

مقياس الاتصال

د. مرابط امنة

الفصل الرابع: الإتصالات الرقمية

تعريف الاتصالات الرقمية

▶ الاتصالات الرقمية هي " العملية الاجتماعية التي يتم فيها الاتصال من بعيد بين أطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة و استقبالها من خلال النظم الرقمية ووسائلها لتحقيق أهداف معينة". إن التطور الهائل لتكنولوجيا المعلومات أتاح للمؤسسات أدوات متعددة نذكر من بينها: الأشهارات الرقمية - التسويق عبر محركات البحث - التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي - التسويق عبر الجوال...

1- التسويق عبر محركات البحث (Search engine marketing SEM

▶ محرك البحث

▶ محرك البحث هو أداة مصممة للبحث عن المعلومات على الإنترنت. فهو يقوم بفهرسة المليارات من الصفحات المخزنة على الويب باستخدام برنامج يسمى العنكبوت أو الروبوت و من ثم يحلل محتوى كل صفحة ويصنفها. فعند كتابة كلمة مفتاحية من قبل المستخدم في مربع البحث، يقوم البرنامج بالبحث في صفحات قاعدة البيانات المفهرسة، ثم يعرض نتائج البحث في نافذة المتصفح التي تسمى بصفحات نتائج محركات البحث (SERP).

أشكال التسويق عبر محركات البحث

- ▶ يمكن تقسيمها إلى فئتين: اعلانات البحث (SEA Search engine advertising) و تحسين محركات البحث (SEO Search engine optimisation).
- ▶ إذن $SEM = SEO + SEA$

أشكال التسويق عبر محركات البحث

The screenshot shows a Google search results page for the query "العالم كرة القدم". The page is divided into two main sections: "النتائج المدفوعة" (Sponsored Results) and "النتائج المجانية" (Organic Results).

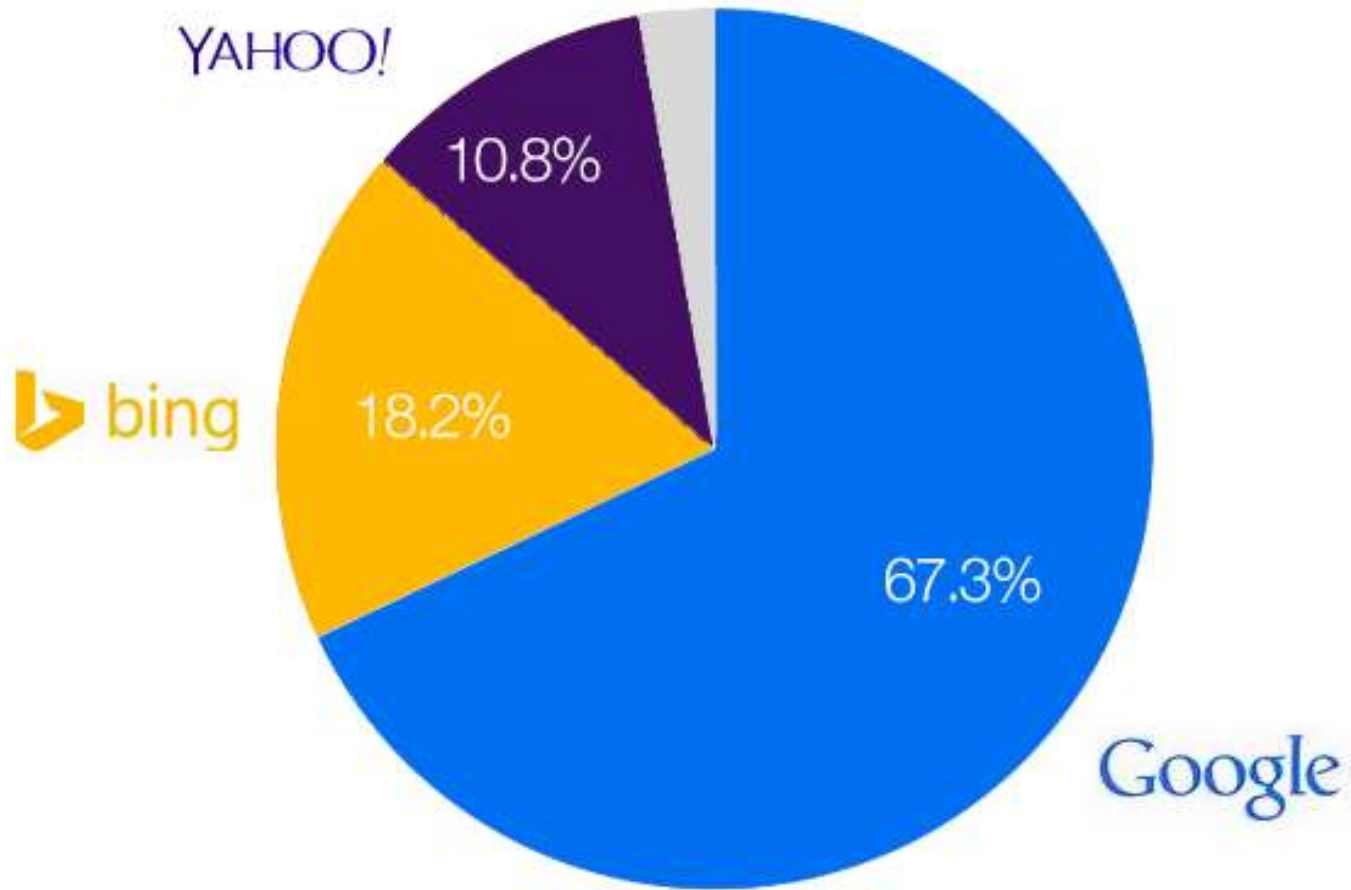
النتائج المدفوعة (Sponsored Results):

- Arabic.com | أخبار الرياضة | arabic.com
- العالم لكرة القدم
- العالم لكرة القدم
- العالم لكرة القدم

النتائج المجانية (Organic Results):

- www.palstina.com
- تحتوي المواقع ويحتوي بعضها على أخبار الرياضة في الشرق الأوسط والعالم العربي بشكل متواصل. تحتوي أخبار الرياضة وخاصة ...
- www.kooora.com
- تحتوي المواقع ويحتوي بعضها على أخبار الرياضة في الشرق الأوسط والعالم العربي بشكل متواصل. تحتوي أخبار الرياضة وخاصة ...
- www.egy.com.eg
- الاعلام المصري لكرة القدم | اليوم: الخميس - 24 مايو 2012
- ADMCsport.com
- www.egy.com.eg
- www.egy.com.eg

أهم محركات البحث



محركات البحث (السيو - SEO)

- ▶ **تعريف تحسين محركات البحث (السيو - SEO)**
- ▶ تحسين محركات البحث (السيو - SEO) هي عملية تحسين الموقع بحيث يظهر موقع ويب المؤسسة في الصفحات الأولى لنتائج محركات البحث على كلمة مفتاحية معينة و هو مجاني.
- ▶ **- أهمية تحسين محركات البحث (السيو - SEO)**
- ▶ ترويج المنتجات أو الخدمات مجانيا.
- ▶ زيادة شهرة المؤسسة.
- ▶ زيادة الزبائن المحتملين.
- ▶ زيادة عدد زوار موقع ويب المؤسسة.
- ▶ إن عملية تحسين الموقع مجانية و لكنها تستلزم توظيف تكتيكات وتقنيات تطبق على صفحات موقع إلكتروني تظهر في مقدمة نتائج البحث خاصة الصفحة الأولى.

تقنيات تحسين محركات البحث

- ▶ حسب موقع Google من بين التقنيات الممكن استخدامها
- ▶ حسن اختيار العناوين
- ▶ استخدام علامات وصفية "تعريفية": meta-tag
- ▶ تحسين بنية عناوين URL
- ▶ تحسين بنية الموقع
- ▶ تقديم محتوى وخدمات عالية الجودة
- ▶ تحسين طريقة استخدام الصور
- ▶ تحسين عرض الموقع على الجوال

إعلانات البحث (SEA Search engine) (advertising)

- ▶ تتمثل في الإعلانات المدفوعة في محركات البحث و التي تأتي على شكل روابط حيث أن الموقع الإلكتروني يدفع مبلغًا ماليًا معينًا لمحرك البحث في كل مرة ينقر فيها المستخدم على رابط الإعلان. يتحدد المبلغ في مزادات.
- ▶ من خلال إنشاء روابط دعائية ، تأمل مواقع الويب في الحصول على عائد معين من الاستثمار

مزايا SEA

- ▶ سرعة انجاز الاشهار.
- ▶ يمكن التحكم في الميزانية يدفع المعلن فقط في حالة النقرة .
- ▶ ينقر 1 من كل 3 من مستخدمي الإنترنت على الروابط الاشهارية أو التجارية . لذلك هناك جمهور مهم يمكن الوصول اليه.
- ▶ رؤية مضمونة.
- ▶ إمكانية قياس العائد على الاستثمار بدقة .
- ▶ - **كيفية عمل**
- ▶ - يخلق المعلن الاشهارات والعروض على الكلمات المفتاحية.
- ▶ - يعرض محرك البحث الاشهارات عند كتابة الكلمة المفتاحية.
- ▶ - ترتيب العرض يعتمد على مقدار المزااد، ولكن أيضا على حسب نوعية و جودة الإشهار.
- ▶ - تتم محاسبة كل نقرة على المعلن.

Display

2 الاشهارات (الإعلانات) الرقمية

- ▶ عبارة عن "أسلوب تقني إقناعي ترغيبي مقدم يقوم على أساس تصوير المنتجات بأبعاد ثلاثية وغالبا ما يستخدم هذا النوع في المنتجات الرقمية كثيفة التكنولوجيا لكنه أيضا يستخدم في الإعلان عن كافة أنواع المنتجات خصوصا تلك التي تستجيب بشكل أكبر للتقنيات المقدمة مثل: الحواسيب والكتب والإكسسوارات والأجهزة الكهربائية والالكترونية وغيرها".
- ▶ كما يعرفها (Pyo Hong, 2006) على أنها "أي شكل لمحتوى معين عبر شبكة الانترنت مدفوع الأجر من قبل جهة معلنة محددة بقصد تحقيق الأهداف التسويقية للجهة المعلنة".
- ▶ و حسب (Kanto, 2012) فهي "أي شكل من المحتوى التجاري المتوفر على شبكة الانترنت من أجل إخبار العملاء بالسلع أو الخدمات في شتى المجالات

Display

2 الاشهارات (الإعلانات) الرقمية

▶ إذا كانت هذه التعريفات عبارة عن تطبيق بسيط لتعريف الاشهارات التقليدية ، فإن الأشكال ، وطرق عملها ، وأنماط شراء مساحات الاشهار عبر الإنترنت وتنفيذ الحملات عبر الإنترنت تختلف تمامًا عن الاشهار في وسائل الإعلام الرئيسية.

Display

2 الاشهارات (الإعلانات) الرقمية

- ▶ **2 اختيار وسائل الإعلام**
- ▶ في الميدان الرقمي تختار المؤسسة بين: وسائل الإعلام المدفوعة، ووسائل الإعلام المملوكة و وسائل الإعلام المهداة.
- ▶ **- وسائل الإعلام المدفوعة**
- ▶ تقوم المؤسسة بشراء مساحات إعلانية في محركات البحث أو مواقع ويب أو في الشبكات الاجتماعية .
- ▶ **- وسائل الإعلام المملوكة**
- ▶ تقوم المؤسسة بوضع إعلاناتها في الوسائل التي تكسبها مثل موقعها الإلكتروني، صفحاتها أو قنواتها على الشبكات الاجتماعية، الخ.
- ▶ **- وسائل الإعلام المهداة**
- ▶ في هذه الحالة الجمهور هو من يقوم بعرض إعلانات المؤسسة بدون مقابل ، من خلال مدونة تتحدث عن العلامة التجارية أو عن طريق المحادثات ومشاركة المحتوى بين مستخدمي الإنترنت ، وخاصة على الشبكات الاجتماعية.

أنواع الإعلانات الإلكترونية

إعلانات Banner ▶

▶ هي عبارة عن "أشكال صورية أو نصية في أحجام مختلفة تكون عادة ساكنة أو متحركة تستخدم بشكل أساسي في إحداث تأثير مباشر على مستخدمي الانترنت

la Banniere



le Skyscraper



le Pavé



إعلانات interstitialas

▶ "تمثل إعلان عبر الانترنت و تظهر من خلالها رسالة إعلانية فاصلة بين محتوى و محتوى آخر من صفحة الانترنت".

مواقع التواصل الاجتماعي

- ▶ تعريف مواقع التواصل الاجتماعي
- ▶ تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من المفاهيم الحديثة التي ظهرت بتطور الويب 2 منذ 2005. لذلك نجد دراسات قليلة توضح هذا المفهوم و تحددته بدقة .
- ▶ يمكن ذكر بعض التعاريف:

مواقع التواصل الاجتماعي

- ▶ عرفها (2008) Boyd & ellison على أنها الخدمات القائمة على شبكة الانترنت مجانية و التي تسمح للأفراد بالتواصل مع عائلاتهم و أصدقائهم من خلال تبادل الصور و الفيديوهات و القصص الشخصية.
- ▶ أما حسب (2016) Wakefield & Wakefield فهي عبارة عن أنواع محددة من منصات الوسائط الاجتماعية و مواقع الانترنت ذات الخصائص المشتركة مثل: التعريف بالمستخدم ، وصول المستخدم إلى المحتوى الرقمي، قائمة مستخدمين بروابط علنقية، قدرة المستخدم على عرض العلاقات العلوية.
- ▶ كما عرفها (2014) Xu et al. على أنها مجموعة من التقنيات و التطبيقات المستندة إلى المتدربين و التي تهدف إلى تشجيع، انشاء، تعديل، تحديد و تبادل المحتوى الذي تم إنشاؤه بواسطة المستخدم مع إنشاء روابط جديدة بين منشئي المحتوى.
- ▶ من خلال هذه التعاريف يمكننا القول أن مواقع التواصل الاجتماعي عبارة عن مجموعة من المواقع و المنصات المبنية على تكنولوجيا الويب 2 تسمح بتكوين مجموعات افتراضية تقوم بإنشاء المحتوى (شخصي أو مهني) على شكل صور، فيديو، برمجيات، قصص، نص مكتوب، كما تسمح بخلق بيئة تفاعلية و تعاونية بين مختلف أفراد المجموعات. فهي تعتبر وسيلة اتصال فعالة.

مواقع التواصل الاجتماعي

- ▶ تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بمجموعة من الخصائص تجعلها فريدة من نوعها فهي سهلة الاستخدام، عالمية، تفاعلية، متعددة الاستعمالات، تشاركية ، كما أنها عبارة عن فضاء يسمح بالتعبير عن المواقف و الآراء حول قضايا مختلفة.

Social Media Landscape 2019



مواقع التواصل الاجتماعي

- ▶ نظرا للتطور الملحوظ و الشعبية التي نالتها عند المستخدمين أصبح استخدامها من طرف المؤسسات حتمي فسارعت في دمجها في استراتيجياتها التسويقية.
- ▶ لقد غيرت مواقع التواصل الاجتماعي طرق التواصل و بناء العلاقات مع الزبائن فهي تؤثر ايجابيا و بطريقة مباشرة على خلق الثقة بين المؤسسة و زبائنها . كما بين العديد من الباحثين قدرتها على خلق القيمة للمؤسسة و الزبائن و لكل أصحاب المصلحة . دون نسيان دورها في الترويج و الاشهار.

دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترويج المنتجات و الخدمات

- ▶ لقد أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي ثورة في الاتصال حيث أصبح الزبائن لا يثقون في الاشهارات التي تركز على الميزات الخاصة للمنتجات بل يحتاجون إلى رسائل شخصية ، ذكية ، إبداعية ، تفاعلية مبنية على العواطف .
- ▶ و بالتالي أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي جزء لا يتجزأ من الحملات التسويقية
- ▶ - يمكنها أن تعزز إلى حد كبير من سمعة المؤسسة و شعبيتها.
- ▶ - تساهم في إنشاء صورة ايجابية و شفافة للمؤسسات
- ▶ - تحقيق دعاية عالمية
- ▶ - توفر إستراتيجية تسويقية جديدة عبر الانترنت لا تهدف إلى دعم المبيعات فقط بل بناء علاقة وطيدة مع الزبائن . فلقد خلقت فرصا عظيمة للحفاظ على العلاقات مع عملاء مشغولين.
- ▶ - تساهم في الحصول على مزيد من التفاعل مع جمهورها المستهدف وتعزيز ولائهم

دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترويج المنتجات و الخدمات

- ▶ - تساهم في رفع رقم المبيعات.
- ▶ - يمكنها تغيير السلوكات و التصورات عند الضرورة و دعم العلامة التجارية .
- ▶ - العائد على الاستثمار ،
- ▶ - ارتفاع عدد زوار الموقع الإلكتروني
- ▶ - زيادة عدد الإحالات للموقع
- ▶ - إنشاء المحتوى بواسطة المستخدم
- ▶ - العلاقات العامة و حل الأزمات.
- ▶ - تحسين موقعها على محركات البحث.
- ▶ من جهة أخرى يبدو أن وسائل التواصل الاجتماعي هي وسيلة تواصل جديدة وأقل تكلفة مقارنة مع أدوات الاتصال التقليدية لأنها بسطت سلسلة القيمة وهذا بدوره يساعد المؤسسات على القيام بأنشطتها التسويقية بشكل أكثر كفاءة

الأدوات الترويجية لمواقع التواصل الاجتماعي

Les liens sponsorisés ▶

- ▶ المحتويات المنشأة من طرف المستخدمين (UGC) و الكلمة المنطوقة الالكترونية (E-WOM)
- ▶ المحتوى المرئي
- ▶ المسابقات

الإعلانات عبر الجوال

▶ في البداية كان الاتصال عبر الجوال يعتمد بشكل أساسي على إرسال أو استقبال الرسائل القصيرة SMS، ولكنه عرف تطورا هائلا خاصة بعد اكتشاف الهواتف الذكية وتطوير تطبيقات الهاتف المحمول.

الإعلانات عبر الجوال

▶ تعريف إعلانات الجوال

- ▶ التعريف الأكثر شيوعاً هو تعريف (Li (2004).
هو عبارة عن أي اتصال حول المنتجات والخدمات والأفكار المرتكزة على استخدام الأجهزة المحمولة لأغراض ترويجية.
- ▶ كما يعرفه Leppaniemi كالتالي: أي رسالة مدفوعة الأجر يتم إرسالها عبر الوسائل المحمولة مع وجود النية للتأثير على الجماهير المستهدفة و نواياهم و سلوكهم عن طريق هذه الرسالة الإعلانية.

الإعلانات عبر الجوال

- ▶ مميزات إعلانات الجوال
- ▶ إمكانية تشخيص الرسالة الإعلانية.
- ▶ التفاعلية لأنها تتيح التغذية العكسية المباشرة والفورية للمستهلكين.
- ▶ التحكم في الميزانية
- ▶ **3-4 سلبيات**
- ▶ تكنولوجيا الهاتف المحمول تتميز بنوع ما من التعقيد.
- ▶ حجم الشاشة الصغير . هو من أصعب العقبات التي يواجهها المعلنين ..
- ▶ بالإضافة إلى ذلك ، فإن الأجهزة المحمولة محدودة من حيث الطاقة والذاكرة وعمر البطارية ، مما يخلق قيودًا على كمية البيانات التي يتم إرجاعها.

التقنيات الرئيسية وتطبيقات التسويق عبر الجوال

- ▶ كل أنواع الاتصالات الرقمية التي ذكرها سابقا (اعلانات DISPLAY, التسويق عبر محركات البحث, التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي, الخ) يمكن تطبيقها على الجوال الا أنه من اللازم تكييفها حسب حجم الشاشة.
- ▶ بالإضافة الى تقنيات أخرى نذكر منها:
- ▶ الرسائل القصيرة sms ، mms.
- ▶ استخدام مواقع الويب كيفية مع الهاتف المحمول .
- ▶ تطبيقات الهاتف المحمول .
- ▶ التقنيات الرئيسية وتطبيقات التسويق المتنقلة .
- ▶ التطبيقات المتعلقة بالسيارات والأشياء المتصلة في حالات التنقل .
- ▶ تقنيات الترويج لتطبيقات الهاتف المحمول (ASO (App Store Optimization)
- ▶ تطبيقات تحديد الموقع الجغرافي في حالات التنقل

المراجع

▶ تجدون المراجع في المطبوعة