

نسخة
إلكترونية
مصغرة من
الكتاب
الورقي

نسخة مزودة ومنقحة

بسام السيد

#سوشياليات

تسويق الأفكار والمنتجات عبر الإعلام الاجتماعي

25 أسلوبًا تسويقيًا | 25 أداة تقنية | 20 إضاءة معرفية
20 كتابًا إلكترونيًا | 15 مقالة لمتخصصين | 10 منصات لمستقلين

الطبعة الثانية

والدي رحمه الله	مرشدي ودليلي	أسأل الله لك الجنة وبك نلتقي يوم نلقاه
والدتي العزيزة	باب الجنة ومفتاحه	أنتِ السعادة والمحبة وكل كلمة جميلة
إخواني وأخواتي	سعادتي ومهجتي	نجاحكم في الحياة من نجاحي واعتزازي
زوجتي الغالية	نور الحياة وضياؤها	صاحبة الجميل في كتابي ودروب حياتي
د. مطلق المطيري	الدكتور المحنك	أشعلت شرارة المعرفة والبحث عن الشغف
سلطان الدويش	القائد الملهم	علمتني أهمية نشر المعارف والتجارب
طارق السلطان	القائد الصديق	كنت خير مستشار وعلمتني الكثير والكثير
عبدالعزیز بن هلابي	المستشار الأمين	قراءاتك واستنباطاتك تلهمني دوماً
سلطان الكثيري	مهندس المستقبل	أفكارك ومساعداتك طورت من الكتاب
ناصر الموسى	المبدع والمميز	دائماً إبداعاتك ولمساتك تتجاوز توقعاتي
عوض بامطرف	الخلوق المتواضع	جهودك رائعة في ترتيب صفحات الكتاب
سعود العون	المصور المبدع	عدستك أضفت المزيد من الجمال للكتاب
عبدالله المزيني	الكاتب البارع	جهودك إضافة المزيد في الطبعة الثانية
عبدالله رمزي	المصمم الرهيب	من النظرة الأولى أعجبت بأعمالك



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

مقدمة الطبعة الأولى

بسم الله والصلاة والسلام على رسول الله محمد وعلى آله وصحبه ومن والاه ... وبعد:

في زمن كان الصراع فيه على إعلانات الصحف الورقية والإعلانات التلفزيونية ووسائل أخرى يغلب عليها الطابع الرسمي، وكانت المشاريع الصغيرة والريادية ومشاريع الأسر المنتجة، وكذلك الجهات الخيرية من الإعلان فيها، جاءت معادلة إعلانية جديدة وتغيرت قواعد اللعبة تماماً، فظهرت وسائل التواصل الاجتماعي وظهرت مؤسسات خاصة بالتسويق الرقمي وجيل جديد من المشاهير وقادة الرأي.

بعد قراءتي كثيراً في مجال الإعلام الاجتماعي والتحاققي بماجستير الإعلام الرقمي، وتغيير مسار وظيفتي في عملي من موظف علاقات عامة وإعلام إلى باحث ومتخصص في مشاريع الإعلام الاجتماعي، وبعد ممارستي للعديد من التجارب العملية في هذا المجال، جاء الاهتمام بأهمية نشر هذه المعارف والتجارب حتى لا تموت في العقل، ويمضي عليها الزمان، وباعتقادي أن البوح بأسرار المهنة يصنع المزيد من التنافس بين مختلف القطاعات والمنشآت المتنافسة، لذا عندما أنشر مثل هذه التجارب، فإن رجائي هو نشر المزيد من المعرفة لظهور أشخاص جدد مبدعين على الساحة، ولصناعة المزيد من التنافس بين المنشآت، مما يؤدي إلى تميز الخدمات المقدمة إلى العملاء.

ولأنني أتوقع أن الكثيرين سوف يتساءلون عن اسم الكتاب «سوشليات» فمن باب المبادرة قبل السؤال والتساؤل، فهو اسم ليس له أي استخدام على أرض الواقع، مستوحى من (SOCIAL Media الإعلام الاجتماعي).

في هذا الكتاب سوف نتجول بين خمسة أبواب مختلفة ومتعددة:

- 1- الأساليب التسويقية: بالرغم من تعدد الأساليب التسويقية فإن الكتاب يعمل على إبراز أشهرها وأكثرها استخداماً وتداولاً.
- 2- الأدوات التقنية: هي أدوات تساعد وتسهل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وتعين على التحليل والقياس والإحصاءات، ومن المهم التعرف عليها لتساعدك على تحقيق أهدافك.
- 3- الإضاءات المعرفية: محطات متعددة ومختلفة حرصت على حصرها حتى تستفيد من منتجاتها وأطروحاتها المعرفية وخدماتها التطويرية.
- 4- مقالات المتخصصين: أسئلة قدمت إلى أشخاص متخصصين وطلب منهم الإجابة عنها في صفحة واحدة تحمل خلاصة أفكارهم وتجاربهم.
- 5- الكتب الإلكترونية: مع تطور أساليب النشر هناك جهات وأشخاص حملوا هم المبادرة وإثراء المهتمين بالمحتوى النافع والثري والمفيد.

مقدمة الطبعة الأولى

ختاماً: إذا كنت تعتقد أن هذا الكتاب علمي أكاديمي بحث فأرجعه إلى مكانه، لأنني عملت جاهداً على أن يكون الكتاب عملياً يحمل أفكاراً وتجارب وخبرات، ويهدف إلى المزيد من المعرفة والتنافس، وهو جهد بشري متواضع لا يخلو من الزلل والخطأ، ولا بد أن تدرك بأن الكثير من معارف هذا الكتاب لها عمر انتهاء فأهم ما أوصيك به هو تحويل هذه المعارف إلى تجارب عملية إلى أرض الواقع.

أتمنى لك آفاقاً أوسع .. وقراءة ممتعة .. وفائدة مثمرة .. وتجارب ناجحة .



#سوشليات

تسويق الأفكار والمنتجات عبر الإعلام الاجتماعي



25 أسلوباً تسويقياً | 20 أداة تقنية | 15 إضاءة معرفية
15 مقالة لمتخصصين | 10 كتب إلكترونية



«غلاف الطبعة الأولى»

مقدمة الطبعة الثانية

بسم الله والصلاة والسلام على رسول الله وبعد ..
فمن توفيق الله أن لاقى الكتاب في طبعته الأولى استحساناً كبيراً من شرائح متعددة، وكانت رغبتني بأن تكون الطبعة الأولى هي الطبعة الوحيدة ولا أقوم بإصدار طبعة جديدة من الكتاب، بالإضافة إلى أن المحتوى الذي يتحدث عن التقنية في الغالب ينمو ويتطور سريعاً، ولكن عندما وجدت الاهتمام والحرص المتزايد من الراغبين بالتميز في هذا المجال عملت جاهداً على إصدار الطبعة الثانية من الكتاب، وفي هذه الطبعة الجديدة تمت زيادة باب كامل يتحدث حول منصات المستقلين والتي تعتبر فرصة من فرص إدارة وصناعة المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال استقطاب المبدعين والمتميزين، والعمل معهم عن بعد في مختلف المجالات والتخصصات، كما تم في الطبعة الثانية إلى التوسع بشكل أكبر في عدد الموضوعات في كل باب من أبواب الكتاب وهي على النحو التالي:

الطبعة الثانية	الطبعة الأولى
25 أسلوباً تسويقياً	25 أسلوباً تسويقياً
25 أداة تقنية	20 أداة تقنية
20 إضاءة معرفية	15 إضاءة معرفية
20 كتاباً إلكترونياً	10 كتب إلكترونية
15 مقالة لمتخصصين	15 مقالة لمتخصصين
10 منصات لمستقلين	-

بالإضافة إلى تطوير المحتوى وتنقيحه، واستبدال الروابط المتعطلة أو المتغيرة، واستبدال الموضوعات القديمة بموضوعات جديدة، وتجديد الهوية البصرية للكتاب، وعدة تحسينات أخرى.

ويسعدني أيضاً في الختام الإشارة إلى منتج معرفي متواضع قمت بنشره سابقاً وهو خلاصة تجربتي مع كتاب سوشليات من التأليف إلى النشر، ويمكن تنزيل الكتاب الإلكتروني والاطلاع على التجربة من موقع الكتاب الإلكتروني مباشرة www.socialiyat.com

والله أسأل لي ولك دوام التوفيق واليسير والنجاح ...

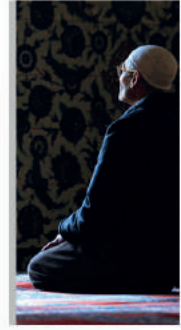
كتابي الأول .. 2 متوسط



بداية الحكاية وأنا في الصف الثاني المتوسط، اشترت دفتر ٨٠ ورقة، وقررت بكل حماس أن أبدأ في تأليف كتابي الأول، لم يكن للكتاب عنوان محدد، كتبت المقدمة ثم في الأسفل وضعت عبارة (المؤلف واسمي وتوقيعي)، انتقلت إلى الصفحة التالية وكتبت موضوعاً عن الصلاة، ثم الزكاة، ثم الصيام، وفي نهاية كل صفحة كنت أضع في أسفل الصفحة عبارة (المؤلف واسمي وتوقيعي)، رأى والدي -رحمه الله وغفر له- دفترتي «كتابي» وضحك من أسلوبتي.

لم أياس ولكنني انسحبت تكتيكياً

بعد أن أكملت العشر صفحات تقريباً، قررت أن أسلم الكتاب لشخص يقوم بمراجعته، فذهبت إلى أحد الأشخاص وقد كنت لا أعرفه، ويظهر عليه علامات الصلاح، ولأنه كان يصلي معنا في المسجد الذي بجوار المنزل، فقلت: «عندي كتاب أولفه وأحب أن تراجع»، أخذ مني الدفتر واطلع عليه ثم قال: «الأولون ما كانوا يبدوون حياتهم بالتأليف بل بطلب العلم فلا تستعجل أنت في بداية حياتك» .. فهمت من رده الإجابة سريعاً .. وقررت هنا الانسحاب تكتيكياً وتأجيل الفكرة.



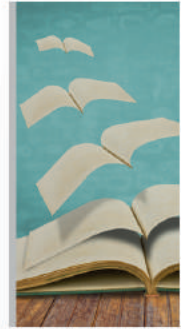
البحث عن الشغف



مرت السنون ودارت الأيام وانشغلت عن موضوع تأليف الكتاب الذي كنت متحمساً له من غير علم عندي ولا معرفة، وأثناء دراسة ماجستير الإعلام الرقمي بجامعة الملك سعود، طلب منا دكتورنا في نهاية أحد المقررات إعداد بحث مصغر حول موضوع في الإعلام الاجتماعي حسب اهتمامنا، فوقع اختياري على عنوان: (أساليب التسويق الحديثة في تويتر) وبعد سهر وعناء وبحث وجد واجتهاد في موضوع هذا البحث حصلت ولله الحمد في نهاية الفصل على الدرجة الكاملة A+.

من الفرامة إلى المكتبة

بعد نهاية الفصل الدراسي كنت أمام خيارين: وضع البحث في فرامة الورق لتقطيعه وحذف الملف من حاسوبي أو نشره في الإنترنت لأفيد به غيري، ولكن شرارة التحدي أضأت أمامي، فقررت تطوير البحث من ٣٠ صفحة إلى كتاب عملي ينقل الخبرات والتجارب والمعارف إلى عقول وأرفف مكتبات القطاعات المختلفة (الحكومي، التجاري، غير الربحي) ويسهم في إثراء العاملين والمهتمين في مجالات: الإعلام الرقمي، والتسويق الإلكتروني، وغيرها ... وعلى الله توكلت، فكانت هذه الورقات.





التنظير أم التنفيذ

في محاضرة التسويق أثناء دراستي الأكاديمية سألت الدكتور خارج القاعة بعد أن أشبع المحاضرة بالمعلومات الروتينية والمعلومات المنتهية الصلاحية طوال المقرر الدراسي: يا دكتور هل تعرف شيئاً عن التسويق في مواقع التواصل الاجتماعي؟ قال لي: **أسمع أن هناك حريماً يبعن أكلًا في انستقرام، قلت له: فقط ... قال لي: فقط !!**

«هناك من يبدع في التنظير .. وهناك من يبدع في التنفيذ .. والمميز من يجمع بينهما»

38	الأدوات التقنية	12	الأساليب التسويقية
39	موقع Iconosquare.com	13	الإعلان المدفوع للمشاهير
40	موقع Latergram.me	14	الإعلان المدفوع غير المباشر للمشاهير
41	موقع Hootsuite.com	15	بيع المتابعين الوهميين
42	موقع Tweetdelete.net	16	تابعني وأتابعك
43	موقع Crowdofireapp.com	17	الريتويت المكثف
44	موقع Tweepsmat.com	18	بيع الحسابات
45	موقع Keyhole.co	19	الريتويت الوهمي
46	موقع Buffer.com	20	المنشن للمشاهير
47	موقع mojazapp.com	21	توثيق الحساب
48	مقاسات الصور في مواقع التواصل الاجتماعي	22	الترويج المدفوع
49	موقع Goo.gl	23	الحسابات العامة
50	موقع Statuspeople.com	24	الهاشتاكات النشطة
51	موقع google.com/alerts	25	حسابات النشر الآلي
52	موقع Tweetreach.com	26	جدولة المنشورات
53	موقع Simplymeasured.com	27	التحالفات
54	موقع tweetdeck.twitter.com	28	صفحات الإعجاب
55	analytics.twitter.com/about	29	التعليقات العشوائية
56	موقع En.whotwi.com	30	ثناء العملاء
57	موقع mention.com	31	الملف الشخصي
58	موقع trends24.in	32	المسابقات
59	موقع trendsmat.com	33	المجموعات
60	موقع crowdbooster.com	34	شراء اللايكات والمنشن
61	موقع onlypult.com	35	إنشاء الأحداث والفعاليات
62	موقع fanpagekarma.com	36	مشاركة المنشورات
63	موقع socialbakers.com	37	إشارة لمستخدم (تاق)

64	الإضاءات المعرفية	85	الكتب الإلكترونية
65	قمة رواد التواصل الاجتماعي العرب	86	إنشاء صفحات فيسبوك ذات تأثير
66	التواصل الذكي	87	كيف تبدأ حياتك المهنية في التسويق
67	شهادة قوقل للتسويق الرقمي		باستخدام الإعلام الاجتماعي
68	ملتقى الإعلام المرئي الرقمي	88	ما هو العائد على استثمارك في مواقع
	«شوف»		التواصل الاجتماعي
69	حاضنة الأمير محمد بن سلمان	89	استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي
	للإعلام الرقمي		في المؤسسات الخيرية
70	شهادة مايكروسوفت للتسويق	90	تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في
	الرقمي		العالم العربي
71	ملتقى مغردون سعوديون	91	فن وسائل الإعلام الاجتماعية
72	الجدوى الاقتصادية لوسائل الإعلام	92	كيف تروج تغريداتك؟
	الاجتماعي	93	الحسابات الوهمية وإغراق الهاشتاق
73	شهادة هوتسويت لإدارة مواقع		عبر تويتر
	التواصل الاجتماعي	94	(١٠١) تكتيك من تكتيكات شبكات
74	جائزة إثراء للإعلام الجديد		التواصل الاجتماعي
75	ملتقى رقميات	95	دليل التحرير العربي
76	الإعلان في الإنترنت الاستثمار	96	دليل إعداد لائحة سياسات شبكات
	الجديد		التواصل الاجتماعي
77	نادي دبي للصحافة	97	الدليل الشامل لخطة التسويق
78	مزن لتقنية العمل الخيري		بالمحتوى
79	عالم التقنية	98	الدليل الاحترافي لبناء استراتيجية
80	أكاديمية ق		التسويق الرقمي
81	المؤتمر السعودي للتسويق	99	نظرة على الإعلام العربي 2016-2018
82	جائزة رواد التسويق	100	إعادة الاستهداف من الألف إلى الياء
83	كتاب صناعة المحتوى الإعلامي	101	تحليل الشبكات الاجتماعية والعائد على
84	ماركيتيز «بيت التسويق»		الاستثمار فيها

- 102 المجتمع الشبكي
- 103 وسائل التواصل الاجتماعي
والمؤسسات الخيرية
- 104 كيف تبني استراتيجية فعالة
للتسويق عبر الشبكات الاجتماعية
- 105 كيفية تهيئة الـ SEO للفيديو
التسويقي
- 106 مقالات المتخصصين
- 107 عبدالله السبع: تسويق المحتوى
الهادف عبر مواقع التواصل الاجتماعي
- 108 فؤاد الفرحان: هل المنتج المميز
يسوق ذاته؟
- 109 مازن الضراب: التسويق للمتاجر
الإلكترونية ببعض الإبداع
- 110 سعد القحطاني: الخدمات الحكومية
عبر الإعلام الاجتماعي
- 111 خالد السالم: التسويق بالأثر بمواقع
التواصل الاجتماعي
- 112 هند عامر: قضايا المرأة وتسويق
الأفكار
- 113 سعود الهواوي: التكامل بين المواقع
الإلكترونية ومواقع التواصل
الاجتماعي
- 114 عبدالعزيز بن هلابي: خارطة التعاطف
في الإعلام الاجتماعي
- 115 ياسر التويجري: أفكار في جمع التبرعات
عبر مواقع التواصل الاجتماعي
- 116 سامية الفضلي: تسويق المشاريع
الريادية في الإعلام الاجتماعي
- 117 مروان المريسي: تسويق الذات عبر
انفوجرافيك السيرة الذاتية
- 118 محمد أبو القمبز: قوة تأثير الإعلام
الاجتماعي
- 119 ميس أبو صلاح: التحقق من الشائعات
على منصات التواصل الاجتماعي
- 120 حسين باهادي: الحملات الإعلامية عبر
الإعلام الاجتماعي
- 121 عبدالعزيز الحمادي: ثماني مهارات يجب
توفرها في مسؤول الإعلام الاجتماعي
- 122 منصات المستقلين
- 123 مستقل
- 124 استكتب
- 125 بحر
- 126 صورلي
- 127 خمسات
- 128 بيكاليكا
- 129 تراتيق
- 130 freelancer
- 131 Designcrowd
- 132 designs 99
- 133 خاتمة
- 134 المؤلف
- 135 تقييم الكتاب

25



أسلوبًا تسويقيًا

1. الإعلان المدفوع للمشاهير

التعريف:

الكثير من المشاهير مهما اختلفت ميولهم وتوجهاتهم يتقاضون مبالغ مالية ضخمة مقابل الإعلان والترويج سواءً أكان كتابياً أو من خلال الوسائط (صورة، فيديو، صوت) بل حتى من خلال المشاركة وإعادة النشر واستخدام «مراجعات» للمنتج واستعراض مزاياه.

كيف أعرف؟

من خلال وضع العبارة الشهيرة هذا المنشور أو البوست برعاية الجهة الفلانية، أو الإعلان في الصورة الخلفية للحساب (البروفایل)، أو من خلال الإعلان الواضح والصريح للجهة المعلنة والتعريف بها وبمنتجاتها ونشر وسائل التواصل معها ونحو ذلك.

الإيجابيات:

1. الوصول إلى شريحة كبيرة جداً من المتابعين بسهولة.
2. من أقوى أنواع الأساليب التسويقية في وقتنا الحالي، ويعد دخله المالي عالياً جداً للمشاهير.
3. المشاهير هم قادة للرأي يتعلق ويتأثر العامة بهم، لذا تحصل الكثير من المنتجات على قبول عال عند الكثير من المتابعين بمجرد ثناء الشخص المشهور.

السلبيات:

1. التكاليف العالية والمتغيرة في أسعار المشاهير، مع عدم توفر أسلوب محدد للتسعير معهم، بل يعتمد على مهارات الإقناع والتفاوض.
2. قد يترك الكثير من المتابعين متابعة بعض المشاهير لكثرة المنتجات المدفوعة التي يعلن عنها.
3. المشاهير قد يرفضون التسويق لكثير من المنتجات لاختلاف التوجهات أو السياسات التي يرونها لأنفسهم.



هذا الأسلوب يكثر تطبيقه عبر الوسائل التالية:

2. الإعلان المدفوع غير المباشر للمشاهير

التعريف:

أسلوب دعائي يقوم به المشاهير لتسويق منتج معين، ولكن دون الحديث عنه أو النظر إليه، ولكن فقط يظهر المنتج التجاري ضمن الصورة الملتقطة وإن كان يظهر المنتج بحجم صغير، مثال: (شخص مشهور تناول الطعام في مطعم وحرص على إبراز شعار المطعم عدة مرات).

كيف أعرف؟

من خلال وجود منتج تعتمد المشهور ظهوره بشكل مناسب، أو الحديث عن منتج بحديث عام دون طلب شرائه أو اقتنائه، وليس بالضرورة أن كل ما يظهر في الصورة هو إعلان غير مباشر مدفوع الثمن.

الإيجابيات:

1. ظهور المشاهير بمنظر مميز خلال تسويق المنتجات للمتابعين، وإضفاء شعور بأنهم لا يهدفون إلى الربح من متابعتهم لهم.
2. الإعلان غير المباشر يعطي انطباعاً بأن هذا الشخص المشهور يستخدم ويفضل المنتج الذي يعرضه.
3. المشاهير هم قادة للرأي يتعلق ويتأثر العامة بهم، لذا تحصل الكثير من المنتجات على قبول عال عند الكثير من المتابعين بمجرد ثناء الشخص المشهور.

السلبيات:

1. الإعلان غير المباشر أقل فاعلية من الإعلان المباشر من حيث وضوح الرسالة التسويقية.
2. التكاليف العالية والمتغيرة في أسعار المشاهير.
3. لا يوجد أسلوب محدد للتسعير مع المشاهير، بل يعتمد على مهارات الإقناع والتفاوض.



هذا الأسلوب يكثر تطبيقه عبر الوسائل التالية:

10. الترويج المدفوع

التعريف:

هي خدمة تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي بقيمة مالية، تتمكن من خلالها من نشر إعلاناتك للمتابعين وتقوم باستهدافهم حسب الجنس والعمر والدولة والمدينة والاهتمامات، بل وأنظمة التشغيل للأجهزة المستخدمة في التصفح.

كيف أعرف؟

كل وسيلة تواصل اجتماعية لها علامة أو شعار يدل على أن المنشور الإعلاني بقيمة مالية (مروج).

الإيجابيات:

1. وجود فترة خاصة تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي لضمان الوصول للشريحة المستهدفة.
2. الإعلان المدفوع يظهر للمتابعين في الأعلى، وإن لم يكن يتابع حساب المعلن.
3. وجود إحصاءات رسمية وموثقة لقياس الأثر والفاعلية والنمو.

السلبيات:

1. تكلفة مالية عالية مقارنة بالأساليب التسويقية الأخرى.
2. شروط مواقع التواصل الاجتماعي وسياساتها متقلبة وسريعة التغييرات وخصوصاً في الدول العربية.
3. كثرة الإعلانات المختلفة يومياً ونموها المتسارع والكثيف.



هذا الأسلوب يكثر تطبيقه عبر الوسائل التالية:

11. الحسابات العامة

التعريف:

حسابات عامة ليست باسم شخص معين، وتعمل على نشر المعرفة أو الثقافة أو الأخبار، وتقوم بتسويق المشروعات والمنتجات المقاربة لنشاطها أو المدفوعة القيمة، وتدار من قبل جهات أو أفراد.

كيف أعرف؟

جميع الحسابات التي ليست باسم شخص معين أو جهة تجارية أو مجتمعية، ولا يوجد إشارة للجهة التي تدير الحساب أو تشرف عليه، مثل: (الوعي الصحي، ثقافة التسويق، التصميم...إلخ).

الإيجابيات:

1. تقديم مواد ومعلومات ثرية لتوعية المتابعين و تثقيفهم.
2. لها قابلية أعلى للمتابعة من قبل الناس.
3. غالباً تعد حسابات حيادية يصعب تصنيفها دينياً أو رياضياً...إلخ.

السلبيات:

1. رغبة الجهات التجارية في الإعلان عبرها ضعيفة لبحثهم عن الشخصيات الاعتبارية كالمشاهير.
2. تكثيف المحتوى الدعائي في مثل هذه الحسابات يزيد من احتمالية إلغاء المتابعة.
3. عدم الانتظام في النشر لبعض الحسابات لارتباطها بحماس من يديرها.



هذا الأسلوب يكثر تطبيقه عبر الوسائل التالية:

20. المسابقات

التعريف:

إقامة نشاط يقوم على تفعيل الجمهور بهدف الحصول على متابعين جدد وتسويق مشاريعك ومنتجاتك وزيادة تفاعل المتابعين والحساب.

كيف أعرف؟

من خلال المنشورات التي تظهر في الحسابات وتدعو للمشاركة في مسابقة أو نقاش حول موضوع معين أو فعالية جماهيرية أو هاشتاق .. إلخ

الإيجابيات:

1. الاعتماد على جوائز وهدايا بسيطة مقابل الكم الهائل من التفاعل.
2. إشراك المشاهير يزيد من فاعلية التفاعل.
3. صناعة وإيجاد محتوى لتنشيط الحسابات مع المتابعين.

السلبيات:

1. اعتماد الكثير على الأفكار التقليدية دون تطوير.
2. كثرة المسابقات والفعاليات المطروحة.
3. المشاركة المستمرة للمتابعين دون الفوز مراراً وتكراراً يعطي انطباع التململ وفقد الأمل وعدم الرغبة بالمشاركة.

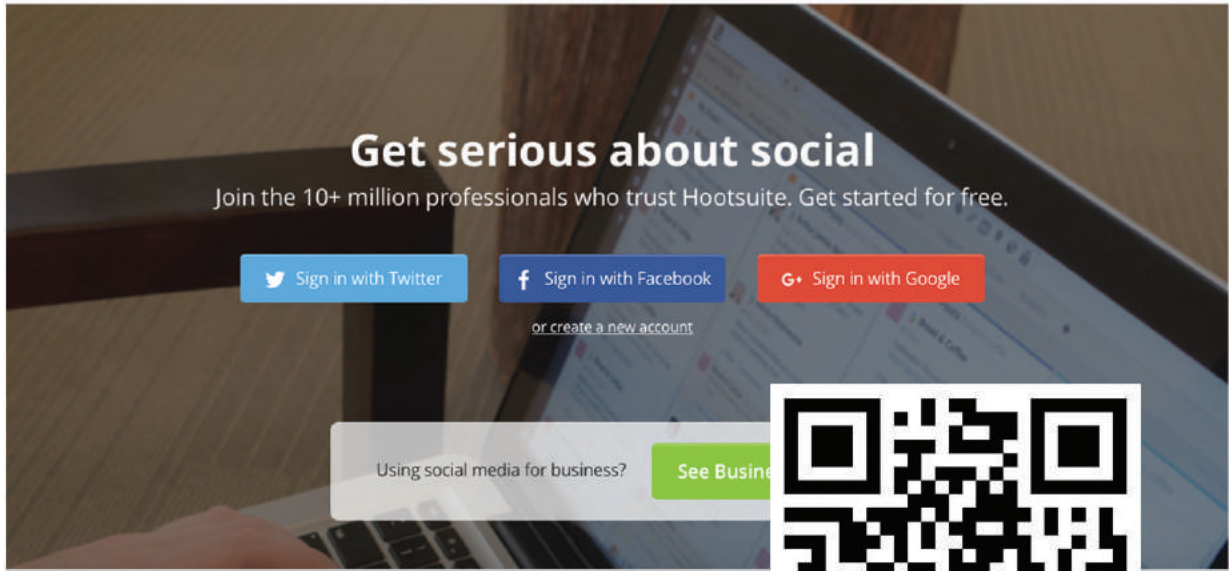


هذا الأسلوب يكثر تطبيقه عبر الوسائل التالية:

25



أداة تقنية



hootsuite.com

موقع مميز يساعدك على إدارة حسابات مواقع التواصل الاجتماعي من خلال صفحة واحدة، ويدعم مجموعة من مواقع التواصل كالفيس بوك وتويتر ولينكد إن... إلخ، كما يقدم التقارير والإحصاءات وغيرها، ويمكن إشراك فريق العمل معك لإدارة حسابات منشأتك وتوزيع الصلاحيات عليهم، وتقديم تقارير قياس أداء الفريق.

تطبيق للأجهزة الذكية



موقع إلكتروني





Your Growth Partner

Sign in with Instagram

Sign in with

Keep me logged in



web.crowdfireapp.com

موقع يقدم خدمات متعددة لتويتر والانسستقرام، من خلال إعطاء معلومات تحليلية ومفصلة للمتابعين، بحيث تستطيع إلغاء متابعة من لا يتابعك، أو التعرف على المستخدمين غير الفاعلين الذين تتابعهم، أو الوصول للمتابعين حسب الدولة، كما يساعدك على إرسال رسالة خاصة ترحيبية لكل متابع جديد لك، وخدمات أخرى عديدة.

تطبيق للأجهزة الذكية



موقع إلكتروني




KEYHOLE REAL-TIME TRACKING HISTORICAL DATA FEATURES PLANS & PRICING BLOG START FREE TRIAL SIGN IN

What would you like to track in real-time?

Enter a keyword, #hashtag or URL Search

✓ 🐦 📷 E.g. Audi, #SEO, Gilt.com

UBER Google Mashable shopify L'ORÉAL Help



keyhole.co

يقدم هذا الموقع عدة خيارات مميزة تتعلق بتحليل محتوى الهاشتاقات كقوة التأثير ومدى الانتشار وأشهر المشاركين في النشر وعدد المنشورات كما يعرض الموقع مجموعة من الرسوم والخرائط البيانية ويخدم مواقع التواصل التالية: تويتر، انستقرام، فيس بوك.

تطبيق للأجهزة الذكية



موقع إلكتروني



20



إضاءة
معرفية



قمة رواد التواصل الاجتماعي العرب

برعاية صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم، يعد هذا الحدث الأول من نوعه والأكبر في المنطقة للمؤثرين على قنوات التواصل الاجتماعي لتبادل المعلومات والأفكار حول هذه القنوات، بالإضافة إلى جائزة سنوية لأهم مبادرات التواصل الاجتماعي في الوطن العربي، وتكريم الإبداعات الفردية والمؤسسية في مختلف القطاعات من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.



www.arabsmis.ae

Google AdWords

This certificate of qualification is hereby granted to:

For passing the Google Advertising Fundamentals Exam and Search Advertising Advanced Exam



شهادة شركة قوقل للتسويق الرقمي

في الوقت الذي تتربع فيه شركة قوقل على عرش التميز الرقمي في مجالات عديدة منها الإعلانات والتسويق الإلكتروني، أطلقت الشركة شهادة متخصصة بهذا المجال باسم: (Google AdWords Certified Individual)، وتستطيع في أي وقت الالتحاق ببرنامج الشهادة وإتمام المتطلبات الخاصة ببرنامج الشهادة والتقدم للاختبارات، للحصول على هذه الشهادة من خلال مركز التعليم في قوقل عبر الإنترنت بمقابل مالي رمزي وباللغة العربية.



support.google.com/partners/topic/3203989?hl=ar

اجرار

انضم الآن إلى مُجتمعات مُزن لتقنية العمل الخيري

5 ديسمبر، 2015 • بواسطة عبدالله عيد • اصف تعليقاً



أنظمة وأدوات • البيانات • تطوير

أفضل أنظمة التعليم الإلكتروني للمنظمات E-
LEARNING SYSTEMS



الشبكات الإجتماعية والتواصل

11 فكرة مصوّرة لزيادة التفاعل في الشبكات
الإجتماعية

مزن لتقنية العمل الخيري

موقع إلكتروني يقوم على توفير المحتوى العربي المتخصص في تقنية العمل الخيري، وإيجاد الحلول التقنية لتسهيل عمل المؤسسات غير الربحية في جميع أنحاء العالم العربي، ودعمها بالمعلومة الموثقة والدراسات الإستراتيجية المبنية على أسس علمية واحترافية وموضوعية، كما يحوي الموقع تبويهاً متخصصاً بالشبكات الاجتماعية والتواصل.



mozn.ws

20



كتاباً إلكترونيّاً

دليل التحرير العربي

لأرامكو السعودية

saudi aramco arabic editorial guide

من إصدار أرامكو السعودية

دليل التحرير العربي

دليل التحرير العربي هو كتاب إلكتروني صادر من أرامكو السعودية، ويهدف إلى نشر الاستخدام الصحيح للكتابة باللغة العربية في مستندات الشركة ومطبوعاتها ورسائلها بين الموظفين، لكنه لم يعد مقتصرًا على موظفي الشركة فقط، وإنما أصبح متاحًا للجميع بلا استثناء، وهو يُفيد كثيراً الشركات التي تعاني من مشاكل لغوية في خطاباتهما، وأيضا الشركات الناشئة التي تسعى لبداية صحيحة من أول لحظة في عمر الشركة.



<https://goo.gl/eTRneG>



من إصدار iClick

الدليل الشامل لخطة التسويق بالمحتوى

تقدم شركة iClick الرائدة والمتميزة في مجال التسويق الإلكتروني في السعودية دليل التسويق بالمحتوى، والذي يركز على تثقيف القارئ بأهمية هذا النوع من أنواع التسويق، وهو يساعد على تحديد الأسئلة العامة مثل من أين تبدأ؟ وكيف تبني خطة المحتوى؟ وما هي طرق قياسها؟ والعديد من الأسئلة ذات العلاقة بعنوان الدليل.



<https://goo.gl/mqKPed>



من إصدار نادي دبي للصحافة

نظرة على الإعلام العربي 2016-2018

يُعد تقرير "نظرة على الإعلام العربي"، الذي يصدره نادي دبي للصحافة، أكثر التقارير الإعلامية العربية شمولية، حيث يرصد كافة توجهات المشهد الإعلامي في العالم العربي في السنوات الحالية واستشراف إمكانيات النمو المستقبلي في السنوات المقبلة، ويهتم الإصدار الخامس بالشباب والمحتوى والإعلام الرقمي في 14 بلداً عربياً، ويقدم التقرير تقييماً شاملاً لمنصات الإعلام المختلفة، بما في ذلك الوسائل الرقمية، والهواتف النقالة، والمطبوعات، والإذاعة، والتلفزيون.



www.dpc.org.ae/Portal/ar/amo/editions/request.aspx?v=5

15



مقالة لمتخصصين

التكامل بين المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي

سعود الهواوي @saud264

مؤسس موقع عالم التقنية



عند إطلاق موقع عالم التقنية في عام 2008 كانت الشبكات الاجتماعية تعتبر مولوداً جديداً بالنسبة للمستخدمين في منطقتنا، فكان استخدامها بسيطاً جداً ولا يتعدى الترفيه، وبعد التطور الكبير في مجال الإنترنت وانتشار الأجهزة الحديثة وازدياد استخدام الشبكات الاجتماعية وتحقيق نمو عال في عدد مستخدميها وطرق الدخول لها، كان من المهم وجود قناة لموقع عالم التقنية في هذه الشبكات الاجتماعية وقمنا فعلاً بإنشاء حسابات بمواقع التواصل الاجتماعي لعالم التقنية وإعادة نشر محتوى الموقع في تويتر وفيس بوك وانستغرام وغيره من القنوات، ولعل أهم عوامل الجذب لنا في الشبكات الاجتماعية هو:

- سرعة طرح الأخبار التقنية في هذه الحسابات.

- التفاعل مع الجمهور من خلال عمل المسابقات وتوزيع الجوائز.

- التغطية الحية لأهم الفعاليات التقنية ومن بينها مؤتمر أبل.

- توثيق حسابات مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا عامل مهم، لأنه أعطى مصداقية للحسابات، ومن ثم قيام تويتر مثلاً بإضافة حساب عالم التقنية في الحسابات المقترحة للمستخدمين الجدد.

ومن خلال هذه العوامل استطعنا الوصول لأوسع نطاق من المتابعين، وأن تكون حسابات عالم التقنية من أكثر الحسابات انتشاراً في الشبكات الاجتماعية، وصنعنا تكاملاً معرفياً بين الموقع الإلكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي، فمهما اختلفت القنوات الاتصالية تظل الرؤية والأهداف التي نطمح إليها في تقدم مستمر ولله الحمد.

التحقق من الشائعات على منصات التواصل الاجتماعي

ميس أبوصلاح @maisabusalah

مستشارة تسويق إلكتروني وإعلام اجتماعي، مديرة تسويق للشرق الأوسط وشمال أفريقيا في ياهو (سابقاً)، عضو في نادي الإعلام الاجتماعي الدولي - فرع الإمارات.



مع انتشار الهواتف الذكية المتصلة على مدار الساعة على الإنترنت، بات يمكن لأي شخص أن يكون صاحب الخبر أو الصورة أو المعلومة، فإذا كنت ماراً في طريق وتفاجأت بحادث سير على سبيل المثال، فكل ما عليك أن تفعله أن تلتقط صورة أو فيديو وتبدأ في نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي، وتكون أنت النجم صاحب الخبر، مما يؤدي إلى الكثير من إعادات التغريد أو اللإيكات أو المتابعين. وعلى الرغم من وجود قوانين وضوابط تحدد ما يمكن نشره وما لا يمكن نشره حفاظاً على خصوصية الآخرين أو تجنباً للتشهير بهم أو حتى لأسباب أخرى، مازلنا نجد من ينشر الممنوع ليجد نفسه في مواجهة القانون.

كذلك هو الحال عند المتلقي، فعندما يصله خبر على واتساب أو يشاهده على تويتر أو فيسبوك، فالرغبة في أن يكون أوّل من ينشر الخبر بين أصدقائه تتغلب على التحقق من صحة الخبر أو المعلومة. وهكذا تنتشر الشائعات!

إن أسباب انتشار الشائعات على منصات التواصل الاجتماعي بسيطة، فقد تعود إلى وجود حالة من القلق وعدم اليقين حول موضوع معين، إلى انتشار خبر على سبيل المزاح، وحتى فبركة موضوع معين للحصول على المزيد من المتابعين واللإيكات. وفي جميع الحالات علينا كمتلقين أن نتحقق مما ننشره حتى لا نكون مسهمين فيما قد يكون سبباً لما يؤذينا أو يؤذي المجتمع أو الدولة.

طرق التحقق بسيطة وليست معقدة، لكنها تحتاج إلى الصبر والتريث، وأهم الخطوات بشكل عام هي: الاتصال بناشر الخبر والتأكد هل هو صاحب الخبر؟، التشكيك فيما يبدو جيداً لدرجة غير قابلة للتصديق، استشارة مصادر موثوقة مرتبطة بالخبر أو المعلومة، الاطلاع على أهم أدوات وطرق البحث والتحقق، المثابرة.

معظم الأدوات متوفرة لدى الجميع مثل: بحث قوقل، والبحث عن حالة الطقس عن طريق موقع wolframalpha، وجوجل إيرث وغيره. كل ما علينا فعله التريث والتحقق قبل نشر أية معلومة. تذكروا أنه لا يمكنك التراجع عن ما تنشره بعد أن يصل إلى الآخرين، وقد تدفع ثمن ذلك غالباً.

ثمان مهارات يجب توفرها في مسؤول الإعلام الاجتماعي

عبدالعزیز الحمادي @Abdulaziz_Hmadi

مهتم بالتقنية والعمل الخيري.. رئيس تحرير @MoznWS
محرر معتمد في #Wikipedia #سفیر جوجل في #GSA_MENA

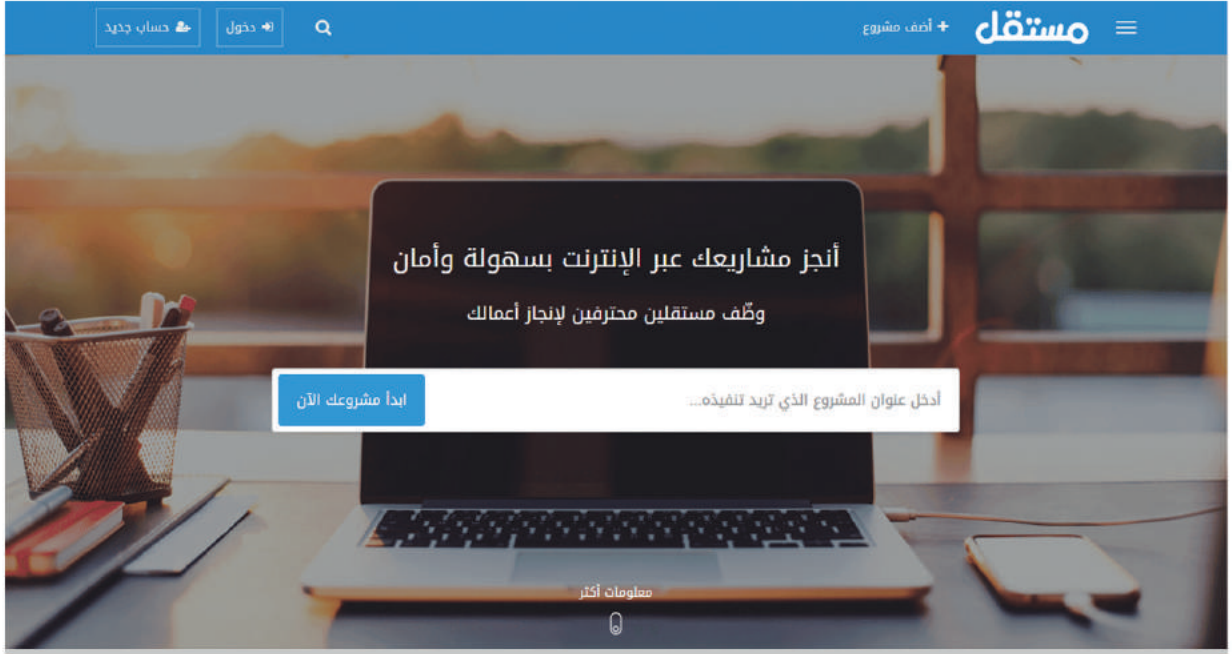


- 1- التفكير الإبداعي: فالطرح التقليدي المستهلك لم يعد له سوق رائجة، ونقصد بالتفكير الإبداعي هو التجديد في الطرح، والإبداع في الأسلوب، والتميز في المحتوى، وحسن إدارة الحملات التسويقية.
- 2- مهارات الكتابة الجيدة: الصياغة الجيدة لحملات التسويق هي أساس النجاح فيها؛ لذا تعد مهارة التحرير النصي من أهم المهارات التي ينبغي توافرها، وللأسف نجد كثيرًا من حسابات المنظمات تعاني بشكل كبير الأخطاء الإملائية وسوء في التعبير.
- 3- الخبرة: كثير من المنظمات تقوم بإلقاء مسؤولية الإعلام الاجتماعي على بعض المتطوعين بحجة أنهم شباب، ويحتجون بأنهم أقرب إلى هذه التقنيات وأفهم بعملها، وهذا الأمر غير صحيح، فإدارة الإعلام الاجتماعي تحتاج إلى شخص متمرس ذي خبرة ولو كانت قليلة كي يستطيع أن يحقق أهداف المنظمة.
- 4- القدرة على تحرير الصور والفيديو: نظراً لقوة أثر الصورة والفيديو على المتلقين، فإن من المهم الإلمام بكيفية قص الصور والفيديو والتعديل عليهما وإضافة النصوص أو المؤثرات الصوتية ونحوه.
- 5- الإلمام البسيط بلغة HTML: تتكون جميع المواقع على الإنترنت من أكواد برمجية، وتعد لغة HTML من أبسطها وأوسعها انتشاراً، فإتقانها يوفر على المنظمة الكثير من الجهد والمال عند الحاجة إلى التعديلات اليسيرة في الموقع الإلكتروني.
- 6- تعدد المهام: يتميز الإعلام الاجتماعي بتنوع أدواته وآلاته، ومن المهم قدرة المدير على إدارة أكثر من شبكة اجتماعية في نفس الوقت وبنفس الاحترافية، كإدارة تويتر والفيس بوك واليوتيوب والانسيتقرام والواتس اب والسناپ شات وغيرها.
- 7- المرونة والتكيف: يجب على مسؤول الإعلام الاجتماعي أن يكون مرناً وقادراً على تعلم الوسائل الإعلامية الجديدة بشكل مستمر، والاطلاع على آخر الأخبار في هذا الشأن، والتكيف السريع مع أي وسيلة.
- 8- بناء الفريق وقيادته: أحد أسس نجاح الإعلام في المنظمة هو تأسيس فريق إعلامي متميز وقادر على العمل باحترافية، لذلك يجب أن يكون المسؤول عن الإعلام في المنظمة قادراً على تكوين هذا الفريق وجمع الخبرات المتميزة، وإيصال المهام ومتابعة الإنجاز والتحفيز المستمر.

10



منصات لمستقلين



مستقل

إحدى منتجات شركة حسوب الرائدة في العالم العربي، ويُعتبر منصة العمل الحر الأفضل والأكثر انتشاراً للمستقلين في العالم العربي، ويعمل فيه أكثر من 300 ألف مستقل عربي من مختلف بلدان العالم، ويتيح لأصحاب المشاريع والشركات التعاقد مع مستقلين على مستوى عالي من الاحترافية، وفي نفس الوقت يتيح للمستقلين المحترفين مكاناً لإيجاد مشاريع يعملون عليها والحصول على عائد مادي ممتاز منها، وتكوين علاقات مع أصحاب مشاريع مميزين ومع مؤسسات عالمية ومحلية.



mostaqil.com



صورلي

موقع الكتروني سعودي لحجز المصورين، ويتيح هذا الموقع الإمكانية للعملاء من طلب جلسات التصوير بطريقة سهلة وسريعة وموثوقة، وأيضاً يُعتبر هو منصة للمصورين السعوديين الموهوبين لعرض أعمالهم وخدماتهم والمنافسة على طلبات التصوير والوصول إلى عملاء أكثر وهو من مواقع العمل الحر المميزة والمتخصصة، وتكاد لا تجد مصوراً مميّزاً في المملكة العربية السعودية إلا وله حساب رائع فيه



www.sawerly.com

#سوشليات

سوشليات ..

هو خلاصة معارف وتجارب عديدة ومشاركات في مشروعات متنوعة، أقدمها على طبق من ذهب للباحثين عن المعرفة وخلصات التجارب.

سوشليات ..

ليست وصفة خاصة بتسويق المنتجات والخدمات فحسب، هو بل مفيد حتى في النجاح لتسويق الأفكار وصناعة الوعي على المستوى الشخصي للمتابعين في مواقع التواصل الاجتماعي.

سوشليات ..

دعوة للمزيد من التنافس بين قطاعات الإعلام المختلفة ومتخصصي التواصل الاجتماعي إيماناً بأن التنافس يولد المزيد من الإبداع الذي يحصده العملاء والمستهلكون والمستفيدون من الخدمات والمنتجات.

سوشليات ..

أفكار تسويقية في الإعلام الاجتماعي تسهم في زيادة نسبة النجاح للمشروعات الصغيرة، وتأخذ بيد الأسر المنتجة ورواد الأعمال الجدد.

سوشليات ..

دعوة للمزيد من التميز للجهات غير الربحية لبناء صورة ذهنية مميزة عن أعمالهم ومشروعاتهم.

سوشليات ..

قد يكون من أفضل الإهداءات التي تهديها لمن يعمل في إدارات التسويق أو الاتصال المؤسسي أو العلاقات العامة أو الإعلام أو خدمة العملاء أو ... إلخ.



 @bassam_t3
 bassam.t3@gmail.com

المؤلف

- باحث بمرحلة الدكتوراه في مجال إدارة الأعمال.
- ماجستير «إعلام رقمي» بجامعة الملك سعود بامتياز مع مرتبة الشرف.
- بكالوريوس «إدارة الأعمال» من جامعة الإمام محمد بن سعود.
- دبلوم مهني «إدارة منشآت الأعمال» من الغرفة التجارية الصناعية بالرياض.
- دبلوم أكاديمي «لغة إنجليزية» من المركز السعودي البريطاني.
- مستشار في مجال الإعلام الاجتماعي لعدد من الجهات.
- أخصائي إعلام اجتماعي ومقيم لأكثر من 70 مشروع.
- خبرة عملية في مجال الإعلام والعلاقات العامة لأكثر من عشر سنوات.
- حائز على المركز الأول بجائزة السبوعي للتميز في مجال الأفكار الإبداعية المتميزة.
- أدار العديد من ورش العمل واللقاءات والدورات.
- حضر أكثر من 500 ساعة تدريبية وتطويرية، وقرأ أكثر من 200 كتاب في مجالات متعددة كالإدارة والإعلام والقيادة وتطوير الذات.

شارك في إثراء هذا الكتاب



مازن الضراب
التسويق للمتاجر الإلكترونية ببعض الإبداع



فؤاد الفرحان
هل المنتج المميز يسوق ذاته؟



عبدالله السبع
تسويق المحتوى الهادف عبر مواقع التواصل الاجتماعي



هند عامر
قضايا المرأة وتسويق الأفكار



خالد السالم
التسويق باللائر بمواقع التواصل الاجتماعي



سعد القحطاني
الخدمات الحكومية عبر الإعلام الاجتماعي



ياسر التويجري
أفكار في جمع التبرعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي



عبدالعزیز بن هلابي
خارطة التعاطف في الإعلام الاجتماعي



سعود الهواوي
التكامل بين المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي



محمد أبو القمير
قوة تأثير الإعلام الاجتماعي



مروان المريسي
تسويق الذات عبر انفوجرافيك السيرة الذاتية



سامية الفضلي
تسويق المشاريع الريادية في الإعلام الاجتماعي



عبدالعزیز الحمادي
ثمان مهارات يجب توفرها في مسؤول الإعلام الاجتماعي



حسين باهادي
الحملة الإعلامية عبر الإعلام الاجتماعي



ميس أبو صلاح
التحقق من الشائعات على منصات التواصل الاجتماعي

WWW.SOCIALIYAT.COM

ردمك: 8-5862-02-603-978

جميع الحقوق محفوظة