



المهارات السبعة المطلوبة بشدة في التسويق الالكتروني

المقدمة:

التسويق الالكتروني واحد من أكثر الصناعات المريحة في العصر الحديث. بمحاسوب متصل بالإنترنت فقط ، لا يوجد حد لما يمكنك القيام به ومقدار ما يمكن كسبه من خلال [التسويق الإلكتروني](#). يمكنك الوصول بمنتجك إلى ملايين الأشخاص حول العالم في غضون ساعات. في الواقع ، إن مهارات التسويق الالكتروني تعدّ من المهارات الأكثر دخلاً في الوقت الحاضر.

أثبت التسويق الإلكتروني جدارته في إنجاح العديد من [الشركات](#) وأوصل بالكثير من [العلامات التجارية](#) والمسوقين الرقميين إلى حدود النجوم وذلك من خلال إتقانهم للتسويق واستخدامهم [تقنيات وأساليب التسويق](#) بشكل فعال.

جدول المحتويات:

1. ما هو التسويق الالكتروني وما هي أنواعه وأهميته.
2. ما هي خصائص التسويق الالكتروني.
3. المهارات السبعة المطلوبة بشدة في التسويق الالكتروني.
4. أهم الاستراتيجيات الفعالة في التسويق الالكتروني.

1. ما هو التسويق الالكتروني وما هي أنواعه:

يُعبّر مصطلح التسويق الإلكتروني عن عملية التسويق للم المنتجات أو الخدمات المختلفة عبر الإنترنٍت، وتهدف هذه العملية لإيصال هذه المنتجات أو الخدمات لشرائح مختلفة من الناس، كما من الممكن أن تستفيد الشركات من هذه العملية لتوسيع رسالتها عن نفسها أو إجراء بحث عبر الإنترنٍت، وتتبع أهمية التسويق الإلكتروني في العمليات التسويقية من اعتبار الإنترنٍت طريقة فعالة لتحديد السوق الذي سيتم استهدافه، بالإضافة لكونه وسيلة مساعدة لدراسة متطلبات واحتياجات قطاع التسويق.

أنواع التسويق الالكتروني:

1. التسويق عبر محركات البحث:

يعتبر التسويق عبر محركات البحث من الطرق الفعالة والقادرة على تنمية نشاطك التجاري في السوق، وخاصة في ظل وجود منافسين ضمن نفس المجال أو المحتوى.

2. تحسين محركات البحث SEO:

من أهم النقاط التي يجب الانتباه إليها والعمل عليها في التسويق الإلكتروني هي تطوير حركة المرور في الموقع، وذلك من أجل جذب الناس لمنتجات الشركة والترويج لها والتعريف بها وعند كسب ولاء وثقة الزبائن يصبح الزوار عملاء دائمين.

3. التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

تعتبر هذه الطريقة نوع من أنواع التسويق الإلكتروني وهي أداة فعالة استخدمتها الشركات لأسباب كثيرة منها التواصل مع الزبائن والعملاء والإعلان عن المنتجات والخدمات.

4. التسويق عبر البريد الإلكتروني:

يوفر هذا النوع إمكانية إرسال معلومات عن المنتجات الخاصة بشركتك للأشخاص الموجودين على القائمة البريدية لديك، وتحيطهم بكل التطورات والعروض.

5. التسويق الإعلاني:

هذا مشابه كثيراً للإعلانات الطرقية، ستقوم بتحديد الميزانية التي من الممكن دفعها ومن ثم سيظهر هذا الإعلان في الواقع الإلكتروني أو البرامج المحددة مسبقاً.

6. التسويق بالمحظى:

هو أيضاً نوع من أنواع التسويق الإلكتروني أشبه بأن تصادف مقالة تتكلم عن نوع ساعة معينة وتبين هذه المقالة أنه تم استخدام تقنية من تقنيات الذكاء الاصطناعي فيها، وهذا الكلام شجعك بالبحث أكثر عن نوع الساعة ومميزاتها ثم قمت بشرائها.

7. التسويق بالعمولة:

يقوم هذا النوع من أنواع التسويق الإلكتروني على تبادل المصالح بين صاحب الخدمة أو العلامة التجارية وبين المسوق أو الناشر.

8. التسويق عبر المؤثرين:

اعتمدت الشركات في الفترات السابقة وحتى الآن على الممثلين والمشاهير لإظهار العديد من الملابس والساعات والنظارات وغيرها الكثير. يعود هذا لأن معظم الناس يحاولون تقليد هؤلاء المشاهير والتمثيل بهم.



2. ما هي خصائص التسويق الإلكتروني وأهميته:

أولاًً: قابلية العنونة في التسويق الإلكتروني، [قد يهمك الاطلاع على التسويق عبر المؤثرين](#).

تشجع العديد من مواقع الويب الزوار على التسجيل لإعطائهم مدى أهميتهم في استخدامهم للموقع أو للوصول إلى المناطق المتميزة حتى أن البعض يطلب ذلك. تطلب نماذج التسجيل عادةً معلومات أساسية، مثل الاسم وعنوان البريد الإلكتروني وال عمر والوظيفة، والتي يمكن للمسوقين من خلالها إنشاء ملفات تعريف المستخدمين لتعزيز جهودهم التسويقية.

ثانياً: القدرة على التفاعل في التسويق الإلكتروني

سمة مميزة أخرى للتسويق الإلكتروني هي التفاعل، والذي يسمح للعملاء بالتعبير عن احتياجاتهم ويريدون مباشرةً لشركة ما استجابة لاتصالاتها التسويقية. في (BlueNile.com)، على سبيل المثال، يمكن للمسوقين في حلقات البحث عن احتياجاتهم النقر فوق ارتباط في أي وقت شعر بأنه بحاجة إلى منتج معين أثناء البحث لإنشاء نافذة منبثقة حيث يمكنهم التعليق على جهود البحث الخاصة بهم. ويتم إرسال التعليقات على الفور إلى القسم الداخلي المناسب لمعالجة التعليقات المباشرة.

ثالثاً: التسويق الإلكتروني يمتلك ذاكرة مناسبة

تشير الذاكرة إلى قدرة الشركة على الوصول إلى قواعد البيانات أو مستودعات البيانات التي تحتوي على ملفات تعريف العملاء الفردية وتاريخ الشراء السابق واستخدام هذه البيانات في الوقت الفعلي لتخصيص عرضها التسويقي لعميل معين. حيث أن قاعدة البيانات هي مجموعة من المعلومات مرتبة لتسهيل الوصول إليها واسترجاعها.

رابعاً: إمكانية المراقبة في التسويق الإلكتروني

في سياق التسويق الإلكتروني، يشير التحكم إلى قدرة العملاء على تنظيم المعلومات التي يشاهدونها بالإضافة إلى معدل وسلسل تعرضهم لتلك المعلومات. ويشار إلى الويب أحياناً على أنه وسيط جذب لأن المستخدمين يحددون ما يشاهدونه في موقع الويب؛ قدرة مشغلي موقع الويب على التحكم في المحتوى الذي ينظر إليه المستخدمون وفي أي تسلسل تكون محدودة.

خامساً: إمكانية الوصول في التسويق الإلكتروني

يتوفر قدر غير عادي من المعلومات على الإنترنت. ويشار إلى القدرة على الحصول عليها بإمكانية

الوصول. ونظرًا لأن العملاء يمكنهم الوصول إلى معلومات متعمقة حول المنتجات المنافسة والأسعار وال REVIEWS وآراء المدونات وما إلى ذلك، فإنهم على دراية بمنتجات الشركة وقيمتها النسبية بشكل أفضل من أي وقت مضى. حيث أن يمكن لأي شخص يتطلع إلى شراء شاحنة صغيرة جديدة.

المهارات السبعة المطلوبة بشدة في التسويق الالكتروني:

إن مهارات التسويق الرقمي ضرورية للغاية. بالتأكيد ، من الصعب إتقان كل جانب من جوانب التسويق الالكتروني - إنه صناعة كبيرة. لكن لحسن الحظ ، هناك العشرات من المهارات الفرعية و يمكنك اختيار الجانب الذي تريد أن تتعقب فيه أكثر. ما هي أهم المهارات التي تحتاج إلى تطويرها إذا كنت ترغب في كسب عيش (أو ثروة) في التسويق الرقمي؟ قد يهمك الاطلاع على سبع خطوات لإعداد خطة تسويقية ناجحة.

1. الحد الأدنى من المعرفة التقنية:

نظرًا لأن صناعة التسويق الالكتروني تعتمد فعليًا على التكنولوجيا الرقمية ، يجب أن يكون لديك رصيد الحد الأدنى من مهارات التصميم والبرمجة الأساسية أمراً ضروريًا. ستكون قادرًا على تعلمها بسرعة إذا كنت من جيل الألفية أو أصغر مقارنة بمن هم من الأكبر سن.

بشكل عام ، إذا فهمت أساسيات ترميز الويب ، بالإضافة إلى وجود فكرة واضحة عن كيفية استخدام أنظمة إدارة المحتوى الأساسية (CMS) مثل WordPress ، فمن المحتمل أنك في طريقك إلى الهبوط في مهمة الحلم هذه.

2. مهارة السيو:

الـ "سيو" هي اختصار لعبارة (Search Engine Optimization) وتعني تحسين الظهور على محركات البحث.

لا غنى عن "السيو" عندما نتحدث عن تسويق المحتوى من خلال محركات البحث. هو مفتاح جميع مستويات التسويق الالكتروني ، فقد أصبح إتقان مهارة SEO أكثر أهمية الآن كما كانت من قبل ، إن لم يكن أكثر من ذلك. ولكن هناك ما هو أكثر بكثير في عالم السيو من مجرد الحصول على مراكز أولى في نتائج محركات البحث لموقعك لبعض الكلمات المفتاحية. بسبب التغييرات في خوارزميات محرك البحث لدى Google ، تتغير باستمرار ممارسات وتقنيات SEO.

إن اتقان مهارة السيو ليس أمراً سهلاً. إنه شيء يتتطور بشكل منتظم ويطلب اهتماماً حقيقياً بالبقاء على رأس التغييرات المستمرة تقريراً على خوارزميات البحث وأفضل الممارسات.



3. وسائل التواصل الاجتماعي:

وسائل التواصل الاجتماعي هي واحدة من أقوى الأدوات في عالم التسويق الحديث. على مدى العقد الماضي ، شهدت وسائل التواصل الاجتماعي نمواً أسرع من الإنترنيت! وهو لا ينطأ. ما يقرب من ثلث السكان يستخدمون حالياً نوعاً من منصة الوسائل الاجتماعية.

هذا يجعل التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي مهارة لا تقدر بثمن لتعلمها وتنميتها. والأمر هنا هو أن التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي يزيد كثيراً عن الترويج للمحتوى على Facebook. إذا كنت تريده أن تميز نفسك عن الجمهور ، فأنت بحاجة إلى إتقان كل منصات التواصل الاجتماعي.

4. التسويق عن طريق (PCC):

PPC هي اختصار لـ pay per click ، وهو التسويق عن طريق منصات الإعلانات المدفوعة ويتم الدفع مقابل كل نقرة تحصل عليها.

من الناحية النظرية ، هذا يبدو بسيطاً بشكل لا يصدق. ولكن في الممارسة العملية ، هذه هي واحدة من أصعب وظائف التسويق في العالم. يجب أن يكون لديك فهم قوي للرياضيات واستراتيجية التسويق والتحليلات. علاوة على معرفة كيفية تحصيص ميزانية التسويق بشكل صحيح للتأكد من أنها تولد عائد استثمار مرتفع. وستحتاج أيضاً إلى إتقان استخدام منصات الإعلانات المدفوعة وأشهرها Facebook ads أو Google ads.

التسويق الإلكتروني عن طريق الإعلانات المدفوعة (PPC) معقد للغاية ، ومكلّف جدّاً. لكن في الوقت نفسه يحقق مبيعات وإيرادات كبيرة. وهذا هو السبب في أنها أيضًا واحدة من أفضل الوظائف التسويقية المرجحة في السوق الحديثة.

5. تحليل البيانات:

يعد تحليل البيانات من أهم أجزاء التسويق الإلكتروني. يمكنك تعلم جميع المهارات المذكورة سابقاً ، ولكن بدون قوة التحليلات ، ستظل تقاتل دائمًا بيد واحدة مقيدة خلف ظهرك.

في أي حملة تسويقية ، من الضروري إجراء الاختبارات وتتبع البيانات ثم تحليل تلك البيانات لتحديد كيف يمكنك تحسين حلولك التسويقية. إن مهمة قراءة البيانات بسيطة نوعاً ما ، ولكن الجزء

الصعب هو كيفية جمع واستخدام هذه المعلومات لمساعدتك في معرفة المزيد عن سلوك المستهلك وتطبيقه على حلول جديدة للحصول على عملاء محتملين وتحويلات أكثر.

تعتبر Google Analytics أداة مجانية قوية يعتمد عليها كبار المسوقين الرقميين.

6. إدارة وتسويق المحتوى:

لم يعد المحتوى لوحده "ملكًا" ، بل أصبح تسويق المحتوى هو "الملك". نحن نعيش في عصر المعلومات ، وإذا لم يكن لديك نوع من المحتوى يجذب المشاهدين وبأسرهم ، فسوف تختلف عن الركب. هذا يجعل إدارة المحتوى وتسويقه مهارة ذات قيمة عالية في صناعة التسويق الرقمي. الرائع في تسويق المحتوى هو أنه يسير جنباً إلى جنب مع العديد من المهارات الأخرى المدرجة في هذه المقالة.

إذا تمكنت من معرفة كيفية تحسين مهارات منصات التواصل الاجتماعي ، فستحسن مهاراتك في تسويق المحتوى. إذا قمت بتحسين مستوى SEO ، فسوف تقوم بتحسين قدرتك على تسويق مستدام للمحتوى. في الأساس ، فإن أي مهارة تسويقية الكترونية تقوم بتطويرها ستحسن مهاراتك في تسويق المحتوى.

بسبب التقاطع بين المهارات ، فإن إتقان تسويق المحتوى سوف يمنحك نفوذاً لا يقدر بثمن سواء كنت تبحث عن عملاء أو تبني أعمالك الخاصة.

7. البقاء على اطلاع:

على المسوق المحترف أن يكون قادر على التكيف والتعلم بسرعة و يكون على علم مستمر بالمستجدات و التحديات مجال التسويق الإلكتروني. المسوق المتيقظ والمُطلع يقوم بتجربة استراتيجيات الإعلان ومعرفة الاتجاهات (Trends) وتطوير أفكار جديدة واستكشاف طرق مبيعات جديدة.

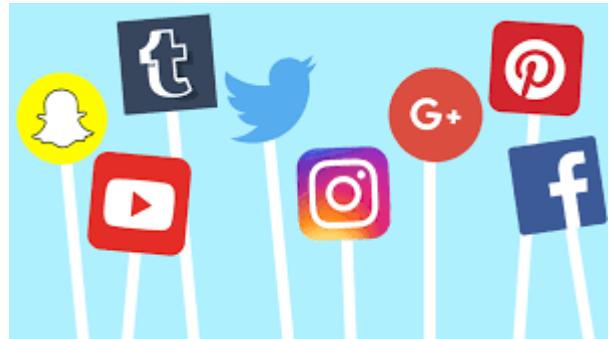
تعزز العديد من منصات الإعلان عبر الإنترنت من أدواتها، حيث بعد كل فترة يتم إطلاق أدوات جديدة. من خلال البقاء على قمة التحديات ، وهكذا فإن السوق الإلكتروني السياق لاستخدام وتجربة الأدوات الحديثة بمجرد توافرها ، سيحصل على فرصة يتميز بها عن عدد من المنافسين، قد

يهمك الاطلاع على تحسين الظهور على محركات البحث.

4. أهم الاستراتيجيات الفعالة في التسويق الإلكتروني.

أولاًً: إنشاء موقع الكتروني

يعتبر الموقع الإلكتروني للشركة بمثابة واجهة رقمية تساعد على التواجد بشكل دائم للعمل، كما تعتبر الوجهة الأولى للعملاء الذين يودون معرفة المزيد عن أنشطة هذه الشركة قبل اتخاذ قرار الشراء أو الاستفادة من الخدمات التي تقدمها؛ وبذلك يمكن اعتبار هذه الاستراتيجية ضرورة من ضروريات التسويق الإلكتروني.



ثانياً: التسويق عبر البريد الإلكتروني

يشكّل التسويق عبر البريد الإلكتروني استراتيجية فعالة لتفاعل مع العملاء، سواء الحاليين أو المحتملين، ويقوم على امتلاك قاعدة بيانات لعنوان البريد الإلكتروني للعملاء، والحصول على موافقهم للتواصل المستقبلي، ثم العمل على التواصل عبر النشرات الإلكترونية الإخبارية، وإرسال لرسائل الترويجية الموجّهة، أو الحفاظ على العملاء من خلال العروض والمكافآت الخاصة القائمة على عمليات الشراء المستمرة.

ثالثاً: وسائل التواصل الاجتماعي

يمكن الاستفادة من موقع التواصل الاجتماعي كاستراتيجيات التسويق الإلكتروني، فهي عبارة عن منصّات تقوم على التواصل مع الأشخاص، والسماح بالتواصل المباشر مع العملاء الحاليين والمحتملين على حد سواء، والإفادة بمشاركة المحتوى من صور، ونصوص، وفيديو، وتسجيلات صوتية، بالإضافة إلى إمكانية الحصول على الردود والتعليقات من العملاء حول نشاط العمل.

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 الواقع الإحترافية وخدمات السوشيال ميديا

و العديد من خدمات التسويق الرقمي المتنوعة.

سارع [بالتواصل معنا](#) عبر منصاتنا الرقمية المختلفة، أو قم بزيارة موقع [صمة محارف](#) الرسمي على الإنترنت.

مقالات قد يهمك الاطلاع عليها عبر مدونتنا:

[تصميم بزنس كارت الكتروني وأهميته في وقتنا الحاضر](#)

[بناء استراتيجيات التسويق الرقمي](#)

[تطوير تطبيقات الهاتف الذكي](#)

[تصميم مواقع الانترنت](#)

[الفرق بين تطبيق ويب وموقع ويب مقارنة وأبرز الاختلافات](#)

[الدليل المبسط عن مفهوم التسويق بالمحظى](#)

© 2021 Digitsmark. All Rights Reserved.

