

التسويق الرقمي في الجزائر

للمؤثرين وصناع المحتوى

عبد القادر بن خالد
www.abdelkader.me



عبد القادر بن خالد

- خريج جامعة سيدي بلعباس
- صحفي ومصمم ومطور ومدرب إعلام رقمي
- مدير شركة ديزاين للأعمال الرقمية (الجزائر)
- منتج بقناة الجزيرة (2014- 2021)
- مذيع متخصص في شبكات التواصل (2016 - 2021)
- رئيس قسم التواصل الاجتماعي بالجزيرة نت (2019 - 2021)
- مدير الابتكار بمجموعة فضاعات الإعلامية - قطر



الخطة 1/3

مقدمة في التسويق الرقمي

- تعريف التسويق الرقمي ودوره في العمل الإعلامي وخلق المحتوى.
- التركيز على أهمية المحتوى المحلي في الساحة الجزائرية.
- تاريخ التسويق الرقمي وتطوره وكيف ينسجم مع جمهور المشاركين.

المنصات الرئيسية لوسائل التواصل الاجتماعي

- نظرة عامة على منصات وسائل التواصل الاجتماعي الشهيرة في الجزائر (فيسبوك، إنستجرام، تويتر، لينكدان، تيك توك، يوتيوب).
- إحصائيات وديموغرافيا المستخدمين لكل منصة.
- كيفية اختيار المنصات المناسبة لفئة الجمهور المستهدفة والمحتوى.

استراتيجيات إنشاء المحتوى

- تحديد الجمهور المستهدف وفهم احتياجاتهم.
- إعداد محتوى جذاب ومناسب للجماهير الجزائرية.
- أفضل الممارسات في إنشاء المحتوى البصري والمكتوب.
- نصائح للحفاظ على الاستمرارية والجودة.

مقدمة في التسويق الرقمي

- تعريف التسويق الرقمي ودوره في العمل الإعلامي وخلق المحتوى.
- التركيز على أهمية المحتوى المحلي في الساحة الجزائرية.
- تاريخ التسويق الرقمي وتطوره وكيف ينسجم مع جمهور المشاركين.

الخطة 2/3

بناء الحضور على الإنترنت

- إنشاء وتحسين الملفات الشخصية على وسائل التواصل الاجتماعي.
- وضع جدول زمني لإنشاء المحتوى ومواعيد النشر.
- استراتيجيات لزيادة عدد المتابعين وتعزيز التفاعل.
- استخدام الوسوم والاتجاهات لزيادة الرؤية.

تسويق المؤثرين والتعاون

- دور المؤثرين في التسويق الرقمي.
- كيفية التعاون مع المؤثرين في الجزائر.
- التفاوض والشراكات والعقود.

التحليل والقياس

- مقدمة لأدوات تحليل وسائل التواصل الاجتماعي.
- تتبع المؤشرات الأداء (الوصول، التفاعل، معدلات التحويل).
- كيفية تحليل البيانات وضبط الاستراتيجيات بناءً على النتائج.

ترويج المحتوى والإعلان المدفوع

- استكشاف الإعلان المدفوع على وسائل التواصل الاجتماعي.
- إنشاء حملات إعلانية فعالة تستهدف للجماهير المحلية.
- استراتيجيات الميزانية والاستهداف.

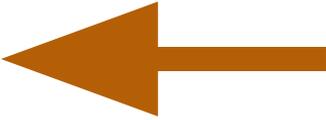
الخطة 2/3

دراسات حالة و قصص نجاح

- عرض أمثلة عملية على حملات التسويق الرقمي الناجحة في الجزائر.
- تحليل ما جعلها فعالة وتوجيه المشاركين

الاعتبارات القانونية والأخلاقية

- فهم حقوق الملكية الفكرية والقوانين ذات الصلة.
- الامتثال للوائح والإرشادات الإعلانية.
- الشفافية والأصالة في المحتوى.



لماذا نحن هنا؟

الهدف من هذه الورشة:

- زيادة الوصول
- زيادة التفاعل مع الجمهور
- معرفة القياس والتحليل
- ماهية الاستهداف وإعادة الاستهداف
- كيفية رفع فرص الشراكة والدخل
- الابتكار والتحديث
- التوجيه والتأثير في المجتمع



مدخل التسويق الرقمي



ما التسويق الرقمي؟

مجموعة من الأنشطة والخطط والاستراتيجيات التي تستخدم الوسائل والمنصات الرقمية على الإنترنت لتسويق المنتجات أو الخدمات أو لبناء وتعزيز العلامة التجارية.

يشمل

- إنشاء المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي
- تصميم وإدارة حملات الإعلان عبر الإنترنت
- تحليل البيانات والأداء على الويب
- استخدام البريد الإلكتروني والمواقع الإلكترونية



في الجزائر؟

يمارس العديد من صانعي المحتوى في الجزائر التسويق الرقمي بطريقة آلية غير علمية، ومع ذلك عندهم فرصة كبيرة في الانتشار والربح

لماذا؟

- سوق غير متشبع
- محتوى محلي منافس
- تنامي جمهور المؤثرين وصانعي المحتوى



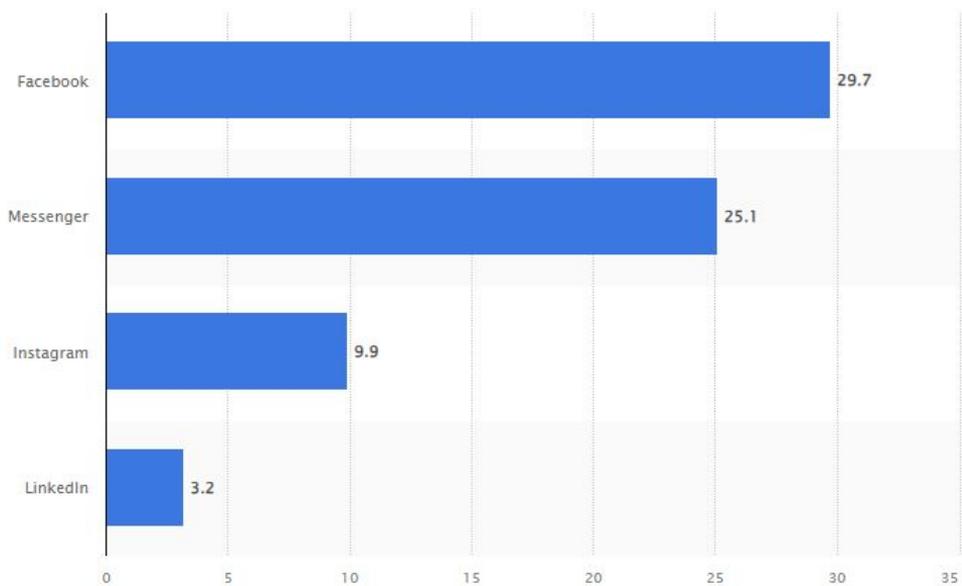
تاريخ طويل.. ليس موضة!

يمتد منذ بدايات استخدام الحواسيب الشخصية وظهور الإنترنت

- مع بداية 90، ظهر الإيميل وانتشرت الأنترنت وبدأ معها التسويق الإلكتروني
- ظهور غوغل مع منتصف التسعينات وبداية معرفة SEO
- ظهور شبكات التواصل الاجتماعي مع الألفية الجديدة
- الثورة الرقمية مع ظهور الهواتف الذكية
- عصر الذكاء الصناعي



على أي منصة؟



مستخدمو شبكات التواصل في الجزائر (بالمليون) - سنة 2022

المصدر: Statista

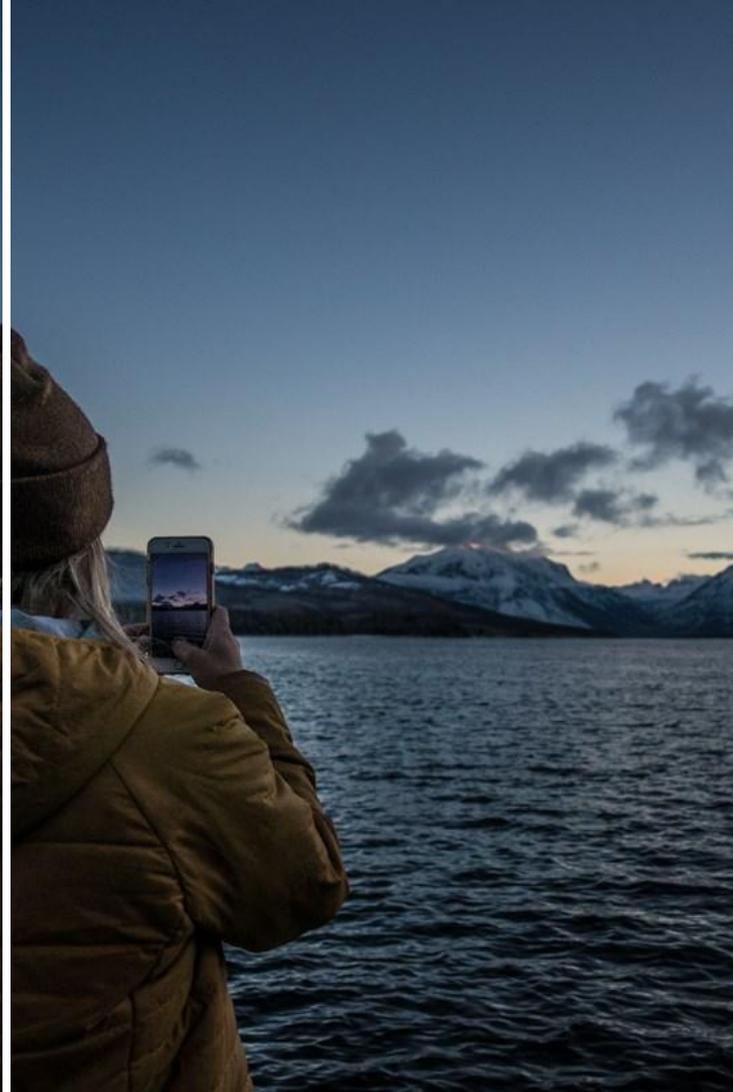
- لا يوجد منصة أفضل من أخرى (هذا يعتمد على طبيعة عملك والجمهور المستهدف)
- تيك توك العملاق القادم

كيف أختار المنصة؟

- فهم فئة الجمهور المستهدفة
- هدف الحملة
- توافق المحتوى مع المنصة
- تحليل المنافسين
- قياس الأداء السابق
- الميزانية
- استراتيجية متعددة المنصات
- الاختبار والتحسين



استراتيجيات إنشاء المحتوى



تحديد الجمهور المستهدف وفهم احتياجاتهم

- تحليل السوق
- التحديد الديموغرافي
- استخدام أدوات القياس (GA / free tools ..)
- الحصول على بيانات
- قياس الاتجاهات ونمط الاستهلاك
- إنشاء الشخصيات (Personas)
- التواصل المباشر
- أين يقضي جمهوري وقته الرقمي؟



إعداد محتوى جذاب ومناسب للجماهير الجزائرية

- تختلف أنماط الاستهلاك حسب الدول (البودكاست مثالا)
- معرفة ثقافة جمهوري واحترامها
- ماهي اتجاهات الأحداث؟
- أي لغة أستخدم؟
- قوالب النشر وتوقيته
- محلية المحتوى
- التفاعل المستمر مع الجمهور
- المحتوى التعليمي يشهد نموا كبيرا في الجزائر

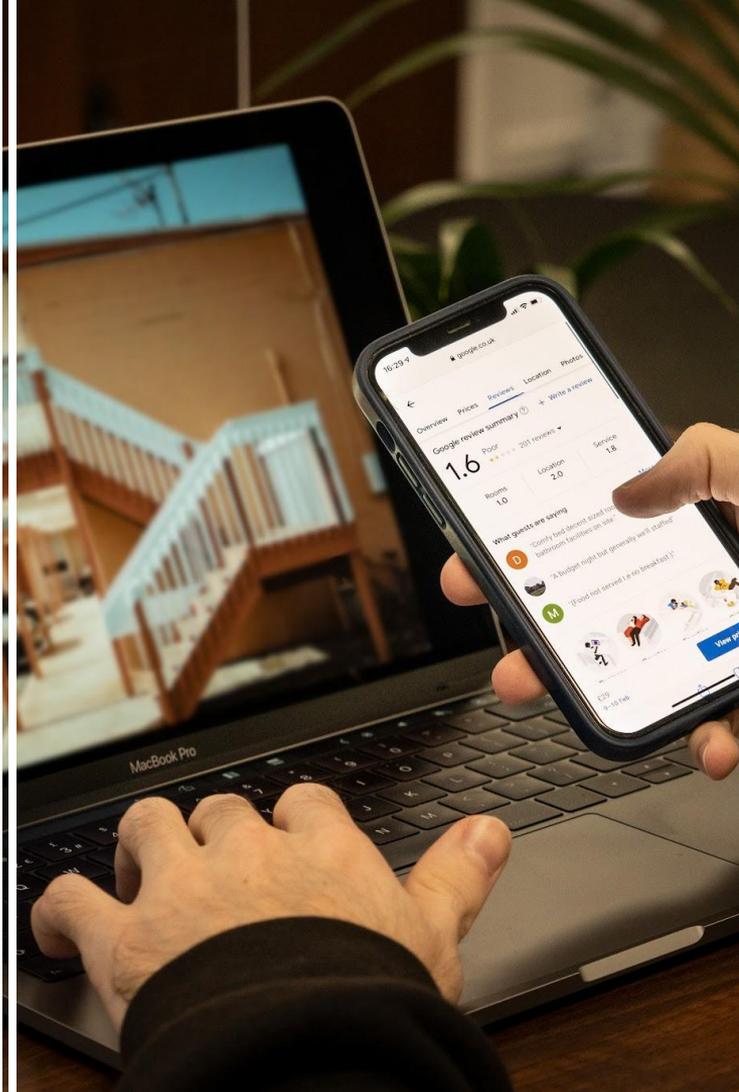


أفضل الممارسات لضمان جذب الجمهور

- الجودة أولا / محتوى وصورة
- استخدام صور ورسومات عالية الجودة
- شارة لونية وهوية بصرية ثابتة
- مهارة كتابة العناوين والمقتطفات
- معرفة شاملة بآليات عمل محركات البحث
- الاستمرارية (استراتيجية مكتوبة)



بناء الحضور على الإنترنت



بناء الحضور على الإنترنت

- إنشاء وتحسين الملفات الشخصية على وسائل التواصل الاجتماعي.
- وضع **جدول زمني** لإنشاء المحتوى ومواعيد النشر.
- استراتيجيات لزيادة عدد المتابعين وتعزيز التفاعل.
- استخدام الوسوم ومعرفة الاتجاهات لزيادة نسب الظهور والوصول.

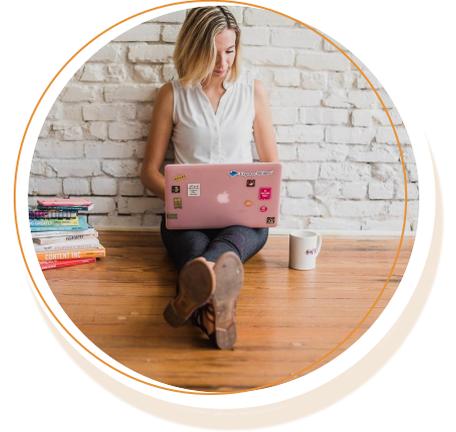


تسويق المؤثرين والتعاون



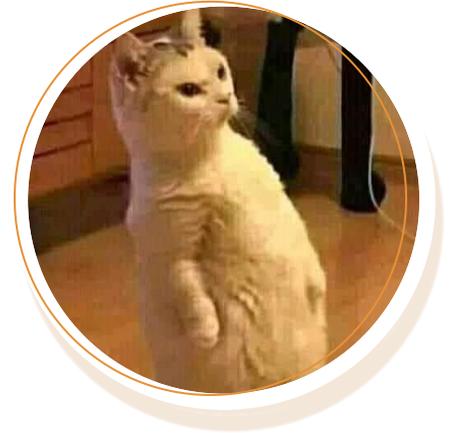
دور المؤثرين في التسويق الرقمي

- يشهد التسويق عبر المؤثرين ذروة نشاطه
- تبحث العلامات التجارية على مؤثرين لتسويق منتجاتهم وخدماتهم
- للمؤثرين قدرة هائلة في تغيير عادات المستهلكين والتأثير عليهم لاسيما في قطاعات الموضة والترفيه والسفر والكماليات
- سوق غير منظم (قانونيا)



كيفية التعاون مع المؤثرين في الجزائر.

- استخدام أدوات القياس مثل CrowdTangle / Social bakers
- هذه الأدوات تعطيك فكرة عن حجم التأثير والانتشار للمؤثرين الذين يمكنك التعامل معهم.
- ابدأ في التعامل مع مؤثرين من نفس الحجم (أكبر أو أصغر قليلا)
- اعرض خدماتك على العلامات التجارية بشكل واضح ومباشر (الطريقة والمبالغ والقياس)
- تعلم أساليب التفاوض والعقود ودراسة الحالة القانونية



التحليل والقياس

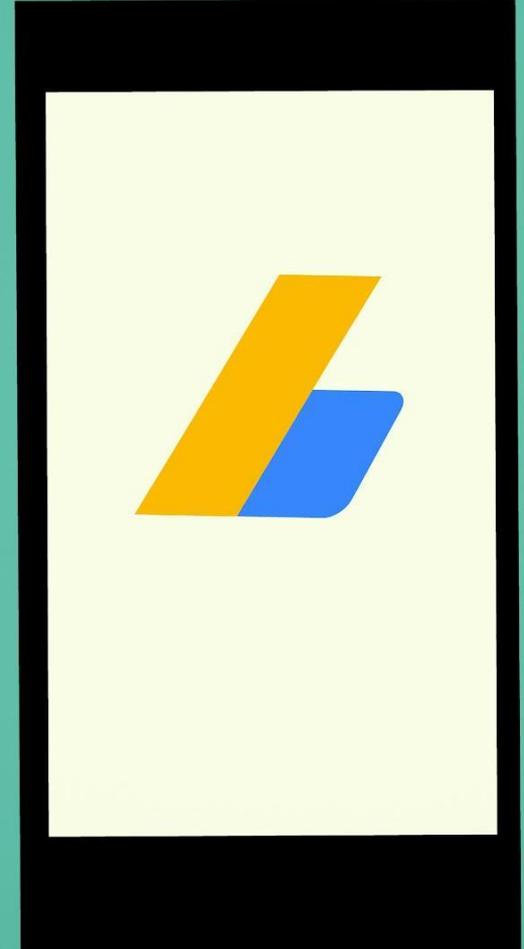


كيف أحلل عملي وأقيس التأثير

- معرفة أدوات تحليل وسائل التواصل الاجتماعي
- تتبع مؤشرات الأداء KPIs (الوصول، التفاعل، معدلات التحويل)
- تغيير الاستراتيجية أو تعديل الخطة أو تغيير الهدف (المرونة)



الترويج والترويج المدفوع



أنت لست مسوقًا فقط!

- التعرف على تقنيات الإعلان المدفوع على وسائل التواصل الاجتماعي.
- إنشاء حملات إعلانية فعّالة مستهدفة للجماهير المحلية.
- استراتيجيات الميزانية والاستهداف.
- قياس جودة الإعلان



الاعتبارات القانونية والأخلاقية



القانون والأخلاق

- فهم حقوق الملكية الفكرية والقوانين ذات الصلة.
- الامتثال للوائح والإرشادات القانونية (في المنصة وفي البلد).
- الشفافية وأصلية المحتوى.





شكرا ..

للحصول على هذا العرض يرجى تسجيل الإيميل هنا:

awr.as/slide