

التكليف العملي الثاني

تحليل دور وسائل التواصل الاجتماعي في الاتصالات التسويقية المتكاملة

stc: العلامة التجارية المختارة

إعداد الطالبة: زينة المهنا

المقرر: الاتصالات التسويقية المتكاملة

التاريخ: _____

مقدمة

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي من أهم أدوات الاتصالات التسويقية المتكاملة، لأنها تتيح للعلامة التجارية الوصول إلى الجمهور بسرعة، وبناء علاقة مستمرة معه، ودمج الإعلان والترويج وخدمة العملاء والمحتوى التفاعلي ضمن لوسائل التواصل الاجتماعي ودورها في دعم أهداف العلامة Stc رسالة واحدة. ويحلل هذا التقرير استخدام شركة التجارة.

تعريف مختصر بالعلامة التجارية ونشاطها الأساسي 1.

شركة سعودية تعمل في قطاع الاتصالات والخدمات الرقمية، وتقدم خدمات الاتصالات والإنترنت والحلول الرقمية stc للأفراد وقطاع الأعمال. وتتبنى الشركة توجهاً يركز على التحول الرقمي وتحسين تجربة العميل والابتكار، وهو ما يجعل المنصات الرقمية جزءاً مهماً من تواصلها مع الجمهور.

أهم منصات التواصل الاجتماعي المستخدمة 2.

لعرض Instagram على مجموعة من المنصات للوصول إلى شرائح مختلفة من الجمهور، ومن أبرزها Stc تعتمد للمحتوى القصير المناسب TikTok للتحديثات والتواصل السريع وخدمة الجمهور، و X المحتوى المرئي والحملات، و للفيديوهات الإعلانية والتوعوية والشروحات. كما يظهر حضور العلامة عبر منصات YouTube للجمهور الأصغر سناً، و أخرى بحسب طبيعة الحملة والجمهور المستهدف.

تحليل نوع المحتوى الاتصالي المنشور 3.

- المحتوى الإعلاني: التعريف بالخدمات والباقات والمنتجات الجديدة وتعزيز حضور العلامة التجارية •
- المحتوى التفاعلي: الأسئلة والمناسبات والمحتوى القابل للمشاركة والتفاعل مع تعليقات الجمهور، بما يدعم الاتصال ثنائي الاتجاه •
- المحتوى التعليمي والمعلوماتي: شرح الخدمات والحلول الرقمية والإرشادات المرتبطة باستخدام المنتجات •
- الخدمات والابتكار والتحول الرقمي •
- المحتوى الترويجي والعروض: التعريف بالعروض والباقات والمزايا بهدف تشجيع الجمهور على الاشتراك أو الاستخدام •

دور المنصات في تحقيق أهداف الاتصالات التسويقية المتكاملة 4.

- على المحافظة على حضورها الذهني Stc تعزيز الوعي بالعلامة التجارية: الوجود المستمر عبر أكثر من منصة يساعد •
- والوصول إلى فئات متعددة •
- بناء التفاعل مع الجمهور: استقبال ردود الفعل والاستفسارات ومتابعة آراء العملاء يحول الجمهور من متلقي إلى •
- مشارك •
- مادة مرئية في TikTok دعم الحملات الإعلانية: يمكن تقديم الفكرة نفسها بصيغ مختلفة؛ فيديو قصير في •
- مع الحفاظ على الهوية الأساسية للحملة X ورسالة مختصرة في Instagram، •

إدارة سمعة العلامة التجارية: متابعة التعليقات والملاحظات والاستجابة لها تساعد على فهم اتجاهات الجمهور وتقوية • إلى استخدامها تحليلات البيانات والذكاء الاصطناعي وتحليل المشاعر لفهم ملاحظات العملاء StC الثقة. وتشير تقارير وتحسين التجربة.

5. مستوى الاتساق في الرسائل الاتصالية عبر المنصات

يمكن ملاحظة مستوى جيد من التكامل؛ فالهوية البصرية واسم العلامة وطبيعة الرسائل تبقى مترابطة، بينما تتغير طريقة تقديم المحتوى بحسب خصائص كل منصة. وهذا يتفق مع مفهوم الاتصالات التسويقية المتكاملة: رسالة أساسية موحدة، لكن بأسلوب مناسب للجمهور والقناة المستخدمة.

6. تقييم نقاط القوة والضعف

نقاط الضعف / فرص التحسين	نقاط القوة
• كثرة المحتوى الترويجي قد تقلل التفاعل إذا لم يوازن. • بمحتوى إنساني وتفاعلي • اختلاف الجمهور بين المنصات يتطلب تخصيصاً أكبر للمحتوى. • التعليقات السلبية تحتاج إلى استجابة سريعة ومتسقة.	• تنوع المنصات والصيغ المستخدمة. • قدرة عالية على الوصول إلى شرائح مختلفة. • ربط المحتوى بالخدمات والتحول الرقمي. • إمكانية التفاعل المباشر مع الجمهور. • الاستفادة من البيانات وتحليل آراء العملاء.

7. مقترحات عملية لتحسين الأداء الاتصالي

زيادة المحتوى القصصي الذي يعرض تجارب العملاء بصورة مبسطة، وتخصيص المحتوى بصورة أكبر لكل StC يمكن ل منصة بدلاً من إعادة نشر المادة نفسها، وزيادة المقاطع التعليمية القصيرة، والاستفادة من نتائج تحليل المشاعر لتحديد الموضوعات التي تحتاج إلى توضيح سريع. كما يمكن دعم التكامل بين المنصات من خلال حملات تبدأ بفكرة موحدة ثم تستخدم وظيفة مختلفة لكل منصة: الوعي عبر الفيديو القصير، التفاصيل عبر المحتوى المعلوماتي، وخدمة العميل عبر قنوات الاستجابة المباشرة.

الخلاصة

ليست مجرد قنوات للإعلان، بل جزء من منظومة الاتصالات التسويقية StC يتضح أن وسائل التواصل الاجتماعي لدى المتكاملة. فهي تساهم في بناء الوعي، والترويج للخدمات، والتفاعل مع الجمهور، ودعم تجربة العميل وإدارة السمعة. ويزداد تأثيرها عندما تحافظ العلامة على اتساق رسالتها مع تخصيص أسلوب المحتوى لكل منصة.

المراجع

1. والتقرير السنوي 2024 StC الموقع الرسمي لشركة.

2. أقسام تجربة العملاء والتحول الرقمي وتحليلات البيانات - 2024 StC تقرير الاستدامة.

3. على منصات التواصل الاجتماعي StC القنوات الرسمية ل.

لدعم YouTube أو TikTok أو X أو Instagram الرسمية في stc ملاحظة: يمكن إضافة لقطات شاشة من منشورات التحليل بصرياً قبل التسليم.