



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY
BY EVERYONE'S SMART UNIVERSITY

الإعلام الجديد

Lecture 8

PRL 613

ماجستير العلاقات العامة

Prepared by
Dr. Hala Elalfy Fawzy

www.midocean.ae

استراتيجيات الاتصال الفعال عبر مواقع التواصل الاجتماعي



Chapter
08

- ✓ مفهوم استراتيجيات العلاقات العامة
- ✓ طرق إنشاء استراتيجية قوية للعلامة التجارية من خلال الإعلام الجديد
- ✓ استراتيجيات الاتصال الفعال التي يمكن الاعتماد عليها (استراتيجية انشر وتأمل - استراتيجية أخبر ورغب - استراتيجية تحديد ما هو مهم - استراتيجية التقييد ثم التعزيز)
- ✓ نموذج استراتيجية لمواقع التواصل الاجتماعي

ما هي استراتيجية العلاقات العامة؟

Chapter

08

- الخطة المستخدمة لبناء وتعزيز العلاقات بين المنظمة وجمهورها المستهدف، سواء كان ذلك العملاء أو المستثمرين أو الجمهور العام. تهدف استراتيجية العلاقات العامة إلى تحقيق أهداف محددة مثل زيادة الوعي بالعلامة التجارية، وتعزيز الثقة والمصداقية، وتحسين صورة المنظمة.
- استراتيجية الاتصال الفعال تهدف إلى تحسين جودة وفعالية التواصل داخل المنظمة أو بين المنظمة وجمهورها المستهدف. يتضمن تحقيق استراتيجية الاتصال الفعال اتخاذ إجراءات لضمان تبادل المعلومات بشكل فعال وفهماها بوضوح.

ما هي استراتيجيات العلاقات العامة؟

Chapter

08

- اتخاذ مجموعة من الإجراءات من أجل الحصول على الدعاية والتغطية لعلامتك التجارية على وسائل الإعلام ذات الصلة ، والمنشورات الصناعية ، والبودكاست ، بالإضافة إلى المدونات ومنشورات الوسائط الاجتماعية ، والوصول إلى أهداف العلاقات العامة قصيرة وطويلة المدى .
- إنها تشبه إلى حد ما استراتيجيات التسويق لأنها تدور حول نشر رسالة حول علامتك التجارية ، ولكن بدون أهداف العمل التي تنطوي بالضرورة على المبيعات.
- في معظم الحالات، تُستخدم إستراتيجيات العلاقات العامة لنشر الكلمة عن عملك أو خدماتك أو منتجاتك لتحسين التعرف عليها والحفاظ على علاقات إيجابية مع جمهورك وأصحاب المصلحة.

طرق إنشاء استراتيجيات قوية للعلامة التجارية من خلال الإعلام الجديد

• 1. قم بأبحاثك

- قبل أن تبدأ في الترويج لمشروعك، من المهم أن تقوم بأبحاثك. تحتاج إلى فهم جمهورك المستهدف وما الذي يبحثون عنه. بمجرد أن تعرف من هو جمهورك المستهدف، يمكنك البدء في إنشاء محتوى يروق لهم.

• 2. خلق هوية بصرية قوية

- هويتك المرئية هي كيفية تمثيل علامتك التجارية بصرياً. يتضمن شعارك ونظام الألوان والطباعة. يجب أن تكون هويتك المرئية متسقة عبر جميع المواد التسويقية الخاصة بك.

طرق إنشاء استراتيجيات قوية للعلامة التجارية من خلال الإعلام الجديد

- 3. إنشاء محتوى مقنع
- المحتوى هو الملك عندما يتعلق الأمر بالتسويق. تحتاج إلى إنشاء محتوى مثير للاهتمام وغني بالمعلومات ومفيد. إذا كان بإمكانك القيام بذلك، فستكون في طريقك إلى إنشاء استراتيجية قوية للعلامة التجارية.
- 4. الانخراط في وسائل الإعلام الاجتماعية
- وسائل التواصل الاجتماعي هي أداة قوية يمكن أن تساعدك في الوصول إلى جمهور أوسع. إذا لم تكن نشطاً بالفعل على وسائل التواصل الاجتماعي، فقد حان الوقت للبدء. قم بإنشاء ملفات تعريف على جميع المنصات الرئيسية وابدأ في مشاركة المحتوى الخاص بك.

طرق إنشاء استراتيجية قوية للعلامة التجارية من خلال الإعلام الجديد

- 5. تأكد من تحسين موقع الويب الخاص بك
- غالباً ما يكون موقع الويب الخاص بك هو نقطة الاتصال الأولى بينك وبين عملائك المحتملين. تأكد من تحسين موقع الويب الخاص بك لمحركات البحث وأنه يوفر تجربة مستخدم جيدة.
- 6. استخدم تقنيات التسويق التقليدية
- يمكن أن تكون تقنيات التسويق التقليدية، مثل الإعلانات المطبوعة والعلاقات العامة، فعالة أيضاً في الترويج لعلامتك التجارية. يمكن أن تساعدك هذه الأساليب في الوصول إلى جمهور مختلف عن جمهورك من خلال القنوات الرقمية.

طرق إنشاء استراتيجية قوية للعلامة التجارية من خلال الإعلام الجديد

- 7. قياس النتائج الخاصة بك
- من المهم قياس نتائج جهودك التسويقية حتى تتمكن من تعديل استراتيجيتك حسب الحاجة. تتبع الزيارات على موقع الويب الخاص بك، والمشاركة على وسائل التواصل الاجتماعي، وأرقام المبيعات. سيساعدك هذا في معرفة ما ينجح وما لا ينجح.
- باتباع هذه النصائح، يمكنك إنشاء استراتيجية قوية للعلامة التجارية لشركتك الناشئة. فقط تذكر أن تتحلى بالصبر والاتساق مع جهودك، وسترى النتائج في أي وقت من الأوقات.

استراتيجيات الاتصال الفعال التي يمكن الاعتماد عليها

- استراتيجية انشر وتأمل:
- المفهوم: تعتمد على نشر المحتوى أو الأخبار وانتظار تفاعل الجمهور.
- التطبيق: مثل إطلاق منتج جديد وتحليل ردود الفعل العامة.
- الأهمية: توفير رؤى حول مدى جذب المحتوى للجمهور.

استراتيجية انشر وتأمل



استراتيجيات الاتصال الفعال التي يمكن الاعتماد عليها

- استراتيجية أخبر ورغب:
- المفهوم: استخدام السرد القصصي لخلق اهتمام ورغبة لدى الجمهور.
- التطبيق: حملات تسويقية تروي قصصًا جذابة للمستهلكين.
- الأهمية: بناء صلة عاطفية مع الجمهور وتعزيز الولاء للعلامة التجارية.

استراتيجية أخير ورغب



استراتيجيات الاتصال الفعال التي يمكن الاعتماد عليها

- استراتيجية تحديد ما هو مهم:
- المفهوم: التركيز على العناصر الأساسية والمهمة في الرسائل.
- التطبيق: تسليط الضوء على الميزات الأساسية للمنتجات أو الخدمات.
- الأهمية: تبسيط الرسائل للتأكيد على القيمة الرئيسية.

Chapter

08

استراتيجيات الاتصال الفعال التي يمكن الاعتماد عليها



استراتيجيات الاتصال الفعال التي يمكن الاعتماد عليها

- استراتيجية التقييد ثم التعزيز:
- المفهوم: تقديم معلومات محدودة في البداية ثم توسيعها تدريجياً.
- التطبيق: إطلاق منتج بمعلومات محدودة ثم كشف المزيد تدريجياً.
- الأهمية: خلق حماسة وفضول لدى الجمهور نحو المنتج أو الخدمة.

استراتيجية التقييد ثم التعزيز

Chapter

08



نموذج استراتيجية تسويقية لمواقع التواصل الاجتماعي

اسم الشركة

استراتيجية تسويقية لمواقع التواصل الاجتماعي

التاريخ

الاسم

المسمى الخاص بك، أو مسمى الفريق

الايمل

MIDOCEAN
UNIVERSITY
BY EVERYONE'S SMART UNIVERSITY

نموذج استراتيجية تسويقية لمواقع التواصل الاجتماعي



نموذج استراتيجي تسويقية لمواقع التواصل الاجتماعي

كتابة ملخص تنفيذي فعال

تحديد المشكلة أو الحاجة
للمشروع المقترح

اشرح النتيجة (النتائج)
المتوقعة للمشروع
المقترح

حدد الميزانية والوقت
والموارد اللازمة لإكمال
المشروع المقترح

تضمن أي معلومات
إضافية

نموذج استراتيجية تسويقية لمواقع التواصل الاجتماعي

أهداف مواقع التواصل الاجتماعي

نموذج استراتيجية تسويقية لمواقع التواصل الاجتماعي

وضع أهداف ذكية

حدد أهدافًا محددة وقابلة للقياس ويمكن تحقيقها وذات صلة وفي الوقت المناسب

تأكد من توافقها مع أهداف العمل لقياس عائد الاستثمار بدقة

تتبع المقاييس الصحيحة لعلامتك التجارية

نموذج استراتيجية تسويقية لمواقع التواصل الاجتماعي

مؤشرات الأداء الرئيسية

بحلول [التاريخ/الشهر/الربع/العام السنوي]، سنقوم بما يلي:

1	سنعمل على زيادة الجمهور على Instagram بمقدار 50 متابعًا جديدًا أسبوعيًا
2	سنعمل على زيادة الجمهور على Facebook بمقدار 100 متابعًا جديدًا أسبوعيًا
3	سنعمل على زيادة الجمهور على X بمقدار 60 متابعًا جديدًا أسبوعيًا
4	سنعمل على زيادة الجمهور على YouTube بمقدار 100 متابعًا جديدًا أسبوعيًا

نموذج استراتيجية تسويقية لمواقع التواصل الاجتماعي

كيف تتوافق الأهداف مع أهداف العمل

المقاييس	أهداف مواقع التواصل الاجتماعي	أهداف العمل
المتابعين، نسب إعادة النشر، وغيرها	الوعي (هذه المقاييس تسلط الضوء على جمهورك الحالي والمحتمل)	تمو العلامة التجارية
التعليقات، الإعجابات، الإشارات، وغيرها.	المشاركة (توضح هذه المقاييس كيفية تفاعل الجمهور مع المحتوى الخاص بك)	تحويل العملاء إلى مسوقين لعلامتك التجارية
النقرات على موقع الويب، والاشتراكات في البريد الإلكتروني، وغيرها.	المحادثات (توضح هذه المقاييس فعالية مشاركتك الاجتماعية)	قيادة العملاء المحتملين والمبيعات
الشهادات، ومشاعر وسائل التواصل الاجتماعي، وغيرها. social media sentiment.	المستهلكين (نعكس هذه المقاييس مدى تفكير العملاء النشطين وشعورهم تجاه علامتك التجارية)	تحسين الاحتفاظ بالعملاء

نموذج استراتيجية تسويقية لمواقع التواصل الاجتماعي



نموذج استراتيجي تسويقية لمواقع التواصل الاجتماعي

المعلومات	العميل 1	العميل 2
المسمى الوظيفي		
الاحتياجات ما الذي سيتطلعون إلى فعله أو الخروج من منتجك/خدمتك/شركتك؟		
نقاط الضعف [ما هو التحدي الأول الذي يواجهونه (والذي يمكنك حله لهم؟]		
مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تفضيلا [ما هي منصة التواصل الاجتماعي التي يستخدمها هذا الشخص في أغلب الأحيان، أي ما هو أفضل مكان للتواصل معه؟]		
الخصائص المميزة للعميل		
الميزانية		
المتغيرات الديموغرافية		
الخصائص السيكوغرافية		

Chapter

08

نموذج استراتيجية تسويقية لمواقع التواصل الاجتماعي

MIDOCEAN
UNIVERSITY
BY EVERYONE'S SMART UNIVERSITY

التحليل التنافسي

نموذج استراتيجية تسويقية لمواقع التواصل الاجتماعي

المحتوى الشائع	نقاط الضعف	نقاط القوة	عدد المتابعين	النشاط على الشبكات	المنافسين
يمكن استخدام أدوات مثل Spark toro Buzz Sumo Social Blade					المتنافس الأول
					المتنافس الثاني
					المتنافس الثالث

نموذج استراتيجي تسويقية لمواقع التواصل الاجتماعي

Subs

Views



SB Rank	59,119th	34,862nd
Subscriber Rank	1,035th	1,102nd
Views Rank	25,728th	15,721st
Subscribers	2,550,000 subs	1,900,000 subs
Video Views	376,880,592 views	594,380,319 views
Videos Uploaded	5.9K uploads	70.1K uploads
User Created On:	2014-10-28	2016-02-22

Social Blade

نموذج استراتيجية تسويقية لمواقع التواصل الاجتماعي

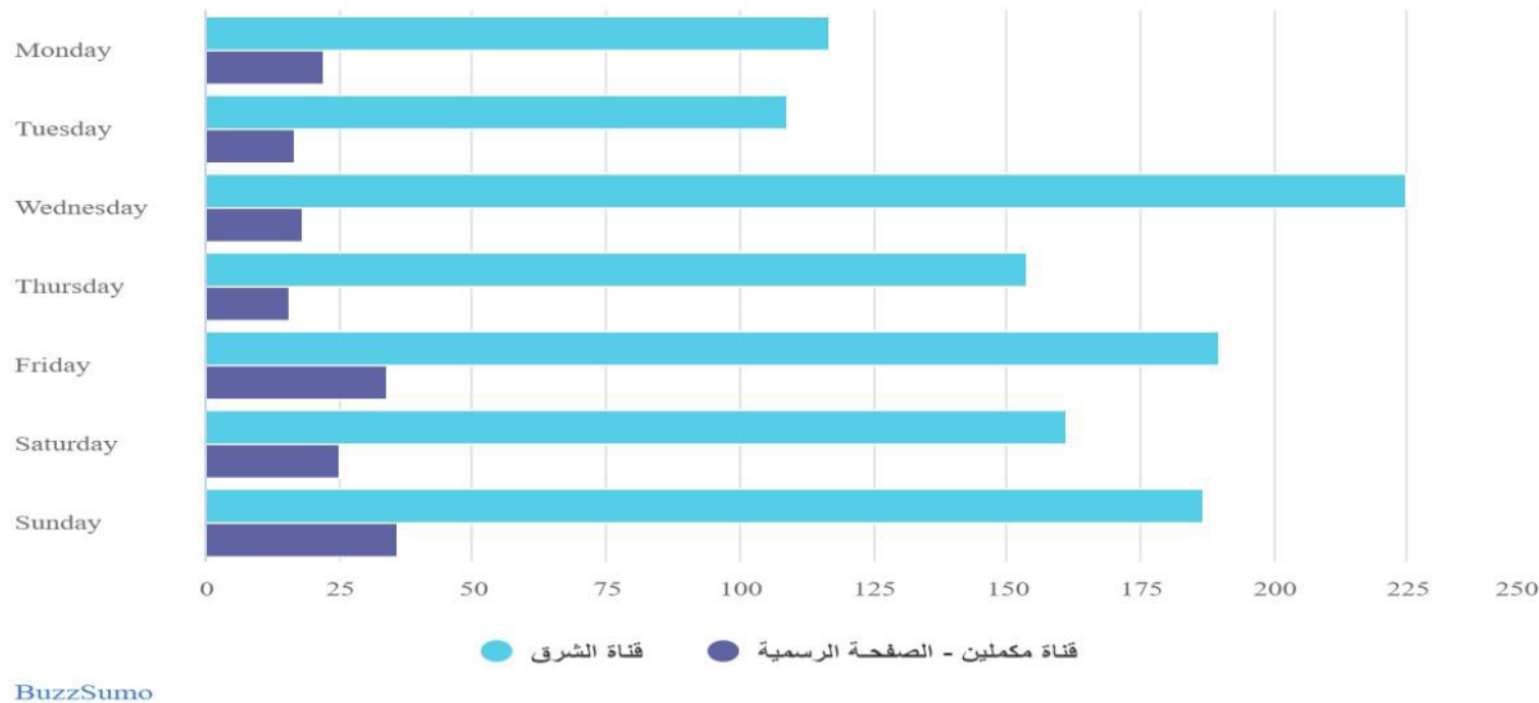
ESTIMATED POTENTIAL EARNINGS AND INFORMATION

ESTIMATED EARNINGS ?

Daily Earnings	\$56 - \$896.46	\$95 - \$1,526.41
Monthly Projections	\$1.7K - \$26,893.80	\$2.9K - \$45,792.36
Yearly Projections	\$20.2K - \$322,725.60	\$34.3K - \$549,508.32

Social Blade

نموذج استراتيجية تسويقية لمواقع التواصل الاجتماعي



Buzz Sumo

نموذج استراتيجية تسويقية لمواقع التواصل الاجتماعي

Buzz Sumo

نموذج استراتيجية تسويقية لمواقع التواصل الاجتماعي

SparkScore & Account Info

SparkScore is a metric indicating total reach+influence across Twitter measured on a logarithmic scale.

SparkScore



قناة مكملة الفضائية
@mekameleentv

Last Updated: October 19, 2022

113,939
Tweets

2
Following

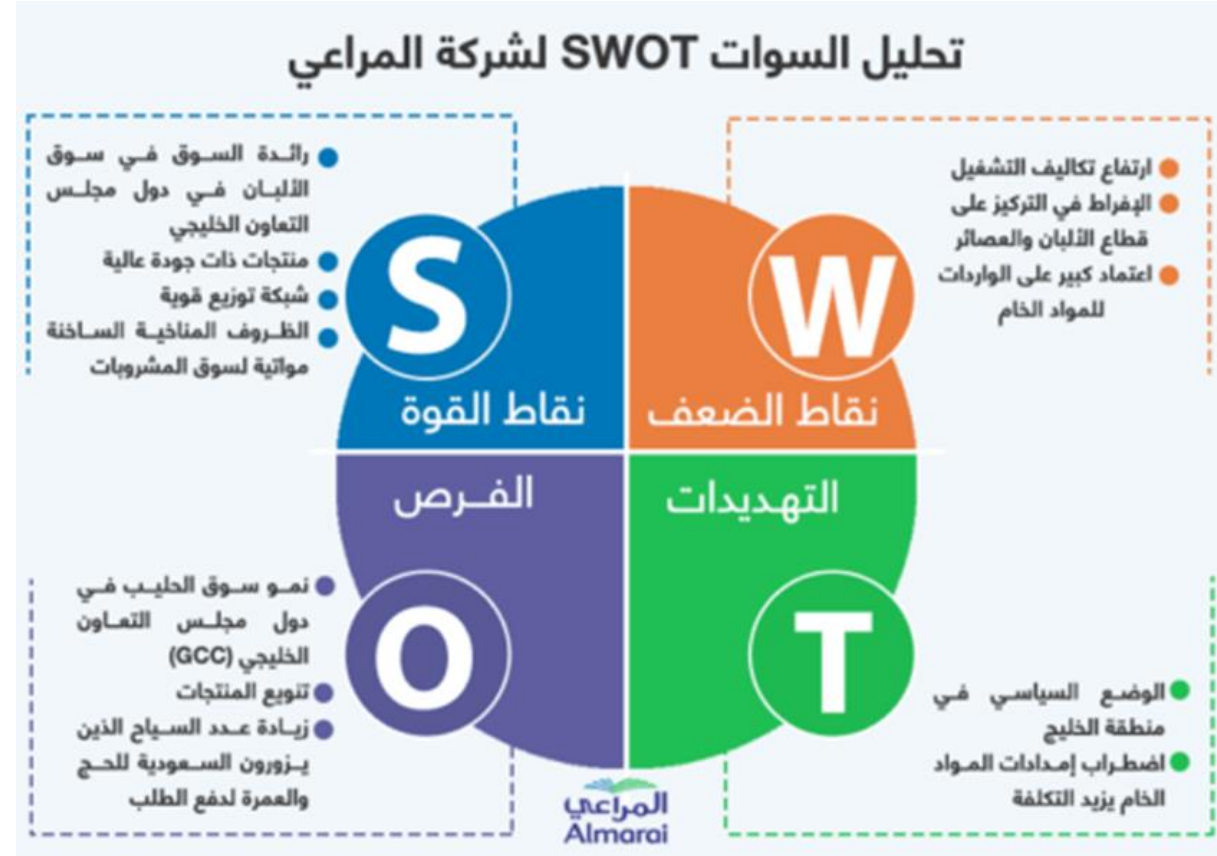
632,727
Followers

37
Engagement

<https://sparktoro.com/take-followers/mekameleentv>

2/3

نموذج استراتيجي تسويقية لمواقع التواصل الاجتماعي



نموذج استراتيجية تسويقية لمواقع التواصل الاجتماعي



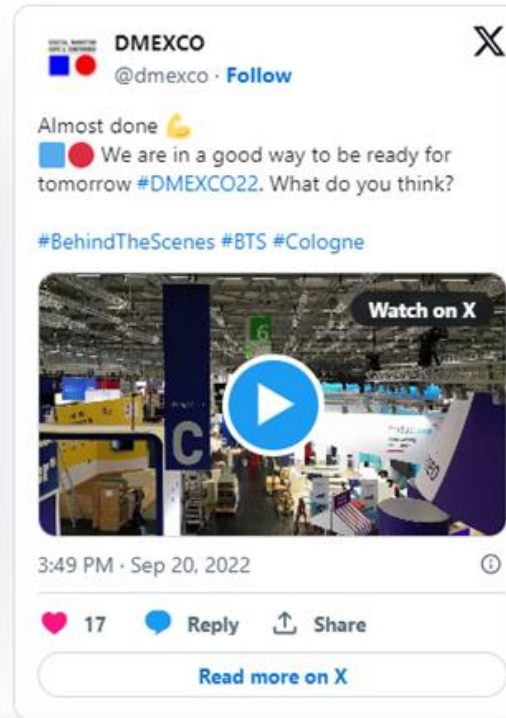
نموذج استراتيجية تسويقية لمواقع التواصل الاجتماعي

- ✓ ما هو طبيعة المحتوى؟
- ✓ ما هي طبيعة التفاعل مع الجمهور؟
- ✓ ما هي المنصة التي يتواجد بها جمهورك المستهدف؟
- ✓ كيف تقارن استراتيجيتك بالمنافسين؟

تدقيق
ومراجعة
تواجدك على
وسائل
التواصل
الاجتماعي

نموذج استراتيجية تسويقية لمواقع التواصل الاجتماعي

المنشورات



<https://www.contentstadium.com/blog/event-social-media-post-examples/>

نموذج استراتيجية تسويقية لمواقع التواصل الاجتماعي

خطوات التنفيذ

الجمهور الذي نحتاج
إلى تخصيص المحتوى
[البحث المرجعي عن
الجمهور]

جدول إصدار المحتوى
الخاص بنا

تقويم محتوى الوسائط
الاجتماعية الذي يحدد
خطة الترويج لدينا

نموذج استراتيجية تسويقية لمواقع التواصل الاجتماعي



KEY PERFORMANCE INDICATORS

Marketing KPIs



Sales revenue



Cost per lead



Traffic-to-lead ratio

Organic Search KPIs



Engagement



Conversion



Net promoter score



Customer retention

Brand Awareness KPIs



Social media reach



Brand mentions



Media mentions

Content KPIs



Time on page



Number of subscribers



Social engagement

نموذج استراتيجية تسويقية
لمواقع التواصل الاجتماعي

قم بقياس مستوى نجاحك

<https://www.brafton.com.au/blog/strategy/which-marketing-kpis-are-the-most-important/>

نموذج استراتيجي تسويقية لمواقع التواصل الاجتماعي

Channel	Date Range	Net Followers Gain/Loss	# of Posts	Engagement Rate	Click-throughs	Mentions
Instagram						
Facebook		مستوى النجاح				
Twitter						
LinkedIn						

نموذج استراتيجية تسويقية لمواقع التواصل الاجتماعي

خطوات العمل

- لخص خططك
- الحسابات التي يمكن غلقها
- الحسابات التي يمكن التركيز عليها لزيادة الوعي بالعلامة التجارية وبناء السمعة
- الفترات المقررة لإجراء القياس

الخاتمة

Chapter

08

- ✓ مفهوم استراتيجيات العلاقات العامة
- ✓ أساليب إنشاء استراتيجية قوية للعلامة التجارية
- ✓ استراتيجيات الاتصال الفعال التي يمكن الاعتماد عليها
- (استراتيجية انشر وتأمل - استراتيجية أخبر ورغب - استراتيجية تحديد ما هو مهم - استراتيجية التقييد ثم التعزيز)
- ✓ نموذج استراتيجية لمواقع التواصل الاجتماعي





مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY
BY EVERYONE'S SMART UNIVERSITY



Thank You

