

ما هو التسويق بالإحالة وما هي ميزاته؟

المقدمة:

التسويق بالإحالة هو أداة تستخدمها العديد من الشركات عبر مجموعة واسعة من الصناعات المختلفة للنمو وبناء قواعد العملاء. في الماضي، كان تسويق الإحالة يركز فقط على نشر المعلومات من خلال التفاعل اللفظي مع شبكة وثيقة. يعتمد تسويق الإحالة في العصر الحديث الآن بشكل كبير على وسائل التواصل الاجتماعي والإنترنت، مما يسمح لنطاق الإحالات بالزيادة بشكل كبير من خلال الوصول إلى جمهور أوسع بكثير. في الآونة الأخيرة، سمح تسويق الإحالة لشركات مثل PayPal و Dropbox و Airbnb بالنمو بشكل كبير من خلال برامج الإحالة المخصصة الخاصة بهم.

يدور تسويق الإحالة حول العلاقة المشتركة بين عملائك وأصدقائهم أو شركائهم وعلامتك التجارية. يقوم العملاء الحاليون شخصيًا بترويج علامتك التجارية للمستخدمين الجدد لكسب مكافآت ، بشكل مثالي لأنفسهم ولأصدقائهم.

قد لا يخبرك هذا المصطلح بأي شيء للوهلة الأولى ، ولكن الحقيقة هي أن هناك مصطلحًا إسبانيًا يتم ترجمته بواسطته ، وبمجرد أن تعرفه ، ستعرف بسهولة ما هو التسويق بالإحالة: كلمة من فمه التسويق.

بعبارة أخرى ، يمكننا القول إن استراتيجية العملاء هي التوصية بمنتجاتك أو خدماتك, هذا ليس من السهل الحصول عليه وعادة لا يمكن تطبيقه إلا على العملاء المخلصين والذين كانوا راضين حقًا مع منتجاتك و / أو خدماتك ، لدرجة أنه يشجعهم على التوصية بك للعائلة والأصدقاء.

جدول المحتويات:

1. ما هو التسويق بالإحالة وما هي فوائده؟
2. كيفية تطبيق التسويق بالإحالة عبر الانترنت.
3. ما هي ميزات وعيوب التسويق بالإحالة.
4. ما الفرق بين التسويق بالعمولة والتسويق بالإحالة؟
5. ما هي الأفكار اللازمة لتطبيق تسويق الإحالة.

1.ما هو التسويق بالإحالة؟

التسويق بالإحالة، هو مبادرة شفهية صممتها شركة لتحفيز العملاء الحاليين على تقديم عائلاتهم وأصدقائهم وجهات الاتصال بهم ليصبحوا عملاء جدد. تختلف عن استراتيجيات الكلام الشفهي البحتة التي يتم توجيهها بشكل أساسي للعملاء مع عدم قدرة الشركة على تتبع محتوى الرسالة والتأثير فيه وقياسه؛ يشجع التسويق بالإحالة المحيل ويكافئه للسماح للشركة بالقيام بذلك. يختلف عن التسويق متعدد المستويات، لا يوجد حافز للعميل الأصلي الحالي لدفع أو التأثير على الإحالات اللاحقة للعميل الجديد - تتم فقط مكافأة تحويل العميل الأولي الأساسي.

أما عن فوائد التسويق بالإحالة فهي تتلخص ب:

1. لديها الحد الأدنى من تكاليف الشراء. على الرغم من أنها تنطوي على نفقات ، إلا أنها في الواقع استثمار أكثر لأنه في النهاية ينتهي بك الأمر إلى استعادتها في عملاء أكبر يمكن أن يجلب لك المزيد من المال.
2. إنها إعلانات مجانية. لا يعني ذلك أنك تشتري من هؤلاء الأشخاص لكي يعلنوا عنك ، بل إنهم ، بحقيقة كسبهم من خلالك ، سيعلنون عنك ويوصونك ويشجعون معارفهم على الشراء. وهذا ، صدق أو لا تصدق ، مهم جدًا.
3. يساعدك على أن تكون أكثر استعدادًا لشراء المزيد وكسب المزيد. سيكون للإعلانات التي تقوم بها تأثير أكبر لأن العملاء يعرفون أنه يمكنهم كسب المزيد. لذلك ، من المنطقي التفكير في تشجيع المنتجات أو الخدمات المستقبلية التي تطلقها.
4. لإعطائك فكرة عن مدى فعالية التسويق بالإحالة ، اعتمادًا على البيانات التي يتم التعامل معها ، العميل ، إذا كان راضيًا ، قادر على جذب 3 عملاء آخرين سيشترون منك وسيجلب بدوره المزيد. هل تفهم كيف يعمل؟



2.كيفية تطبيق التسويق بالإحالة عبر الانترنت.

التسويق بالإحالة عبر الإنترنت هو نهج قائم على الإنترنت، أو نهج البرمجيات كخدمة (SaaS)، لتسويق الإحالة التقليدي. من خلال تتبع سلوك العملاء عبر الإنترنت من خلال استخدام ملفات تعريف الارتباط لمتصفح الويب والتقنيات المماثلة، يمكن أن يؤدي تسويق الإحالة عبر الإنترنت إلى زيادة الوعي بالعلامة التجارية والإحالات وفي النهاية الإيرادات, ونظراً لذلك فإن, قد يهمك الاطلاع على خدمات التسويق عبر الانترنت في السعودية

1. تسمح العديد من الأنظمة الأساسية للمؤسسات برؤية عائد استثمار الإحالة التسويقي (ROI).
2. وتحسين حملاتهم لتحسين النتائج. توفر العديد من أحدث الأنظمة للمستخدمين نفس التجربة سواء كانوا على سطح مكتب أو جهاز محمول.
3. يستخدم المسوقون للإحالة غير المتصلين أحيانًا بطاقات عمل قابلة للتتبع.
4. تحتوي بطاقات العمل القابلة للتتبع عادةً على رموز QR تربطها بالمحتوى عبر الإنترنت للبيع مع توفير طريقة لتتبع هذا البيع مرة أخرى إلى الشخص الذي تم مسح بطاقته ضوئيًا.
5. يركز تسويق الإحالة عبر الإنترنت على التفاعلات بين العملاء.
6. يمكن للمدافعين تزويد أفراد عائلاتهم وأصدقائهم بروابط مخصصة بما في ذلك رموز الإحالة الفريدة ومعلومات الإعلان من خلال رسائل البريد الإلكتروني والمدونات والرسائل الفورية.
7. يمكن للشركة منح مكافآت للمدافعين عندما يشتري أفراد أسرهم وأصدقائهم من خلال الرابط.
8. تساعد هذه التقنيات نفسها أيضًا الشركات على إنشاء نظام يدمج الإحالات في خطة التسويق. من خلال تتبع حركة مرور المستخدمين، يمكن للشركات تقديم إحالات لعملاء آخرين عبر الإنترنت.



3.ما هي ميزات وعيوب التسويق بالإحالة.

هناك مزايا متعددة لبرامج الإحالة منها:

1. يتم مطابقة عملاء الإحالة بشكل أفضل نظرًا لأن العميل الحالي يعرف كلا الطرفين وقادر على تحديد الفوائد التي تعود على العميل الجديد المحتمل, قد يهمك الاطلاع على أهمية الابداع في التسويق الرقمي.
2. نظرًا لأن المنتج أو الخدمة مفيدة للمحيل؛ فإن العميل المحتمل لديه فرصة مفيدة أكبر أيضًا في العثور عليها. هذا يجلب عملاء أعلى قيمة للشركة أو السلطة بتكلفة أقل.
3. مع الإحالة من رابط وثيق، هناك آثار على سمعة الإحالة إذا لم يتم استقبال المنتج أو الخدمة بشكل جيد، نظرًا للقيمة الأعلى التي يتم وضعها للتوصية الشخصية بدلاً من الإعلان.
4. من مصلحة الشخص المُحيل التوصية بمنتج أو خدمة ليست مفيدة فقط للاحتمالات المحتملة ولكن أيضًا شيء استخدموه هم أنفسهم.
5. يمكن أن تكون أيضًا بمثابة أداة لقياس مدى صحة رضا العملاء. قد تشير برامج الإحالة عالية الأداء أو الحجم الكبير للإحالة إلى رضا العملاء المرتفع والعكس صحيح.
6. يمكن أن تساعد برامج الإحالة في إقامة علاقات طويلة الأمد مع العملاء من خلال مطابقة دوافع العملاء وتوقعاتهم مع إحالة عملاء جدد. بهذه الطريقة يمكن أيضًا اعتبار برامج الإحالة كأداة للاحتفاظ بالعملاء الحاليين.

أما عن العيوب فهناك بعض من العيوب الموجودة للتسويق بالإحالة منها:

1. قد لا يكون المحيل محايدًا إذا كان التعويض يعتمد على احتمال انضمام العميل، وليس فقط للإحالة.
2. يمكن أن تضع الحوافز دافعًا خفيًا في نهاية المحيل، والذي يمكن أن يقدم دافعًا «لبيع» الإحالات من أجل الحصول على تعويض.
3. يمكن أن يؤدي هذا إلى عدم اليقين من العميل المُحال، وتقليل الثقة في كل من العميل الحالي والشركة بغض النظر عن المنتج أو الخدمة المباعة.
4. ستعوض الغالبية العظمى من برامج تسويق الإحالة بغض النظر عن طول عمر أو جودة العميل الجديد؛ هذا يخلق خطرًا أخلاقيًا لصالح الانتهازيين ويحتمل أن يضر بصدق التوصيات.
5. يمكن للمُحالين نشر الإحالات إلى جمهور عريض، سواء في وضع عدم الاتصال أو عبر الإنترنت، وتقديم عملاء ذوي جودة منخفضة إلى الأعمال التجارية دون أي عواقب.
6. برامج الإحالة ليست مجانية ولها تكاليف تشغيلية لاكتساب عملاء جدد. التكاليف الإدارية، والبرمجيات مع قواعد البيانات للتعرف على المشترين وتتبعهم، والحملات الإعلانية وتكاليف الحوافز ليست سوى بعض من هذه.



4.ما الفرق بين التسويق بالعمولة والتسويق بالإحالة؟

تعتمد كلتا الاستراتيجيتين على حوافز لزيادة الإيرادات ، لكن الاستراتيجية والتقنيات الأساسية تختلف اختلافًا كبيرًا, قد يهمك الاطلاع على ما هو التسويق الدولي وأهميته.

يمتلك التسويق بالعمولة هيكلًا مشابهًا للتسويق بالإحالة حيث يستخدم كلاهما حوافز لزيادة إيرادات العملاء الجدد.

يتمثل الاختلاف الرئيسي في أن التسويق التابع يركز على دعاة العلامات التجارية من الأطراف الثالثة لإرسال العملاء إلى عملك مقابل رسوم ثابتة. حيث يركز التسويق بالإحالة على مكافأة العملاء الحاليين لدعوة أصدقائهم لتجربة منتجك / خدمتك.

1.التحفيز:

- تحفز حملات الإحالة الناجحة العملاء على مشاركة علامتك التجارية مع عائلاتهم وأصدقائهم وشركائهم بطريقة مباشرة وطبيعية. إن تشجيع العملاء السعداء على أن يصبحوا سفراء فعالين للعلامات التجارية أمر بسيط ، لذا فإن التسويق بالإحالة يهيئ شركتك للتحويلات بينما يكافئ المستخدمين على مشاركتهم.
- في حين أن التسويق بالعمولة يشبه تجنيد مندوب مبيعات حسن السمعة وغير معروف لنشر كلمة عنك عبر الإنترنت ، إلا أن برامج الإحالة تستند إلى تفاعلات شخصية. إنه مثل الاصطدام بصديق في الشارع وجعله يشاركك نصيحة أو نصيحة رائعة. غالبًا ما يسمى التسويق الشفهي .

2.التكاليف:

- تسويق بالإحالة: يزداد عائد الاستثمار لبرامج الإحالة مع زيادة تفاعل المستخدمين والعملاء الجدد على توسيع شبكة العملاء الراضين. نظرًا لأن عملائك يقودون التحويلات ، يمكنك التوفير في نفقات المبيعات على المدى القصير والطويل.
- تسويق بالعمولة: بينما يتم زيادة حركة المرور مع البرامج التابعة ، تظل معدلات التحويل ثابتة إلى حد كبير. لكن زيادة عدد الزيارات تعني المزيد من المبيعات ، لذا استعد للدفع مقابل كل عملية بيع. يمكن أن يأخذ دفع العمولة لكل عملية بيع قسطًا من المحصلة النهائية ، ولكن هيكل الدفع للتسويق بالعمولة قابل للتطوير ويمكن التنبؤ به.
- 3.كيفية العمل:

- التسويق بالإحالة: التركيز على مشاركة العملاء في المقام الأول. إن بناء علاقة أقوى مع العملاء هو الأولوية ، حيث إن كل فرد يقوم بشبكات عرضك يشارك في علاقة ثقة مع علامتك التجارية. سيكتب البعض مراجعات على موقع الويب الخاص بك ، وإلا سينشرونها على مواقع التواصل الاجتماعي ، لكن يصبح كل مُحيل أكثر ولاءً مع كل إجراء.
- التسويق بالعمولة: يركز التسويق بالعمولة على علاقة تجارية بين العلامة التجارية والشركة التابعة. في هذا النوع من التسويق المستند إلى الأداء ، يتم الدفع للشركة التابعة للترويج للعلامة التجارية. يتم تعويض هؤلاء الناشرين عن كل زائر أو عميل يكسبونه من خلال جهودهم التسويقية, نظرًا لأن البرامج التابعة هي الدفع لكل تحويل ، فإن معظمها يركز على نشر رسالة ترويجية واسعة للمستهلكين. تعتبر طرق الإعلان الموحدة مثل تحسين محركات البحث (SEO) و PPC والتسويق عبر البريد الإلكتروني وتسويق المحتوى والإعلان على الشبكة الإعلانية شائعة. تتحمل الشركة التابعة مسؤولية زيادة المبيعات لعملك.



5.ما هي الأفكار اللازمة لتطبيق تسويق الإحالة؟

نظرًا لأننا نحب أن نكون عمليين ونقدم لك أفكارًا يمكن أن تعمل في متجرك عبر الإنترنت أو في شركتك بشكل عام ، فإن بعض الممارسات الأكثر شيوعًا للتسويق بالإحالة هي ما يلي, قد يهمك الاطلاع على التسويق بالعمولة.

1. كونكورس.: وهي تستند في المقام الأول إلى حقيقة أن أحد شروط المشاركة هو التوصية بالأصدقاء. يمكن أن تقول مع من ستشارك الجائزة ، فقط لتقول واحدًا ، إلخ.
2. أحداث.: مع من الحصول على كلمة شفهية. على سبيل المثال ، أن هناك خصم 50٪ ليوم واحد فقط لأنه ذكرى إنشاء متجرك. وهذا ، إذا تمت إحالتهم ، ستحصل على 5٪ أكثر.
3. أحداث: هل يمكنك أن تتخيل التوصية بمتجر لأحد الأصدقاء ، وعندما يذهب ، يقدمون له هدية منك؟ لا تبدو جيدًا مع هذا الشخص فحسب ، بل سيبدو الآخر جيدًا أيضًا ، خاصةً إذا أعطيته شيئًا أيضًا.
4. كوبونات أو رموز الخصم للإحالات: هذا هو أكثر ما يتم رؤيته واستخدامه في المتاجر عبر الإنترنت. كوبون خصم يحصل به الإحالات على سعر أقل مما لو لم يكن لديهم ، وفي المقابل يحصل الشخص الذي أعطى الكوبون على هذه الميزة أيضًا.

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.