

استراتيجيات الإعلان والتسويق

Lecture 8

MKT 211

Lecture

8

استراتيجية التسويق بمحركات البحث (SEO)
استراتيجية التسويق الجغرافي (Geographic Marketing)



Lecture

8

محتويات المحاضرة



1. تمهيد.
2. ماهية مصطلح استراتيجيـة التسويق بمحركات البحث (SEO).
3. مميزات استراتيجيـة التسويق بمحركات البحث.
4. عيوب استراتيجيـة التسويق بمحركات البحث.
5. اعتبارات العمل باستراتيجيـة التسويق بمحركات البحث.
6. ماهية استراتيجيـة التسويق الجغرافي (Geographic Marketing).
7. مميزات استراتيجيـة التسويق الجغرافي.
8. عيوب استراتيجيـة التسويق الجغرافي.
9. الـاعتبارات الواجب مراعاتها عبر استراتيجيـة التسويق الجغرافي.
10. خاتمة.

Lecture

8

تمهيد



➤ تعد استراتيجية التسويق لتحسين محركات البحث SEO عنصرًا حاسمًا في التسويق الرقمي الذي يركز على زيادة ظهور موقع الويب وتصنيفه في صفحات نتائج محرك البحث؛ حيث يهدف تحسين محركات البحث إلى جذب حركة المرور إلى موقع الويب من خلال تحسين محتواه وبنيته وجوانبه الفنية لتتوافق مع خوارزميات محرك البحث.

➤ كما تُعد استراتيجية التسويق الجغرافي هي أسلوب تسويقي يركز على استهداف مناطق جغرافية محددة للترويج للمنتجات أو الخدمات. حيث تأخذ هذه الإستراتيجية في الاعتبار الخصائص والاحتياجات والتفضيلات الفريدة للعملاء في المواقع المختلفة. ومن خلال تخصيص الجهود التسويقية لمناطق جغرافية محددة، حيث يمكن للشركات التواصل بشكل أفضل مع جمهورها المستهدف وزيادة فعالية حملاتها.

8

ماهية مصطلح استراتيجية التسويق بمحركات البحث (SEO)

A word cloud graphic set against a blue background with white diagonal stripes. The words are arranged in various sizes and orientations. The most prominent words include "SEO", "Mobile Marketing", "E-commerce", "Responsive Design", "Web Design", "Search Engine", "Link Building", "Social Media Marketing", "Reputation Management", "PERSONAS", "Marketing", "Services", "Internet", "Market Research", "Development", "Content", "Viral Marketing", "E-mail", "Mobile Seo", "KEYWORD RESEARCH", "Online Presence", and "Website". The words are scattered across the frame, with some appearing multiple times or in larger fonts to draw attention.

Lecture

8

ماهية مصطلح استراتيجية التسويق بمحركات البحث (SEO)



➤ تُعد استراتيجية التسويق عبر محركات البحث SEO هي ممارسة تهدف إلى تحسين كمية ونوعية حركة المرور إلى موقع الويب من خلال نتائج محرك البحث. حيث يتضمن تحسين العناصر المختلفة على موقع الويب لجعله أكثر ملائمة لمحركات البحث وزيادة ظهوره على صفحات نتائج محرك البحث.



Lecture

8

ماهية مصطلح استراتيجية التسويق بمحركات البحث (SEO)

➤ لذلك تُعد استراتيجية التسويق بمحركات البحث هي عملية تحسين موقع الويب أو المحتوى الرقمي الخاص لزيادة ظهوره في نتائج محركات البحث بشكل طبيعي. وتهدف هذه الاستراتيجية إلى جعل الموقع يظهر في الصفحات الأولى من نتائج البحث على الإنترنت عندما يبحث الناس عن كلمات مفتاحية ذات علاقة بمحتوى الموقع. لذلك تتضمن استراتيجية التسويق بمحركات البحث العديد من العوامل التي يجب مراعاتها لتحقيق أفضل أداء في محركات البحث.

Lecture

8

ماهية مصطلح استراتيجية التسويق بمحركات البحث (SEO)



➤ تتضمن استراتيجيات تحسين محركات البحث SEO عادةً البحث عن الكلمات الرئيسية، وتحسين المحتوى، والتحسين على الصفحة وخارجها، وبناء الروابط، لذلك يُعد الهدف من تحسين محركات البحث SEO هو تحسين تصنيفات موقع الويب في محركات البحث مثل Google، Bing، Yahoo مما يؤدي في النهاية إلى زيادة عدد الزيارات إلى الموقع.

Lecture

8

مميزات استراتيجية التسويق بمحركات البحث



Lecture

8

مميزات استراتيجية التسويق بمحركات البحث



➤ هناك العديد من المزايا لاستخدام استراتيجية تحسين التسويق عبر محركات البحث، بما في ذلك:

1. زيادة الرؤية: من خلال تحسين الموقع لمحركات البحث، يمكن تحسين ظهور موقع في صفحات نتائج محرك البحث، مما قد يؤدي إلى المزيد من الزيارات.

8

2. حركة المرور المستهدفة: يتيح تحسين التسويق عبر محركات البحث استهداف كلمات رئيسية وعبارات محددة تتعلق بالنشاط التجاري، مما يساعد على جذب حركة المرور ذات الصلة التي من المرجح أن تتحول إلى عملاء.

3. فعالة من حيث التكلفة: يمكن أن يكون تحسين التسويق عبر محرك البحث فعالاً من حيث التكلفة مقارنة بأشكال الإعلان الأخرى، حيث أنك تدفع فقط عندما ينقر المستخدمون على الإعلانات (CPC)، مما يجعلها وسيلة فعالة وقابلة للقياس للوصول إلى جمهورك المستهدف.

Lecture

8

مميزات استراتيجية التسويق بمحركات البحث



4. تحسين مصداقية العلامة التجارية: يمكن أن يؤدي الحصول على مرتبة أعلى في نتائج محرك البحث إلى تعزيز مصداقية العلامة التجارية وسلطتها في نظر المستهلكين، حيث يثق المستخدمون غالبًا في مواقع الويب التي تظهر في أعلى نتائج البحث.

5. نتائج قابلة للقياس: يوفر تحسين التسويق عبر محرك البحث تحليلات تفصيلية وأدوات تتابع تسمح بقياس فعالية الحملات الإعلانية وتتبع التحويلات واتخاذ قرارات تعتمد على البيانات لتحسين الاستراتيجية.

Lecture

8

مميزات استراتيجية التسويق بمحركات البحث

6. الميزة التنافسية: من خلال تنفيذ استراتيجيات تحسين التسويق عبر محركات البحث، يمكن البقاء في صدارة المنافسين في تصنيفات محركات البحث، وجذب المزيد من العملاء، وزيادة الحصة في السوق.

7. تجربة مستخدم محسنة: غالبًا ما يتضمن تحسين موقع الويب الخاص بك لمحركات البحث تحسين تجربة المستخدم، مثل أوقات التحميل الأسرع، واستجابة الهاتف المحمول، والمحتوى ذي الصلة، مما قد يؤدي إلى زيادة التفاعل ورضا العملاء بشكل أفضل.



Lecture

8

عيوب استراتيجية التسويق بمحركات البحث



Lecture

8

عيوب استراتيجية التسويق بمحركات البحث



- في حين أن تحسين محركات البحث تُعد استراتيجية تسويق رقمية قوية يمكن أن تساعد الشركات على تحسين ظهورها عبر الإنترنت وجذب المزيد من الزيارات، إلا أن لها أيضًا بعض العيوب. حيث تشمل بعض عيوب استراتيجية تسويق تحسين محركات البحث ما يلي:
1. الخبرة الفنية المطلوبة: يتضمن تحسين محركات البحث جوانب فنية مثل البحث عن الكلمات الرئيسية والتحسين على الصفحة وبناء الروابط؛ لذلك قد تحتاج الشركات إلى الاستثمار في محترفين أو وكالات ماهرة لإدارة تحسين محركات البحث الخاصة بها بشكل فعال.



Lecture

8

عيوب استراتيجية التسويق بمحركات البحث

2. تغييرات الخوارزميات المستمرة: تقوم محركات البحث مثل Google بتحديث خوارزمياتها بشكل متكرر، مما قد يؤثر على فعالية استراتيجيات تحسين محركات البحث. حيث تحتاج الشركات إلى البقاء على اطلاع دائم والتكيف مع هذه التغييرات للحفاظ على تصنيفاتها في البحث.
3. المنافسة المستمرة مع الشركات المنافسة: مع تزايد شعبية تحسين محركات البحث، يمكن أن تكون المنافسة على أعلى تصنيفات محركات البحث شرسة، خاصة في الصناعات التنافسية؛ لذلك قد يكون من الصعب التفوق على المنافسين الذين يستثمرون أيضًا في تحسين محركات البحث.

Lecture

8

عيوب استراتيجية التسويق بمحركات البحث

4. التحكم المحدود: محركات البحث لها الكلمة الأخيرة في كيفية تصنيف مواقع الويب، ويمكن لعوامل مثل التغييرات في الخوارزميات أن تؤثر سلبًا على رؤية موقع الويب، حتى لو تم تنفيذ استراتيجيات تحسين محركات البحث بشكل جيد.



Lecture

8

اعتبارات العمل باستراتيجية التسويق بمحركات البحث



8

1. قم بإجراء بحث شامل عن الكلمات الرئيسية لتحديد الكلمات الرئيسية والعبارات ذات الصلة التي يبحث عنها جمهورك المستهدف. استخدم هذه الكلمات الرئيسية بشكل استراتيجي في محتوى موقع الويب الخاص بك.
2. أنشئ محتوى عالي الجودة وملائمًا يوفر قيمة لجمهورك. حيث التأكد من أن المحتوى الخاص بك مكتوب بشكل جيد وغني بالمعلومات وجذاب.
3. قم بتحسين موقع الويب الخاص بك لمحركات البحث من خلال تحسين سرعة تحميل الصفحة، وملائمة الهاتف المحمول، وتجربة المستخدم، وتضمين الكلمات الرئيسية ذات الصلة في العلامات الوصفية، والعناوين، والنص البديل للصور.

Lecture

8

اعتبارات العمل باستراتيجية التسويق بمحركات البحث



4. يعد تحسين محركات البحث استراتيجية طويلة المدى تتطلب الاتساق والصبر والجهد المستمر. قد لا تكون النتائج فورية، لذا من المهم أن تظل ملتزمًا بجهود تحسين محركات البحث بمرور الوقت.
5. إذا كان لديك نشاط تجاري محلي، فقم بتحسين موقع الويب الخاص بك للبحث المحلي من خلال تضمين معلومات نشاطك التجاري في الدلائل عبر الإنترنت، وإنشاء ملفات تعريف في Google My Business، والحصول على تعليقات من العملاء الراضين.

8

6. تتبع ومراقبة أداء جهود تحسين محركات البحث باستخدام أدوات مثل Google Analytics. قم بتحليل المقاييس الرئيسية مثل حركة المرور، وتصنيفات الكلمات الرئيسية، والتحويلات لقياس مدى نجاح استراتيجيتك.

7. ابق على اطلاع بتحديثات خوارزميات محرك البحث واتجاهات الصناعة لتكييف استراتيجية تحسين محركات البحث الخاصة بك وفقًا لذلك. قم بمراجعة موقع الويب الخاص بك بانتظام لضمان الامتثال لأحدث أفضل الممارسات.

8. راقب استراتيجيات تحسين محركات البحث الخاصة بمنافسك لتحديد الفرص ومجالات التحسين. تعلم من نجاحاتهم وإخفاقاتهم لتحسين استراتيجيتك الخاصة.

Lecture

8

اعتبارات العمل باستراتيجية التسويق بمحركات البحث

9. ركز على توفير تجربة مستخدم إيجابية من خلال ضمان سهولة التنقل والعبارات الواضحة التي تحت المستخدم على اتخاذ إجراء للمحتوى القيم الذي يلبي احتياجات المستخدمين.



Lecture
8

ماهية استراتيجية التسويق الجغرافي
(Geographic Marketing)





Lecture

8

ماهية استراتيجية التسويق الجغرافي (Geographic marketing)

➤ استراتيجية التسويق الجغرافي هي نهج تسويقي يتضمن استهداف مناطق أو مواقع جغرافية محددة بجهود تسويقية مخصصة. لذلك تدرك هذه الإستراتيجية أن تفضيلات المستهلك وسلوكياته واحتياجاته يمكن أن تختلف بناءً على عوامل جغرافية مثل الموقع والمناخ والثقافة والتركيب السكانية. من خلال التركيز على مناطق جغرافية محددة، حيث يمكن للشركات تخصيص رسائلها التسويقية ومنتجاتها وقنوات التوزيع للوصول بشكل أفضل إلى جمهورها المستهدف في تلك المناطق وجذبه. لذلك يمكن أن تساعد استراتيجية التسويق الجغرافي الشركات على تحسين جهودها التسويقية، وزيادة صلتها بالأسواق المحلية، وتحسين مشاركة العملاء ورضاهم بشكل عام.



Lecture

8

ماهية استراتيجية التسويق الجغرافي (Geographic marketing)

- لذلك تُعد استراتيجية التسويق الجغرافي هي عبارة عن تحديد وتوجيه جهود التسويق للمنتجات أو الخدمات نحو فئات معينة من العملاء أو سوق معينة استنادًا إلى العوامل الجغرافية. حيث يهدف ذلك إلى تحقيق أهداف التسويق باستخدام المعلومات الجغرافية لتحليل وفهم احتياجات السوق وتعزيز توجيه استراتيجيات التسويق بفعالية.
- لذلك تعتمد استراتيجية التسويق الجغرافي على العوامل مثل الموقع الجغرافي للعملاء المستهدفين، الظروف المناخية، ومتطلبات واحتياجات السوق المحلية.



Lecture

8

ماهية استراتيجية التسويق الجغرافي (Geographic marketing)

➤ لذلك هذه الاستراتيجية تساعد الشركات على تحديد السوق المستهدفة بدقة، وتوجيه جهود التسويق نحو هذه السوق بشكل أكثر فعالية من خلال تكييف العروض التسويقية والإعلانات بما يتناسب مع احتياجات وتفضيلات العملاء في كل منطقة جغرافية. حيث تعتبر استراتيجية التسويق الجغرافي مهمة خاصة في العديد من الصناعات مثل التجزئة، الضيافة، السياحة، والخدمات المحلية التي تعتمد بشكل كبير على الموقع والتوجيه الجغرافي للمبيعات.



Lecture

8

ماهية استراتيجية التسويق الجغرافي
(Geographic marketing)

➤ مثال عملي عن استراتيجية التسويق الجغرافي :



استراتيجية التسويق الجغرافي لحملة السند مش في العدد

<https://www.youtube.com/watch?v=MBOHc7Rq9p0>

Lecture
8

مميزات استراتيجية التسويق الجغرافي





Lecture

8

مميزات استراتيجية التسويق الجغرافي

➤ تتمتع استراتيجية التسويق الجغرافي بعدة مميزات منها:

1. استهداف أسواق محددة: من خلال التركيز على المناطق الجغرافية، يمكن للشركات تصميم

جهودها التسويقية لتلبية الاحتياجات والتفضيلات الفريدة للعملاء في مواقع مختلفة.

2. فعالية التكلفة: يتيح التسويق الجغرافي للشركات تخصيص الموارد بشكل أكثر كفاءة من

خلال تركيز جهودها على المناطق ذات الإمكانيات الأعلى للمبيعات، مما يقلل من هدر

الموارد في المناطق ذات الطلب المنخفض.



Lecture

8

مميزات استراتيجية التسويق الجغرافي

3. الرسائل المحلية: يمكن للشركات تخصيص رسائلها التسويقية لتتوافق مع الثقافة واللغة والعادات المحلية، مما يؤدي إلى مشاركة واتصال أفضل مع العملاء.

4. الميزة التنافسية: من خلال فهم ديناميكيات السوق المحلية والمنافسة في مناطق محددة، يمكن للشركات تطوير استراتيجيات لتمييز نفسها واكتساب ميزة تنافسية.



Lecture

8

مميزات استراتيجية التسويق الجغرافي

5. التوزيع الفعال: يساعد التسويق الجغرافي في تحسين قنوات التوزيع والخدمات اللوجستية من خلال استهداف المناطق ذات الطلب المرتفع وضمان تسليم المنتجات أو الخدمات في الوقت المناسب.

6. المرونة والاستجابة: يمكن للشركات تكييف استراتيجياتها التسويقية بسرعة بناءً على الاحتياجات المحددة والتعليقات الواردة من مناطق جغرافية مختلفة، مما يسمح بالسرعة في الاستجابة لتغيرات السوق.



Lecture

8

مميزات استراتيجية التسويق الجغرافي

7. تحسين العلاقات مع العملاء: من خلال التعامل مع العملاء على المستوى المحلي، يمكن للشركات بناء علاقات أقوى وتعزيز الولاء للعلامة التجارية وزيادة رضا العملاء.

Lecture
8

عيوب استراتيجية التسويق الجغرافي





Lecture

8

عيوب استراتيجية التسويق الجغرافي

➤ فيما يلي بعض عيوب استراتيجية التسويق الجغرافي:

1. الوصول المحدود: تركز استراتيجيات التسويق الجغرافي على مناطق أو مواقع محددة، مما قد يحد من الوصول المحتمل إلى جمهور أوسع.
2. انخفاض صافي الربح: قد ينتج عن استهداف مناطق جغرافية محددة انخفاض صافي الربح مقارنة بالتسويق العام والمتوسع ؛ وذلك بسبب تخصيص حملات تسويقية محددة.



Lecture

8

عيوب استراتيجية التسويق الجغرافي

3. التقلبات الاقتصادية: قد تكون المناطق الجغرافية أكثر عرضة للتقلبات الاقتصادية أو عدم الاستقرار السياسي أو الكوارث الطبيعية، مما قد يؤثر على نجاح الحملات التسويقية.
4. استجابة المنافس: التركيز على مناطق جغرافية محددة قد يجذب انتباه المنافسين، الذين قد يستجيبون باستراتيجياتهم التسويقية الخاصة التي تستهدف نفس المنطقة.

Lecture
8

الاعتبارات الواجب مراعاتها عبر استراتيجيات
التسويق الجغرافي





Lecture

8

الاعتبارات الواجب مراعاتها عبر استراتيجية التسويق الجغرافي

1. تحديد المواقع الجغرافية المستهدفة ودراسة تأثير العوامل الجغرافية على سلوك المستهلكين وتفضيلاتهم.
2. يتم اعتبار الظروف البيئية والمناخية عند وضع استراتيجية التسويق الجغرافي من الاعتبارات الهامة، حيث يمكن أن تؤثر على احتياجات واهتمامات العملاء.
3. دراسة سوق المنطقة والعوامل الثقافية والاقتصادية التي تؤثر على تفضيلات العملاء في تلك المناطق.



Lecture

8

الاعتبارات الواجب مراعاتها عبر استراتيجية
التسويق الجغرافي

4. تحليل المنافسة في السوق المحلي وتحديد نقاط القوة والضعف لوضع استراتيجية تنافسية فعالة.

5. تحديد كيفية توزيع المنتجات أو الخدمات بشكل فعال على المواقع المحددة جغرافيًا.

Lecture

8

خاتمة



➤ قدمت المحاضرة شرحاً تفصيلياً لماهية استراتيجية التسويق بمحركات البحث SEO، مع عرض مزايا وعيوب هذه الاستراتيجية التسويقية مع عرض مدى أثر هذه الاستراتيجية في تحسين معدل مشاهدة المواقع الرسمية والإعلانات الخاصة بالشركة مع كيفية تأثيرها على الجمهور المستهدف المراد الوصول إليه.

➤ كما قدمت المحاضرة شرحاً دقيقاً عن ماهية استراتيجية التسويق الجغرافي (Geographic Marketing) مع عرض مزايا وعيوب الاستراتيجية لتوضيح مدى أثر هذه الاستراتيجية على التسويق المحدود جغرافياً لتتسع مع طبيعة المنتج مع الجمهور المستهدف المراد الوصول إليه.



Thank You