

مقدمة في التسويق الالكتروني الحديث

الفرق بين التسويق الالكتروني والتسويق الرقمي

## Digital Marketing & E marketing

تظن ان التسويق الالكتروني هو الحملات الاعلانية عبر سوشال ميديا :  
خطا

التسويق هو زيادة المبيعات : خطا

ما هو التسويق الالكتروني : هو الاجراءات والقرارات المتبعة ضمن منهج المزيج التسويقي الشامل ليتم رفع القدرة على الوصول الى العميل المستهدف بأقل التكاليف الممكن ضمن دراسات معمقة وذلك عبر انترنت ليتم استقطاب العميل والتعامل معه لقايت ارضاء العميل والشركة

وصول الى العملاء المحتملين بأقل التكاليف

ما هو التسويق الرقمي : عبر العالم الرقمي مثل التلفون ، التلفزيون ، البريد السريع ، الفاكس ، البوسترات في الشارع الرقمية وايضا عبر التسويق الالكتروني : عبر البريد الالكتروني ، عبر السوشال ميديا عبر التسويق بالمحتوى عبر حركات البحث عبر اليوتيوب عبر المقالات

دور منصات التواصل الاجتماعي ان تقوم بتوصيل رسالتك الى العميل  
وليس دورها تبيعك اياه

ايباي هدفه يبيعك واعلانات عند عنده لاتخص الا اذا تم البيع

اذا اطلقت حملة ووصلت الى 2000 شخص وتكلفتها كانت 200 وتم بيع  
بعد انتهاء الحملة ل 4 شخص

نقاط الوصول الى العملاء :

الوصول المدفوع : تسويق عبر المشاهير ، اعادة الاستهداف ، اعلانات  
الظهور ، التسويق عبر المؤثرين ، عبر السوشال ميديا

الوصول المكتسب : المشاركة ، مينشن ، اعلان مؤثر ، التقييم

الوصول المجاني : تواجد عبر محركات البحث ، صاعة المحتوى القيمي  
، الهشتاج ، وسائل التواصل الاجتماعي

الثلاثية الناجحة في الوصول الى العملاء في التسويق الالكتروني

لا تعتمد على المدفوع | توازن

لا تعتمد على المجاني |

لا تعتمد على المكتسب |

لوحدهم

اداة جوجل للتحليل : تواصل معي لارسلك رابط تتعلم على جوجل الايتكس

1. معرفة زوارك وحركاتهم

2. معرفة عدد اناس الذين لم يشتروا

3. معرفة العوامل الدويمغرافية

4. من اين اتوا ؟

معدل التحويل

## النجاح في التسويق الالكتروني :

يعتمد على المحتوى والادوات

الوصول الي العميل بالمحتوى الصحيح ..

المحتوى يجب ان يكون 75 %

الادوات يجب ان تكون 25 %

للاسف كثر الناس فشلا في التسويق الالكتروني ه من اعتمد على الادوات  
اكثر من المحتوى

فيديو

نص

صورة

يلم وثائق

كارتون

تمثيل

سؤال وجواب

محتوى قيمى

محتوى اعلاني

كيف تصبح خبير في مجال التسويق الالكتروني :

1. يجب ان تكون متقن لمنهج التسويقي الشامل
2. صناعة المحتوى
3. تعرف على الادوات الصحيحة للتعامل وايصال رسالة المحتوى
4. القدرة على اطلاق حملات ترويجية ناجحة
5. القدرة على التحليل

التحليل يساعد على التطوير

كلما قمت على التحليل بالطريقة الصحيحة كلما نجحت في اتخاذ القرار

قاعدة : كلما بقى العميل المحتمل في متجرك الالكتروني كلما زادت الفرص ليكون عميل دائم

في بعض الاحيان تحتاج الى ايقاف الحملة

## كيف انجح في التحليل :

1. التعرف على تكلفة كل عملية شراء
2. اجمالي التكاليف
3. العائد على الاستثمار
4. عدد الزبائن الجدد .....
5. قياس الحملة الاعلانية مع حملات اخرى في نفس منصة او منصة اخرى

## مصطلحات مهمة جدا :

1. Add to cart : اضافة الى السلة
2. Purchase : قرار الشراء
3. Reach : الوصول
4. CPC : تكلفة الضغطة
5. CPM : تكلفة الوصول لكل 1000 شخص
6. CPA : التكلفة لكل عميل مكتسب
7. ROAS : عائد الانفاق الاعلاني على الحملة

## النقاط الذهبية للنجاح في التسويق الالكتروني :

1. متى ابدء العمل في التسويق الالكتروني :
2. اين يوجد عمليكم كن موجد
3. لا تركز على الاعداد ، ركز على المحتوى وكيف توصلوا

4. اذا اصبر وتروا وابدء في منصة واحدة
5. اذا لا تعتمد على رأيك الشخصي في اطلاق الحملات.