

الحملة التسويقية الرقمية

MKT 224

الأسبوع ١٠

الاتجاهات الحديثة والذكاء الاصطناعي في الحملات التسويقية الرقمية

اعداد

د. محمد عادل عبدالرازق

دكتورة إدارة الأعمال، جامعة اكستر، إنجلترا



الأهداف التعليمية للمحاضرة

في نهاية هذه المحاضرة، سيكون الطلاب قادرين على:

- التعرف على الاتجاهات الحديثة في الحملات التسويقية الرقمية وأهميتها.
- فهم تأثير التكنولوجيا المتقدمة على تطوير استراتيجيات التسويق الرقمي.
- استكشاف أمثلة عملية توضح تطبيق الاتجاهات الجديدة في الحملات.
- مناقشة التحديات المستقبلية واستراتيجيات التكيف معها.
- تقديم رؤية شاملة لتحسين الأداء الرقمي بناءً على الاتجاهات الصاعدة.



تعريف الاتجاهات الحديثة وأهميتها

10

تعريف: هي التحولات المستمرة التي تحدثها التكنولوجيا والتغيرات السلوكية في استراتيجيات الحملات الرقمية.

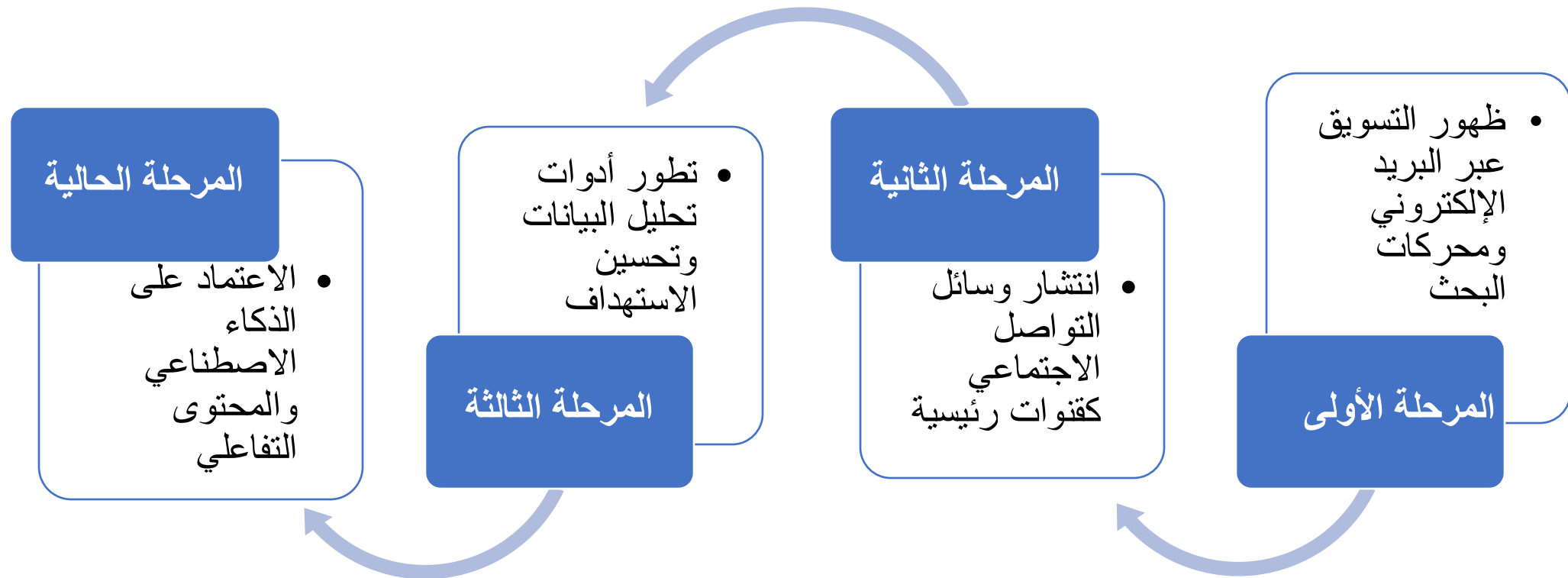
أهمية الاتجاهات الحديثة

- . تحسين فعالية الحملات التسويقية.
- . تلبية توقعات الجمهور المتغيرة.
- . زيادة العائد على الاستثمار من خلال استخدام أدوات وتقنيات متطورة.



تطور الحملات التسويقية الرقمية عبر الزمن

10



تأثير التكنولوجيا على الحملات الرقمية

10



1. زيادة الكفاءة :أتمتة المهام الروتينية لتوفير الوقت والجهد.
2. تحسين استراتيجيات الاستهداف :استنادًا إلى تحليل البيانات الضخمة.
3. تطوير تجارب العملاء :من خلال الواقع الافتراضي والمعزز.
4. تعزيز التفاعل :عبر استخدام الذكاء الاصطناعي في إنشاء

محتوى مخصص.



الذكاء الاصطناعي في الحملات التسويقية الرقمية

10

الذكاء الاصطناعي هو مجموعة من البرامج التي "تفكر" مثل الإنسان وتساعد الشركات على اتخاذ قرارات أفضل.

لماذا هو مهم؟

- يجعل الحملات التسويقية أكثر ذكاءً وفعالية.
- يساعد الشركات في فهم عملائها بشكل أفضل

أمثلة على المهام

- تقديم إعلانات تناسب اهتمامات العملاء.
- الرد السريع على أسئلة العملاء.
- تحليل البيانات لتحسين المنتجات.



استخدام الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي

10

التنبؤ والتحليل

توقع احتياجات العملاء
المستقبلية.
تقييم الأنشطة الأكثر
جدوى.

الأتمتة الذكية

جدولة المنشورات
التلقائية وتحليل الأداء.
تصميم حملات تسويقية
موجهة بدقة.

التخصيص الذكي

تحسين استهداف العملاء
باستخدام البيانات
التاريخية وسلوكهم.
إنشاء تجارب مخصصة،
مثل توصيات المنتجات.



أدوات الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي

10

الأداة	الاستخدام	الفوائد
Google Ads AI	تحسين استهداف الإعلانات	زيادة معدلات النقرات وتقليل التكلفة
ChatGPT	إنشاء محتوى تفاعلي	تحسين تجربة العملاء
Tableau	تحليل البيانات وعرضها بصرياً	فهم أعمق لسلوك الجمهور



أتمتة التسويق: الأدوات والتطبيقات

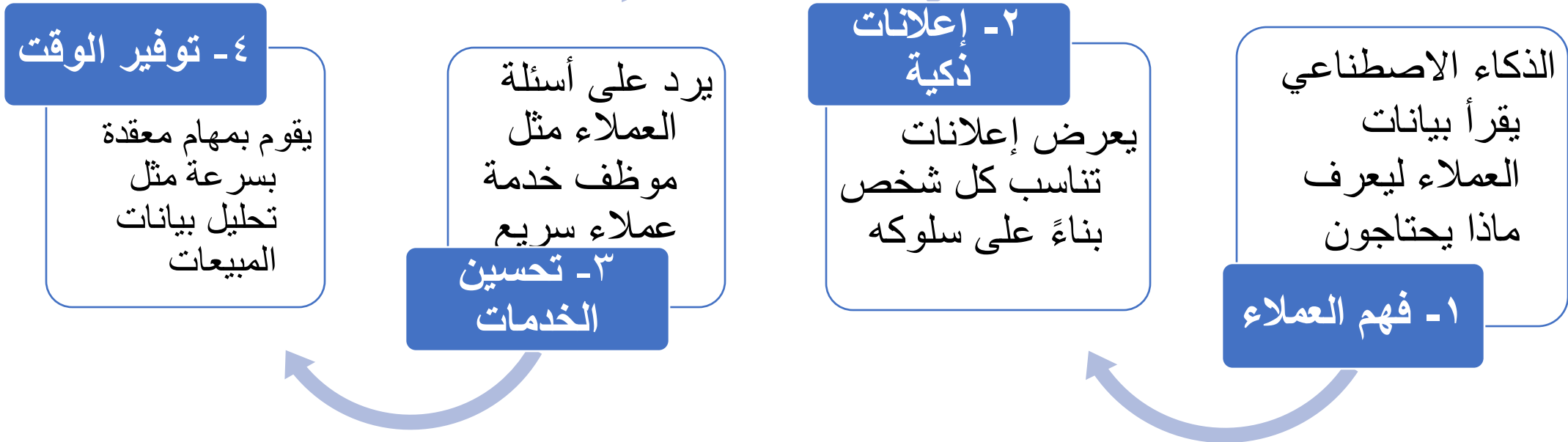
10

الأداة	الاستخدام	المميزات	لينك الأداة
HubSpot	إدارة العلاقات مع العملاء (CRM)	تتبع العملاء وتحليل أدائهم	https://www.hubspot.com/
Marketo	حملات البريد الإلكتروني	تخصيص الرسائل بناءً على البيانات	https://nation.marketo.com/
Hootsuite	إدارة وسائل التواصل الاجتماعي	جدولة المنشورات وتحليل التفاعل	https://www.hootsuite.com/
SEMrush	تحسين محركات البحث (SEO)	تحليل المنافسة وتحسين الأداء	https://www.semrush.com/



كيف يساعد الذكاء الاصطناعي الشركات؟

10



تحليل البيانات الضخمة لتحسين الأداء

10

اتخاذ قرارات مستتيرة

- . تحسين الاستهداف
- . زيادة فعالية الإعلانات

تحديد الأنماط

- . فهم اهتمامات الجمهور.
- . تحسين تجربة العميل.

جمع البيانات من مصادر متعددة

- مواقع الإنترنت.
- وسائل التواصل الاجتماعي.
- سلوكيات العملاء في المتاجر الإلكترونية.



تقنية الواقع المعزز AR ودورها في تجربة العملاء

10

الفوائد

تحسين تجربة العميل
وزيادة المبيعات.
تعزيز ارتباط العملاء
بالعلامة التجارية

أمثلة تطبيقية

IKEA Place تطبيق
يتيح للعملاء تجربة
الأثاث في منازلهم.
L'Oréal تجربة
افتراضية للمكياج.

استخدامات الواقع
المعزز

تجربة المنتجات
افتراضياً مثل الأثاث
 والملابس
تحسين التفاعل مع
العلامة التجارية.



التسويق الصوتي (Voice Marketing)

10

مستقبل التسويق الصوتي

- الاعتماد المتزايد على البحث الصوتي.
- تحسين تجربة العملاء باستخدام تقنيات الصوت

أمثلة على التطبيقات

- طلب المنتجات عبر الأوامر الصوتية.
- تقديم محتوى تعليمي أو ترفيهي عبر البودكاست.

أهمية التسويق الصوتي

الاستفادة من تزايد استخدام الأجهزة الصوتية (مثل Google و Alexa Assistant).



تقنية البلوكتشين (Blockchain) في تعزيز الثقة

10

البلوكتشين هي تقنية تسمح لشخص أو شركة ما بنقل أصول ذات قيمة إلى شخص آخر بأمان ودون تدخل أي وسيط

تطبيقات البلوكتشين في التسويق

- ضمان شفافية الإعلانات الرقمية.
- تتبع مصادر البيانات.

الفوائد

- الحد من الاحتيال في الإعلانات.
- تعزيز الثقة بين العملاء والعلامات التجارية

أمثلة

- Brave Browser: مكافأة المستخدمين على مشاهدة الإعلانات.
- IBM Blockchain: تعزيز الشفافية في سلسلة التوريد.



الفيديوهات القصيرة في الحملات Reels

10



Reels

. ما هي الفيديوهات القصيرة؟

. محتوى فيديو مدته 15-60 ثانية.

. لماذا تُعد فعّالة؟

. جذب الانتباه بسرعة.

. زيادة معدلات التفاعل.

. أمثلة على المنصات:

. TikTok وInstagram Reels.

. كيفية استخدامها:

. عرض المنتجات بطرق مبتكرة.

. مشاركة قصص العملاء وتجار بهم.



التسويق القائم على القيم (Value-Based Marketing)

10



. ما هو؟

. استراتيجيات تركز على قيم العلامة التجارية.

. لماذا هو مهم؟

. تعزيز الولاء للعلامة التجارية.

. جذب العملاء الذين يشاركون نفس القيم.

. أمثلة على القيم:

. الاستدامة.

. التنوع والشمولية.

. كيفية التطبيق:

. إبراز القيم في الحملات.

. دعم القضايا المجتمعية.



أهمية القصص (Stories) في وسائل التواصل الاجتماعي

10

ما هي القصص؟

- محتوى مرئي مؤقت يظهر لمدة 24 ساعة.

لماذا تُعد فعّالة؟

- تخلق شعورًا بالإلحاح.
- تزيد من تفاعل الجمهور.

كيفية استخدامها

- عروض حصرية ومحدودة.
- استطلاعات رأي أو مسابقات.



المحتوى التفاعلي: أنواع وأمثلة

10



. ما هو المحتوى التفاعلي؟

. محتوى يشجع الجمهور على المشاركة.

. أنواعه:

. الاختبارات. (Quizzes)

. الاستطلاعات. (Polls)

. الفيديوهات القابلة للتفاعل.

. أمثلة:

. " Quiz ما هو المنتج الأنسب لك؟".

. فيديو تفاعلي يعرض خيارات مختلفة للجمهور.



المصداقية والشفافية في المحتوى

10

أمثلة

نشر مراجعات العملاء
بشكل صادق
مشاركة معلومات عن
مصادر المنتجات

كيفية تحقيقها

تقديم معلومات واضحة
وصحيحة
الاعتراف بالأخطاء عند
حدوثها

أهمية الشفافية

بناء الثقة مع الجمهور
تحسين سمعة العلامة
التجارية



دور المؤثرين في تعزيز حملات المحتوى

١- التأثير
المباشر على
الجمهور
المستهدف.

٢- تعزيز
المصداقية من
خلال التوصيات
الشخصية.

٣- زيادة
الانتشار من
خلال شبكات
المؤثرين.

أمثلة ناجحة:

- تعاون Nike مع الرياضيين المشهورين.
- شراكات مستحضرات التجميل مع المؤثرين على Instagram



محتوى مخصص بناءً على سلوك الجمهور

10

أهمية التخصيص

- تحسين تجربة العملاء.
- زيادة معدلات التفاعل.

كيف يتم التخصيص؟

- تحليل بيانات المستخدمين: السلوك، الاهتمامات، الموقع الجغرافي.
- استخدام الذكاء الاصطناعي لتقديم توصيات فورية.

أمثلة عملية

- Netflix: اقتراح الأفلام بناءً على المشاهدات السابقة.
- Amazon: توصيات المنتجات وفقًا لعمليات الشراء السابقة.



الاستفادة من المحتوى التوليدي (Generated Content)

10

. ما هو المحتوى التوليدي؟

. محتوى ينشئه المستخدمون بأنفسهم.

. أنواعه:

. الصور ومقاطع الفيديو التي يشاركها العملاء.

. المراجعات والتعليقات.

. الفوائد:

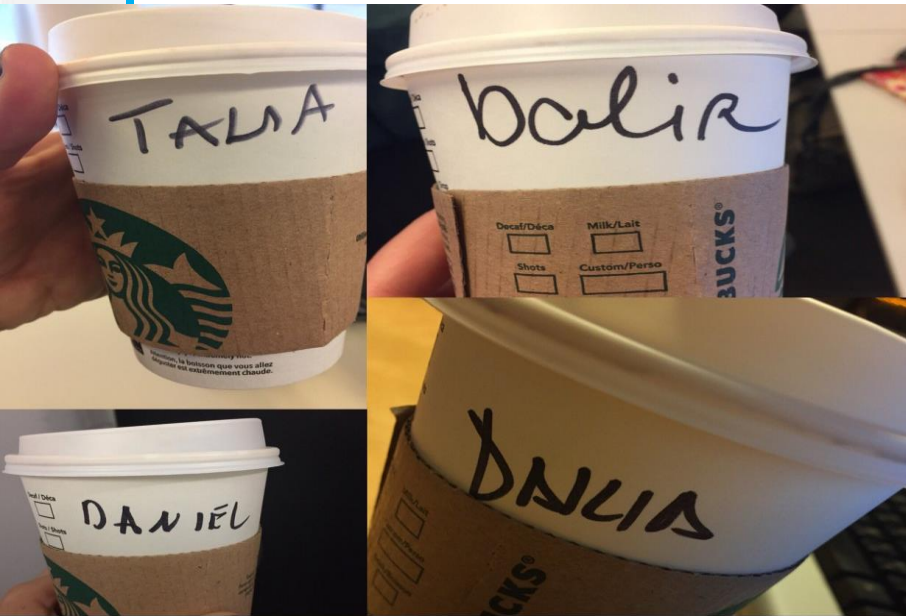
. تعزيز المصادقية.

. تقليل التكاليف الإعلانية.

. أمثلة تطبيقية:

. Starbucks: حملة كتابة الأسماء على الأكواب.

. GoPro: مشاركة العملاء لصورهم باستخدام الكاميرا.



أمثلة تطبيقية على حملات محتوى مبتكرة

10



◦ حملة "Just Do It": Nike باستخدام المؤثرين.

◦ حملة Coca-Cola: زجاجات الأسماء الشخصية.

◦ عناصر الابتكار:

◦ استخدام القصص. (Storytelling)

◦ إشراك الجمهور في إنشاء المحتوى.

◦ نتائج الحملات:

◦ زيادة معدلات التفاعل.

◦ تحسين الولاء للعلامة التجارية.



الاتجاهات المستقبلية في إنشاء المحتوى

10

ما المتوقع في المستقبل؟

- زيادة استخدام الذكاء الاصطناعي لإنشاء المحتوى
- توسع استخدام الفيديوهات التفاعلية.

كيف يمكن الاستعداد؟

- تدريب الفرق على الأدوات الجديدة.
- الاستثمار في التكنولوجيا الحديثة.

التحديات المحتملة

- الحفاظ على أصالة المحتوى.
- التوازن بين التخصيص والجاهزية.



أمثلة عملية على استراتيجيات تحسين القنوات التسويقية الرقمية

10

الشركة	المثال	رابط الموقع
Nike	استخدام الفيديوها القصيرة لزيادة التفاعل على Instagram	https://www.instagram.com/nike
Amazon	تحسين تجربة المستخدم على تطبيق الهاتف لتسريع عمليات الشراء	https://www.amazon.com/mobileapps
Sephora	تقديم تجربة مخصصة عبر البريد الإلكتروني بناءً على سجل الشراء	https://www.sephora.com
LinkedIn	تعزيز الوعي بالعلامة التجارية من خلال الإعلانات المستهدفة	https://www.linkedin.com/ads



محركات البحث المحلية (Local SEO)

10

1. ما هو Local SEO ؟

تحسين ظهور الأنشطة التجارية في نتائج البحث المحلية.

2. أهميته:

جذب العملاء القريبين جغرافيًا.

3. كيف يتم تحسينه؟

إضافة النشاط التجاري إلى Google My Business.

استخدام الكلمات المفتاحية المحلية.

تضمين معلومات دقيقة عن العنوان وساعات العمل.



https://www.google.com/intl/en_eg/business/

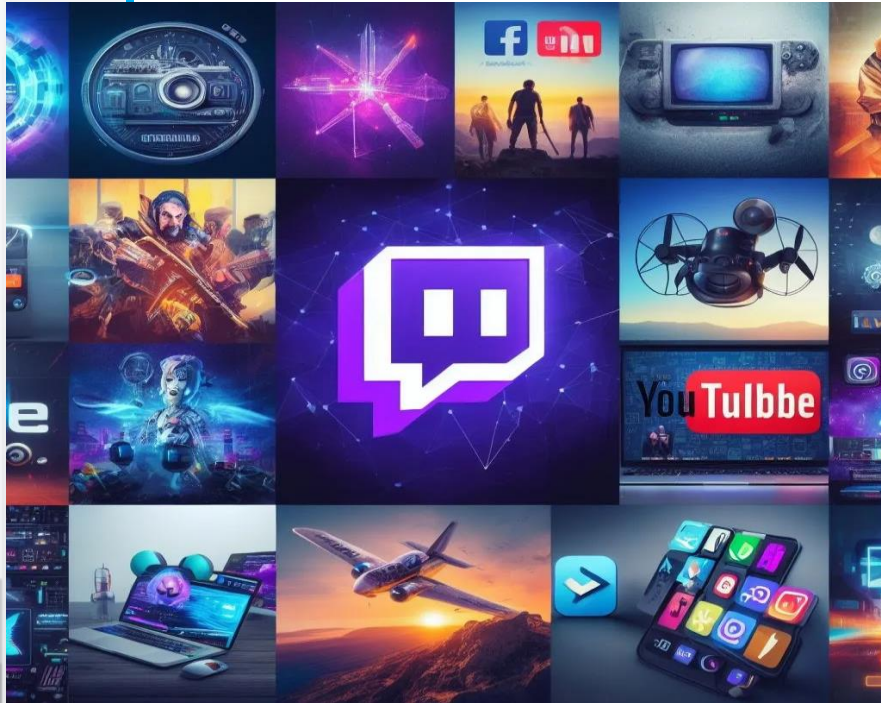


الاتجاه الحديث	قبل 5 سنوات	الاستراتيجية
تصميم ديناميكي وسريع	تصميم ثابت	تصميم المواقع
تنوع في طرق الدفع (محافظ رقمية)	خيارات محدودة	الدفع
قنوات متعددة (Social Media)	بريد إلكتروني فقط	التسويق
دردشة مباشرة وأتمتة التفاعل	أقل تفاعل مباشر مع العملاء	التفاعل



منصات الفيديو المباشر (Live Video Platforms)

10



1. أهمية البث المباشر:
 - التواصل الفوري مع الجمهور.
2. المنصات الرئيسية:
 - YouTube Live و Instagram Live و Facebook Live
3. أمثلة تطبيقية:
 - جلسات سؤال وجواب مع الجمهور.
 - إطلاق منتجات جديدة.
4. الفوائد:
 - زيادة المصداقية والتفاعل.



الإعلانات القابلة للتسوق (Shoppable Ads)

10

. ما هي Shoppable Ads ؟

. إعلانات تتيح الشراء مباشرة من الإعلان.

. المنصات التي تدعمها:

. Instagram و Facebook و Pinterest.

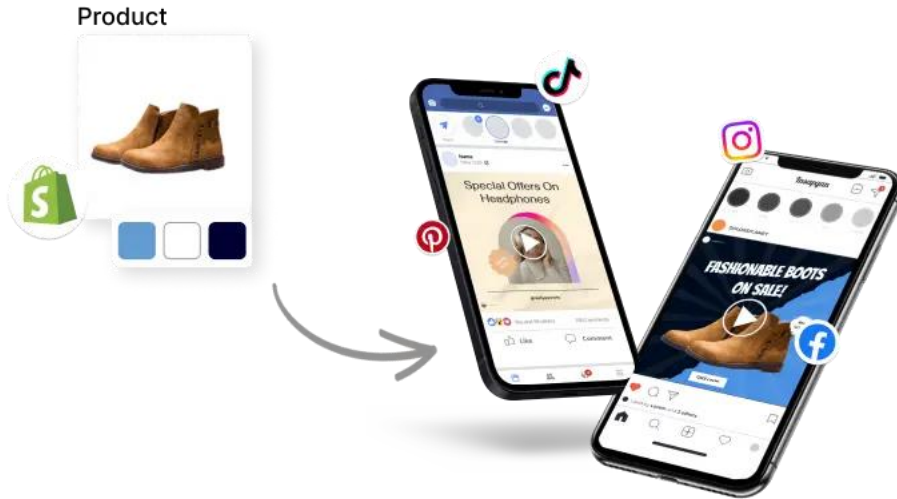
. أمثلة تطبيقية:

. عرض منتجات مع رابط مباشر للشراء.

. الفوائد:

. تسريع عملية الشراء.

. تحسين تجربة المستخدم.



التسويق عبر تطبيقات الهاتف المحمول

10

أمثلة تطبيقية

تطبيقات التجارة
الإلكترونية مثل
Amazon و eBay

أدوات رئيسية

الإشعارات الفورية
Push Notifications
العروض الحصرية داخل
التطبيق

أهمية التسويق عبر التطبيقات

سهولة الوصول إلى
الجمهور
التفاعل الشخصي مع
العملاء



المجتمعات الرقمية المغلقة (Private Communities)

10

الميزة	الوصف	الفائدة
التفاعل المحدود	الوصول إلى جمهور محدد ومهتم	بناء علاقات أعمق
الخصوصية	مناقشات مغلقة ومحتوى حصري	تعزيز الولاء وزيادة الثقة
التواصل المستمر	تقديم دعم مباشر وحملات مخصصة	تحسين تجربة العميل



كيف يستعد المسوقون للتغيرات المستقبلية

10

. تطوير المهارات:

- التدريب على تقنيات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات.
- فهم اتجاهات السوق الحديثة.

. الاستثمار في الأدوات:

- شراء برامج تحليل متقدمة.
- الاستثمار في تقنيات الواقع الافتراضي والمعزز.

. التكيف مع القوانين:

- احترام قوانين الخصوصية وحماية البيانات.
- تحسين الشفافية مع العملاء.



الاتجاهات الصاعدة في تحليل البيانات

10

١- أتمتة التحليل

استخدام الذكاء الاصطناعي لتقليل التدخل اليدوي

٢- تحليل البيانات اللحظية

• اتخاذ قرارات فورية بناءً على البيانات المباشرة

٣- التخصيص الفوري

• تقديم تجارب مخصصة أثناء تصفح العملاء

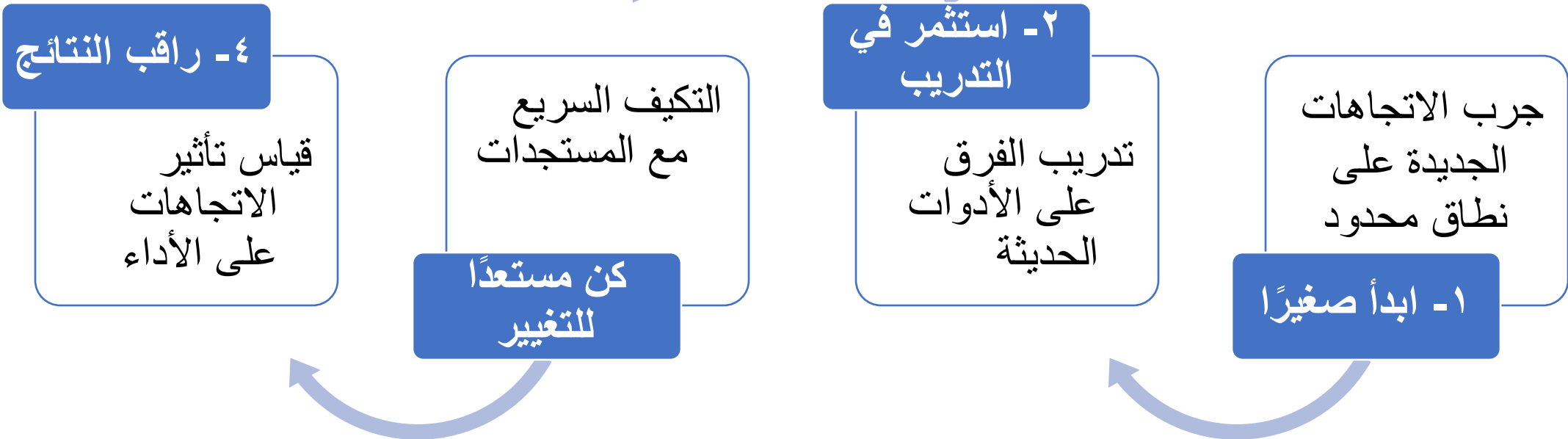
٤- تحليل البيانات التنبؤية

• التنبؤ بسلوكيات العملاء المستقبلية



نصائح لتبني الاتجاهات الحديثة

10



استراتيجيات الابتكار في الحملات التسويقية الرقمية

10

الاستراتيجية	الوصف	الفائدة
استخدام الواقع الافتراضي	إنشاء تجارب تفاعلية للعملاء	تعزيز التفاعل وزيادة المبيعات
تخصيص الإعلانات	رسائل موجهة لكل فئة مستهدفة	تحسين تجربة العميل
تطوير محتوى تفاعلي	ألعاب ومسابقات رقمية لجذب الجمهور	زيادة معدلات التفاعل
التعاون مع المؤثرين	شراكات مع شخصيات ذات تأثير	توسيع نطاق الوصول للعلامة التجارية



تحديات التسويق الرقمي في المستقبل

10

قياس الأداء

صعوبة تحديد
تأثير الاتجاهات
الجديدة بدقة

التكيف مع
التكنولوجيا

التعلم المستمر
للتقنيات المتقدمة

الخصوصية وحماية
البيانات

الالتزام بالقوانين
الجديدة

زيادة التنافسية

الحاجة للابتكار
المستمر





Thank You