

أهمية الفويس أوفر في التسويق بمشروعك

المقدمة:

يعد التسويق أحد الوسائل الأساسيّة المتّبعة في تحقيق أهداف المنظمات والمساهمة في زيادة نسبة المبيعات الخاصة بها ممّا يؤدي في نهاية المطاف إلى مضاعفة الربح، الأمر الذي ينعكس بشكلٍ مباشر على الحوافز والعمولات التي يمكن أن تُقدم للأفراد العاملين في تلك الجهات، ونقصد بذلك أن تلك الأمور جميعها ترتبط مع بعضها البعض بعلاقات مختلفة متأثرةً بمدى نجاح أنشطة التسويق، إلا أنَّ التسويق بشكلٍ عام قد تمسه بعض التغيّرات والتأثيرات التي يعود السبب فيها إلى مجموعة عوامل تقوم بدور كبير في اتخاذ معظم القرارات التسويقيّة.

تطورت التقنيات والأساليب التسويقية خلال العقود الماضية، وظهرت تقنيات جديدة تستطيع الشركات استخدامها في الترويج لنفسها بنجاح من أهمها خدمات التعليق الصوتي. نحن نسمع أنواعًا مختلفة من التعليق الصوتي يوميًا بداية من الراديو حتى حلقات البودكاست.

لذلك يبدو الوقت مناسبًا الآن لاستخدام خدمات التعليق الصوتي في التواصل مع العملاء بطريقة جديدة مقنعة واحترافية، مهما كان نشاطك التجاري صغيرا أو كبيرا. في هذا المقال سنلقي نظرة على بعض الطرق التي يُمكنك من خلالها توظيف التعليق الصوتي لمنح شركتك مزايا تنافسية احترافية.

جدول المحتويات:

1.ما هو الفويس أوفر وماهي متطلباته؟

2.أهمية الفويس أوفر في التسويق الالكتروني

3.ما هي الطرق الأكثر استخداما في الفويس الأوفر.

4.الفويس أوفر ودوره في العملية التسويقية.

1.ما هو الفويس أوفر وماهي متطلباته؟

الفويس أوفر أو ما يعرف بالتعليق الصوتي هو مصطلح يُطلق على من يقوم بالتعليق الصوتي من خلال قراءة المقالات أو التقارير الصحفية والكتابات الصوتية، وأيضاً التسويق للمنتجات والعلامات التجارية، كما يتضمن هذا المجال الأصوات في ألعاب الفيديو والرسوم المتحركة والفيديوهات التعليمية، و يشمل التعبير من خلال ردود الأفعال الصوتية و إعطاء انطباعات معينة من خلال الصوت.

كما يتفرع هذا المجال إلى أشكال عديدة ومتنوعة كالتعليق الصوتي في البث المباشر أو الراديو أو حتى في مجال الرياضة كالتعليق الصوتي في المباريات والأحداث الرياضية.

أما عن متطلبات الفويس أوفر فهي:

1.تعلم وتابع مدرب صوتي محترف.

الموضوع ليس بالأمر السهل وبالتأكيد يحتاج إلى تدريب وممارسة، لذلك استعن بمدرب صوتي ليعلمك كيف تصبح فويس اوفر محترف ولكي يطلعك على خبايا العمل وكيفية التحكم بالصوت والتنفس أثناء التسجيل، إضافة إلى كثير من الأمور التي لن تتعلمها بمفردك.

2.قم بالاستماع إلى نماذج صوتية لأشخاص محترفين في هذا المجال.

حاول أن تكثر من مشاهدتك للإعلانات و استماعك للراديو والأفلام الوثائقية التي يؤديها محترفين، أو بإمكانك الاستعانة بنماذج كبيرة ومكتبات ضخمة من التعليق الصوتي على يوتيوب لأن ذلك سيقوم بتطوير مهارتك في الفويس اوفر وسيكون بمثابة تدريب وتطور كبير في مشوارك في هذا المجال.

3.تدرب ثم تدرب ثم تدرب!

حاول دائما أن تقوم بالتسجيل لنفسك والاستماع لما قمت به وتصحيح الأخطاء وتقييم أدائك، كما بإمكانك أن تقوم بعرض تسجيلاتك على أحد المحترفين ليقوم بسماعها وتقييم مدى جودتها، وتذكر أن التدريب المكثف من شأنه أن يقوم بتطويرك و جعلك محترفاً ومن ثم سيكون لك صوتاً احترافياً ذو جماهيرية عالية في التعليق الصوتي.

4.ابدأ بعمل من أجل الخبرة وليس المال!

ابحث عن عمل لتضع نفسك في أجواء التعليق الصوتي ودعك من الأجر في البداية، فمن المؤكد أنه مع تطورك واحترافك، المال سيأتي لا محالة، لكن دائما ما يكون التدريب مختلف كلياً عن سوق العمل الفعلي، لذلك عليك البحث عن فرصة عمل والتعلم منها لتكون الخطوة الأولى في مشوارك.

أخيراً، كيف تصبح فويس اوفر وتتقدم على من هم في نفس المجال يحتاج إلى أن تكون صبوراً وتبقى دائماً في عملية تدريب وتطوير لقدراتك الصوتية، إضافةً إلى ألا تمل وتيأس في بداية الطريق بسبب محاولات فاشلة ربما تبدأ بها رحلتك.

وحاول دائماً أن تبحث في هذا المجال عن طريق جوجل أو فيديوهات على يوتيوب كي تزيد من خبرتك ومعرفتك في التعليق الصوتي، ولا تقلل أبداً من شأن هذا العمل، لأن له مستقبل كبير وما زال يتوسع وينتشر في مختلف المجالات حول العالم.



2.أهمية الفويس أوفر في التسويق الالكتروني:

اتجهت شركات اليوم إلى بدائل تسويقية غير ورقية مثل الوسائط والنصوص والمحتوى التسويقي عبر الإنترنت. فهي تقوم بإنتاج فيديوهات توضيحية عبر الإنترنت، وتُعد مقاطع الفيديو طريقة ممتازة للشركات لتقديم علاماتها التجارية وخدماتها. وللحصول على أعلى فائدة من الفيديو التوضيحي يجب عليك اختيار معلق صوتي محترف يقوم بخدمة التعليق الصوتي Voice over لكي تحقق أهدافك التسويقية من إنتاج الفيديو التسويقي, قد يهمك الاطلاع على تصوير المنتجات (عمل يحقق لك الثراء).

في استراتيجيتك التسويقية، يلعب الصوت دورًا كبيرًا. سواء كان ذلك لجذب الانتباه أو لجعل العميل يشعر بالاتصال بمنتجك أو خدمتك. الصوت الرائع هو مفتاح لإضفاء الحيوية على الإعلان التجاري أو الفيديو لأنه يتصل بالعميل عاطفياً.

أصبح التعليق الصوتي Voice over عنصراً اساسياً وهاماً ليس فقط في انتاج الفيديوهات التوضيحية التسويقية، بل في جميع الاعمال الدرامية والإعلامية سواء الاذاعية أو التلفزيونية أو

الاعلانية، وعندما نتحدث عن التعليق الصوتي لا نعني فقط مجرد قراءه صوتية للنص، بل انه يهب الحياة للنص المكتوب ويعمل على توضيح وإبراز تفاصيل قد تخفي عن المستمع أو المشاهد.

وتوضح لك شركة WeOryx أهمية الصوت الاحترافي في عمل الفيديو التسويقي:

1. – يمكن فقط للموهبة الصوتية الاحترافية أن تجعلك تشعر بالسعادة والإثارة عبر الفيديو التوضيحي. ويعمل التعليق الصوتي Voice over علي جعل الفيديو الخاص بك شيق ومتجاوب مع العملاء ويضيف لمسة إنسانية إليه.
2. – من أهم الأسباب التي تجعلك تعتمد على معلق صوتي محترف، هو أن الأصوات المملة والرتيبة لا يمكنها أن تقدم العلامة التجارية بالطريقة الصحيحة، بل ايضاً تحدث تأثير عكسي من الفيديو، لذلك تعتمد شركة WeOryx على معلقين صوتيين يجيدون لهجات مختلفة بشكل احترافي يجعل من الفيديو الخاص بك أكثر قربا لعملائك المستهدفين.
3. -فيديو الموشن جرافيك الخاص بك هو أداة التسويق التي تمثل شركتك في كل مكان عبر الإنترنت، لذلك لا يمكن التغاضي عن الرسوم المتحركة عالية الجودة وبالمثل أيضا جودة الصوت.
4. -من خلال استخدام نفس الصوت الاحترافي في عمل مقاطع الفيديو الخاصة بك، فهذا يجعل عملائك يتعرفون على الصوت، وبالتالي يتعرفون على علامتك التجارية على الفور، وهذا في حد ذاته سيساعد على زيادة المبيعات.



3.ما هي الطرق الأكثر استخداما في الفويس الأوفر.

1. أنشئ إعلانًا ترويجيًا:

تُشير الإحصائيات إلى أن وجود مقطع فيديو في الرسائل البريدية التي تُرسل إلى العملاء يؤدي إلى زيادة معدل قراءتها بنسبة 19%، وما من شك أن الفيديو أصبح أداة تسويقية قوية. وبقدر أهمية المحتوى البصري للفيديو في جذب انتباه المشاهدين تزداد أهمية جودة التعليق الصوتي المصاحب له، والقوة والفعالية التي يضفيها الصوت على النص, قد يهمك الاطلاع على أهم ثلاث مهارات أساسية لتعلم فنون المونتاج.

هذا التأثير الذي لا يستطيع تقديمه إلا معلق صوتي محترف يعرف متى يستخدم معدل بطيء في التعليق؛ لنقل المشاعر الدافئة أو لمناقشة الموضوعات المعقدة، ومتى يستخدم وتيرة سريعة لمنح شعورٍ بالحماسة والإلحاح أو لمخاطبة الجمهور الأصغر سنًا.

2. أطلق الصوت الداخلي لمشروعك:

يشير الصوت الداخلي إلى مقاطع الفيديو التوضيحية التي تنشرها على موقع الويب الخاص بك، لتنقل لعملائك الرسالة المطلوبة بشكل حيوي وجذاب، وتوفّر عليهم قراءة الفقرات النصية الجافة. مّا يعرفهم على منتجاتك وخدماتك أكثر. يمثل الصوت الداخلي لعلامتك التجارية مستوىً مختلفًا قليلاً عن الفيديو الترويجي الذي أشرنا له في الطريقة السابقة.

3. أضف رسالة رد آلي:

قد يضطر العميل إلى الانتظار قليلاً عندما يتصل بنشاطك التجاري على الهاتف للمرة الأولي، وستكون رسالة الرد الآلي التي يسمعها هي واحدة من أولى انطباعاته عن مشروعك. في هذه الثواني القليلة أنت بحاجة إلى صوت يشجعه على البقاء على الخط، وفرصة لإيصال رسالة تسويقية ذاتِ جودة عالية، تتوافق مع قيم علامتك التجارية والمشاعر التي تريد إيصالها للجمهور. تُناسب رسالة الرد الآلي الاحترافية القوية كل مجالات الأنشطة التجارية.

4. سجل إعلانًا صوتيًا:

يتميز الإعلان الصوتي بكونه خيارًا أقل تكلفة من الإعلان المصور ما يجعله أداة اقتصادية في متناول المشروعات الصغيرة، وتستطيع إذاعته في حلقات البودكاست التي يتابعها جمهورك في محطات الراديو المحلية لينشر الوعي بعلامتك التجارية على نطاق أوسع.

5.استخدم التعليق الصوتي لتمييز البودكاست:

هل تملك مدونة صوتية وتبث حلقات بودكاست بانتظام خاصة بعملك؟ ستُضيف خدمة التعليق الصوتي بُعدا آخر لحلقاتك عبر مقدمة (Intro) ملفتة تجذب آذان الجمهور وخاتمة (Outro) تُوحي بتأثير يعلق بذاكرتهم. تصقل المقدمة والخاتمة من محتوى البودكاست عبر طبقة احترافية أكثر حيوية، ولن ترهق كاهل ميزانيتك بسبب تكلفتها البسيطة.

تتضمن المقدمة بعض العناصر الأساسية التي تحتاجها كل حلقة مثل: اسم البرنامج وعنوان الحلقة واسم مقدم البودكاست. أما الخاتمة فتتضمن بشكل أساسي شكر المستمعين على متابعة الحلقة بالإضافة إلى دعوتهم إلى اتخاذ إجراء مثل إضافة تقييم وترك تعليقا عن الحلقة، أو شراء المنتجات أو تسجيل الاشتراك في الموقع، وقد تتضمن أيضا تذكيرا للمستمعين بموعد بث الحلقة القادمة.



4.الفويس أوفر ودوره في العملية التسويقية:

يُعد التعليق الصوتي أحد فنون الإعلام التي يرغب عدد من الناس في تعلمه وإتقانه، كما يجيده البعض ويُعد وظيفته الأساسية، فينقلك المعلق الصوتي إلى عالم من خيال المُستمِع المستند على مشاعر ينقلها المعلق عبر صوته، فتجده أصعب من التمثيل بالمسرح والسينما لأنه تمثيل معتمد على الصوت ونطق الكلمات فقط، ولكن هناك بعض النصائح التي بعلمك إياها، تستطيع البدء في تعلم التسجيل الصوتي بجودة عالية "voice over"، دون افتعال وبصدق حقيقي تنقله عبر صوتك, قد يهمك الاطلاع على ما هو الانفوجرافيك وكيفية تصميم الانفوجرافيك بشكل احترافي.

إن أبرز العوامل التي تؤثر على نجاح العملية التسويقية هي:

أولًا: العوامل الداخلية Internal Factors

يُقصد بالعوامل الداخليّة ما يؤثر على التسويق داخل المنظمات أو الشركات نفسها، فمثلًا قد يُقرّ القسم الماليّ أنَّ حجم الميزانيّة المخصصة للتسويق لا تسمح بالقيام بحملة ما أو إعلان محدد، الأمر الذي يجعل من الصعب الوصول إلى الفئة المستهدفة، أو قد يتعلّق الأمر بقسم الإنتاج وقدرات الفريق على إنتاج السلع وتجهيزها، ومن الممكن أن تؤثر المدخلات والمكونات الأساسيّة وتوفرها أيضًا على خطط التسويق واستراتيجيّاته.

ثانيًا: العوامل الديموغرافية Demographic Factors

يشير مفهوم العوامل الديموغرافيّة إلى هيكل السكّان، وتقسيم الأفراد حسب الجنس أو الفئات العمريّة والوضع الماديّ وما إلى ذلك، وللقيام بالتسويق بالشكل الصحيح فإنَّه يتوجب دراسة هذه العوامل لأهميّتها الحيويّة ومساهمتها في مساعدة المسوقين على فهم سلوك المستهلك، فمثلًا تعد الفئات العمريّة كفيلةً في تحديد قدرة العميل على تحمّل مسؤوليّة الإنفاق والقيام بعمليات الشراء، أو حجم النمو السكانيّ الذي من شأنه أن يحدد وجهة التسويق والأولويات في عرض المنتجات، هذا وتعد المعلومات المرتبطة بالعوامل الديموغرافيّة مهمةً في تجزئة السوق.

ثالثًا: العوامل البيئية والاجتماعية Environmental and Social Factors

ترتبط أنشطة التسويق بالعوامل البيئيّة بناءً على رغبة المجتمع وتطلّعات أفراده، فلا تكتفي الشركات في تلبية رغبات المستهلك فحسب وإنَّما النظر لهذه العوامل باعتبارها جزءًا من المجتمع يقع على عاتقها الالتزام بالمسؤوليّة الاجتماعيّة وامتلاك الوعي المجتمعيّ اللازم لكسب حب وثقة العملاء، وعليه يترتب على ذلك قيام قسم التسويق بمراعاة هذه الأمور والتأكد من أنَّ ما يقّدمه من أنشطة لا تضرّ بالمصالح البيئيّة ولا تعمل على زيادة مشكلة التلوّث من خلال استخدام المنتجات الصديقة للبيئة وزيادة الوعي لدى الناس؛ وذلك في سبيل الحفاظ على التوازن البيئيّ وحياة الكائنات الحية جميعها.

رابعًا: العوامل الثقافية Culture Factors

تؤثر الاختلافات الثقافيّة على أنشطة التسويق، بحيث يتوجب مراعاة العادات والتقاليد لكل بلد أو دولة سيتم الترويج أو الإعلان فيها، الأمر الذي يتطلب دراسة ثقافات الشعوب التي تضم الفئات المستهدفة من عمليات التسويق، فمثلًا بعض الدول كالهند لا يأكلون لحوم الأبقار، الأمر الذي سيجعل الشركات المتخصصة بإنتاج لحوم الأبقار أن تبتعد عن تسويق هذه المنتجات لهذا الشعب، وبالتالي ليس سلوكًا ملائمًا التسويق لأنشطة هذا النوع من الشركات في مكان مماثل.

خامسًا: العوامل الاقتصادية Economic Factors

يمكن للاقتصاد التأثير على عمليات التسويق وقراراته، فالوضع الاقتصادي يرتبط بالكثير من الأمور التي تنعكس عليها، فمثلًا إن كان الوضع الاقتصادي في تدهور وأثر ذلك في مستويات دخل الأفراد فإنه سيؤثر بطبيعة الحال سيؤثر على إنفاق الأفراد في المجتمع الأمر الذي سيؤثر على مبيعات الشركات، مما يعني أن عملية تسويق المنتج قد لا تلقى الرد المتوقع أو التفاعل المطلوب معها نظرًا لركود الاقتصاد، مما يدفع الشركات إلى الأخذ بعين الاعتبار هذه الأمور في سياسات تسعير المنتجات والعروض التي من الممكن أن تقدمها.

الخاتمة:

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 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:

إنشاء وإدارة حملات التسويق الالكتروني.

بناء استراتيجيات التسويق الرقمي.

التسويق الإلكتروني - الدليل الشامل.

الدليل المبسط عن مفهوم التسويق بالمحتوى - Content Marketing

مجموعة خطوات تسويقية ضرورية لأصحاب المشاريع.

© 2021 Digitsmark. All Rights Reserved.