كنت بصدد إنشاء موقع مخصص للحصول على موافقة من جوجل أدسنس، فيجب عدم الاشتراك في أدسنس على الفور. ليس هناك سبب وجيه للاشتراك في أدسنس فور إنشاء موقعك لأن موقعك لن يجتذب أي زيارات في هذه المرحلة من بداية إنشائه، بدلاً من ذلك، انشئ موقعك وانشئ ما لا يقل عن ٢٠ إلى ٣٠ مقال ذو محتوى جيد. اكتب مقالات حصرية حول مجال موقعك وانشئ مقالات فريدة ومفيدة. قم بإنشاء قائمة أقسام الموقع، واملأ الشريط الجانبي، وفكر في إنشاء لوجو للموقع الخاص بك.

بعد أن تجعل موقعك يبدو قابلاً للتقديم وممتلئاً بمعلومات قيمة، يمكنك الاشتراك في أدسنس.

إذا كنت مستعداً للاشتراك في أدسنس، فاذهب إلى

<https://adsense.google.com>

لتقديم طلبك. تذكر أن الاشتراك في جوجل أدسنس مجاني وأنهم يقبلون أي شخص - إنها استثمار بسيطة تطلب منك معلومات عنك. بمجرد اكتمال طلبك والموافقة عليه، يمكنك البدء في نشر إعلانات على موقعك. ستعطيك Google كود HTML من بعد تسجيل الدخول قم بوضعه في موقعك.

يمكنك تخصيص إعلاناتك لعرض ألوان وأشكال مختلفة. يمكنك

أيضًا اختيار عرض الإعلانات النصية، أو الإعلانات المصورة فقط، أو الجمع بينهما، بقدر ما تختلف أنماط الألوان وأنماط المربع، فأنت تريد اختيار تصميم يمتزج في موقعك. على عكس ما قد يعتقده البعض، فإنك لا تريد أن تحتفي إعلاناتك عن بقية موقعك. سنوضح المزيد من النصائح والحيل في أسفل المقال.



«اجعلها بسيطة، اجعلها سهلة التذكر، اجعلها تدعو من يراها لتأملها، اجعلها متعة عند القراءة»

(ليو برنت)

مدير إعلانات أمريكي.



نصائح وإرشادات جوجل أدسنس

١. فكر في جذب الزوار إلى موقعك: تأكد أنه لن يزور أحد موقعك إذا لم تعطهم سبباً لزيارته.

إليك بعض النصائح:

- أخبر زوار الموقع عن كيفية حل مشكلة ما.
- إنشاء محتوى فريد ومثير لاهتمام الزوار.
- شارك المحتوى على منصات التواصل الاجتماعي.
- استخدم أساليب linkbaiting لصالحك.
- أداة البحث عن الكلمات المفتاحية.

يمكنك استخدام العديد من الأدوات على الإنترنت لإجراء بحث حول الكلمات المفتاحية. يُعد مخطط الكلمات الرئيسية في Google AdWords أداة بحث شائعة حول الكلمات المفتاحية - خاصة وأن المعلومات الواردة هي من Google نفسها.

ملاحظة: التعديل في الأكواد الإعلانية على موقعك يشكل انتهاكاً لبنود خدمة أدسنس. ومع ذلك، فإن جعل الإعلانات يشبه الإضافات الطبيعية في موقعك عن طريق مزج ألوان الإعلانات مع ألوان موقعك.

لماذا لا يحقق الموقع أرباحًا ضخمة من AdSense؟

الربح من جوجل أدسنس ليس مخططًا سريعًا للشراء. لا يمكنك إنشاء موقع في يوم واحد، ووضع بعض إعلانات جوجل أدسنس عليه، ثم تنتظر لمدة شهر وتحصل على ألف دولار. هذا لن يحدث.

على الرغم من هذه الحقيقة، يسأل آلاف الأشخاص حول العالم اليوم لماذا لا يحققون الكثير من الأرباح باستخدام Google Ad-Sense؟

فيما يلي بعض الأسباب وراء عدم قيام موقعك بتحقيق الربح من جوجل أدسنس حتى الآن:

١. الترافيك هو شريان الحياة لأي موقع ناجح في جوجل أدسنس. لا أعني أية زيارات فإذا لم توجد نقرات تعني أنه لا يوجد أرباح.
٢. اختيار كلمة مفتاحية غير مناسبة أو نسبة البحث منخفضة.
٣. قد يكون موقعك غير منتشر بشكل كافي على مواقع التواصل الاجتماعي، أو قد يكون لديك محتوى غير مفيد، أو ربما اخترت استضافة بطيئة.
٤. فأنت بحاجة إلى حل هذه المشكلة في أقرب وقت ممكن. وكلما استقطبت المزيد من الزيارات، كلما تمكنت من البدء في تحقيق المزيد من أرباح جوجل أدسنس.

مصطلح CTR:

هو نسبة النقر إلى الظهور أي المعدل الذي ينقر عنده الزائرون على إعلانات أدرس الخاصة بك بعد زيارة موقعك.

كلما ارتفعت نسبة النقر إلى الظهور، زاد عدد الزوار الذين يتحولوا إلى أرباح. تحقيق نسبة نقر إلى ظهور عالية هي مزيج من الخبرة والفن. ينطوي على اختبار ومراقبة سلوك الزوار.

خطوات مراجعة وفحص وصيانة الموقع بشكل دوري تشمل:

١. تحديث ملف Sitemap وملف txt بشكل دوري على الأقل أسبوعياً للتأكد من فهرسة صفحات الموقع المحددة.
٢. التحقق من توافق صفحات الموقع مع تجربة التصفح من الهواتف الجواله.
٣. تقليل عمليات إعادة التوجيه (Redirects) لصفحات أخرى واستبدال الصفحات المحذوفة بصفحة (Not Found ٤٠٤)
٤. التأكد من عدم وجود محتوى مكرر أو صفحات بنفس العنوان (Page Title) أو وصف مكرر (meta description)
٥. متابعة وتعديل الأخطاء البرمجية في تطوير الموقع الإلكتروني.
٦. متابعة سرعة تحميل صفحات الموقع يومياً والعمل على زيادة سرعة التحميل حتى تتوافق مع متطلبات محركات البحث.
٧. التركيز على تطوير كل ما تم ذكره من عوامل ترتيب المواقع الإلكترونية في صفحات نتائج البحث من خلال

أفراد مختصون في مجال تهيئة المواقع لمحركات البحث SEO سوف يضمن للموقع الإلكتروني لنشاطك التجاري ترتيبًا أفضل في النتائج وزيادة عدد زيارات الموقع (Web Traffic) من العملاء المحتملين.



«لا تخف من التفكير
الإبداعي وإجراء التجارب
مع نشاطاتك التسويقية»

(مايك فولب)

الرئيس التنفيذي لوكالة تسويق رائدة.



نصائح لمحتوى مناسب

١. تحديد الهدف من المحتوى التسويقي الخاص بك.
٢. التركيز على العناوين.
٣. لا تفقد قراءك.
٤. اجعل محتواك مهني تعليمي.
٥. انشاء محتوى جذاب وتفاعلي.
٦. إنتاج محتوى تسويقي لائق وقوي.
٧. دائماً اعتمد في محتواك على المحتوى المرئي مثل ملفات الفيديو والصور.

٨. حصل على اقتباس رائع من أحد رواد المجال.
٩. حول المحتوى التسويقي إلى فيديو أو صوت لتعزيز الانتشار.
١٠. فكر مثل الباحث.
١١. حول المحتوى التسويقي إلى قيمة مالية.
١٢. الصفقة ليست صفقة ما لم يقرر الناس ذلك.
١٣. لا تذهب دائماً للبيع.
١٤. اجتذب مشاعر جمهورك.
١٥. ادخال صور الوجوه في المحتوى التسويقي.
١٦. استخدام الألوان لإثارة العاطفة.
١٧. التركيز على تخفيف نقاط الألم.
١٨. الاستفادة من قانون المعاملة بالمثل.
١٩. استخدام الندرة في زيادة الرغبة.
٢٠. لا ترهق جمهورك بالمقالات الكبيرة.
٢١. لا تستخدم المصطلحات الطنانة الرنانة.
٢٢. استراتيجية تسويق محتوى B2C و B2B ليست كلها متشابهة.
٢٣. بناء الروابط الداخلية للموقع.
٢٤. حصل على العديد من الروابط العائدة.

اختصارات هامة في عالم التسويق عبر محركات البحث

- **PPC** : كما ذكرنا في بداية المقالة فهي تعني الدفع مقابل النقرة، أي كلما ضغط شخص ما على الإعلان يتم حساب تكلفة هذه النقرة عليك.
- **CPC** : أو الـ **Cost Per Click** وهي تكلفة النقرة الواحدة التي يتم تحديدها عند إنشاء إعلان الدفع مقابل النقرة عبر محركات البحث.
- **CPM** : تحديد التكلفة لكل ألف ظهور أي **Cost Per Mile** هذا نوع من أنواع الإعلانات المدفوعة وهو عبارة عن تحديد التكلفة على حسب عدد مرات ظهور الإعلان وليس النقر أو التفاعل.
- **SEM** : يشير هذا الاختصار إلى التسويق عبر محركات البحث **Search Engine Marketing** الذي يشمل تقنية التسويق بالإعلانات المدفوعة وتقنية الـ **SEO**.

«يجب أن تعطي زبائنك
ما يحتاجونه فعلا، لا ما
تظن أنهم يحتاجونه»

(جون إيلان)

محرك بحث Bing

ظهرت محركات البحث مع انتشار الإنترنت، وشكلت فارقاً كبيراً في هذا العالم، وظل جوجل يتربع على عرش محركات البحث لمدة طويلة حتى أصبح جزءاً يومياً على الإنترنت، ولكن ظهرت الكثير من محركات البحث البديلة، وأشهرها على الإطلاق بينغ Bing الذي سنتحدث من خلال هذا المقال عن ميزاته وسليباته.

بينغ Bing هو محرك بحث تمتلكه وتديره مايكروسوفت، تم تطويره باستخدام ASP.NET، وكُشف عن Bing، بواسطة المدير التنفيذي لشركة Microsoft ستيف بالمر في ٢٨ أيار/ مايو ٢٠٠٩. يوفر Bing مجموعة كبيرة من الميزات، بما في ذلك منتجات الويب والفيديو والصور وخريطة البحث، والفلاتر المتقدمة والتي تتيح للمستخدمين تحسين نتائج البحث والبحث عن الصور والفيديو، وأيضاً ميزة إجاباته الفورية والرياضة، والمال، والقواميس، والحسابات، وتتبع الطيران، والعديد من الأمور الأخرى.

أهم مميزات محرك البحث bing

١. جودة نتائج البحث:

تقدم أفضل نتائج البحث ويعتمد عليه المسوقين في عمليات التسويق للمنتجات الخاصة بهم.

١. ميزة التوقعات الذكية:

يوفر محرك البحث **bing** خاصية توقع نتائج المباريات والأحداث الرياضية والفنية بمختلف أنواعها وشاملة للمسابقات أيضاً، تسمى ميزة «**intelligent predictions**» وهي ميزة متوفرة في مباريات الولايات المتحدة الأمريكية ودائماً ما تكون توقعات منطقية ولهانسبة عالية صحيحة.

٢. ميزة حل المعادلات الرياضية مباشرة:

ميزة فورية ممتازة، حيث كل ما عليك هو أن تضع المعادلة الرياضية المعقدة واحصل على الحل الفوري والجواب الصحيح بالخطوات الواضحة والرسم مباين لتمثيل المعادلة، من خلال نقرة واحدة دون الحاجة للبحث عن النتائج.

٣. ميزة تتبع الشحنات:

ميزة فريدة من نوعها هي التي تمكنك من تتبع أي شحنة خاصة بك، كل المطلوب لذلك أن تضع رقم الطلبية أو رقم رحلة الشحنة ويقوم محرك البحث **bing** بتتبع الشحنة الخاصة بك.

٤. ميزة تشغيل الفيديو من نتائج البحث:

يمكنك تشغيل أي فيديو والاستماع إليه بالصوت والصورة أو بالصورة فقط في نتائج البحث مباشرة عند البحث عن فيديو معين، كل ما عليك فعله هو الوقوف على الفيديو

بمؤشر الماوس وعند الابتعاد عن الفيديو يتوقف تلقائيًا،
بالتأكيد هذه الميزة توفر على المستخدم الكثير من الوقت في
التنقل إلى الصفحات أو المواقع وتمكنه من استعراض أكبر
عدد من الفيديوهات في وقت قصير.

٥. ميزة البحث عن الصور:

هذه الميزة تمكنك من البحث عن الصورة من جانب
مكونات الصورة التي تريدها أي أن ينج يتعرف على
مكونات الصورة ليس فقط الأسماء مما يساعد علي دقة
البحث في النتائج التي تظهر، كما يتيح الاحتفاظ بالصور
التي تقوم بالبحث عنها في تبويب الصور المقترحة أو التي
قد تهملك.

٦. البحث المحلي أكثر تطورًا:

يقدم محرك البحث **bing** نتائج دقيقة في البحث المحلي حيث
يقدم المواقع الأقرب بشكل أدق للموقع الجغرافي للمستخدم
وما يفضله من معلومات أو أشياء.

٧. مفيد للمبرمجين أكثر من جوجل:

يقدم **bing** خدمة وميزة عبقرية لهواة البرمجة حيث إذا
واجهتك مشكلة معينة في البرمجة بلغة معينة ولتحصل
علي الأجوبة السريعة يوفر لك محرك البحث **bing** في مربع
أجوبة سريعة علي شكل أكواد برمجية يمكنك استخدامها

كما يمكن تجربتها ومعايتها في نفس المربع قبل النسخ
للملف الخاص بالعمل أو التطبي

بالإضافة إلى ذلك فإن بينغ (Bing) توفر خدمة إعلانية تسمى Bing Ads يعتمد البرنامج الإعلاني على الدفع مقابل النقر للإعلان، ويعمل بطريقة مماثلة لبرنامج Google AdWords يتم تحديد الحد الأقصى لتكلفة الإعلان من قبل المعلن، وهذه طريقة ممتازة لمراقبة تكاليف الحملة، وتقنينها معدل النقرات أو الضغوطات له أيضا دور مهم عند تحديد كيفية عرض الإعلان لأن الهدف هو توفير إعلانات مرتبطة بما يبحث عنه الزائر، ومفيدة له إلى جانب معدل النقرات.

« لا يهتم الزبائن بتفاصيل
آلام المخاض، ما يهمهم هو
رؤية المولود »

(تيم ويليامز)

العوامل التي تساعدك بشكل كبير على التعرف على كيفية
الإعلان على bing

١. ارتباط الإعلان بما يبحث عنه المستخدم حيث يجلل Bing كيفية
ارتباط إعلانك بنتائج بحث المستخدم بحيث يحدد التسعير
موضع الإعلان، حيث يتم مقارنة ما تدفعه مقابل ما يدفعه

المعلنون الذين يقدمون عروض أسعار لنفس الكلمة الرئيسية التي تستهدفها أداء الإعلانات في الماضي إذا كنت قد حققت نجاحًا في إدارة حملات إعلانية سابقة على Bing بشكل خاص واستطعت الوصول إلى معدل نقرات عالٍ فغالبًا هذا سيكون له تأثير إيجابي على تصنيف إعلاناتك في المستقبل.

٢. توجد ميزة في إعلانات بينغ وهي أنها تسمح لك هذه الميزة بمنع ظهور الإعلانات لسكان منطقة معينة بينما يمكنك في نفس الوقت زيادة أسعار إعلاناتك عندما يشاهده مستخدم من سكان منطقة أخرى تستهدفها هذه الميزة تعتبر ممتازة إذا كنت تمتلك متجرًا محليًا أو تود التسويق لعملك في منطقة معينة.

كيفية الإعلان على bing

١. الحملات (Campaigns) - إذا كنت ترغب في الحصول على المزيد من البيانات حول حملتك أو الوصول إلى جميع حملاتك، يجب عليك استخدام هذا التبويب. حيث من خلاله يتم عرض بيانات للحملات، والمجموعات الإعلانية، والإعلانات، والكلمات الرئيسية مما يتيح لك مراقبة عدة عناصر مهمة في حملتك مثل جودة الإعلانات، النتيجة، الميزانية، النقرات، مرات الظهور، معدل النقرات، وما إلى ذلك.

٢. التقارير (Reports) - يمكنك هذا الخيار من إنشاء تقرير مخصص لحملتك. يمكنك أن تختار نوع التقرير، النطاق

الزماني، التنسيق وأي خيارات أخرى تود إضافتها يمكن أن يكون التقرير بالكامل مخصصًا، حيث يمكنك فقط اختيار تلك الأعمدة والبيانات التي تريد رؤيتها في تقرير من أجل تحليل أداء حملتك. إلى جانب الحملة تقرير، يمكنك أيضًا تنزيل أنواع مختلفة من التقارير، مثل تقرير يركز على أداء الإعلانات، الكلمات الرئيسية، هدف المنتج، عنوان URL المقصود، إلخ.

٣. الفرص (Opportunities) - تُظهر لك علامة التبويب التالية فرصًا لتحسين أداء حملاتك وتحسين حسابك من أجل الاستفادة من الإعلان مع Bing Ads.

٤. الأدوات (Tools) - هناك العديد من الأدوات التي يمكنك استخدامها لمساعدتك في الحملة، والإعلانات وتساعد في مراقبة، وتتبع أداء حملتك وإعلاناتك من ضمن هذه الأدوات أداة المعاينة، والتشخيص، وأداة للبحث عن الكلمات المفتاحية، ومحرك إعلانات.

٥. استيراد حملات (Import Campaigns) - يمثل هذا التبويب اختصارًا يسمح لك باستيراد الحملات سواء كانت من Google AdWords أو من ملف.

«التكلفة ليست ذات أهمية في تحديد السعر، إنها تساعدك فقط على معرفة ما إذا كان يجب عليك صنع المنتج».

أشهر شركات التسويق الإلكتروني

نبذة عن أمازون

تأسست شركة أمازون في عام ١٩٩٤م وقد أسسها جيف بيزوس، ففي عام ١٩٩٤م استقال جيف بيزوس من عمله كنائب لرئيس شركة «دي. اي. شو.» إحدى شركات وول ستريت وانتقل إلى سياتل، ومن ثم بدأ العمل على خطة عمل نتج عنها شركة «أمازون. كوم» أنشأ جيف بيزوس الشركة في الخامس من يوليو عام ١٩٩٤م، وسماها «كادبرا»، وبعد سنة غير بيزوس اسم الشركة إلى أمازون بعدما أخطأ محام في سماع اسم الشركة، حيث سمعه «كادافر»، والذي يعني (جيفة). في شهر سبتمبر من عام ١٩٩٤م اشترى جيف النطاق الشبكي (Relentless.com) وقرر لوقت قصير تسمية متجره الإلكتروني ريليتليس (أي: العنيد)، لكن بعض الأصدقاء أشاروا عليه بأن الاسم يوحي بالشر نوعاً ما. والنطاق الشبكي (Relentless.com) ما زال مملوكاً لبيزوس، ويعيد توجيه المستخدم إلى متجر أمازون تلقائياً. أطلق موقع الشركة على الإنترنت عام ١٩٩٥ باسم أمازون (Amazon.com)، فبعد البحث في المعاجم استقر

اختيار بيزوس على هذا الاسم لأنه مكان مشوقاً ومختلفاً، كما خطط لمتجره أن يكون، وقد علم أن نهر الأمازون هو أكبر نهر في العالم مما يتوافق مع هدفه في أن يكون متجره أكبر متجر في العالم. ووضع بيزوس أولوية بدايته في بناء علامة تجارية مميزة، حيث أخبر أحد المراسلين الصحفيين بقوله «لا يوجد شيء في مشروعتنا لا يمكن تقليده على مر الزمن. ولكن كما تعلم تم تقليد علامة ماكدونالدز ومع ذلك لا تزال تستمر كشركة ضخمة تقدر بمليارات الدولارات. الكثير من ذلك يعود إلى اسم العلامة التجارية «ماكدونالدز». الأسماء التجارية لها أهمية أكثر على الإنترنت مما هي عليه في العالم المادي. بالإضافة إلى ذلك، فإن اختيار اسم يبدأ بحرف الألف يجعله يتصدر أي قائمة بحث مرتبة ترتيباً أبجدياً.

بعض المميزات والخدمات التي تقدمها أمازون

١. صفقة اليوم من أمازون Today's Deal

تمثل صفقة اليوم واحدة من أهم مميزات موقع أمازون لأنها عبارة عن منتجات منخفضة السعر بشكل كبير لذلك تسمى صفقة، فبعد الدخول إلى الحساب يتم النقر على Today's Deal كما هو موضح بالصورة، ثم يمكن التنقل بين التبويبات المختلفة لمشاهدة المنتجات ونسبة التخفيضات عليها.

٢. الشحن الدولي من أمازون Amazon Global

هي خدمة شحن تقدمها أمازون للمتسوقين من خارج الولايات المتحدة تفيد بأن معظم المنتجات الواقعة تحت التصنيفات المذكورة، يمكن شحنها إلى تلك الدول.

٣. إرسال واستقبال الأموال من أمازون Amazon Payment

آلية دفع جديدة مماثلة لخدمات باي بال وجوجل ووليت وسكريبيل وغيرها، ومن ناحية إمكانية اختراق البيانات فإن نسبة الاختراق هي صفر «على حد تصريح الموقع» وتُمكن المتسوق من الدفع عبر أي موقع (غير أمازون) يقبل الدفع بواسطة Am-azon Payment.

٤. خدمة أمازون السحابية Amazon Cloud Drive

عبارة عن خدمة تخزين سحابية تعمل فقط بتسجيل الدخول إلى الحساب ثم النقر على Your Account ثم Your Cloud Drive تعطي مساحة مجانية قدرها خمسة جيجا لتخزين الملفات والصور، ويمكن شراء مساحات إضافية بعد ذلك.

يمكن كذلك تحميل التطبيق ثم عند تسجيل الخول إلى الموقع أو التطبيق يتم الربط بينهما تلقائياً وكل ما يتم رفعه على أي منهما يتم التخزين تلقائياً على الجانب الآخر، تماماً بنفس طرق خدمات One Drive و I Cloud.

١. صفقات المخزن Warehouse Deals

هو متجر تابع لموقع أمازون يقوم ببيع أجهزة إلكترونية من هواتف محمولة، شاشات تلفاز مسطحة، أجهزة كيندل، أجهزة وملحقات الحواسيب إلى آخره، بحالة شبه جديدة Like New وبأسعار مخفضة تصل إلى ٦٠٪ من السعر الأصلي.

١. بطاقات الهدايا من أمازون Gift Cards

هي خدمة تمكن أصدقاء أو أقارب المستخدم أو صاحب الحساب من التسوق بواسطة بطاقات الهدايا وهي عبارة عن بطاقات تحمل أرقامًا يتم كتابتها عند دفع ثمن المنتج.

١. خدمة أمازون أسوشييتس Amazon Associates

برنامج أمازون أسوشييتس هو برنامج «أفيليت» يقدمه موقع أمازون لصناع المحتوى، فهو عبارة عن تسويق المنتجات في قنوات نشر المحتوى المكتوب والمرئي والحصول على عمولة عند شراء أحد المستخدمين لتلك المنتجات.

١. خدمة بيع المنتجات Amazon FBA

خدمة بيع المنتجات عبر أمازون هي إحدى خدمات التجارة الإلكترونية الناجحة والمربحة للغاية، حيث أن أمازون هو موقع التسوق الأول في العالم، وهذه مقالة مفصلة تحتوي على دليل متكامل لبيع المنتجات عبر أمازون.

بعض الحقائق المثيرة حول شركة أمازون

- في عام ٢٠١٨، تجاوزت مبيعات شركة أمازون ٢٥٠ مليار دولار في الولايات المتحدة وحدها! وهذا حوالي ٤٩٪ من النمو السنوي لشركة أمازون!!
- في الربع الأول من عام ٢٠١٦، كان لدى شركة أمازون أكثر من ٣٠٠ مليون عميل نشط في جميع أنحاء العالم. وعلى الأرجح، زاد هذا الرقم بشكل كبير بحلول عام ٢٠١٩.
- ومن الجدير بالذكر أيضاً أنه في عام ٢٠١٨، أصبح هناك ما يقرب من ١٠٠ مليون عميل من عملاء أمازون Prime.
- لجعل الأمور أكثر إثارة للاهتمام هناك ما يزيد قليلاً عن ٥ ملايين بائع في جميع أسواق أمازون العالمية، لذا فكر فقط في الإمكانيات الهائلة والغير مستغلة والتي توفرها شركة أمازون لبائعيها.
- يمكن للبائعين الذين يبحثون عن رأس مال إضافي الحصول على المساعدة من شركة أمازون عن طريق الحصول على قرض مالي.



«التسويق هو عبارة عن مجموعة من الأنشطة البشرية التي تهدف إلى تسهيل التبادل وإتمامه».



إطلاق منتجك على أمازون باستراتيجية جيدة

١. الخطوة الأولى: العثور على المنتج الذي تود أن تباعه

حسناً، إن العثور على منتج لبيعه على موقع أمازون باستخدام برنامج أمازون FBA يمكن أن يكون محبطاً بعض الشيء. فعليك أن تعلم أن لديك آلاف المنتجات للاختيار من بينها، وأن التقليل من هذا العدد. لعدد قليل فقط من المنتجات المختارة ليست عملية سهلة.

وإليك كيفية القيام بذلك:

أولاً: اذهب إلى موقع أمازون وابحث عن المنتج الذي تفكر في بيعه مستقبلاً. بعد ذلك، يجب عليك تحليل أهم ١٠ قوائم لهذا المنتج المعين استناداً إلى التقييمات.

فواحدة من أفضل الطرق للحكم على المنتج هي من خلال تقييماته! فكلما زاد عدد تقييمات المنتج، كلما زادت شعبية هذا المنتج! لذلك، تحتاج إلى إلقاء نظرة على المنتجات التي تحتوي على أقل من ٣٠٠ تقييم.

ثانياً: بعد جمع القوائم العشرة لمنتجك، سيتعين عليك العثور على ترتيب أفضل بائع على موقع أمازون Amazon Best Sellers Rank لكل منتج فردي.

ويمكن العثور عليه بسهولة في قسم تفاصيل المنتج في صفحة القائمة. وفي حالة عدم معرفتك بهذا الترتيب، يعد Amazon Best

Sellers Rank مؤشراً على مدى شعبية عنصر ما في هذه الفئة الفرعية.

ثالثاً: استخدم من الأدوات المجانية عبر الإنترنت والتي تتيح لك حساب متوسط الأرباح الذي سيجندها منتج ما من موقع أمازون في الشهر الواحد.

وبعد حساب متوسط عدد المبيعات الذي يمكن أن تحصل عليه من بيع منتجك على موقع أمازون، فيجب أن تصل مبيعاتك - على الأقل - حوالي 7-8 مبيعات في اليوم، وهذا رقم واقعي للغاية وهو رقم يجب أن تسعى إليه.

رابعاً: سيكون عليك أيضاً التحقق من البيانات التي جمعتها من هذه الأدوات. فيجب عليك أن تتأكد من أن الأرقام التي بحوزتك ليست أرقام متغيرة بل أرقام ثابتة إلى حد ما. ففي النهاية، يجب أن يكون المنتج الذي تريد بيعه على أمازون قادراً على تحقيق مبيعات متسقة ومتوازنة.

«تحدث إلى زبائنك بلغتهم
وتكلم عن الأشياء التي
بقلوبهم»

(جوناثان ليستر)

مدير المبيعات في لينكدان.



٢. الخطوة الثانية: شراء المنتج من مُورِد موثوق

بعد الانتهاء من البحث عن المنتج الخاص بك، فإن الخطوة التالية هي الحصول عليه من مُورِد موثوق. ضع في اعتبارك الآن أنه لا توجد قاعدة واحدة صارمة وسريعة عندما يتعلق الأمر باختيار مُورِد معين، طالما أنك تطرح عليهم الأسئلة التالية:

- هل لديهم حد أدنى من الطلبات على المنتج الخاص بهم؟
- هل يقدمون عينات (مجانية أو مدفوعة)؟
- هل لديهم خصومات عند طلب عدد كبير من المنتجات؟
- كم من الوقت سيستغرق تسليم الطلب؟
- ماذا يمكن أن تتوقع أن تدفع في إجمالي الطلبات؟

٣. الخطوة الثالثة: قم بإنشاء قائمة عن منتجك

في هذه الخطوة تكون نجحت في الحصول على مُورِد لمنتجك، والآن، تكون اقتربت كثيراً من البدء في بيع المنتج الخاص بك عن طريق Amazon FBA!

لذلك ومن أجل ضمان تغطية جميع الجوانب الهامة، سوف نتعامل مع هذه الخطوة - خصيصاً - بشكل منهجي، وإليك كيف سنقوم بفعل ذلك.

أولاً: قم بإنشاء حساب خاص بالبائعين على موقع أمازون

- موقع أمازون مثل أي منصة أخرى عبر الإنترنت، لا يمكنك

فعل الكثير ما لم تنشئ حساباً عليه.
- وبصفتك بائعاً، سيتعين عليك إنشاء حساب بائع مركزي
Amazon Seller Central Account عبر هذا الرابط
<https://sellercentral.amazon.com>

- وهذا هو الحساب الذي يمكنك من خلاله التحكم في
كل ما يخص منتجاتك وإدارتها وتعبئها، كما ستتمكن من
مراجعة المخزون والمبيعات والمراجعات والإعلانات وجميع
الأشياء التجارية الهامة الأخرى التي يمكنك التفكير فيها.
ولديك خياران هنا:

- ١- حساب احترافي مقابل ٣٩.٩٩ دولارًا شهريًا.
- ٢- حساب فردي مقابل ١ دولار لكل وحدة مباعه.

ثانيًا: إنشاء القائمة الخاصة بمنتجك

هذا هو الجزء الأهم والذي يجب أن تعمل فيه بجد وتبذل فيه
الكثير من الجهد. الفكرة هنا هي إنشاء قائمة عالية الجودة تقوم
بإغراء الأشخاص في الطرف الآخر من الشاشة بشراء منتجاتك.
نتفهم أن الأمر قد يبدو شاقًا بالنسبة لك في البداية، ولكن إذا
تم القيام به بشكل صحيح، فيمكن أن يساعد في نمو مبيعاتك
فعالًا بشكل كبير.

ثالثًا: باركود UPC و FN SKU

في نفس الخطوة، سيكون عليك أيضًا إدخال معرف المنتج

الخاص بك **Product ID** - فبدون هذا المعرف، لا يمكنك إنشاء قائمة للمنتج الخاص بك.
معرف المنتج الأكثر شيوعاً هو باركود (رمز المنتج العالمي UPC).
وسيكون عليك شراء هذا الباركود من أحد المواقع المعتمدة في هذا المجال وأفضل موقع في شراء باركود UPC هو GS1.

«تعامل مع حالات الرفض التي
تتلقاها من زبائنك كطلبات
منهم لمزيد من المعلومات»

(بريان تراسي)

مستشار وكاتب ومحاضر كندي عالمي.

موقع eBay

ايباي هو موقع إلكتروني يمكنك من ممارسة عمليات البيع والشراء من خلاله، مقابل اقتطاع مادي يأخذه منك على كل عملية بيع تقوم بها.

ايباي هو الموقع الأول على مستوى العالم للمزادات على الإنترنت، وهو يقوم بدور الوسيط بين البائع والمشتري بشكل آمن وصريح، وبدون الحصول على أي مبالغ مقابل الخدمة، ومجالاته مفتوحة ومختلفة، يمكن لأي شخص أو مؤسسة أن تستخدمه، بالإضافة لكل هذا يتواجد في أكثر من ٣١ دولة مختلفة ومتوفر بكل لغات العالم تقريباً وهو واحد من أكبر الشركات التي تعمل في مجال التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت. حيث تضم أكثر من ١٧١ مليون مستخدم نشط منذ بداية عام ٢٠١٨.

إيجابيات موقع ايباي

- سهولة التسجيل، والحصول على حساب، والشراء والبيع دون تعقيدات. وإمكانية التسجيل من أي مكان في العالم (عدا بعض الدول القليلة الواقعة تحت الحظر الأمريكي للتعامل التجاري).

- التعامل عن طريق منصة باييال للدفع الإلكتروني (التي تمتلكها إيباي) والتي تزيد من درجة الأمان عند الشراء عن طريق البطاقات الائتمانية المعرضة للسرقة والاختراق، وأيضًا توفر باييال حماية للبائع والمشتري لضمان الحقوق بين الطرفين وتلافي التلاعب وعمليات النصب، حيث تضمن باييال للمشتري الحصول على سلعته بحسب الوصف تمامًا، وأيضًا تضمن للبائع الحصول على أمواله المتفق عليها.
- تواجد عدد كبير جدًا من السلع الجديدة والمستعملة، التي تضم كل ما قد يخطر أو لا يخطر على بالك، يتميز موقع إيباي بشكل خاص بالسلع المستعملة أو النادرة أو القديمة التي لا يمكن الحصول عليها من أي مكان آخر.
- نظام المزادات يمنحك فرصة للحصول على السلعة بالثمن الذي تعرف أنها تستحقه فعلاً، بدلاً من استغلال البائعين وفرض أسعارهم الثابتة على السلع.



« يجب أن تجعل المنتج نفسه
مشوقاً وليس فقط أن يكون
الإعلان مختلفاً »

(روسر ريفز)

رائد الاعلان التلفزيوني.



سلبيات موقع إيباي

- مشاكل فقدان الشحنات في البريد أيضًا تعد شائعة في عمليات الشراء عن طريق إيباي، لأنه لا توجد شركة محددة تتولى أمور شحن البضائع، وإنما يعتمد البائعون على الشركات المتوافرة لهم محليًا.
- إمكانية التسجيل في الموقع لأي شخص وعدم تحكم الموقع فيما يباع عن طريقه (الموقع مجرد وسيط فقط) قد تحدث بعض حالات الخداع مثل عدم وصول الشحنات، أو وصولها بغير الحالة المعلن عنها، أو بيع سلع مقلدة أو تالفة، أو غير ذلك.
- المزايدات الوهمية هي مزايدات يقوم بها بعض الأشخاص من أجل رفع قيمة سلعة ما عن قيمتها الحقيقية بمقدار كبير جدًا، وبالتالي قد يقع بعض المشتريين من غير ذوي الخبرة ضحية لشراء سلع بسعر أكبر من سعرها الحقيقي كثيرًا.

طرق البيع على ايباي

هناك طريقتين للبيع على موقع ايباي :

١. البيع عن طريق المزاد:

أنك تملك سلع مستعملة وتريد إعادة بيعها مرة أخرى فهنا ستقوم بالاشتراك في البيع عن طريق المزاد، وعليك أن تحدد لهذا المزاد وقتاً معيناً، بانتهائه يتم البيع فيه، لآخر مشتري كان قد سجل في هذا المزاد وفرض أكبر سعر مقدم فيه، هذه الطريقة مفيدة جداً للسلع المستعملة حيث ستعطيك دائماً سعراً أعلى مما تتوقعه، لأن روح التنافس لدى الأشخاص حتى وإن كانوا لا يدركونها جيداً، ستجعلهم يرفضون أن يحصل غيرهم على السلعة التي يريدونها، لذا سيقومون دائماً بزيادة السعر، ولكن لن يصل سعر هذه السلعة المستعملة على كل الأحوال إلى ثمنها الحقيقي عندما كانت جديدة.

٢. البيع بشكل مباشر:

هذه الطريقة مفيدة في حالة بيع السلع الجديدة، حيث ستقوم أنت بفرض ثمن السلعة مع تحديد هامش الربح الخاص بك بالطبع بعد خصم العمولات التي تؤخذ منك سواء على الشحن أو من موقع اي باي، أو حتى من الباي بال نفسه.

فأنت المتحكم الرئيسي هنا في مبلغ الربح الذي تريد الحصول عليه، وعلى أثر ذلك المشتري الذي يريد سلعتك سيشتريها بالثمن الذي حددته أنت لها.

«الشركات الفقيرة
تجاهل منافسيها،
الشركات المتوسطة تقلد
منافسيها والشركات
الفائزة تقود منافسيها».

إليك بعض النصائح للحصول على تجربة بيع مرضية من موقع إيباي:

١. لا تشحن المنتج إلا بعد تسلّم قيمته. باستخدام موقع باي بال مع موقع إيباي، يمكن للمستخدمين حفظ أموالهم في حساب ضمان بعد البيع. أنصح كل من يبيع باستخدام هذه الطريقة أو بعدم شحن المنتج إلا بعد الحصول على ثمنه كاملاً ومخالصة الشيك.
٢. لا تترك المشتري يتواصل معك عبر البريد الإلكتروني. يمتلك موقع إيباي نظامًا داخليًا للمراسلات؛ لذا فلا داعي لاستخدام بريدك الإلكتروني في التحدث مع المشتري، وفي كثير من الأحيان يتواصل المشتري مع البائع طلبًا لشراء منتج خارج نظام إيباي أو للتحدث مباشرة خارج منصة إيباي.

٣. مراقبة المعاملات في حسابك. إذا كنت تستخدم نظامي إيباي وباي بال، يمكنك مطالعة المعاملات على كلتا المنصتين واستقبال تنبيهات في حال حدوث عمليات مريبة.
٤. كن حذرًا من الاصطياد الإلكتروني. يلعب كل من موقعي باي بال وإيباي أدوارًا مهمة في مجال الدفع والتجارة الإلكترونية على التوالي؛ لذا ففي الغالب يقع كل منهما تحت ضوء حملات الاصطياد الإلكتروني.



«الشركات التي تفهم الدور الحقيقي والإمكانات التسويقية ستستخدمها كمحرك لاستراتيجيتها التجارية، وليس مجرد مجاملة تكتيكية».



الشراء من موقع ايباي

إليك بعض النصائح للحصول على تجربة شراء مرضية من موقع ايباي:

١. لا تشتري الممنوعات. تأكد من أن السلعة مسموح بتداولها داخل بلادك، وأنها لن تسبب لك أي مشاكل مع السلطات المحلية، بعض الدول العربية تفرض قيودًا كبيرة على السلع الواردة من الخارج، وتضيف قائمة كبيرة من الممنوعات التي لا يمكن إدخالها إلى البلاد.

٢. اختر البائعين من ذوي التصنيف العالي. والذين أتموا عمليات شراء ناجحة كثيرة، البائعين الجدد أو الذين لا يمتلكون تقييماً جيداً من الخطر التعامل معهم، خصوصاً إذا ما عرضوا منتجات بأسعار واهية جداً.

٣. احذر البضائع المقلدة. يسعى الكثير من الأشخاص الذين يقصدون موقع إيباي إلى إبرام إحدى الصفقات على الموقع سواء كانت لشراء منتج جديد أو مستعمل، ثمة شيء واحد ينبغي لك فعله دائماً ألا وهو قراءة وصف المنتج قبل إجراء عملية الشراء، وإذا عنَّ لك أي سؤال عن المنتج، فاسأل البائع عبر القوائم المتاحة على الموقع. أحياناً يضع البائع عراقيل أمامك حتى يستحيل عليك معرفة أن المنتج مزيف - فالصور قد تخدع.

٤. لا تثق في أحد؛ تثبّت. انسجماً مع النصيحة السابقة، يمكنك دائماً معرفة مدى التقييم الجيد للبائع من خلال النقر على ملفه الشخصي ومطالعة أحدث التعليقات. أميل إلى اتباع قاعدة الإبهام، فإذا بدا أن المنتج جيد جداً مقارنةً بسعره أو إذا كان سعر تجزئته مرتفعاً جداً، ينبغي صرف النظر عن هذا المنتج.

٥. ابحث بنفسك. إذا كنت تشتري منتجاً عتيقاً أو قطعاً تذكارية فستحتاج بالفعل إلى القيام بواجبك، راجع الأسعار الحالية لهذه المنتجات في كبرى شركات المزادات أو أماكن جمع المقتنيات.

٦. اقرأ وصف السلعة. للتأكد من حصولك على ما تريد الحصول عليه تمامًا، وإلا فإنك سوف تضطر إلى القبول بها إذا اكتشفت بعد وصولها أنها ليست ما تريده.
٧. احرص على فحص السلعة بشكل جيد بعد شرائها. وإذا ما اكتشفت أنها غير مطابقة للوصف أو تحتوي على عيوب ما، قم بطلب إرجاع السلعة والحصول على أموالك.
٨. تأكد من أن البائع مستعد لشحن السلعة إلى بلدك. وتأكد أيضًا ما إذا كانت تكاليف الشحن مشمولة في سعر السلعة أو خارجها.

أنواع المنتجات على متجر ايباي

- يحتوي موقع ايباي على كافة أنواع المنتجات، وتقسم المنتجات على الموقع إلى أقسام، أبرزها استخدامًا -
- الملابس بأنواعها الجديدة والمستعملة.
 - الأجهزة الإلكترونية بكل أنواعها.
 - أجهزة المطبخ وأدواته المختلفة.
 - كافة الأشياء المتعلقة بالمنزل.
 - الألعاب بأنواعها المختلفة.
 - ألعاب وأدوات للأطفال لكافة الأعمار.
 - معدات خاصة بالسيارات.

«أنت تريد اختراع أفكار جديدة، وليس قواعد جديدة»

(دان هيث)

الخاتمة

أرجو أن أكون قد قدمت كتابًا قيّمًا وشرحًا ثريًا وافيًا عن التسويق الإلكتروني ومفاهيمه وطرقه المختلفة، ونؤكد أن التسويق الإلكتروني يحوي تفاصيل كثيرة وطرق حديثة ومتجددة ومختلفة تتغير باستمرار وتزداد كل يوم لذلك يجب عليك التعلم باستمرار ومتابعة أساليب جديدة وحديثة لكي تبقى دائمًا في المقدمة وتحقق أكبر قدر من الاستفادة الممكنة.

فكرة الكتاب عبارة عن محاولة بسيطة وفكرة جميلة لتحبيب القارئ في علم التسويق الإلكتروني وعالمه الواسع والمهم في حياتنا، ومحاولة كشف هذا العالم المليء بالكنوز الحقيقية، ومحاولة تبسيط الطرق والوسائل لكي تستطيع الخوض في هذا العالم الواسع.

لذلك هذا الكتاب عبارة عن مدرسة فكرية في التسويق الإلكتروني التي يمكنك استعمالها بنجاح لمعرفة ما هو التسويق الإلكتروني.

المسار

المسار

التسويق الإلكتروني للمبتدئين

نبذة عن الكاتب:

أحد الأشخاص الذين انتقلوا من سورية إلي الأردن ثم إلي تركيا لبناء حياة جديدة و عصامية.

محمد عباس، من مواليد حمص السورية عام 1990. بعد انتقاله إلي إسطنبول، تمكن من التميز في خدمات تصميم و تطوير المواقع الإلكترونية، و قام علي إثر ذلك بإنشاء شركة MA Global Group للحلول الرقمية و التسويق الإلكتروني بشراكة مع Google.

أما شغفه بالتعلم و التعليم، فهو ما جعله يتوسع أكثر في مجال التسويق الإلكتروني و أن يكتب عنه بطريقة مبسطة و مفهومة.

