

أهم الأساليب والطرق المتبعة في التسويق عبر المؤثرين.

المقدمة:

تتطور الطريقة التي يستهلك بها الناس المحتوى. ومن أجل جذب انتباه الجماهير الذين يقضون يحدقون في هواتفهم وقتا أطول مما يحدقون في شاشات التلفزيون، يجب على الشركات والعلامات التجارية أن تغير نهجها في التسويق نحو الترويج عبر المؤثرين والذي يعزز ذلك قدرة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي على عرض منتجات وخدمات العلامات التجارية وايصالها إلى الآلاف أو حتى الملايين، ولهذا يعد التسويق عبر المؤثرين واحدًا من أكثر الطرق فعالية التي يمكن للشركات استخدامها لاستهداف جمهور نشط وزيادة الوعي بالعلامة التجارية.

يعد المؤثرون طريقة رائعة لبناء الثقة بين العلامات التجارية والعملاء. إنهم بطبيعة الحال منشئو محتوى ورواة قصص جيدون يتفاعل معهم الأشخاص. بالإضافة إلى ذلك، لديهم تقنيات متعددة لزيادة المبيعات وحركة المرور للعلامات التجارية.

جدول المحتويات:

1. من هم المؤثرون وكيف يتم التسويق عن طريقهم؟
2. ما هو دور المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي.
3. ما هي أساليب التسويق عبر المؤثرين.
4. أهمية وفوائد التسويق عبر المؤثرين.

1.من هم المؤثرون وكيف يتم التسويق عن طريقهم؟

مع استمرار انخفاض نسبة المشاهدة على التلفزيون، أصبحت اعلانات الشركات التلفزيونية أقل فعالية، وعليهِ، فإن المسوقين المبدعين ووكالات الإعلانات ووكالات العلاقات العامة الذين يحاولون جذب انتباه الجمهور عبر الإنترنت يطرحون نفس السؤال: "ما هو التسويق عبر المؤثرين؟" وعلى الرغم من أن التسويق مع أهم المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي قد يبدو كاستراتيجية غير مباشرة للوصول إلى العملاء الجدد والحاليين، إلا أن العلاقات بين مؤثري اليوتيوب وإنستغرام وفيسبوك وتويتر والمدونين مع أتباعهم تضمن أن الجمهور لن يقوم فقط برؤية منتج أو خدمة العلامة التجارية ولكنهم سيكونون مدفوعين للتفاعل والشراء بناءً على توصيات المؤثر (المشاركة والإعجاب والمتابعات والتحويلات).

والسؤال هنا أن من هم مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي ولماذا هم هم مهمون؟

- المؤثرين هم مجموعة من المبدعين في التواصل مع جماهير غفيرة من اتباعهم على مواقع التواصل الاجتماعي كفيسبوك أو انستغرام أو يوتيوب.
- يمكن للمؤثرين أن يصبحوا مدافعين أقوياء عن العلامات التجارية في أثناء عملية بناء الوعي بها وتقديم منتجاتها أو ربط خدماتها مع جمهورهم المناسب. في عالم حيث صارت التوصيات والاقتراحات تنتشر بسرعة بين الناس على مواقع التوصل الاجتماعي.
- فإن هؤلاء الأكثر شعبية على مواقع التواصل الاجتماعي صارت آراؤهم قيمة للغاية.

كيف يتم التسويق عن طريقهم؟

1. المؤثر هو فرد ذو وصول اجتماعي كبير ولديه القدرة على "التأثير" على القرارات التي يتخذها جمهوره.
2. المؤثر لديه الجمهور الخاص الذي يتابعه عبر قنوات التواصل الاجتماعي.
3. يمكن للمؤثر أن يصبحوا من المدافعين عن العلامات التجارية في أثناء الترويج للعلامات التجارية وتقديم منتج أو خدمة ذي صلة بجمهوره.
4. وأصبح لآن لدى المؤثرين قوة مماثلة إذا لم تكن أكبر بكثير من معظم المشاهير.



2.ما هو دور المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي:

الهدف من كل حملة تسويقية هو عائد الاستثمار. يمكن أن تساعد حملات تسويق مؤثرين التواصل الاجتماعي أو السوشيال ميديا في تحقيق أهداف تجارية متعددة: الوصول إلى الجمهور المستهدف، أو زيادة الوعي بالعلامة التجارية، أو زيادة المبيعات, قد يهمك الاطلاع على أهم ص أشياء مختلفة فيما بين التسويق والمبيعات.

نظرًا للقصص الشخصية والعاطفية التي يشاركها المؤثرون مع جمهورهم، فقد بنوا علاقة قوية بهم. المؤثرون على منصات التواصل الاجتماعي لا يخبرون الناس فقط بما يشترونه ولكن الأهم من ذلك كيف يعيشون. يتأثر الناس بنمط حياة أنواع مختلفة من المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي.

إن من الطرق الشائعة التي يستخدمها مؤثرين التواصل الاجتماعي هي:

- الهدايا: ترسل العلامات التجارية منتجات للمؤثرين وتنظم مسابقة مع متابعيها. هذا يؤدي لزيادة انتشار العلامة التجارية والمنتجات.
- المنشورات الإعلانية: يقوم مؤثرين التواصل الاجتماعي أو السوشيال ميديا بالترويج للمنتجات والخدمات من خلال المنشورات الإعلانية.
- محتوى الفيديو: يستخدم المؤثرون محتوى فيديو حواري يجذب متابعيهم.



3.ما هي أساليب التسويق عبر المؤثرين:

يعد النشاط المباشر في التسويق بالمؤثرين هو الترويج والإعلان عن المنتجات، من خلال كتابة الإعلانات البيعية لها. لكن مع تطور استراتيجية التسويق عبر المؤثرين، وجِدت العديد من الأنشطة الإضافية التي يمكن الاعتماد عليها، بالمزج بينها في أثناء تنفيذ حملات التسويق عبر المؤثرين. من أشهر أنشطة التسويق عبر المؤثرين, قد يهمك الاطلاع على دليلك إلى تصوير منتجات متجرك باحترافية.

1.مراجعات المنتجات أو الخدمات:

بدلًا من الترويج للمنتجات بطريقة مباشرة، يمكن التركيز على إشراك المؤثرين في تنفيذ مراجعات للمنتجات أو الخدمات الخاصة بك، من خلال مشاركته بالمميزات والسلبيات في المنتج، أو ببساطة عرض تجربته في الاستخدام لتوضيح كيفية استخدام المنتج والاستمتاع بفوائده.

2.فتح صناديق المنتجات في فيديو (unboxing videos):

تعد واحدة من أفضل أنشطة التسويق عبر المؤثرين من ناحية طريقة العرض، إذ تركّز على إرسال المنتجات للمؤثر في صندوق مغلف بطريقة مميزة. يحرص المؤثر على مشاركة محتويات الصندوق مع الجمهور في فيديو، من خلال البدء في فتحه، ثم عرض المحتويات تدريجيًا. تساعد هذه الطريقة على إظهار المنتجات إلى الجمهور بطريقة إبداعية ومميزة تحفزهم للشراء.

3.تصوير فيديو لاستخدام الخدمة:

مثلما تُعرض المنتجات في فيديوهات، فيمكن أيضًا التركيز على عرض الخدمات من خلال تصوير فيديو في أثناء الحصول على الخدمة. مثلًا إذا كانت الخدمة لدى طبيب أسنان، فيمكن تصوير أجزاء في أثناء التنفيذ، لإظهار مكان العمل ونظافته وجودته، ثم مشاركة النتيجة النهائية مع الجمهور، للتأكيد على جودة الخدمة، وإقناع الأفراد بالحصول عليها عند رغبتهم في تنفيذ ذلك.

4.المسابقات والهدايا المجانية:

تعد المسابقات من أشهر أنشطة التسويق عبر المؤثرين، لا سيّما عند الرغبة في زيادة أعداد المتابعين أو الزوار للموقع الإلكتروني، أو حتى جمع البيانات من الجمهور. لا بد من الاتفاق مع المؤثر على شروط المسابقة لعرضها إلى المتابعين، مثلًا: مشاركة المنشورات على الصفحات، ذكر الأصدقاء في المنشور (mention)، التأكد من إجراء متابعة لصفحة المشروع، وغيرها من الشروط. بعد ذلك يختار المؤثر الفائزين وفقًا لتنفيذ هذه الشروط، ويمنحهم الهدايا المجانية من منتجات أو خدمات المشروع.

5.مشاركة أكواد الخصومات:

من الأنشطة الجيدة في التسويق عبر المؤثرين، هي منح المؤثر كود خصم خاص به، يمكنه مشاركته مع جمهوره، والتأكيد عليهم أنّه في حالة إجراء عملية الشراء من خلاله باستخدام الكود، سيحصلون على خصم معين. تعد هذه الطريقة ذات فاعلية، لأنّها تمنح المؤثر الحصرية وسط جمهوره، إلى جانب أيضًا إمكانية تقييم أداء الحملات التسويقية، من خلال تحديد عدد الأشخاص الذين أجروا عمليات الشراء فعلًا بالاعتماد على الكود.

6.اللقاءات مع المؤثرين:

تركز هذه الطريقة على إجراء لقاءات مع المؤثرين، مثلًا عمل حوار مصور أو مكتوب معهم، أو حتى استضافتهم في البودكاست الخاص بالمشروع. عندما يشارك المؤثر هذا اللقاء مع الجمهور، فهو يعرّفهم بمشروعك بطريقة غير مباشرة، وفي الوقت ذاته يمكنه مشاركة كود الخصم الخاص به، ليستخدمه الجمهور في إتمام عمليات الشراء.



4.أهمية وفوائد التسويق عبر المؤثرين:

يسهّل المؤثرون على المسوقين مهمة التواصل مع المستهلكين بطريقة أصلية من خلال الوصول إلى كمية متابعات كبيرة في مواقع التواصل الاجتماعي والتي تحترم رأي المؤثر، ومن خلال تتبع مدى الوصول ومرات الظهور ونسب النقر إلى الظهور ومقاييس الجذب والعائد على الاستثمار لحملات التسويق عبر المؤثرين، يمكن للعلامات التجارية أيضا استخدام التسويق عبر المؤثرين من أجل فهم أفضل لاحتياجات العملاء وأولوياتهم. تختلف مقاييس الحملة ومؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) استنادا إلى توقعات وأهداف حملة كل علامة تجارية، إلا أن حملات التسويق عبر المؤثرين عادة تتجاوز العوائد مقارنة بـ استراتيجيات التسويق التقليدية بشكل كبير, قد يهمك الاطلاع على كيفية التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي

إن أهمية التسويق عبر المؤثرين تنبع أهميته من كونه هو:

أحد أفضل الطرق لبناء علامتك التجارية عبر الإنترنت بسرعة وزيادة الوعي بين جمهورك المستهدف. وفقًا لفوربس، ينمو تسويق المؤثرين بشكل أسرع من الإعلان الرقمي، مع التركيز على زيادة المتابعين الرائدين في هذا المجال لتعزيز النمو في أعمالك الخاصة. إن الشيء العظيم في التسويق المؤثر هو أن الجمهور موجود بالفعل، كل ما عليك فعله هو إقامة شراكة رابحة حيث يوفر كلا الطرفين قيمة مذهلة لكل جمهور. في الواقع، ينبغي أن يكون التسويق المؤثر تكتيكًا نشطًا في تسويق وسائط التواصل الاجتماعي لزيادة الوعي بالعلامة التجارية والحصول على المحتوى الخاص بك من خلال عيون جديدة وتوليد خيوط جديدة لقصة مبيعاتك.

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 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:

دليلك الشامل عن مفهوم الترويج PROMOTION ؟

ما هو التسويق الاستراتيجي وما هي أهدافة؟

التسويق عبر محركات البحث

مفهوم وأهمية التسويق بالمحتوى للمشروع

أيهما أفضل تحسين محركات البحث أم إعلانات محركات البحث

© 2021 Digitsmark. All Rights Reserved.