التسويق بالمحتوى - Content Marketing

مقدمة :

مجموعة من الدراسات الحديثة تقول أن 80 %من القرارات الشرائية للعميل على الانترنت تبدأ و تتأثر بالمحتوى.التسويق بالمحتوى هو استراتيجية تسويقية تركز على إنشاء ونشر وتوزيع المحتوى المفيد إلى الجمهور المستهدف عبر الإنترنت. ايضاً يُعرف التسويق بالمحتوى: وسيلة لجذب اهتمام الجمهور وتقويّة الهوية التجارية والاتصال بالجمهور المناسب، من خلال نشر محتوى جاذب والترويج له على وسائل التواصل للمُعلن.يتركز التسويق بالمحتوى على تقديم المعلومات المفيدة الذي يبحث عنها العملاء، وفي زمننا الحاضر أصبح التسويق على الانترنت وكتابة المحتوى التسويقي ضرورة لا يمكن الاستغناء عنها. لضمان وصول منتجك لجميع الفئات يقدم التسويق بالمحتوى وسيلة هامة للتعريف بأنشطتك لكسب المزيد من العملاء والزوار، وفي مقالنا اليوم سنعرض لكم الدليل المبسط للتسويق بالمحتوى.فمن منا لا يرغب أو يتسائل كيف تكتب محتوى تسويقي يجذب الكثير من الجمهور،ما فائدة التسويق بالمحتوى وما هو أشكاله وأهدافه ومبادئه وكيفية صناعة المحتوى التسويقي الناجح. هنا يجب أن ننوه على قاعدة مهمة 80/20 والتي يجب أن تُطبق ضمن استراتيجات التسويق عبر المحتوى أي أنه 80% من محتوى موقعك يجب أن يكون مفيد للزائر ويعالج له مشاكله بشكل مجاني. و 20% المحتوى ترويجي موجه نحو شراء خدمة أو منتج ما.

جدول المحتويات :

1. **ما هو التسويق بالمحتوى ؟**
2. **فوائد التسويق بالمحتوى**
3. **ما هي أنواع التسويق بالمحتوى؟**
4. **ماهي أفضل الممارسات عند وضع استراتيجية الوصول الى الجمهور؟**
5. **خصائص التسويق بالمحتوى الناجح**
6. **انواع التسويق بالمحتوى**
7. **طرق اختيار المحتوى المناسب**
8. **أهمية التسويق بالمحتوى في 2021**

ما هو التسويق بالمحتوى ؟

يعد شكل من أشكال التسويق يركز على إنشاء ونشر وتوزيع المحتوى لجمهور مستهدف عبر الإنترنت. غالبًا ما تستخدمه الشركات من أجل تحقيق الأهداف التالية: جذب الانتباه وتوليد العملاء المحتملين، وتوسيع قاعدة عملائهم، وإنشاء أو زيادة المبيعات عبر الإنترنت، وزيادة الوعي بالعلامة التجارية أو المصداقية، وإشراك مجتمع المستخدمين عبر الإنترنت. يجذب تسويق المحتوى عملاء جدد من خلال إنشاء محتوى مجاني قيم ومشاركته. يساعد الشركات على إنشاء ولاء مستدام للعلامة التجارية، ويوفر معلومات قيمة للمستهلكين، ويخلق استعدادًا لشراء المنتجات من الشركة في. المستقبل

يبدأ تسويق المحتوى بتحديد احتياجات العميل. بعد ذلك يمكن تقديم المعلومات في مجموعة متنوعة من التنسيقات، بما في ذلك الأخبار والفيديو والأوراق البيضاء والكتب الإلكترونية والرسوم البيانية والنشرات الإخبارية عبر البريد الإلكتروني ودراسات الحالة والبودكاست والأدلة الإرشادية ومقالات الأسئلة والأجوبة والصور والمدونات وما إلى ذلك يتطلب تسويق المحتوى التسليم المستمر لكميات كبيرة من المحتوى، ويفضل أن يكون ذلك ضمن استراتيجية تسويق المحتوى.

موقع معهد التسويق بالمحتوى المتخصص في أمور التسويق بالمحتوى يعرفه بما يلي:

” التسويق بالمحتوى، هو نهج تسويقي استراتيجي يتم بالتركيز على إنشاء وتوزيع محتوى قيم، ذي صلة، وبانتظام لجذب جمهور محدد والاحتفاظ به – ودفع العملاء إلى القيام بإجراءات مربحة في نهاية المطاف. “

هابسبوت أيضا بدورهم قاموا بتعريف التسويق بالمحتوى بما يلي:

“التسويق بالمحتوى هو عملية تخطيط المحتوى وإنشائه وتوزيعه ومشاركته ونشره للوصول إلى جمهورك المستهدف. كمشروع تجاري، يمكن أن تساعدك هذه الاستراتيجية على تحسين الوعي بالعلامة التجارية، وزيادة المبيعات، والتواصل مع مكونات الجمهور المستهدف، وحث العملاء والعملاء المحتملين على التفاعل. “

تختلف تعاريف خبراء المجال لعبارة التسويق بالمحتوى، ولكن المعنى واضح ويمكن استنتاجه في هذه العبارة:

” تقديم الفائدة قبل البحث عن الاستفادة “

فعندما تقوم شركة معينة بإنتاج وتوفير محتوى تعليمي أو ترفيهي للعميل المحتمل بالمجان، فإنها أولا تحقق قاعدة تقديم الفائدة قبل الاستفادة. مما يسهل على المستفيد اتخاذ قرار الشراء دون تردد بسبب الثقة المبنية بين الطرفين. وأيضا تميز نفسها (أي الشركة) عن باقي المنافسين الذين لا يقومون بأي شيء غير البيع

فوائد التسويق بالمحتوى

هنالك خمسة فوئد رئيسية للتسويق عبر المحتوى:

1. **تحسين ظهور موقعك و تصدر نتائج البحث في جميع المحركات وأشهرها Google بشكل غير مدفوع بعيداً عن الاعلانات الممولة.**
2. **زيادة الثقة و زيادة وعي الجمهور المستهدف بشركتك, نشر علامتك التجارية والترويج لها. وأيضاً وزيادة معرفته بمنتجات وخدمات الشركة.**
3. **زيادة عدد زوار وجذب المزيد من الجمهور الى موقعك الالكتروني وبالتالي تحويل الزوار الى عملاء و زيادة طلبات الشراء على منتجاتك.**
4. **دعم قنوات التسويق الالكتروني المختلفة, يعتبر التسويق بالمحتوى القاعدة الأساسية التي ينطلق منه التسويق عبر الوسائل الاخرى,**
5. **كالشبكات الاجتماعية حيث يمد منشوراتك بالفائدة. ويجعل من منشوراتك اكثر تفاعلاً مع العملاء لمعرفة النواقص.**
6. **الحفاظ على العمالاء الحاليين هي نقطة مهمة يغفل عنهـا البعض.**

وبشكل عام عند إنشاء أية خطة للتسويق بالمحتوى يجب مراعاة:

- **معرفة الجمهور المستهدف، والتركيز على مشاكل العملاء والتحديات التي**

تواجههم.
- إجابة أسئلة الجمهور.
- تقديم قيمة مميزة ومفيدة.
- إثارة حماس الجمهور لمعرفة المزيد.

ومن هذا المنطلق يجب معرفة خطوات تصنيف الجمهور والتي تتركز على:

- معرفة الجمهور أولاً (هل هم فئة الشباب - السيدات - اليافعين.... وهكذا).
- تقسيم الجمهور الى مجموعات.
- إنشاء محتوى يستهدف كل مجموعة على حدى.
- هنالك خطوات أيضاً مهمة عند انشاء أي حمل تسويقة

ماهي أفضل الممارسات عند وضع استراتيجية الوصول الى الجمهور؟

- تخصيص وقت للتعرف على الجمهور
- رصد الحسابات التي يتابعونها على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة اهتماماتهم.
- استخدام تنسيقات وأنواع مختلفة من المحتوى سواء المرئية، المسموعة أو الكتابية.
- اختيار المنصات المناسبة لنشر المحتوى والحرص على التواصل مباشرة مع الجمهور.
- تجنب الصيغات الرسمية واستبدالها بأسلوب التواصل الطبيعي.
- التأكد من أن المحتوى ممتع ومفيد ومثير للأهتمام.
- استخدام عناوين وصور جذابة ومحتوى مفيد وسهل لجذب الجمهور.

خصائص المحتوى التسويقي الجيد

1. في متناول الجميع وذو قيمة

تأكد قبل نشر المحتوى أنه سهل الفهم وفي متناول جمهورك المستهدف، باستخدام المصطلحات التي تتناسب مع مستواهم العلمي أو المجتمعي. يجب أن يحمل المحتوى قيمة لحياة العملاء، يسعى إلى تثقيفهم وإيجاد الحلول لمشاكلهم، وتغيير حياتهم على نحو أفضل.

2. أن يكون قابل للمشاركة

قبل صناعة أي محتوى يجب أن تسأل نفسك هل هذا المحتوى قابل للمشاركة، هل

سيتفاعل معه الجمهور، إذا أضفت سؤالا أو استطلاعا هل سيتجاوبون معه؟ التفاعل يخلق علاقة وطيدة بينك وبين جمهورك وكلما كان المحتوى في متناول الجمهور كان الجمهور أكثر استعدادًا للتفاعل معه. تأكد أيضا أنه مناسب ليتداوله المتابعون ويتشاركونه مع أصدقائهم، تأكد من تضمين خيار "المشاركة" على المدونة وعلى باقي المنصات الأخرى.

3. يجب أن يكون ذو صلة بمنتجاتك

من المناسب جدا أن يكون المحتوى الذي تنشره ذو علاقة بما تقدمه من خدمات أو منتجات، لأنه سيساعدك على إظهار مدى خبرتك في مجالك، إذا كنت مثلًا تبيع منتجات للأمهات فيفترض بالمحتوى الذي تنشره أن يتضمن نصائح ومعلومات عن الأمومة والطفولة. يشجعهم على اتخاذ قرار بشأن المنتج. فالغرض من المحتوى في النهاية أن يستفيد الجمهور وأن يتخذ قرارا بخصوص ما تعرضه عليه من خدمة أو منتج، وأن يتجاوز استهلاك المحتوى فقط بأن يتحول من زائر إلى عميل.

4. اجعل التسويق بالمحتوى فريدًا

بالرغم من أن المسوقين يتطرقون للأفكار ذاتها كثيرًا أو يحاولون حل مشاكل العملاء ذاتها إلا أنهم يحاولون ابتكار طرق أخرى تختلف عن البقية. يجب أن يكون المحتوى الذي تقدمه فريدا ويميّزك عن بقية منافسيك، المحتوى الفريد يُظهر مدى تفرّد شركتك أو منتجاتك أو خدماتك. لا ينبغي أن يروج المحتوى بشكل علني أو مباشر إلى خدماتك أو منتجاتك، تذكر أن المحتوى مصمم خصيصا ليفيد العميل وليس ليبيعه شيئا بشكل مباشر.

5. في الوقت المناسب

يستخدم الكثير من المسوقين محتوى دائم الخضرة (Evergreen Content)، ولكن بعض المحتوى يصلح في وقت ولا يصلح في وقت، أو في موسم ولا يصلح في موسم آخر، يمكن أن تكتب مقالًا عن مخاطر القيادة في الثلوج، وسيكون نشره في فصل الشتاء في الأيام التي يتساقط فيها الثلج، منطقيا أكثر من نشر المقال في الصيف.

6. أن يكون عالي الجودة ويلفت الانتباه

تقديم محتوى جذاب وعالي الجودة يُظهر مدى اهتمامك وخبرتك وكفاءتك في مجال العمل، ويزيد ثقة العملاء والمستثمرين بك. من الميزات الأهم في المحتوى الجيد أن يتمكن من لفت انتباه الجمهور للتوقف طويلًا عنده، خصوصًا في

عصر تدفق المعلومات والصور والمحتوى بكل أنواعه

ما هي أنواع التسويق بالمحتوى؟

يتفرع التسويق بالمحتوى إلى أنواع كثيرة ومتنوعة، ولن أسعى إلى تحديدها كلها هنا لأن ذلك قد يكون غير ممكن. فأنواع التسويق بالمحتوى أو الأنشطة المكونة له غير محدودة. بل، يمكنك ابتكار نوع جديد طالما استطعت تحقيق النتائج الجيدة من خلاله وطالما أنه نشاط يتم بالاعتماد على نوع من أنواع المحتوى والتي بدورها نجدها متعددة ومتنوعة.

هذه بعض الأمثلة الشائعة للأنشطة التي تندرج تحت مظلة التسويق بالمحتوى:

- **التسويق عبر الشبكات الاجتماعية**
- **التدوينات**
- **نشرات و حملات البريد الإلكتروني**
- **الفيديو**
- **المقالات التعليمية**
- **البودكاست**
- **إنفوجرافيك**
- **تقارير ودراسات الحالات**

هنالك من يعتبر الاعلانات المدفوعة بمختلف أنواعها تسويقا بالمحتوى، وهذا أمر صحيح إلى حد ما. لأن تلك الإعلانات غالبا ما تحتوي على محتوى مكتوب، مرئي أو مسموع. وعلى هذا الأساس يمكن اعتبارها أيضا نوعا من أنواع التسويق بالمحتوى.

توجد أيضا أنواع التسويق بالمحتوى التقليدية. مثل المجلات، والملصقات الارشادية، والإعلانات التجارية التقليدية. وإلى حد ما يمكن اعتبار أي نشاط ذو هدف تسويقي يتم بالاعتماد على شكل من أشكال المحتوى تسويق بالمحتوى.

بتحديد الأهداف المناسبة، ووضع الاستراتيجية الواضحة يمكن لأي شركة البدء في اعتماد التسويق بالمحتوى. بعدها يبقى الأمر راجعا إلى جودة المحتوى وكيفية التنفيذ لتحقيق الأهداف التسويقية المختلفة. ولا ننسى أهمية تتبع وقياس نتائج حملات التسويق بالمحتوى للتأكد من مدى فعاليتها وتصنيف أكثرها أداء وتلك التي تتطلب المزيد من التحسين.

أهمية التسويق بالمحتوى في 2021

- **القيام بنشر الوعي بالعلامة التجارية**
- **تحقيق المبيعات**
- **الحفاظ على العملاء الحاليين**
- **المساعدة في مجهودات تحسين محركات البحث (SEO)**

- التفرد بقوة عن المنافسين
- زيادة ثقة الجمهور
- إظهار هوية العلامة التجارية وخلق شخصية لها

وفي النهاية نجد أنَّ أهم عوامل نجاح أسلوب التسويق بالمحتوى هي:

- **التركيز على تلبية احتياجات جمهورك.**
- **انشاء محتوى يحاكي اهتماماتهم ويحثّهم على الرجوع الى موقعك.**
- **الحفاظ على نشاط المدونة الخاصة بك أو موقعك الالكتروني من خلال ضخ مقالات أو منتجات جديدة بشكل متواص**

إذا كنت ترغب في الاستعانة بأي من شركات التسويق الإلكتروني و إعلانات سوشيال ميديا المحترفة يمكنك التواصل مع فريق بصمة محارف حيث نقدم لكم مجموعة من المتخصصين في خدمات تصميم المواقع الإحترافية وخدمات السوشيال ميديا والسيو، و العديد من خدمات التسويق الرقمي المتنوعة. سارع بالتواصل معنا عبر منصاتنا الرقمية المختلفة، أو قم بزيارة موقع بصمة محارف الرسمي على الإنترنت.

مقالات قد يهمك الاطلاع عليها عبر مدونتنا :

مجموعة خطوات تسويقية ضرورية لأصحاب المشاريع

تطوير تطبيقات الهاتف الذكي | Flutter

تصميم مواقع الانترنت | websites

تطبيقات الويب أو الـ web application

الفرق بين تطبيق ويب وموقع الويب مقارنة وأبرز الاختلافات

الفرق بين تطبيقات الويب ومواقع الويب

© 2021 Digitsmark. All Rights Reserved.