

تحليل دور وسائل التواصل الاجتماعي في الاتصالات التسويقية المتكاملة

تطبيق على علامة يلا سبا

مقدمة

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي جزءًا أساسيًا من طريقة تواصل العلامات التجارية مع جمهورها، لأنها لم تعد مجرد مكان لنشر الإعلانات والعروض، بل أصبحت وسيلة للتفاعل مع العملاء، وبناء صورة العلامة، والتعريف بالخدمات بشكل مستمر.

وفي هذا التحليل اخترت يلا سبا، لأنه يعتمد بشكل واضح على منصات التواصل الاجتماعي في عرض خدماته والتواصل مع جمهوره، خصوصًا من خلال TikTok و Instagram.

1. تعريف مختصر بالعلامة التجارية ونشاطها

يلا سبا علامة متخصصة في خدمات العناية والاسترخاء والجمال، وتقدم مجموعة من الخدمات مثل المساج، العناية بالأظافر، وخدمات أخرى مرتبطة بالعناية بالنفس.

ومن خلال متابعة محتوى العلامة، واضح أنها لا تركز فقط على تقديم الخدمة، بل تحاول ربط تجربة السبا بمفاهيم مثل الراحة، الدلع، الاسترخاء والعناية بالنفس.

2. أهم منصات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها العلامة

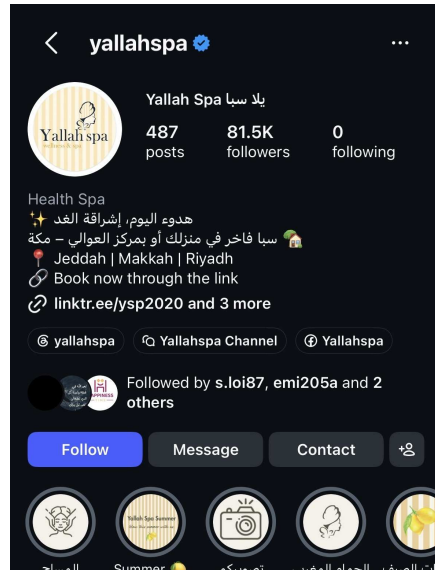
من خلال متابعة يلا سبا، يظهر تركيز واضح على منصتين رئيسيتين:

Instagram

يتم استخدامه بشكل مرتب أكثر لعرض الخدمات والتصميم والمحتوى التفاعلي والتوعوي، مع وجود هوية بصرية واضحة ومتناسقة.

TikTok

يعتمد أكثر على الفيديوهات القصيرة والعفوية وعرض تجربة العميلة والخدمات بشكل واقعي وسريع، وهذا يتناسب مع طبيعة المنصة وجمهورها.



واجهة حساب يلا سبا على إنستغرام (يمين) وتيك توك (يسار)

3. نوع المحتوى المنشور عبر المنصات

المحتوى في حسابات يلا سبا متنوع، ولا يعتمد على نوع واحد فقط.

يوجد محتوى ترويجي يعرض الخدمات والعروض مثل المساج وخدمات الأظافر والخدمات الموسمية.

كما يوجد محتوى تفاعلي من خلال طرح أسئلة على الجمهور مثل:

وش اللي يميز يلا سبا عن الباقي؟

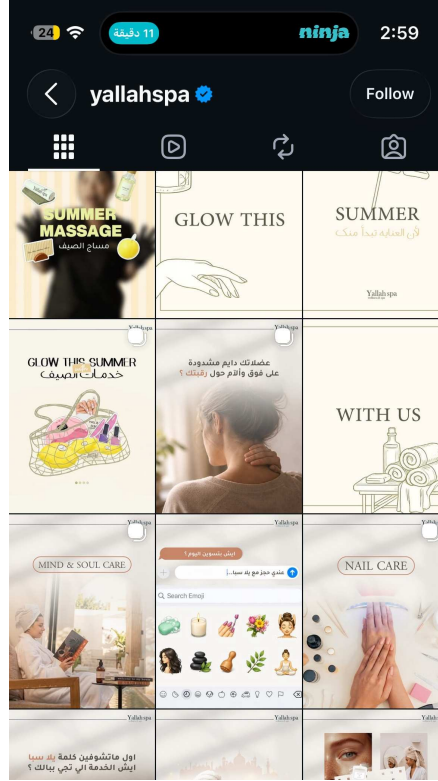
أي قصة تحسين لأظافرك؟

أول ما تشوفين كلمة سبا، إيش الخدمة اللي تجي ببالك؟

وهذا النوع من المحتوى يشجع الجمهور على التعليق والمشاركة بدل أن يكون الحساب مجرد إعلانات.

ويوجد أيضًا محتوى تثقيفي ومعلوماتي يقدم نصائح أو معلومات مرتبطة بالخدمات والعناية، مثل المحتوى الخاص بالعناية في الصيف أو بعض النصائح قبل وبعد بعض الخدمات.

كذلك تستخدم العلامة المحتوى الموسمي، مثل محتوى الصيف والعيد والعروس، وهذا يجعل المحتوى مرتبطًا باهتمامات الجمهور في الوقت الحالي.



أمثلة على المحتوى التفاعلي والموسمي في حساب إنستقرام

4. دور وسائل التواصل في تحقيق أهداف الاتصالات التسويقية

تعزيز الوعي بالعلامة التجارية

يساعد الوجود المستمر ليللا سبا على TikTok و Instagram في تعريف الجمهور بالعلامة وخدماتها. ومن الأشياء الواضحة جدًا استخدام نفس الألوان والأسلوب البصري تقريبًا في أغلب منشورات Instagram، وهذا يساعد على أن تصبح هوية يلا سبا معروفة وسهلة التمييز.

بناء التفاعل مع الجمهور

يلا سبا لا يعتمد فقط على نشر الخدمات، بل يستخدم أسئلة ومحتوى قريب من العميلات ويشجعهن على المشاركة والتعليق. وفي TikTok يظهر هذا بشكل أكبر من خلال استخدام أسلوب خفيف وقريب من طبيعة المنصة، وعرض مواقف وتجارب مرتبطة بالخدمات.

دعم الحملات الإعلانية

المحتوى الموجود على الحسابات يساعد أيضًا في دعم الإعلانات، لأن العميلة عندما تشاهد الإعلان ثم تدخل الحساب تجد محتوى يشرح الخدمات ويعرض التجربة والأجواء بشكل أكبر. وهذا يجعل السوشيال ميديا جزءًا من رحلة العميلة، وليس فقط قناة للنشر.

إدارة صورة وسمعة العلامة

من خلال الصور والفيديوهات وطريقة عرض المكان والخدمات، تحاول يلا سبا بناء صورة مرتبطة بالراحة والنظافة والاهتمام بالتفاصيل. وجود محتوى مرتب وتجارب واقعية يساعد كذلك في رفع ثقة الجمهور بالعلامة.

5. مدى اتساق الرسائل بين المنصات

من أكثر الأشياء الواضحة في حساب يلا سبا وجود اتساق في الرسالة العامة للعلامة. تظهر الهوية بشكل أكثر هدوءًا وترتيبًا في Instagram، خاصة من خلال درجات البيج والألوان الناعمة والتصاميم المتناسقة.

أما TikTok فالمحتوى أكثر عفوية وحركة، ويركز بشكل أكبر على الفيديوهات والتجربة الواقعية. لكن رغم اختلاف طريقة عرض المحتوى، تبقى الرسالة الأساسية متقاربة في المنصتين، وهي:

العناية بالنفس، الراحة، الاسترخاء والدلال.

وهذا يعتبر نقطة إيجابية، لأن العلامة لا تستخدم نفس المحتوى حرفيًا في كل منصة، بل تعدل طريقة تقديمه حسب طبيعة المنصة مع المحافظة على نفس الهوية والرسالة.

6. تقييم نقاط القوة والضعف

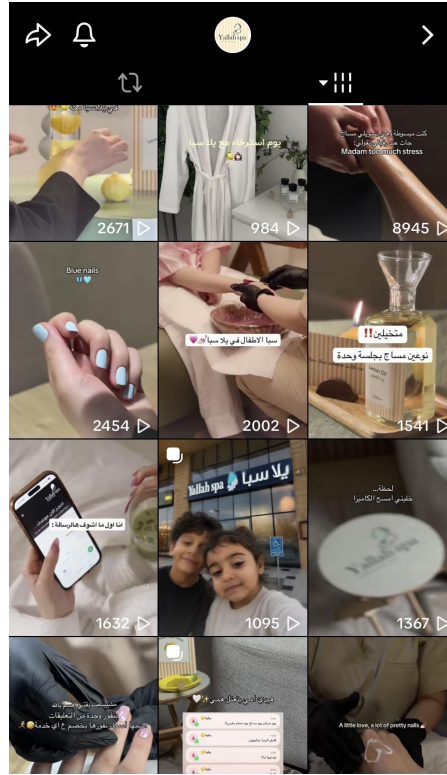
نقاط القوة

من أبرز نقاط القوة في حسابات يلا سبا وجود هوية بصرية واضحة ومتناسقة، خصوصًا على Instagram.

كذلك يوجد تنوع جيد في المحتوى بين الترويجي والتفاعلي والتثقيفي والموسمي، وهذا يجعل الحساب أقل تكرارًا.

أما على TikTok، فمن نقاط القوة استخدام الفيديوهات الواقعية التي تجعل العملية تشاهد الخدمة والأجواء بشكل أقرب للحقيقة.

كما أن بعض الفيديوهات تحقق مشاهدات أعلى من غيرها، وهذا يدل على أن بعض الأفكار والأساليب المستخدمة قادرة على جذب اهتمام الجمهور.



لقطة من تيك توك تظهر اختلاف عدد المشاهدات بين الفيديوهات

نقاط الضعف

رغم أن الهوية في Instagram جميلة ومرتبّة، إلا أن الاعتماد بشكل كبير على التصميم الثابتة قد يجعل بعض المحتوى أقل واقعية مقارنة بالفيديو.

كذلك يمكن زيادة استخدام المحتوى الذي يظهر تجربة العميلة نفسها والخدمة أثناء تنفيذها. وفي بعض المنشورات يمكن أن تكون الدعوة لاتخاذ خطوة أوضح، مثل الحجز أو التواصل أو معرفة تفاصيل الخدمة.

كما أن أداء الفيديوهات على TikTok متفاوت، لذلك من الأفضل تحليل الفيديوهات الأعلى مشاهدة ومعرفة نوع المحتوى الذي يجذب الجمهور أكثر، ثم تكرار الأسلوب وليس نفس الفكرة.

أما سرعة الاستجابة للجمهور فلا يمكن تقييمها بشكل دقيق من خلال الصور والمنشورات فقط، لأنها تحتاج إلى متابعة التعليقات والرسائل ووقت الرد عليها.

7. مقترحات لتحسين الأداء الاتصالي

يمكن ليللا سبا تحسين حضوره على وسائل التواصل من خلال زيادة المحتوى الواقعي الذي يظهر تفاصيل التجربة والخدمات بشكل أكبر.

كما يمكن الاعتماد أكثر على تجارب العميلات وآرائهن، لأنها تعزز الثقة وتساعد العميلة الجديدة في اتخاذ قرارها.

ومن المفيد أيضًا زيادة المحتوى التفاعلي والتثقيفي، مثل الأسئلة والنصائح والمعلومات المتعلقة بفوائد الخدمات.

وعلى TikTok يمكن التركيز على دراسة الفيديوهات الأعلى مشاهدة ومعرفة العناصر المشتركة بينها من حيث الفكرة وطريقة التصوير والهوك المستخدم.

كذلك يمكن تعزيز الربط بين المحتوى والخطوة التي تريد العلامة من العميلة القيام بها، سواء كانت الحجز أو التواصل أو معرفة تفاصيل الخدمة.

الخاتمة

من خلال تحليل حسابات يلا سبا على Instagram وTikTok، يتضح أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دورًا مهمًا في اتصالات العلامة التسويقية.

فهي لا تستخدم المنصات فقط لعرض الخدمات، بل أيضًا لبناء الهوية، والتفاعل مع الجمهور، وتعزيز صورة العلامة، ودعم قرار الحجز.

ومن أكثر النقاط الإيجابية وجود هوية واضحة وتنوع في المحتوى، بالإضافة إلى اختلاف طريقة تقديم الرسالة بين TikTok وInstagram بما يناسب طبيعة كل منصة.

وبشكل عام، يعتبر استخدام يلا سبا لوسائل التواصل جيدًا، ويمكن تطويره بشكل أكبر من خلال زيادة المحتوى الواقعي، وتجارب العميلات، وتحليل المحتوى الأعلى أداءً والاستفادة منه في المحتوى القادم.

الطالبة / روان مصطفى المزين