

التكليف العملي الخامس

استخدام التقنيات الحديثة في الأنشطة الترويجية

إعداد الطالبة: نوره سعيد حسن الشركة المختارة: شركة نون (Noon)

1. نبذة مختصرة عن الشركة والحملة الترويجية المختارة

تُعد شركة "نون" (Noon) من أبرز منصات التجارة الإلكترونية في المنطقة العربية. قامت الشركة بتقديم حملة ترويجية رقمية واسعة بعنوان "عروض الجمعة الصفراء"، اعتمدت فيها على أحدث التقنيات الرقمية والذكاء الاصطناعي لتصميم وتنفيذ الأنشطة الترويجية وجذب المستهلكين.

2. التقنيات الحديثة المستخدمة في تنفيذ الأنشطة الترويجية

- منصات الإعلان الرقمي: الاعتماد على إعلانات جوجل (Google Ads) والإعلانات الموجهة عبر الإنترنت.
- أدوات تحليل البيانات: تحليل سلوك الزوار لمعرفة المنتجات الأكثر طلباً وتحديد أوقات الذروة.
- الذكاء الاصطناعي: تقديم اقتراحات وتوصيات مخصصة لكل مستخدم بناءً على سجله التصفح.
- التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي: استخدام منصات التواصل لإطلاق الحملات التفاعلية.
- تقنيات تخصيص المحتوى: إرسال إشعارات وتنبهات مخصصة للمنتجات المتروكة في سلة التسوق.

3. استخدام البيانات وتحليل سلوك العملاء

- تحديد الجمهور المستهدف: توجيه الحملة بناءً على الفئات العمرية والاهتمامات والموقع الجغرافي.
- تخصيص الرسائل الترويجية: إرسال عروض الإلكترونيات للمهتمين بالتكنولوجيا، وعروض الأزياء للمهتمين بالموضة.
- اختيار القنوات المناسبة: التركيز على تطبيق الهاتف المحمول كقناة أساسية لتنفيذ الحملة.

4. تحليل عناصر الحملة الترويجية

- نوع المحتوى المستخدم: فيديوهات قصيرة، صور واضحة، وتصميمات بسيطة تبرز نسبة الخصم.
- الإبداع في الرسالة الترويجية: استخدام شعارات جرافة وهوية بصرية واضحة ومباشرة.
- مستوى التفاعل مع الجمهور: تقديم خصومات لفترات محدودة (Flash Sales) لتحفيز الشراء الفوري.
- استخدام المحتوى التفاعلي: الاستفادة من تقييمات العملاء ومراجعات المنتجات.

5. تقييم دور المنصات الرقمية

ساهمت المنصات الرقمية بفعالية في نجاح الحملة وتحقيق أهدافها من خلال الوصول السريع والواسع للمستهلكين، وسهولة إتمام عملية الشراء عبر التطبيق.

6. الفوائد والتحديات

- الفوائد: سرعة الوصول للجمهور ودقة استهداف الفئات المهمة.

- **التحديات:** شدة المنافسة الرقمية ومخاوف الخصوصية المتعلقة بتتبع البيانات.

7. تقييم شخصي وتوصيات مستقبلية

- حققت الحملة نجاحاً كبيراً في زيادة المبيعات والتفاعل. ولتطوير الفاعلية مستقبلاً يُقترح:
- دمج تقنيات **الواقع المعزز (AR)** لتمكين العملاء من تجربة المنتجات قبل الشراء.
- تحسين خدمة العملاء المباشرة باستخدام **الذكاء الاصطناعي (Chatbots)** للرد الفوري.