

مادة التسويق على منصات التواصل الاجتماعي

المدرب: م أحمد سمرة

مقدمة

التسويق الرقمي:

يعتبر التسويق الرقمي أحد أبرز فروع العلوم الحديثة في عالم الأعمال والاقتصاد، حيث يجمع بين مفاهيم التسويق التقليدي وأدوات التكنولوجيا المتقدمة للوصول إلى الجمهور المستهدف بطريقة دقيقة وفعالة.

التسويق الرقمي لا يقتصر على نشر الإعلانات عبر الإنترنت فقط، بل هو علم متكامل يعتمد على فهم سلوك المستهلك، تحليل البيانات، استغلال المنصات الرقمية، وتوظيف التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي للوصول إلى أفضل النتائج.

التسويق الرقمي هو حجر الأساس لنجاح أي نشاط تجاري أو فردي في ظل التحول الرقمي العالمي. مع انتشار الإنترنت، أصبحت السلوكيات الشرائية للمستهلكين تتغير باستمرار، حيث يعتمد ملايين الأشخاص حول العالم على المنصات الرقمية في البحث عن المنتجات، مقارنة الأسعار، متابعة العلامات التجارية، وحتى اتخاذ قرار الشراء النهائي.

هنا يأتي دور التسويق الرقمي كأداة فعالة تسمح للشركات والأفراد بالوصول إلى جمهورهم المستهدف بدقة، من خلال الإنترنت بمختلف أشكاله: موقع إلكترونية، منصات تواصل اجتماعي، تطبيقات الهواتف الذكية، البريد الإلكتروني، ومحركات البحث

مقدمة

**مقدمة عن مادة التسويق على منصات التواصل الاجتماعي:
ما هو التسويق عبر السوشIAL ميديا؟**

- التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي هو استخدام المنصات الرقمية مثل فيسبوك، إنستغرام، تويتر، تيك توك وغيرها، للوصول إلى الجمهور المستهدف بطريقة تفاعلية وشخصية. يعتمد على بناء علاقة مستمرة مع العملاء بدلاً من الالكتفاء بالإعلانات التقليدية.
- الفرق بين التسويق عبر المنصات وبين الإعلان التقليدية الإعلان التقليدي: أحادي الاتجاه (من الشركة إلى الجمهور).
- التسويق عبر السوشIAL ميديا: ثاني الاتجاه، يعتمد على المحادثة، التعليقات، الرسائل، وردود الفعل الفورية.

مقدمة

أهمية التسويق الاجتماعي في العصر الرقمي:

- مليارات مستخدم لوسائل التواصل في العالم (2024)
- تزايد الوقت الذي يقضيه الجمهور على الهاتف الذكي والمنصات
- ثقة أكبر في المحتوى الناتج عن المستخدمين والمؤثرين

مقدمة

منصات التواصل الاجتماعي: • Snapchat

يستخدم بكثرة بين الفئات العمرية 13-29 العدسات (Lens) وسيلة رائعة لدمج العلامة التجارية. نشر القصص التفاعلية وتقديم الكواليس.

• X (Twitter)

- ✓ منصة للأخبار والمحفوظ السريع.
- ✓ التسويق عبر التفاعل مع الترندات.
- ✓ استخدام الحملات الإعلانية للنقرات المشاهدات.

مقدمة

منصات التواصل الاجتماعي:

LinkedIn •

- ✓ جمهور مهني وراغبي.
- ✓ بناء الثقة للعلامات B2B.
- ✓ الحملات لتوليد العملاء المحتملين (Leads).

مدخل إلى التسويق على منصات التواصل الاجتماعي

خوارزميات موقع التواصل الاجتماعي وكيفية عملها:

خوارزميات السوشيال ميديا هي أنظمة ذكية أو توماتيكية تُحدّد وتحكم في المحتوى الذي يظهر لك على الصفحات الرئيسية أو الخط الزمني في التطبيقات مثل فيسبوك، إنستغرام، تيك توك، ويوتيوب.

كيف تعمل هذه الخوارزميات؟

- تراقب تفاعلاتك (الإعجابات، التعليقات، المشاركات، مدة المشاهدة).
- تحلل اهتماماتك (الصفحات التي تتبعها، المواضيع التي تتفاعل معها).
- تعطي أولوية لعرض منشورات من الأشخاص أو الصفحات التي تفاعل معها أكثر.
- تروج للمحتوى الشائع أو الإعلانات المدفوعة.
- تقلل من ظهور المحتوى غير المفيد أو منخفض الجودة.

أمثلة على خوارزميات المنصات:

- فيسبوك وإنستغرام: يعرضان المحتوى بناءً على مدى أهميته بالنسبة لك، وليس فقط حسب التوقيت الزمني.
- تيك توك: صفحة "لك" تعتمد بشكل كبير على مدة المشاهدة والتفاعل مع الفيديوهات.
- يوتيوب: يوصي بمقاطع الفيديو استناداً إلى سجل المشاهدات والتفاعل.
- X (تويتر سابقاً): يمزج بين أحدث التغريدات والمحتوى المقترن وفقاً لاهتماماته.

مدخل إلى التسويق على منصات التواصل الاجتماعي

استراتيجيات التسويق على منصات التواصل الاجتماعي:

استراتيجية التسويق عبر السوشIAL ميديا: بناء علاقة قوية مع الجمهور من خلال المنصات الاجتماعية.

الاستراتيجيات هي الطرق والأساليب التي تعتمد عليها لتحقيق الأهداف، وأشهرها:

- استراتيجية المحتوى: تقديم محتوى قيم يجذب الجمهور ويزيد التفاعل.
- استراتيجية الإعلانات المدفوعة (PPC): جذب الزوار عبر حملات إعلانية مدفوعة
- استراتيجية التسويق عبر المؤثرين: استخدام شخصيات معروفة للترويج المنتج أو الخدمة.

مدخل إلى التسويق على منصات التواصل الاجتماعي

خطوات كتابة محتوى إعلاني ناجح على السوشيال ميدياهم جمهورك أولاً

- **ابدأ جملة جذابة (Hook)**
 - اجذب الانتباه من أول ثانية، مثل:
 - سؤال مباشر
 - حقيقة صادمة
 - وعد بفائدة واضحة
- **ادع الجمهور لاتخاذ إجراء (Call to Action)**
 - اطلب منهم بشكل واضح ما يجب أن يفعلوه:
 - سجل الآن
 - تواصل معنا
 - جرّب الخدمة مجاناً
- **افهم جمهورك أولاً**
 - قبل الكتابة، حدد:
 - من هو الجمهور المستهدف؟
 - ما اللغة أو الأسلوب المناسب له؟
- **أبرز الفائدة بوضوح**
 - ركّز على ماذا سيستفيد العميل، لا على المنتج نفسه فقط:
 - وفر وقتك وجهدك
 - احصل على نتائج سريعة
 - حسن دخلك أو مبيعاتك

مدخل إلى التسويق على منصات التواصل الاجتماعي

إطلاق الحملات الإعلانية الاحترافية

- **هيكل الحملة الإعلانية**
 - Campaign: الهدف العام (مثل التفاعل أو المبيعات)
 - Ad Set: إعدادات الجمهور والموازنة
 - Ads: تصميم الإعلان والمحتوى
- **الميزانية والأداء**
 - حساب تكلفة النقرة (CPC)
 - تحسينات مستمرة للوصول إلى أفضل ROI

- **ما الفرق بين المنشور العادي والإعلان؟**

المنشور يصل فقط للمتابعين أو المتفاعلين الإعلان يمكن أن يستهدف جمهوراً جديداً بالكامل.
- **أنواع الجمهور:**
 - الجمهور المحفوظ (Saved)
 - الجمهور المشابه (Lookalike)
 - الجمهور المخصص (Custom) – زوار الموقع، عملاء البريد...

مدخل إلى التسويق على منصات التواصل الاجتماعي

إطلاق الحملات الإعلانية الاحترافية

- أدوات معايدة:
 - Google Analytics (لتتبع الزيارات من السوشيال ميديا)
 - Facebook Pixel (تتبع التحويلات)
- لوحة التحليل في Meta Reach, Engagement, Page Likes Audience Insights
- إنشاء تقارير الأداء
 - استخدام الرسائل الآلية بذكاء الاحتفال بالمتبعين المميزين
 - Notion أو Google Sheets

مدخل إلى التسويق على منصات التواصل الاجتماعي

إطلاق الحملات الإعلانية الاحترافية

• بناء الولاء

تقديم عروض حصرية للمتابعين
استخدام برنامج سفير العلامة
إنشاء مسابقات دورية

• أتمتة المجتمع

Facebook Chatbots في إنستغرام و
الرد التلقائي حسب الكلمات المفتاحية

Brand Ambassador

مدخل إلى التسويق على منصات التواصل الاجتماعي

استخدام الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي

• التسويق الموجّه والشخصي (Personalization)

تصنيف المحتوى لكل مستخدم حسب اهتماماته وسلوكيه إرسال عروض ورسائل مخصصة عبر الإيميل أو الإعلانات زيادة التفاعل والتحويلات

• تحليل البيانات والتقارير

جمع وتحليل بيانات العملاء بسرعة ودقة. اكتشاف الأنماط وتوقع الاتجاهات. تحسين استهداف الحملات بناءً على سلوك المستخدمين.

• إنشاء محتوى تلقائي (Content Generation)

توليد نصوص، مقالات، أو منشورات باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي.

توفير الوقت والجهد في كتابة المحتوى الأساسي. تحسين محركات البحث باستخدام محتوى منظم.

• روبوتات الدردشة (Chatbots)

الرد على استفسارات العملاء على مدار الساعة تقديم الدعم الفني والمعلومات بشكل فوري. تحسين تجربة العملاء وزيادة رضاهم

مدخل إلى التسويق على منصات التواصل الاجتماعي

استخدام الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي

• التحليل الذكي

استخدام AI لتحديد الوقت الأنسب للنشر
تحليل الاتجاهات والمشاعر Sentiment Analysis

• أدوات محتوى بالذكاء الاصطناعي

ChatGPT لكتابة النصوص
Writesonic, Jasper.ai و Jasper.ai
لتحويل النص إلى فيديو Pictory.ai

• تحليل حملة ناجحة - Nike

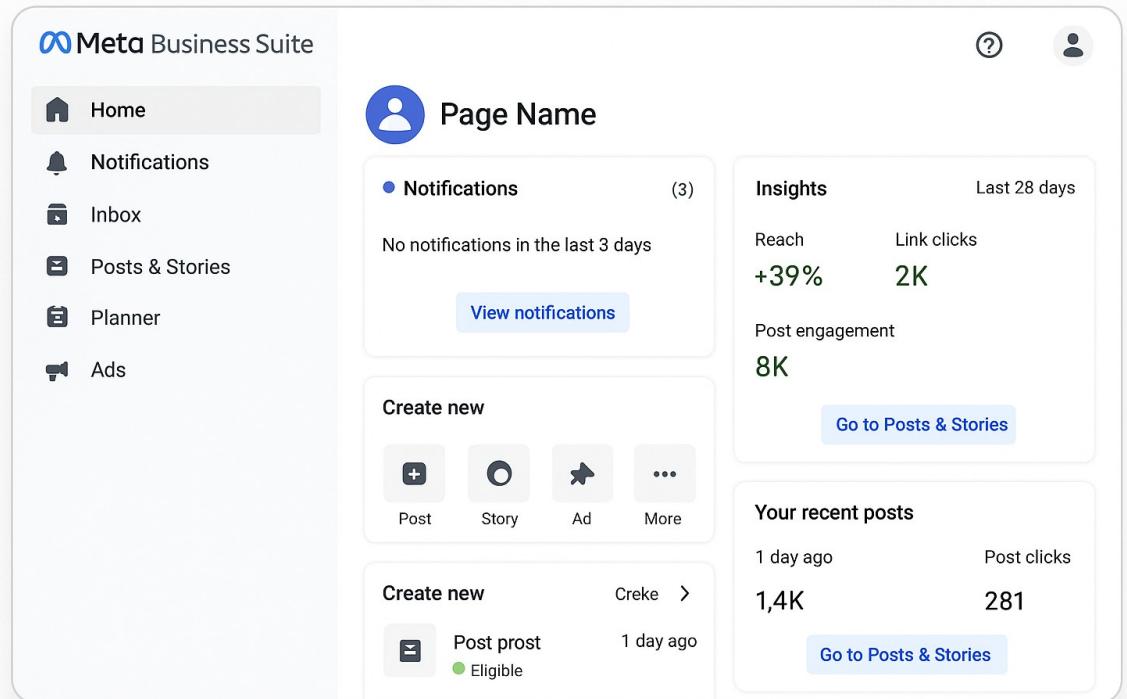
الهدف: تعزيز الوعي
النوع: قصص قصيرة على إنستغرام
النتيجة: ارتفاع التفاعل بنسبة 78%

• أتمتة الحملات الإعلانية

تعديل الإعلانات تلقائياً حسب النتائج

Meta Advantage+ Campaigns

Meta



ما هو Meta Business Suite

Meta Business Suite هي أداة مجانية من شركة ميتا (فيسبوك سابقاً)، تساعد الشركات وأصحاب المشاريع في إدارة جميع حساباتهم على فيسبوك وإنستغرام من مكان واحد، بشكل احترافي ومنظّم.

وظائف وأهمية Meta Business Suite

- إدارة الصفحات على فيسبوك وإنستغرام في نفس المنصة.
- جدولة المنشورات والقصص (Stories) مسبقاً.
- تتبع أداء المنشورات والإعلانات وتحليل النتائج.
- الرد على الرسائل والتعليقات في مكان واحد.
- إدارة الحملات الإعلانية وتحسين الاستهداف.
- الوصول إلى إحصائيات الجمهور والمحظوظ بسهولة.

Meta

Facebook Business Portfolio

أو ما يُسمى أحياناً "محفظة الأعمال على فيسبوك" هو جزء من نظام إدارة الأعمال عبر منصة Meta Business Suite، ويقصد به مجموعة الأصول المرتبطة بنشاطات التجاري تحت حساب واحد مُنظم، مثل:

- صفحات فيسبوك.
- حسابات إنستغرام.
- حسابات الإعلانات .(Ads Accounts).
- حسابات الإعلانات .(Ads Accounts).
- حسابات الكتالوجات (كتالوج المنتجات).
- حسابات بيكسل التتبع (Facebook Pixel).
- حسابات التطبيقات.

Meta

أهمية Facebook Business Portfolio

- إدارة جميع الأصول التجارية في مكان واحد بشكل آمن ومنظّم
- سهولة مشاركة الأصول مع أعضاء الفريق أو الوكالات الإعلانية
- تحكم كامل في صلاحيات المستخدمين (مشرف، معلن، محلل...)
- تقوية أمان الحسابات بفضل التوثيق وإعدادات الأمان
- تتبع الأداء الإعلاني والمحفوظ عبر مختلف المنصات التابعة لميّتا

متى تحتاج إلى Business Portfolio؟

- إذا كنت تدير أكثر من صفحة أو حساب إعلاني
- إذا كنت تعمل ضمن فريق أو مع وكالة تسويق
- إذا كان لديك متجر إلكتروني مرتبط بفيسبوك وإنستغرام
- إذا أردت الفصل بين الأصول التجارية والحسابات الشخصية

Meta

ما هو Facebook Ads Manager

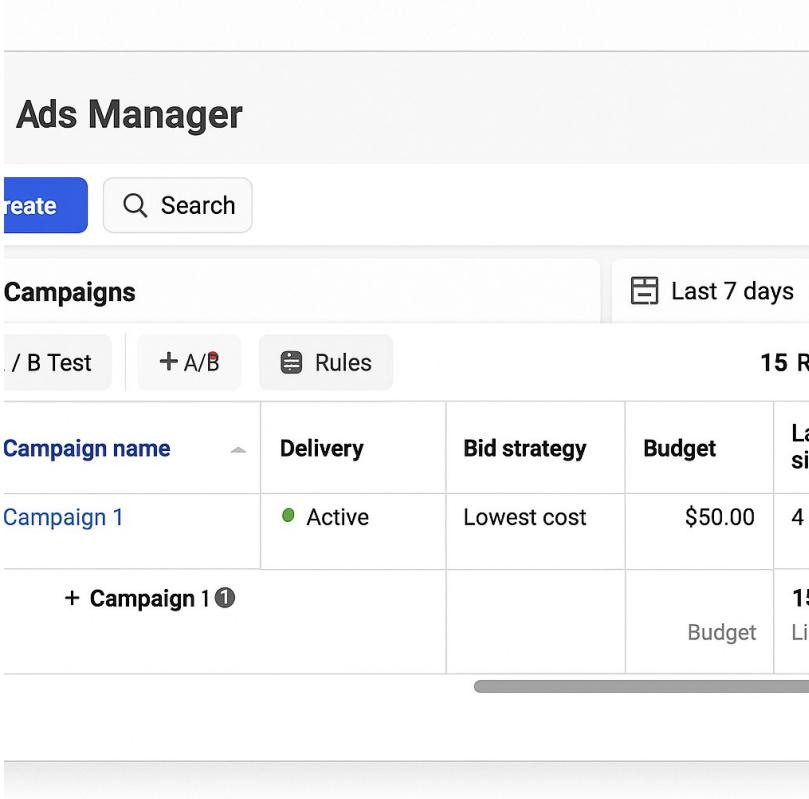
مدير إعلانات فيسبوك هو منصة شاملة لإدارة وتصميم وتحليل الحملات الإعلانية عبر فيسبوك، إنستغرام، ماسنجر، وشبكة التطبيقات التابعة لميتا.



وظائف وأهمية Facebook Ads Manager

إنشاء حملات إعلانية احترافية خطوة بخطوة
اختيار الأهداف التسويقية (زيارات، تفاعل، مبيعات، رسائل)
استهداف دقيق بناءً على العمر، الموقع، الاهتمامات، الأجهزة، السلوكيات
تحديد الميزانية اليومية أو الإجمالية للحملات
 تتبع أداء الإعلانات لحظة بلحظة (التفاعل، النقرات، التحويلات)
اختبار عدة إعلانات لمعرفة الأفضل (A/B Testing)
تحسين الحملات لتحقيق أفضل عائد استثماري (ROI)

Meta



The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. At the top, there's a search bar and a 'Create' button. Below it, a 'Campaigns' section displays a single campaign named 'Campaign 1' with the status 'Active'. The campaign details include a budget of '\$50.00' and a delivery strategy of 'Lowest cost'. A 'Rules' tab is selected. On the right, a timeline shows 'Last 7 days'. The overall layout is clean and modern, designed for managing multiple campaigns.

أبرز أقسام Facebook Ads Manager
 إعداد الحملات (Campaigns)
 إعداد مجموعات الإعلانات (Ad Sets) وتحديد الميزانية والجمهور
 تصميم الإعلانات بأنواعها (صور، فيديو، قصص، مجموعات منتجات)
 لوحة تحكم الأداء مع تقارير مفصلة لكل إعلان

لماذا يستخدم Facebook Ads Manager

الوصول لجمهور مستهدف بدقة عالية
 المرونة في تعديل الإعلانات في أي وقت
 تقارير تحليلية قوية لقياس النتائج وتحسين الأداء
 مناسب للأفراد والشركات الصغيرة والكبيرة

Tiktok

ما هو TikTok

TikTok هو تطبيق عالمي لمشاركة الفيديوهات القصيرة، يُركّز على المحتوى الترفيهي والإبداعي، ويُعد من أسرع المنصات نمواً وأكثرها تأثيراً، خاصة بين الشباب.

أهمية TikTok في التسويق الرقمي

الوصول السريع لجمهور واسع من مختلف الأعمار والاهتمامات
إمكانية انتشار المحتوى بسرعة (Viral) بفضل خوارزميات التوصية الذكية
التفاعل العالي من المستخدمين عبر التعليقات، المشاركات، والإعجابات
تنوع أشكال المحتوى (فيديو قصير، تحديات، بث مباشر)
إعلانات مدفوعة فعالة من خلال منصة TikTok Ads

Tiktok



أنواع المحتوى على TikTok

- فيديوهات قصيرة ترفيهية أو تعليمية
- تحديات ترند (Hashtag Challenges)
- بث مباشر للتفاعل المباشر مع الجمهور
- إعلانات مدفوعة مخصصة حسب الجمهور

مزايا TikTok للشركات والعلامات التجارية

- بناء علامة تجارية قوية بأسلوب عصري
- استهداف جمهور جديد بطرق مبتكرة
- زيادة عدد المتابعين والعملاء المحتملين
- تعزيز المبيعات من خلال المحتوى الإبداعي

Tiktok

— مدير أعمال تيك توك TikTok Business Manager

هو منصة شاملة لإدارة حسابات الأعمال والأصول المرتبطة بالإعلانات على تيك توك بشكل احترافي وآمن.
مهامه:

- إدارة عدة حسابات إعلانات من مكان واحد.
- منح صلاحيات لأعضاء الفريق (مسوّقين، مصممين، مسؤولين).
- إدارة الصفحات وحسابات المحتوى المرتبطة بالنشاط التجاري.
- التحكم بالأصول المالية والفواتير والإعدادات العامة.
- التحكم بالأصول المالية والفواتير والإعدادات العامة.
- ربط حسابات TikTok الأخرى بسهولة بالأعمال الإعلانية.

Tiktok

— مدير إعلانات تيك توك TikTok Ads Manager
هو المنصة الأساسية لإنشاء، إدارة، ومتابعة الحملات الإعلانية على تطبيق TikTok.
مهامه:

- إنشاء إعلانات مدفوعة بكل أنواعها
- تحديد الجمهور المستهدف بدقة (عمر، اهتمامات، موقع، سلوكيات)
- ضبط الميزانيات والإعلانات اليومية أو الكلية
- تتبع أداء الحملات وتحليل النتائج (مشاهدات، تفاعل، تحويلات)
- تحسين الحملة بناءً على البيانات

Snapchat



— مدير أعمال سناب شات — **Snapchat Business Manager** هو المنصة الرسمية لإدارة حسابات وأصول الأعمال التجارية على سناب شات، مثل:

- إدارة حسابات الإعلانات.
- إضافة أعضاء الفريق وتحديد الصلاحيات.
- إدارة الفواتير وطرق الدفع.
- متابعة الأصول (بيكسل، كتالوج المنتجات، صفحات الأعمال).

Snapchat

— مدير إعلانات سناب شات — Snapchat Ads Manager
هو الأداة التي تُستخدم لإنشاء، تشغيل، وإدارة الحملات الإعلانية على منصة سناب شات.
وظائفه:

- إنشاء حملات إعلانية بأنواع مختلفة (قصص، فيديو، عدسات تفاعلية).
- استهداف دقيق بناءً على الموقع، العمر، الاهتمامات، الأجهزة.
- مراقبة الأداء وتتبع النتائج لحظة بلحظة.
- ضبط الميزانيات وجدولة الحملات.
- تحسين الحملة لتحقيق أقصى النتائج.



مميزات منصة X

- نشر المحتوى النصي القصير (تغريدات) مع الصور والفيديوهات.
- التفاعل مع الآخرين من خلال الردود، إعادة التغريد، والإعجابات.
- متابعة الشخصيات العامة، العلامات التجارية، الأخبار العالمية.
- إمكانية استخدام الوسوم (هاشتاغ) للوصول إلى جمهور أوسع.
- مناسب للتواصل السريع، الترويج للأخبار، أو إطلاق حملات تسويقية.

التسويق عبر X

- بناء علاقة مباشرة مع الجمهور عبر التغريدات اليومية.
- نشر العروض، التحديات، والأخبار الخاصة بالشركة.
- استخدام X Ads Manager لتشغيل حملات إعلانية مستهدفة.
- الوصول لجمهور مهتم حسب الاهتمامات، الكلمات المفتاحية، أو الموقع.



ما هو مدير إعلانات X؟

مدير إعلانات X (تويتر سابقاً) هو أداة احترافية تساعدك على إنشاء الحملات الإعلانية وإدارتها على منصة X، للوصول إلى جمهور أوسع وتحقيق أهدافك التسويقية من خلال الإعلانات المدفوعة.

ماذا يمكنني أن أفعل باستخدامه؟

- إنشاء حملات إعلاني.
- يمكنك الترويج لتغريداتك، مقاطع الفيديو، المنتجات، المواقع الإلكترونية، أو التطبيقات.

متابعة الأداء وتحسين النتائج يوفر لك تحليلات لحظية لأداء الحملة، مما يساعدك على التعديل والتحسين.

Linkedin

ما هو مدير إعلانات Linkedin



مدير إعلانات لينكدإن هو أداة لإطلاق وإدارة الحملات الإعلانية على منصة لينكدإن. يتيح لك استهداف المهنيين حسب المسمى الوظيفي، الشركة، الصناعة، أو المهارات. يمكنك اختيار أهداف مثل زيادة الزيارات للموقع، جمع بيانات العملاء، أو تعزيز الوعي بالعلامة التجارية.

الإعلانات تشمل المنشورات الممولة، الرسائل المباشرة، ونماذج جمع البيانات. كما يوفر تحليلات دقيقة لأداء الحملة وقياس العائد على الاستثمار.

قوانين وأخلاقيات النشر الرقمي:

حقوق الصور والموسيقى

استخدام محتوى خالٍ من حقوق الطبع
أدوات مجانية: – Unsplash – Pexels – Canva Pro

قوانين المنصات

سياسة الإعلانات في TikTok و Meta
المحتوى الممنوع والمسموح

الحفاظ على الخصوصية والشفافية

تصريح استخدام بيانات الجمهور
شفافية في الرسائل الترويجية