

استراتيجيات الإعلان والتسويق

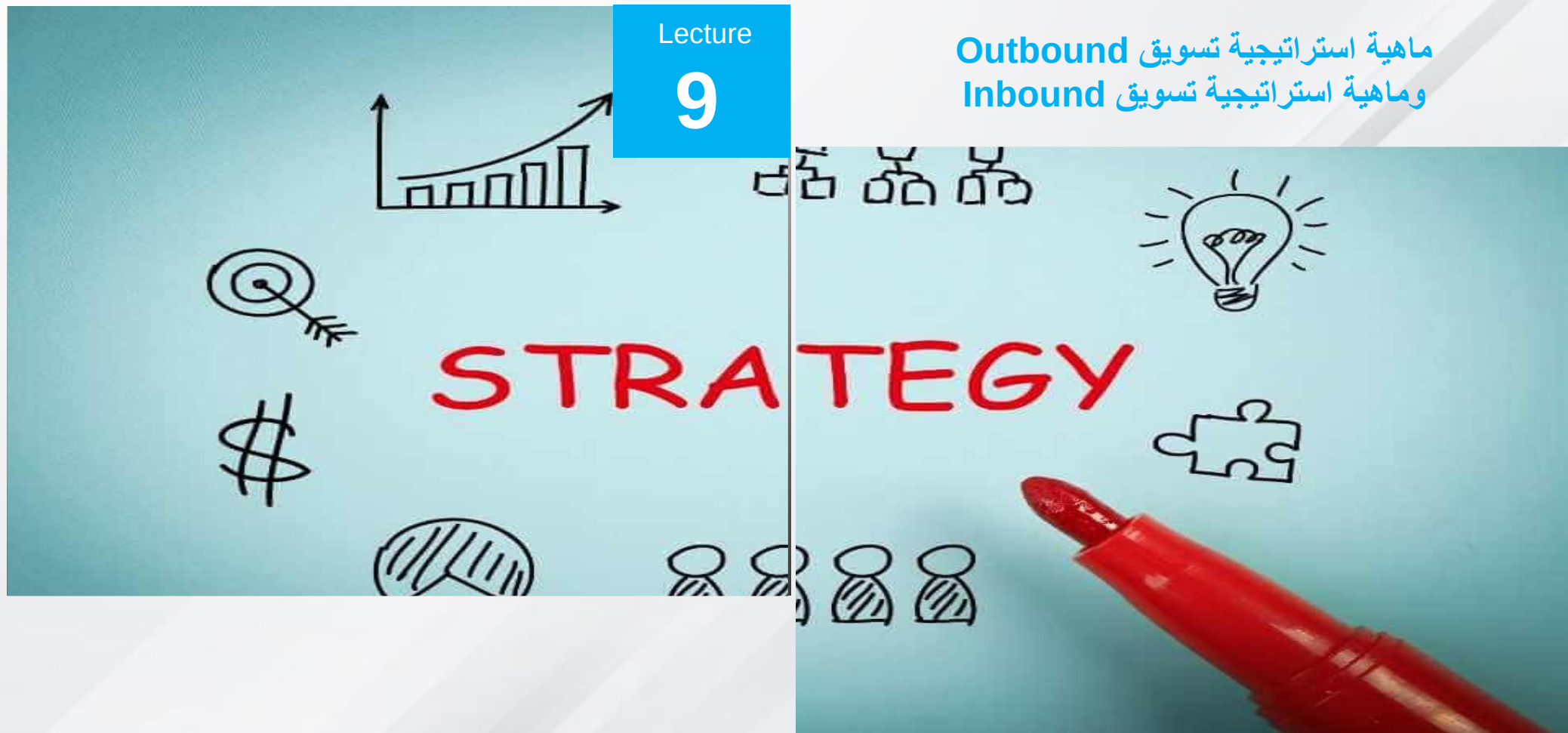
Lecture 9

MKT 211

Lecture

9

ماهية استراتيجية تسويق
Outbound
وماهية استراتيجية تسويق
Inbound



Lecture

9

محتويات المحاضرة



1. تمهيد.
2. ماهية استراتيجية تسويق Outbound.
3. خصائص استراتيجية تسويق Outbound.
4. مميزات استراتيجية تسويق Outbound.
5. عيوب استراتيجية تسويق Outbound.
6. ماهية استراتيجية تسويق Inbound.
7. خصائص استراتيجية تسويق Inbound.
8. مميزات استراتيجية تسويق Inbound.
9. عيوب استراتيجية تسويق Inbound.
10. خاتمة.

Lecture

9

تمهيد



- يُعد تسويق Outbound هو أسلوب تسويق تقليدي حيث تبدأ الشركة المحادثة وترسل رسالتها إلى جمهور واسع. حيث تركز هذه الإستراتيجية على الوصول إلى العملاء المحتملين من خلال قنوات مختلفة مثل الإعلانات التلفزيونية والإذاعية والإعلانات المطبوعة والمكالمات والبريد.
- كما أن تسويق Inbound هو استراتيجية تركز على جذب العملاء من خلال المحتوى ذي الصلة والمفيد، بدلاً من مخاطبتهم بالإعلانات التقليدية.

Lecture

9

Outbound Marketing



ماهية استراتيجية تسويق Outbound



Outbound
Marketing

Lecture

9

ماهية استراتيجية تسويق Outbound

➤ تُعد استراتيجية تسويق Outbound هي استراتيجية تسويق تقليدية حيث تبدأ الشركة المحادثة وترسل رسائلها إلى الجمهور. حيث يتضمن إرسال رسالة إلى عدد كبير من الجمهور، سواء كانوا مهتمين بها أم لا. حيث تتضمن أساليب التسويق الخارجي أساليب مثل الإعلانات التلفزيونية والإذاعية والإعلانات المطبوعة والبريد.

Outbound
Marketing

Lecture

9

ماهية استراتيجية تسويق Outbound

➤ غالبًا ما يتناقض هذا النهج مع استراتيجيات تسويق Inbound حيث ينصب التركيز على جذب العملاء من خلال المحتوى ذي الصلة والمفيد. في حين أن تسويق Outbound لا يزال فعالاً في مواقف معينة، فإن العديد من الشركات تتجه بشكل متزايد نحو تسويق Inbound لأنه يميل إلى أن يكون أكثر تركيزاً على العملاء ويركز على بناء العلاقات.

Outbound
Marketing



Lecture

9

ماهية استراتيجية تسويق Outbound

➤ أمثلة عملية عن استراتيجية تسويق Outbound :



استراتيجية تسويق Outbound لحملة
مستشفى 57357

https://www.youtube.com/watch?v=e_N0tx7YG

3w



استراتيجية تسويق Outbound لحملة
مؤسسة مجدى يعقوب

https://www.youtube.com/watch?v=w_wAmNiEg8I

Lecture

9

Outbound Marketing

خصائص استراتيجية تسويق Outbound



Outbound
Marketing

Lecture

9

خصائص استراتيجية تسويق Outbound

➤ خصائص استراتيجية تسويق Outbound:

1. الاتصال أحادي الاتجاه في تسويق Outbound، حيث يكون الاتصال عادةً في اتجاه واحد، حيث تقوم الشركة بتوصيل رسائلها إلى الجمهور من خلال قنوات مختلفة مثل الإعلانات التلفزيونية، وإعلانات الراديو، والإعلانات المطبوعة، والبريد.
2. تسويق شامل لأنه يستهدف تسويق عادةً جمهورًا واسعًا دون استهداف بالضرورة أفرادًا محددين أبدوا اهتمامًا بالمنتج أو الخدمة، على عكس تسويق Inbound الذي يركز على جذب وإشراك العملاء المحتملين الذين أبدوا اهتمامًا بالفعل.

Outbound
Marketing

Lecture

9

خصائص استراتيجية تسويق Outbound

3. المقاطعة للجمهور المتلقي وذلك بسبب أن غالبًا ما تقاطع استراتيجيات تسويق Outbound الأنشطة اليومية للجمهور لتوصيل الرسالة التسويقية، مثل الإعلانات التلفزيونية التي تقاطع برنامجًا تلفزيونيًا أو إعلانات الراديو التي تقاطع الموسيقى.

4. ترويج العلامة التجارية حيث يركز تسويق Outbound على الترويج للعلامة التجارية ومنتجاتها أو خدماتها لجمهور كبير بهدف زيادة ظهور العلامة التجارية والوعي بها.

Outbound
Marketing

Lecture

9

خصائص استراتيجية تسويق Outbound

5. تكاليف أعلى في الإنفاق وذلك يرجع إلى أن استراتيجيات تسويق Outbound أكثر تكلفة مقارنة تسويق Inbound بسبب النفقات المرتبطة بالإعلان والوسائط والإنتاج والتوزيع.

6. أقل استهدافاً للجمهور المهتم بالرسالة الإعلانية، وذلك لأنه غالباً ما يكون تسويق Outbound أقل استهدافاً مقارنة بتسويق Inbound حيث يتم توزيع الرسالة على جمهور أوسع دون التركيز على التركيبة السكانية المحددة أو التفضيلات الفردية.

Outbound
Marketing

Lecture

9

خصائص استراتيجية تسويق Outbound

7. استخدام القنوات التقليدية حيث تشمل قنوات التسويق الخارجية التلفزيون والراديو والإعلانات المطبوعة والبريد والمعارض التجارية وغيرها.

Outbound Marketing

مميزات استراتيجية تسويق Outbound



Outbound
Marketing

Lecture

9

مميزات استراتيجية تسويق Outbound

➤ مميزات استراتيجية تسويق Outbound:

1. الوصول إلى جمهور واسع: حيث يتيح لك تسويق Outbound الوصول إلى عدد كبير من الأشخاص بسرعة من خلال قنوات مثل التلفزيون والراديو والإعلانات المطبوعة والبريد.
2. رؤية العلامة التجارية: حيث يمكن أن يؤدي تسويق Outbound إلى زيادة الوعي بالعلامة التجارية ورؤيتها من خلال وضع علامتك التجارية أمام جمهور واسع.

Outbound
Marketing

Lecture

9

مميزات استراتيجية تسويق Outbound

3. من الممكن أن يكون أداة قيمة في استراتيجية التسويق الشاملة حيث أنه يخاطب جمهور عام وليس جمهور خاص أو محدد.

4. يكمل تسويق Inbound: يمكن لتسويق Outbound أن يكمل جهود تسويق Inbound من خلال خلق الوعي بالعلامة التجارية والوصول إلى الجماهير التي قد لا تبحث بنشاط عن منتجاتك أو خدماتك.

Outbound Marketing

عيوب استراتيجية تسويق Outbound



Outbound
Marketing

Lecture

9

عيوب استراتيجية تسويق Outbound

➤ عيوب استراتيجية تسويق Outbound:

1. غالبًا ما تقاطع تقنيات تسويق Outbound المستهلكين في حياتهم اليومية، كما هو الحال مع الإعلانات التلفزيونية أو المكالمات الغير مرغوب فيها، مما قد يؤدي إلى الانزعاج والتصور السلبي للعلامة التجارية.

Outbound
Marketing

Lecture

9

عيوب استراتيجية تسويق Outbound

2. انخفاض الفعالية مع إعلانات تسويق Outbound وذلك مع ظهور، قوائم عدم الاتصال، والقدرة على تخطي الإعلانات التجارية، أصبحت أساليب تسويق Outbound مثل الإعلانات التلفزيونية، والمكالمات، أقل فعالية في الوصول إلى الهدف والتفاعل معه.
3. التكاليف المرتفعة للاستراتيجية حيث يمكن أن تكون حملات تسويق Outbound، مثل الإعلانات التلفزيونية أو الإذاعية، وإعلانات الطرق الخارجية باهظة الثمن، خاصة بالنسبة للشركات الصغيرة ذات الميزانيات المحدودة.

Outbound
Marketing

Lecture

9

عيوب استراتيجية تسويق Outbound

4. عدم الاستهداف حيث يلقي تسويق Outbound شبكة واسعة للوصول إلى جمهور عريض، مما قد يؤدي إلى الوصول إلى أفراد غير مهتمين بالمنتج أو الخدمة المقدمة، مما يؤدي إلى إهدار الموارد والجهد.

5. صعوبة تتبع عائد الاستثمار لأنه قد يكون من الصعب قياس التأثير المباشر لجهود التسويق الخارجي على المبيعات أو جذب العملاء المحتملين. حيث يمكن أن يكون تتبع عائد الاستثمار (ROI) لحملات التسويق الخارجية معقدًا وأقل دقة مقارنة باستراتيجيات تسويق Inbound.

Outbound
Marketing

Lecture

9

عيوب استراتيجية تسويق Outbound

6. المشاركة والتفاعل المحدود لأنه غالباً ما يتضمن تسويق Outbound اتصالاً أحادي الاتجاه من الشركة إلى المستهلك، مما يحد من فرص المشاركة والتفاعل وبناء العلاقات مع العملاء المحتملين.

Lecture
9

ماهية استراتيجية تسويق Inbound

INBOUND MARKETING STRATEGY



DS

CUSTOMERS

PROMOTERS

Lecture

9

ماهية استراتيجية تسويق Inbound



➤ استراتيجية تسويق Inbound هي نهج يركز على جذب العملاء من خلال المحتوى ذي الصلة والمفيد، بالإضافة إلى إضافة قيمة في كل مرحلة من رحلة العميل. بدلاً من دفع المنتجات أو الخدمات إلى العملاء المحتملين، حيث يسعى تسويق Inbound إلى توفير معلومات قيمة تتوافق مع اهتمامات العميل واحتياجاته. حيث تتضمن هذه الإستراتيجية عادةً إنشاء ومشاركة محتوى مثل المدونات ومنشورات وسائل التواصل الاجتماعي ومقاطع الفيديو وغيرها من الموارد التي تهدف إلى تثقيف الجمهور المستهدف وإشراكه.

Lecture

9

ماهية استراتيجية تسويق Inbound



➤ يتضمن تسويق Inbound تقنيات مثل التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي والتسويق عبر البريد الإلكتروني وأساليب أخرى لجذب العملاء المحتملين وتحويلهم إلى عملاء مخلصين. لذلك يُعد الهدف من تسويق Inbound هو بناء الثقة، وإقامة العلاقات، وفي نهاية المطاف تعزيز مشاركة العملاء وولائهم.



Lecture

9

ماهية استراتيجية تسويق Inbound

➤ مثال عملي عن استراتيجية تسويق Inbound :

استراتيجية تسويق Inbound لشركة Vodafone

<https://fb.watch/s9VWqmakPq/>



Lecture

9

خصائص استراتيجية تسويق Inbound

INBOUND MARKETING STRATEGY



DS

CUSTOMERS

PROMOTERS



Lecture

9

خصائص استراتيجية تسويق Inbound

➤ إنشاء محتوى قيم الذي يلبي احتياجات واهتمامات الجمهور المستهدف.

➤ بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء من خلال توفير القيمة والدعم المستمرين حتى بعد البيع الأولي.

Lecture

9

خصائص استراتيجية تسويق Inbound



➤ المشاركة في وسائل التواصل الاجتماعي من حيث التفاعل مع الجمهور المستهدف على منصات التواصل الاجتماعي المختلفة لمشاركة المحتوى والتفاعل مع المتابعين وبناء العلاقات.

➤ التسويق عبر البريد الإلكتروني من خلال استخدام حملات البريد الإلكتروني لرعاية العملاء المتوقعين وتوفير محتوى قيم وتوجيه العملاء المحتملين خلال رحلة المشتري.



Lecture

9

خصائص استراتيجية تسويق Inbound

➤ إنشاء العملاء المحتملين من خلال تنفيذ إستراتيجيات لجذب العملاء المتوقعين من خلال النماذج والصفحات المقصودة والعبارات التي تحت المستخدم على اتخاذ إجراء لتحويل الزوار إلى عملاء متوقعين.

➤ التحليل المستمر للبيانات والمقاييس لقياس فعالية الإستراتيجية وتحديد مجالات التحسين وتحسين الحملات لتحقيق نتائج أفضل.



Lecture

9

خصائص استراتيجية تسويق Inbound

➤ النهج الذي يركز على العملاء من خلال وضع العميل في مركز الإستراتيجية من خلال توفير محتوى ملائم وشخصي مصمم خصيصًا لتلبية احتياجاتهم وتفضيلاتهم يُعد نهجًا ناجحًا.

➤ التحسين المستمر من خلال تسويق Inbound حيث أنها عملية متكررة تتطلب المراقبة والاختبار والتحسين المستمر للتكيف مع الاتجاهات المتغيرة وسلوك المستهلك.

Lecture
9

مميزات استراتيجية تسويق Inbound

INBOUND MARKETING STRATEGY



DS

CUSTOMERS

PROMOTERS

Lecture

9

مميزات استراتيجية تسويق Inbound

➤ مميزات استراتيجية تسويق Inbound

1. فعال من حيث التكلفة حيث يعد التسويق الداخلي بشكل عام أكثر فعالية من حيث التكلفة من استراتيجيات تسويق Outbound التقليدية مثل الإعلانات المطبوعة أو الإعلانات التلفزيونية. حيث إنه يركز على إنشاء محتوى قيم يجذب العملاء المحتملين ويشركهم بشكل فعال.
2. النهج المستهدف المستخدم حيث يسمح التسويق الداخلي للشركات باستهداف جماهير محددة بناءً على اهتماماتهم وسلوكياتهم وتركيباتهم السكانية. حيث يمكن أن يؤدي هذا النهج المستهدف إلى ارتفاع معدلات التحويل وتحسين جودة العملاء المتوقعين.



Lecture

9

مميزات استراتيجية تسويق Inbound

3. بناء الثقة والمصداقية من خلال توفير محتوى قيم وملائم للمستهلكين، حيث يمكن للشركات ترسيخ نفسها كخبراء في الصناعة وبناء الثقة مع جمهورها. حيث يمكن أن يساعد هذا في إنشاء علاقات طويلة الأمد مع العملاء.

4. يولد عملاء محتملين مؤهلين حيث يركز التسويق الداخلي على جذب العملاء المحتملين المهتمين بالفعل بالمنتجات أو الخدمات التي تقدمها الشركة. حيث يؤدي هذا إلى عملاء محتملين ذوي جودة أعلى ومن المرجح أن يتحولوا إلى عملاء ناشطين.

Lecture

9

مميزات استراتيجية تسويق Inbound



5. نتائج قابلة للقياس لأنه غالبًا ما تكون استراتيجيات التسويق الداخلي قابلة للتتبع والقياس من خلال أدوات مثل Google Analytics، ورؤى وسائل التواصل الاجتماعي. حيث يتيح ذلك للشركات تحليل أداء حملاتها واتخاذ قرارات تعتمد على البيانات.
6. فوائد طويلة المدى لاستراتيجية تسويق Inbound، حيث يمكن زيادة عدد الزيارات وإنشاء عملاء محتملين بمرور الوقت.



Lecture

9

مميزات استراتيجية تسويق Inbound

7. قابلة للتكيف وقابلة للتطوير حيث يمكن تعديل استراتيجيات تسويق Inbound وتحسينها بسهولة بناءً على البيانات والتعليقات. حيث يمكن للشركات توسيع نطاق جهودها حسب الحاجة وتحسين استراتيجياتها لتلبية احتياجات جمهورها المستهدف بشكل أفضل.

Lecture

9

عيوب استراتيجية تسويق Inbound

INBOUND MARKETING STRATEGY



DS

CUSTOMERS

PROMOTERS



Lecture

9

عيوب استراتيجية تسويق Inbound

➤ عيوب استراتيجية تسويق Inbound:

1. المنافسة العالية مع تزايد شعبية تسويق Inbound، حيث اشتدت المنافسة على الاهتمام والظهور عبر الإنترنت. قد يكون التميز بين المنافسين وجذب اهتمام الجمهور أمرًا صعبًا.
2. المهارات الفنية المطلوبة لأنه غالبًا ما يتطلب تنفيذ استراتيجيات تسويق Inbound مهارات فنية لمهام مثل تحليلات البيانات. قد تحتاج الشركات إلى الاستثمار في التدريب أو توظيف موظفين متخصصين.

Lecture

9

عيوب استراتيجية تسويق Inbound



3. يتطلب الاتساق حيث يعتمد نجاح تسويق Inbound على الاتساق في إنشاء محتوى قيم ومشاركته، والحفاظ على التواجد على وسائل التواصل الاجتماعي، والتفاعل مع العملاء. حيث يعد الاتساق أمرًا أساسيًا، ويمكن أن تؤثر الهفوات في إنتاج المحتوى على النتائج.

Lecture

9

خاتمة



➤ قدمت المحاضرة شرحاً تفصيلياً لماهية استراتيجية تسويق Outbound، مع عرض مزايا وعيوب هذه الاستراتيجية التسويقية حيث أنها تعمل على عرض الحملة الإعلانية بشكل عام لجذب انتباه الجمهور الخارجي.

➤ كما قدمت المحاضرة شرحاً دقيقاً عن ماهية استراتيجية تسويق Inbound مع عرض مزايا وعيوب الاستراتيجية بالإضافة إلى عرض خصائص هذه الاستراتيجية التسويقية المتبعه لمعرفة مدى تأثيرها على الجمهور المستهدف المراد الوصول إليه مع زيادة عامل جذب الانتباه للوصول إلى مرحلة السلوك بالشراء للسلعة المعلنة.



Thank You