

مقرر حملات العلاقات العامة

إعداد د/ماريهان سيد

Lecture 5

PRL 622



محتوى المحاضرة

1

كيف يمكن التخطيط لحملة ناجحة عبر الإعلام الجديد

2

أهداف إطلاق حملات العلاقات العامة عبر شبكات التواصل

3

مواقع التواصل الإجتماعي سماتها وخصائصها

4

تقييم الحملات الرقمية عبر وسائل التواصل الإجتماعي

كيف يمكن التخطيط لحملة ناجحة عبر الإعلام الجديد؟



أتاح الإعلام الجديد مميزات هائلة لتنفيذ حملات العلاقات العامة من خلال إمتلاك العديد من المواصفات المختلفة لحملات العلاقات العامة والمقومات والتقنيات المتطورة التي نقلت حملات العلاقات العامة لآفاق أرحب تتناسب مع قدرات ومقومات الإعلام الجديد.

وثمة عناصر ينبغي على مسؤولي العلاقات العامة مراعاتها لكي تحقق حملة العلاقات العامة الرقمية أهدافها وتشمل :

1- اعرّف جمهورك المستهدف رقمياً

استخدم الاستطلاعات والتفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي للتعرف على الأشخاص المهتمين بعلامتك التجارية ورسالتهم، كما أن إنشاء شخصيات افتراضية مميزة لجمهورك ستساعدك أيضاً على معرفتهم بشكل أفضل.

2- حدد أهدافك

أحرص دائماً على تحديد هدف واضح ومعرفة ما تسعى إلى تحقيقه، ستكون الأهداف العامة للتسويق والاتصالات دائماً هي الخيط الذهبي الذي يجب اتباعه، ولكن عليك أن تكون محدداً بشأن الأهداف التي تريد تحقيقها من خلال إنشاء محتوى العلاقات العامة، وقد تختلف الأهداف تبعاً لنشاط شركتك.

3- البحث

يجب أن تفهم ما تتحدث عنه، فكلما زادت المعلومات التي تجمعها، أصبح من الأسهل تطوير الرسائل الرئيسية لمحتواك، إضافة إلى ذلك فكر في بعض القصص الجذابة التي تدعم نجاح محتواك وتزيده إثارة وقوة.

4- تحديد المنشورات الرئيسية
بعد ذلك، بمجرد حصولك على المحتوى، فكر في منافذ الأخبار أو الصحفيين الذين يتشاركون معك نفس القواسم المشتركة في قصصك الإخبارية، من المهم أيضًا التأكد من أن المحتوى جديدًا ومثيرًا للاهتمام بالنسبة للصحفيين.

5- تصميم الاستراتيجية
تشمل استراتيجية العلاقات العامة الرقمية الفعلية استخدام عدد قليل من التكتيكات المختلفة أو مزيج منها، يشمل ذلك:

نشر مقالات أصلية على الإنترنت للحصول على روابط خلفية عالية الجودة.
التواصل مع الصحفيين للحصول على روابط خلفية.
نشر البيانات الصحفية لكسب مميزات صحفية.
نشر قطعة محتوى كمدونة ضيف أو جست بوست.
التسويق المؤثر عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
هذه الخطوات ستجتمع معًا لتشكيل استراتيجية علاقات عامة رقمية جيدة التنفيذ تحقق هدفك.

6- إنشاء المحتوى

بمجرد أن تثق في عرضك وخطة العلاقات العامة الخاصة بك، حان الوقت لبدء إنشاء محتواك، تأكد من توضيح التفاصيل والحصول على نبذة صوت مثالية، إذا كانت قطعة المحتوى الخاصة بك عبارة عن مقالة عبر الإنترنت أو منشور مدونة، فتأكد من وجود عناوين واضحة.

7- التواصل مع وسائل الإعلام

الآن بعد أن أصبح المحتوى الخاص بك جاهزاً للمشاركة، تواصل مع الصحفيين والمدونين المهتمين بمجالك، المحتوى المناسب والعرض الجيد من شأنهما أن يؤديا إلى نجاحك، لذلك استمر في عرض المحتوى والعمل نحو تحقيق هدفك.

8- مراقبة وسائل الإعلام وتحليل النتائج

أدوات المراقبة هي صديقتك، يمكنك بسهولة إعداد أداة لمراقبة الوسائط مثل SEMrush لتلقي إشعار في كل مرة يتم فيها ذكر اسمك أو منتجك في الوسائط، من خلال مراقبة ذلك وتحليل النتائج، ستعرف ما إذا كان هناك تقدم في حملتك لتقوية علاقاتك العامة الرقمية أم لا

بناء العلاقات... فالعلاقات هي مفتاح اي محاولة إتصالية وفي كثير من الاحيان نجد ان العلامات التجارية المعروفة تركز على الحصول على صفقة في الشبكات الإجتماعية وإستثمار الوقت والجهد لتكوين علاقات عن طريق أشخاص مؤثرين.

بناء الثقة مع العاملين في الحملة ، وبناء الثقة بينك وبين الجمهور.

أن تكون حملتك على الشبكات الإجتماعية مرتبطة بمواقع أخرى ، وهذا أنه عند القيام بحملة علاقات عامة على الفيس بوك أو تويتر لابد من عمل موقع للحملة أو مدونة والمدونة يجب أن تكون موجهة لجمهور مستهدف ، ووضع أيقونة مشاركة مع الشبكة الإجتماعية حتى يسهل على الناس المشاركة والانتقال لمحتوى مدونتك ، ويعتبر التحدي الحقيقي هو إنشاء موقع إلكتروني يسهل الوصول إليه وجذاب لشريحة كبيرة من الناس وفي نفس الوقت يحتوي على معلومات كافية للمهتمين بالموضوع



استخدام الوسائط المتعددة والصور والفيديوهات
لتحقيق مزيد من التأثير.
المتابعة والتقويم على الانترنت ، وذلك من خلال
Google Analytics على صفحتك في الفيس بوك.

أهداف إطلاق حملات العلاقات العامة عبر شبكات التواصل فيما يلي:

- زيادة الوعي بالعلامة التجارية (Brand Awareness) من خلال زيادة عدد المتابعين على السوشيال ميديا وزيادة التفاعل مع المحتوى المنشور
 - الوصول إلى أكبر عدد من العملاء المحتملين
 - زيادة حجم المبيعات من خلال جذب أكبر عدد من العملاء المحتملين
 - زيادة ثقة العملاء في النشاط التجاري من خلال المحتوى المفيد والتقييمات الإيجابية .
 - تحسين مستوى خدمة العملاء من خلال التواصل بشكل شخصي أسرع من خلال قنوات التواصل المختلفة المتاحة
- أن الأهداف من وراء الحملات التسويقية على مواقع التواصل الاجتماعي قد تختلف بناءً على عدة عوامل لكن تظل ركن أساسي في استراتيجية التسويق لا غنى عنه.

توظيف أدوات الإعلام الجديد في حملات العلاقات العامة:

يعد الإعلام الجديد أحد أهم مفاهيم التقنيات المتقدمة، ويعتبر مصطلح شامل لجميع المواقع التي تعتمد على تطبيقات البرمجيات التي يتم تزويد المحتوى فيها من قبل المستخدمين، وتشتمل هذه التطبيقات والخدمات على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والصفحات الإلكترونية، المدونات، مشاركة الصور، النشرات الإلكترونية، العالم الافتراضي، وكلها تقنيات وتطبيقات اعتمدت على اشراك المواطن ودمجه في المحتوى الإعلامي، حيث أصبح الفرد من خلال الإعلام الجديد ه هو من يقوم بإنتاج وتأليف المحتوى، فهو من يدون في مدونته الخاصة، أو يقوم برفع مقاطع الفيديو، أو يعلق بصوته، أو يستعين بمقاطع صوتيه للتعليق على بعض الأخبار أوالموضوعات، و من ثم فقد يكون المواطن هو صاحب الحملة ا ومصممها معتمداً في ذلك على كافة التقنيات التي أتاحتها الإعلام الجديد لتصميم وتنفيذ الحملات.



كما يتصف الإعلام الجديد بكونه تفاعلي، حيث يعد التفاعل في حقيقة الأمر من أهم ضروريات المحتوى الإعلامي عبر الإعلام الجديد، ولم يعد هناك المزيد من الانتظار لكي تصل الرسالة إلى المحرر لنشرها في الصحيفة أو المجلة، أو الانتظار على الهاتف للتحدث مع الضيف أو المحاور من خلال البرنامج الإذاعي، أو التليفزيوني

مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي



تعرف الشبكات الاجتماعية بأنها "مواقع تتشكل من خلال شبكة الإنترنت وتسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للتواصل مع الآخرين والتعبير عن وجهات نظر الأفراد ومناقشة مدى واسع من القضايا والموضوعات من خلال عملية الإتصال. وتتيح هذه المواقع العديد من الخدمات وتتنوع عناصر وسائل التواصل الاجتماعي لتشمل "فيسبوك"، "تويتر"، واليوتيوب والتي تعد الأبرز في الحملات الرقمية .



وهيمنت شبكات التواصل الإجتماعي بشكل كبير على الحملات الرقمية وحملات العلاقات العامة وأصبح لها تأثير إقناعي كبير على الجمهور .
واصبحت المنظمات تعتمد بشكل كبير في حملاتها على شبكات الإعلام الإجتماعي بإستخدام الوسائط المتعددة للوصول لأكبر عدد ممكن من الجماهير المستهدفة .

الحملات الرقمية عبر المدونات



وتتسم المدونات بالعديد من الخصائص التي تجعلها تسهم بفاعلية في نجاح حملات العلاقات العامة عبر الإعلام الجديد، حيث تمكن القائم بالحملة من تجديد المعلومات الخاصة بالحملة بشكل مستمر، فضلاً عن إمكانية تواصله مع الجمهور المستهدف والتعرف على مقترحاتهم وآرائهم حول موضوع الحملة مهما تباعدت تلك الجماهير جغرافياً وكان من الصعب الوصول لها على أرض الواقع، بالإضافة إلى أن المدونات غير مكلفة لمن يريد أن يمتلك مدونة، بعكس وسائل الإعلام التقليدية كالصحف مثلاً التي تتطلب توافر رؤوس أموال ضخمة، بالإضافة إلى ضرورة المرور بقائمة من الإجراءات القانونية التي تنظم إصدار الصحف والإشراف عليها، كما تتميز المدونات بإمكانية استغلال المضامين المتعددة الوسائط ونشرها بشكل فني وسريع على شبكة الإنترنت. وتستخدم المدونات بما تتضمنه من سمات وخصائص في حملات العلاقات العامة عبر الإعلام الجديد من خلال ما يلي:

١. إنشاء مدونة للحملة، يتم تصميمه ا من أجل خدمة أهداف الحملة، وأن يستخدم من خلالها كافة عناصر الوسائط الإعلامية المتعددة، التي يتاح من خلالها التواصل مع الجمهور المستهدف، وإشراكه بفاعليه في حملة العلاقات العامة من خلال التعليقات، أو طرح تساؤلات، أو إضافة بعض المعلومات التي قد تثيري موضوع الحملة .

٢. لابد أن تصمم مدونة الحملة بشكل مبسط وسهل ومنظم، وتكون خالية من الأخطاء النحوية والاحتفاظ بسلامة اللغة قدر الإمكان حتى تكون مهمة وجاذبة للمستخدم ويستطيع من خلالها التعامل مع المعلومات بسهولة، فضلاً عن ضرورة تصميم شعار للحملة يتم وضعه على المدونة بشكل دائم ليحبر عن الحملة، ومحاولة لأن يرتبط ذلك الشعار بأذهان الجمهور بموضوع الحملة .

٣. أن تتضمن صفحتك على التويتر الإعلان عن الحملة وأهميتها، وكذلك ينبغي الرد على المنضمين للحملة بشك ل فوري على مقترحاتهم وتعليقاتهم ، وإبلاغهم بكل ما هو جديد حول الحملة ورصد تقيي ماتهم حول مدي إعجابهم ورضائهم عن الحملة .

٤. ضرورة التواصل مع المدونات الأخرى كمحاولة لنشر موضوع الحملة بطرق متعددة، والاستفادة من تلك المدونات عن طريق ربطها بمدونة القائم بالحملة وبموقعه الإلكتروني.

الحملات الرقمية في الفيس بوك



حملات العلاقات العامة على الفيس بوك على اختلاف أنواعها وتباين أهدافها تلقي رواجاً وانتشاراً بين الجمهور المستهدف، ولعل ذلك يرجع إلى العديد من المميزات والخصائص التي يتسم بها موقع الفيس بوك لتجعله من أهم مواقع التواصل الاجتماعي الذي يمكن الاعتماد عليه في ترويج الحملات، وتتمثل تلك الخصائص فيما يلي :

١. أن موقع الفيس بوك هو الأكثر استخداماً بين مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، لدى الملايين من جمهور الإنترنت في جميع أنحاء العالم، وخاصة الشباب.
٢. أن موقع الفيس بوك هو الموقع الأكثر تفضيلاً، والأكثر استخداماً، والأشد تأثيراً على المستخدمين وخاصة الشباب، كما توصلت نتائج تلك الدراسات إلى أن أهم استخدامات الجمهور بصفة عامة، والشباب على وجه الخصوص للفيس بوك تتمثل في : التواصل الاجتماعي، والبحث عن أصدقاء جدد، وتدعيم صداقات قديمة، والتعبير بحرية عن الآراء والأفكار.

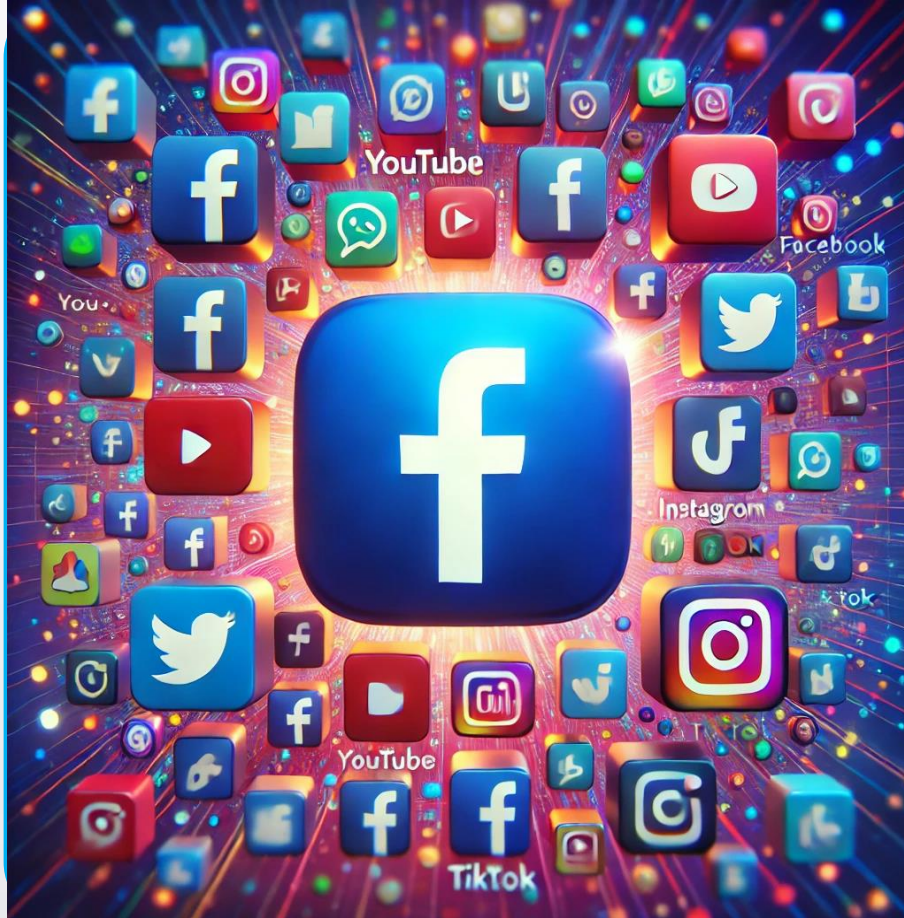


3- يتسم الفيس بوك بتطبيقاته المتعددة، حيث يمكنه العمل ضمن تطبيقات عديدة مثل اليوتيوب، التويتر، خدمات التليفون النقال، مما يتيح للقائم بالحملة ربط الفيس بوك بموقعه الإلكتروني وبالوسائل الاجتماعية الأخرى.

4- يتيح الفيس بوك عمل مجموعات، وإجراء المقابلات والمناقشات، والوصول إلى الجماهير المستهدفة من الحملة بسهولة.

5- كما أصبح الفيس بوك بيئة افتراضية للحريات، والمطالبة بالمزيد من الحقوق، وسلاحاً لمواجهة الفساد والقهر، وطرح ومناقشة العديد من القضايا التي كان من الصعب إبداء الآراء فيها بحرية عبر وسائل الإعلام التقليدية، أو على أرض الواقع

يمكن استخدام الفيس بوك في حملات العلاقات العامة ضمن مجموعة من الوسائل الاجتماعية الأخرى التي تعتمد عليها الحملة من خلال ما يلي:



- إنشاء صفحات Facebook مُنتقل إليها ليس لجذب الجمهور الحالي فقط، ولكن للزائرين الجدد على صفحتك على موقع Facebook.

- دعوة المشتركين إلى "الإعجاب" بصفحتك على Facebook عن طريق إرسال الحملة الرقمية عبر صفحة Facebook عبر البريد الإلكتروني

- التعرف على عدد الزائرين الجدد الذين أصبحوا معجبين على صفحة Facebook

- نشر الحملات على Twitter و Facebook و LinkedIn في صورة روابط أو صور أو رسائل الحالة أو عروض أسعار

- قياس أداء حملاتك الإعلامية وتعرف على عدد الإعجابات وإعادة التغريدات والتعليقات وعدد مرات المشاهدة

- مشاركة حملاتك على مواقع Facebook و Twitter و LinkedIn

الحملات الرقمية عبر اليوتيوب



يعد موقع اليوتيوب من أهم وأشهر أنواع الشبكات الإجتماعية ويمثل اهمية كبيرة كأداة للتواصل بين الجماهير من خلال الإستفادة من الطاقة الكامنة في الفيديو ويتميز اليوتيوب بإرتفاع عدد مستخدمة ويحظى بعدد كبير من المتابعين ،وهو ما يفرض على المؤسسات الإعلامية الإستعانة به كمنصة إعلاميه لتحقيق ما تصبو اليه .

يتميز اليوتيوب بعدد من المزايا لمنتجي الحملات الرقمية ابرزها



يستقبل الموقع شهريا ما يزيد عن مليار مستخدم
يتجاوز عدد ساعات الفيديو التي تتم مشاهدتها 6 مليارات ساعة
يتم تحميل 100 ساعة فيديو كل دقيقة
يتم يوميا تسجيل ملايين الإشتراكات على قنوات اليوتيوب

مميزات الحملات الرقمية عبر اليوتيوب

- يتيح موقع اليوتيوب للأفراد إنتاج مقاطع فيديو خاصة بهم، أو بآخرين ورفعها على الموقع، على اختلاف طبيعة ونوعية مقاطع الفيديو التي ينتجها الأفراد.
- يسمح الموقع للمستخدم بتبادل ملفات الفيديو، وإرسال روابط الفيديو إلى الآخرين، وهو ما يسهم في انتشار الحملة إذا لاقى قبولا لدى المستخدم، فيمكن أن يرسل روابط مقاطع الفيديو الخاص بها إلى الأصدقاء والمعارف.
- كما يتيح الموقع للمستخدم التعليق على المقاطع المعروضة، فقد يرسل الفرد تعليقات رداً على التعليقات والردود التي استقبلها بخصوص مقاطع الفيديو التي رفعها على اليوتيوب، أو قد يرسل الفرد تعليقات أو سؤال ما حول فيديو المعلق، وهو ما يدعم قدرة ألموقع على التواصل الاجتماعي، وإقامة صداقات جديدة.
- إمكانية التأثير على الآخرين وفقاً للمحتوى المعروض، حيث تستطيع المقاطع المعروضة أن تنقل الرسالة بشكل مباشر وحيوي، كما لو كان المشاهد متواجداً على أرض الحدث.



٥. كما يتيح موقع اليوتيوب للمستخدمين إدارة التحكم في المقاطع الخاصة بهم، حيث يستطيع الأفراد التحكم في انتشار الفيديوهات الخاصة بهم، وكذلك التحكم في تقييد وصولها إلى الآخرين .

٦.أتاح موقع اليوتيوب للأفراد المغمورين التعبير عن اهتماماتهم وأفكارهم من خلال مقاطع الفيديو المعبرة عن مواهبهم وإبداعاتهم ووضعها على الموقع ، بل وسمح لهم بإرسالها لمن يريدون التواصل معهم بشأنها

مميزات الحملات الرقمية على تويتر



- تعد المدونات الصغيرة أداة للربط بين عنصري التدوين، وخدمة الرسائل من أفضل Twitter الفورية، وشبكات التواصل الاجتماعي، وتعتبر خدمة التويتر الأمثلة التي توضح المعنى الشامل للمدونات الصغيرة، ويمكن للمستخدم الاشتراك في التويتر بشكل مباشر عن طريق الصفحة الرئيسية للموقع،



ويمكن أن يستخدم موقع التويتر بما يتضمنه من خصائص تجعله من أهم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الحملات ، وخاصة التي تتطلب التفاعل مع الحملة بشكل سريع، من خلال ما يلي:

١/ صياغة رسائل نصية مبسطة وواضحة حول موضوع الحملة وأهدافها، وبالطبع لابد أن تصاغ رسالة الحملة في أقل عدد ممكن من الكلمات فيما لا يزيد عن ١٤٠ حرف.

٢ وضع صورة قوية ومؤثرة ليضغط عليها المستخدم لمشاهدة مقطع الفيديو الخاص بالحملة.

٣ الاستعانة ببعض الوسائط الإعلامية المتعددة كمقاطع الصوت، والصور، ومقاطع الفيديو التي تدعم أهمية الحملة.

٤ وضع الروابط التي تقود المستخدمين لزيارة مواقع أخرى، أو مدونات خاصة تؤكد فكرة الحملة.

٥ وضع شعار للحملة على مقطع الفيديو الخاص بالحملة.



٦ المشاركة في النقاش مع المستخدمين حول موضوع الحملة، وإتاحة الفرصة لديهم للتفاعل بالإضافة إلى ضرورة قراءة التعليقات ونقاط الاستيضاح التي يرسلها الجمهور المستهدف، مع أهمية ان يقوم القائم بالحملة بالردود على كافة ما يصل إليه من تعليقات وتساؤلات.

٧- الاستفادة من تعليقات الجمهور المستهدف، فقد تحتوي على بعض المعلومات التي يمكن الاستفادة منها في تطور مسار الحملة.

٨- ويمكن تقييم مدى نجاح الحملة أو إخفاقها عن طريق قياس ردود فعل الجمهور بشأنها ومعرفة مدى التأييد أو المعارضة لموضوع الحملة



وتتمثل عناصر الوسائط المتعددة، والتي يمكن استخدامها في حملات العلاقات العامة عبر الإعلام الجديد فيما يلي:



وهي موضوع أو الرسالة التي تتضمنها الحملة Text النصوص والتي لابد أن تصمم وتصاغ بشكل يتوافق مع تقنيات الإعلام الجديد، وأن تتسم رسالة الحملة بالبساطة والوضوح.

وهي الصور المعبرة عن موضوع الحملة، والتي ينبغي Pictures الصور أن يراعى فيها النقاء والوضوح، وأن تكون مؤثرة لكي تدعم موضوع الحملة.

وهو عبارة عن تعليقات صوتية، أو موسيقى، أو مؤثرات : Sound الصوت خاصة، وعند استخدام الصوت في حملة العلاقات العامة يجعلها فعالة ويزيد تفاعل الجمهور معها.



وهي مقاطع مصورة حول موضوع الحملة، ويجب أن تتسم Video الفيديو تلك المقاطع بتوظيف المحتوي المؤثر الجاذب للجمهور نحو رسالة الحملة. كما يجب أن يكون الفيديو موجز بمعنى أن يقدم في دقائق معدودة، وأن يجذب المشاهدين بصورة متميزة وقوية يضبط عليها المستخدم لمشاهد الفيديو، وبهذا الشكل يعتبر الفيديو أقوى الوسائط التي يمكن أن تعتمد عليها الحملة حيث يلجأ القائم بالحملة إلى تصوير بعض مقاطع الفيديو

ولابد أن تعتمد الحملة على وسائل إعلامية متعددة، ويتطلب ذلك إعداد مجموعة من الرسائل المناسبة مع الوسائط المستخدمة، بهدف التواصل مع المتلقي، وإحداث أكبر قدر من التأثير الذي قد يكون بهدف إقناع الجمهور أو الرأي العام برسالة اجتماعية، أو سياسية معينة، أو قد يكون لأهداف تجارية، كالترويج عن منتج ما، أو سلعة بعينها ولعل أهم الخصائص التي تميز وسائل الإعلام الجديدة، هي امتلاكها لأدوات التفاعل بين المرسل والمتلقي، وإزالة الفوارق بينهما، فضلاً عن قدرتها على الفورية في نقل المعلومات، واستخدامها للعديد من الوسائط الإعلامية المتعددة، وتبادل الرسائل بين أطراف العملية الاتصالية.

تقييم الحملات الرقمية عبر وسائل التواصل



قد تعتقد أن قياس نجاح حملة العلاقات العامة أمر صعب إلى حد ما لأن المقاييس يمكن أن تكون مرنة ويصعب وضعها في الأرقام. بعد كل شيء، كيف تقيس السمعة والثقة والولاء والمصداقية وما إلى ذلك؟ هناك العديد من المتغيرات المختلفة في العمل عندما يتعلق الأمر بالوعي بالعلامة التجارية ونمو المبيعات، مما يجعل من الصعب ربط نجاح الشركة بشكل مباشر بالترويج لحملة العلاقات العامة.

ومع ذلك، هناك بعض المقاييس التي يمكن أن تخبرك بمدى نجاح حملة العلاقات العامة الخاصة بك.

مقاييس العلاقات العامة هي تجميع للقياسات التي تشير إلى أداء مشاريع محددة للعلاقات العامة. وهي قابلة للقياس الكمي، وقد أنشئت بهدف تأمين أهداف الاتصالات العامة لهذه المشاريع.



نسبة النقر إلى الظهور (إذا كنت تعرض إعلانات مدفوعة أو التسويق عبر البريد الإلكتروني كجزء من حملتك التسويقية ، فيمكن أن تخبرك نسبة النقر إلى الظهور بالمحتوى الذي يحقق أكبر عدد من النقرات من الزوار. يجب أن تقاس نسبة النقر إلى الظهور مقابل المتوسط في مجال عملك



حركة المرور على موقعك.... تعد التغييرات في حجم أو نوع حركة المرور إلى موقع الويب الخاص بك مؤشراً جيداً على فعالية أنشطة التسويق الرقمي. يتضمن ذلك عوامل مثل إجمالي عدد زيارات الموقع ومصادر الحركة (من أين يأتي عملاؤك) والوقت في الموقع ومعدل الارتداد ، ويمكن قياسها باستخدام Google Analytics.

المشاركة SHARE

المشاركة ويتم من خلالها قياس مدى تفاعل جمهورك مع علامتك التجارية وحملتك. يمكن تحديده من خلال الإعجابات والتعليقات والمشاركة وما إلى ذلك على المنشورات عبر الإنترنت المتعلقة بشركتك. إذا زاد هذا الرقم، فإن حملتك تعمل بشكل جيد. بالإضافة إلى ذلك، تتجلى المشاركة في عدد الأشخاص الذين يتفاعلون مع جهة الاتصال الخاصة بك .

الإحالة Mentions

تتضمن الإشارات أي مناسبة يتم فيها ذكر علامتك التجارية في وسائل الإعلام أو عبر الإنترنت. إنه مقياس غني بالمعلومات وقائم على البيانات يساعدك على إثبات رؤية العلامة التجارية. إنها طريقة جيدة لمعرفة أن حملة العلاقات العامة الخاصة بك يتم مشاهدتها، ليس فقط من قبل العملاء ولكن أيضًا من قبل الصحفيين والمدونين عبر الإنترنت وما إلى ذلك. الطريقة الجيدة لقياس الإشارات هي مع البرامج المتاحة، على سبيل المثال تنبيهات Google هي نقطة انطلاق جيدة، ولكن هناك العديد من أدوات مراقبة الوسائط الأخرى

أمثلة عملية لحملات علاقات عامة



Nike ماراثون في أقل من ساعتين أعلنت شركة عن إطلاقها لحملة جديدة استضافت فيها ثلاثة (Nike) من أفضل العدائين في العالم بهدف قطع سباق الماراثون في أقل من ساعتين. هذا الحدث لو تحقق سيكون تاريخياً في عالم ألعاب القوى، مما جعل متابعي هذه الرياضة في حالة من الترقب.



يقول المتابعون أن Nike كانت صادقة في رغبتها لتحقيق هذا الإنجاز الرياضي. ولكن في الوقت ذاته، استفادت Nike أيضاً من تسليط الضوء على مزايا أحذية الجري الخاصة بها، وخاصة العلامة التي خُصصت ليرتديها المشاركون في السباق.

يقول المتابعون أن Nike كانت صادقة في رغبتها لتحقيق هذا الإنجاز الرياضي. ولكن في الوقت ذاته، استفادت Nike أيضاً من تسليط الضوء على مزايا أحذية الجري الخاصة بها، وخاصة العلامة Zoom VaporFly Elite التي خُصصت ليرتديها المشاركون في السباق.

النتائج

وفقاً لأداة رصد وسائل الإعلام (Meltwater)، فإنه بين السادس حتى الثامن من شهر ماي حصلت الحملة أكثر من 85 ألف تفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي. ومنذ الإعلان عن المحاولة Breaking 2 لأول مرة في الأول من ديسمبر من سنة 2016، تم ذكرها أكثر من 140 ألف مرة في كل من تويتر وانستغرام وفيسبوك.



لسوء الحظ، المتسابقون تأخروا عن تحقيق هذا الهدف بفارق 25 ثانية فقط، ولكن مع ذلك، حصل هذا المشروع على كمية هائلة من الدعاية. لأنه لم يكن حدثاً تسويقياً عادياً، وإنما كان حدثاً لا يُفوت لصنع التاريخ. وقد تمكنوا في خضم هذه الحملة من إطلاق حذاء جديد لجمهور متفاعل ومهتم

المراجع لهذه المحاضرة

- حنان احمد سليم ، الحملات الإعلامية عبر الإعلام الجديد ، القاهرة: دار النهضة العربية ، 2015
- <https://www.sendiancreations.com/ar/social-media-marketing-guide/>
- <https://www.expandcart.com/ar/24341>
- <https://tawasulforum.org/article/trademarks/%D8%AF%D9%84%D9%8A%D9%84-%D8%AD%D9%85%D9%84%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%82%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%85%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%8A%D8%A9/>



Thank You