

استراتيجيات التسويق الإلكتروني لتجار التجزئة



Google Ads



ماهو التسويق الإلكتروني أو ال Digital Marketing؟	1
الفرق بين التسويق الالكتروني والتسويق التقليدي؟	2
ما أهمية التسويق لنشاطك التجاري عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟	2
ما هي أنواع التسويق الإلكتروني؟	3
قنوات التسويق الإلكتروني المدفوعة.	5
قنوات التسويق الإلكتروني ال غير مدفوعة.	16
افكار ذكية للتسويق الإلكتروني بحسب النشاط التجاري.	26



ماهو التسويق الإلكتروني أو

ال Digital Marketing ؟

يعرف أيضًا بالتسويق الرقمي أو التسويق عبر شبكات الإنترنت، وهو بكل اختصار جميع العمليات والممارسات المتعلقة بالتسويق للمنتجات أو الخدمات عبر شبكة الإنترنت لتحقيق أهداف التاجر في زيادة العملاء والمبيعات وإشباع احتياجات العملاء.

استراتيجيات التسويق الإلكتروني لتجار التجزئة

التسويق الإلكتروني هو ميزة هذا العصر الذي تتنافس فيه العديد من الشركات الكبرى والمتاجر المحلية لجني الأرباح والظهور في مقدمة المتاجر وفي صدارة المنافسة. فبدأ في وضع خطط تسويق إلكتروني قوية تناسب أهدافك التجارية الحالية والمستقبلية، وفي هذا الكتاب سنذكر لك كل شيء تحتاج معرفته عن ال Digital marketing وبعض أساليب التسويق الإلكتروني التي تحتاج لتجربتها في 2022 لبناء نشاط تجاري مختلف ومميز.



الفرق بين التسويق الإلكتروني والتسويق التقليدي؟

الفرق الأساسي بين التسويق التقليدي والتسويق الإلكتروني هو الصورة التي تصل رسالة الإعلان بها للعملاء. في التسويق التقليدي يستخدم التجار تقنيات التسويق التقليدية مثل التلفاز، والصحف، والمجلات. أما بالنسبة للتسويق الرقمي أو الإلكتروني فيستخدم التجار فيه التقنيات الحديثة مثل التسويق عبر البريد الإلكتروني، أو عن طريق منصات التواصل الاجتماعي، وعن طريق منصات الإعلانات المدفوعة مثل Google Ads.

ما أهمية التسويق لنشاطك التجاري عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

- زيادة شهرة العلامة التجارية.
- زيادة الزوار للمتجر الإلكتروني والفروع الأخرى.
- زيادة المبيعات.
- وعي الجمهور بالعلامة التجارية.
- تحسين التواصل مع الجمهور.



ما هي أنواع التسويق الإلكتروني؟

هناك نوعين من أنواع التسويق الإلكتروني:

التسويق الإلكتروني المدفوع

هي استراتيجيات مدفوعة تشجع العميل لاتخاذ إجراء ما مثل النقر عليها ويطلق عليها أحياناً (إعلانات PPC) بمعنى أنه يدفع فيها للمعلن رسوماً في كل مرة يتم النقر فيها على الإعلان، وهناك نوع آخر وهو (إعلانات الـ Impressions) وتعني أنه يدفع للمعلن رسوماً في كل مرة يظهر فيها الإعلان للمستخدمين وهذا النوع من الإعلانات تهدف إلى الوصول للجمهور المستهدف بسرعة كبيرة ويمكنك أيضاً الوصول إلى بعض الأشخاص الذين لم يسمعوا بالعلامة التجارية من قبل، سنناقش فيما يلي بعض من طرق الإعلانات المدفوعة:



التسويق عبر منصات الإعلانات:

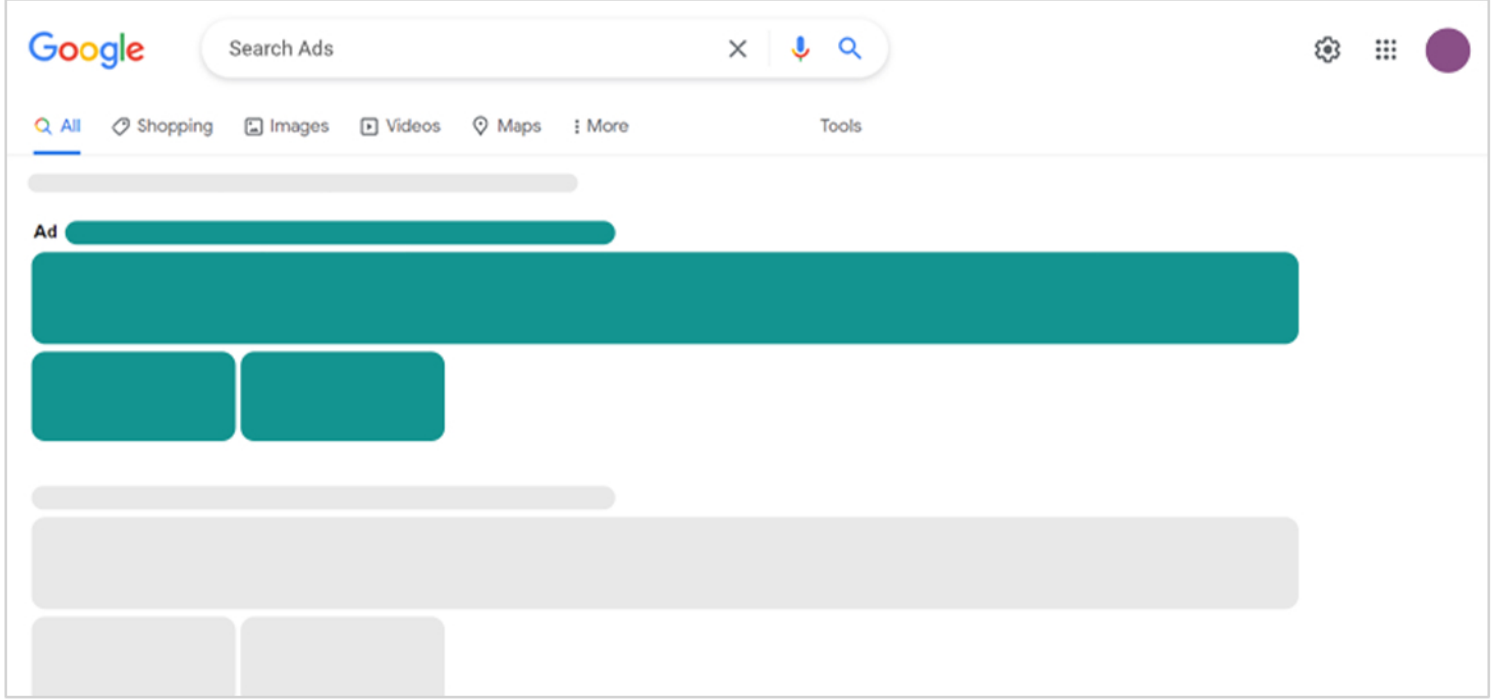
إعلانات منصة Google ads

من خلال منصة Google تستطيع إنشاء إعلانات تنشر عبر الإنترنت لتصل بالضبط للأشخاص المستهدفين عندما يكونون بحاجة لمنتجاتك، يمكنك أن تختار مكان ظهور إعلانك، وميزانيتك المناسبة، ويمكنك بسهولة قياس أداء حملتك الإعلانية بكل سهولة. هناك الكثير من أنواع الإعلانات في Google ads ومنها :

إعلانات بحث قوقل Search Ads

الكلمات المفتاحية التي يستخدمها العملاء وتحصل الشركات المعلنه على رسوماً في كل مرة يتم فيها النقر على الإعلان أو ظهوره للمستخدمين.

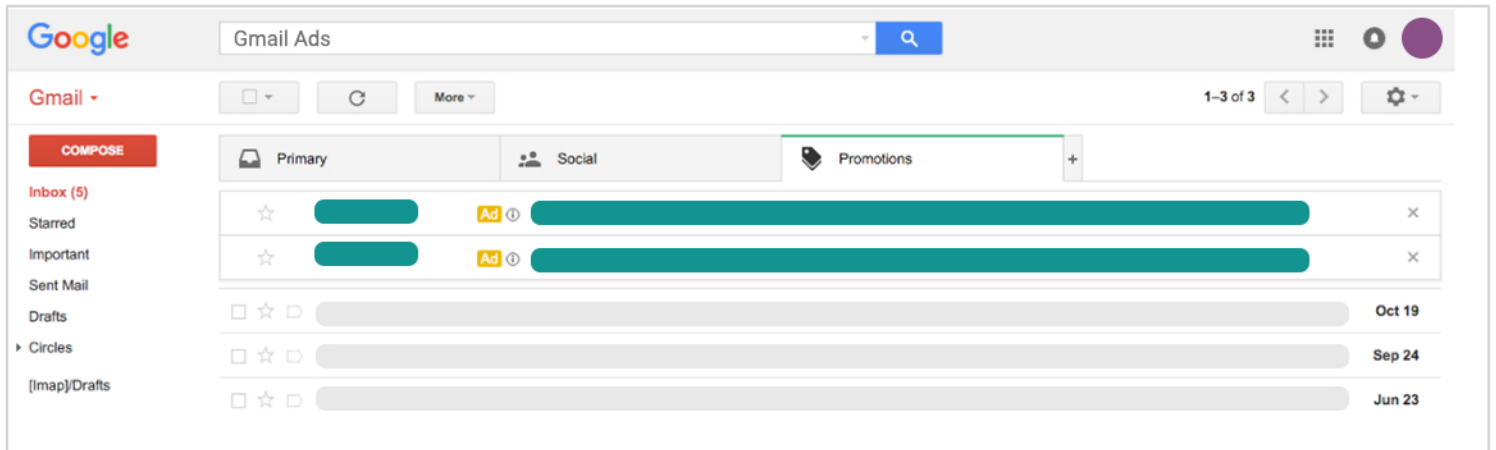
كلما بحثت عن منتج أو خدمة تُظهر لك منصة Google صفحة نتائج تتضمن إعلانات نصية مدفوعة في أول نتائج البحث ويوضع بجانبها رمز "إعلان Ad" والتي تعتمد على استخدام

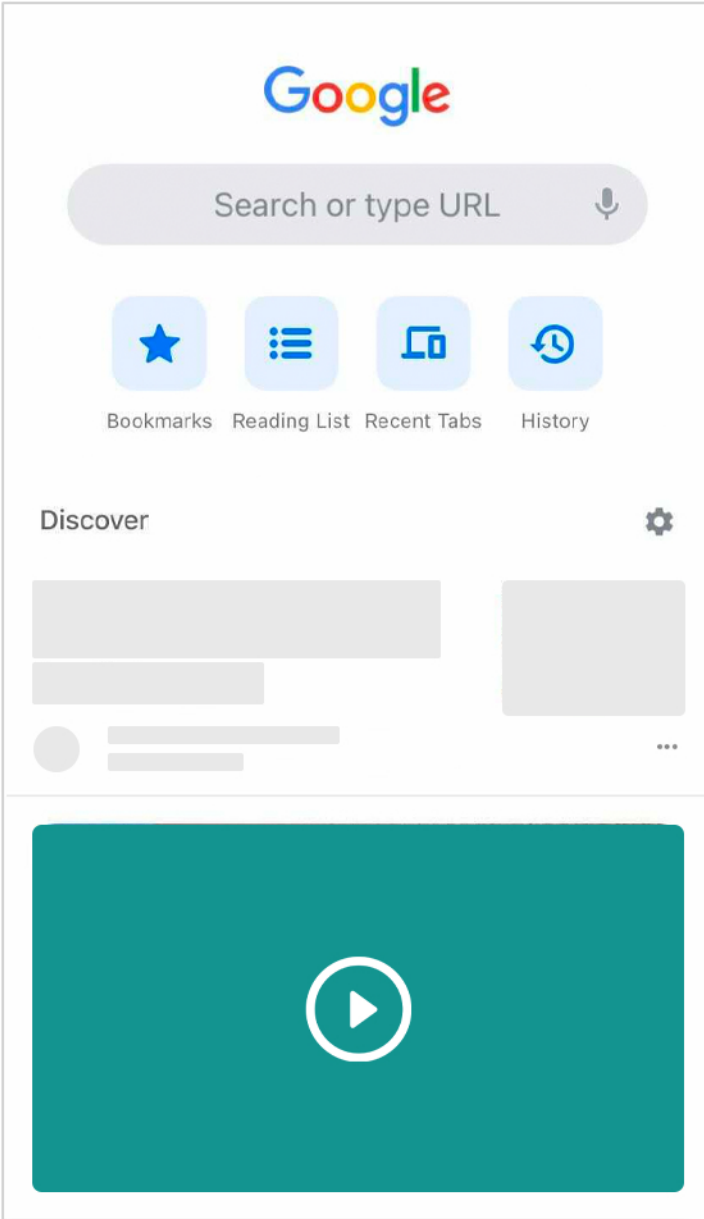


إعلانات جيميل Gmail Ads

تتوسع لتصبح بحجم إعلانات البريد الإلكتروني العادي، وهي تحتوي على مقاطع فيديو وصور.

هي إعلانات تظهر في أعلى صفحة الـ Inbox أو الصندوق الوارد في الايميل، وعند النقر عليها





إعلانات Discovery Ads

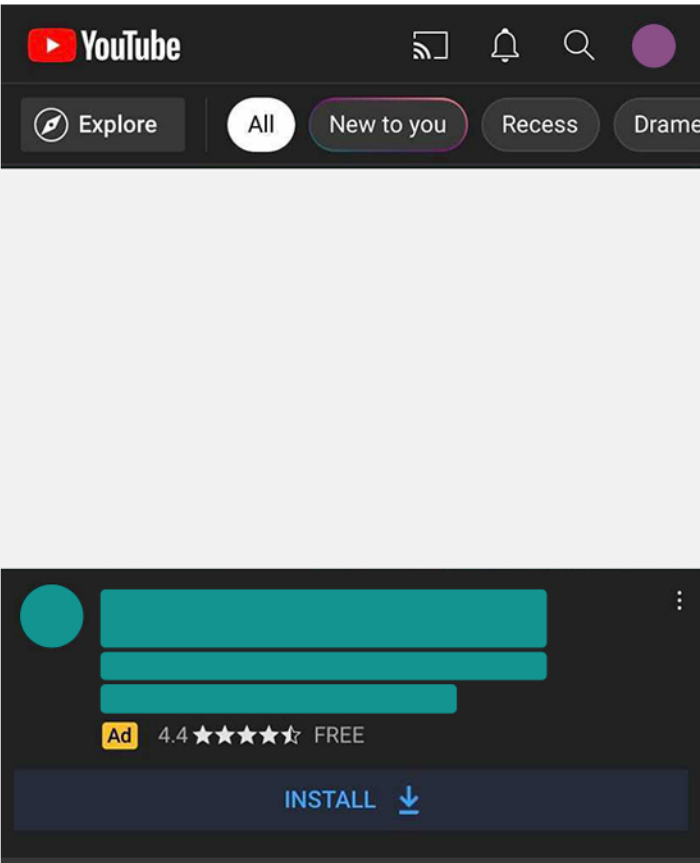
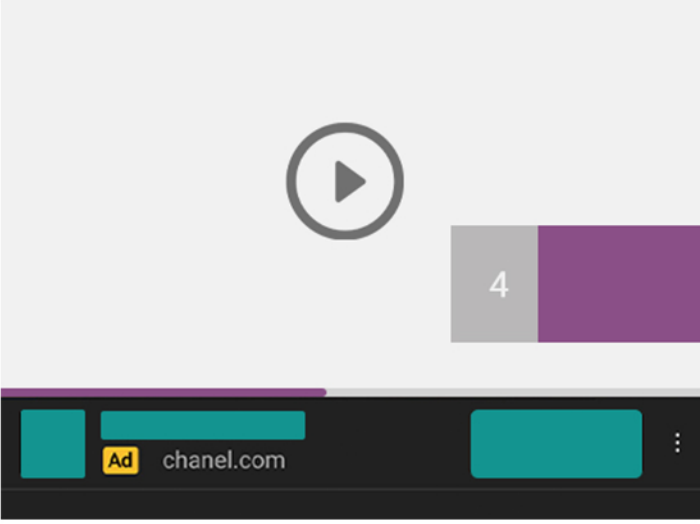
هي واحدة من أفضل أنواع الإعلانات على منصة Google حيث يمكنك الوصول لـ 3 مليار مستخدم في غضون شهر، تظهر هذه الإعلانات على الصفحة الرئيسية و في صفحة مقاطع الفيديو المقترحة لليوتيوب، جيميل، من أكبر مميزات هذه الإعلانات هي أنه بإمكانك إضافة حتى 20 صورة دقيقة الوضوح، و 5 شروحات قصيرة

إعلانات يوتيوب Youtube Ads

هناك عدة أنواع من الحملات الإعلانية المدفوعة على يوتيوب

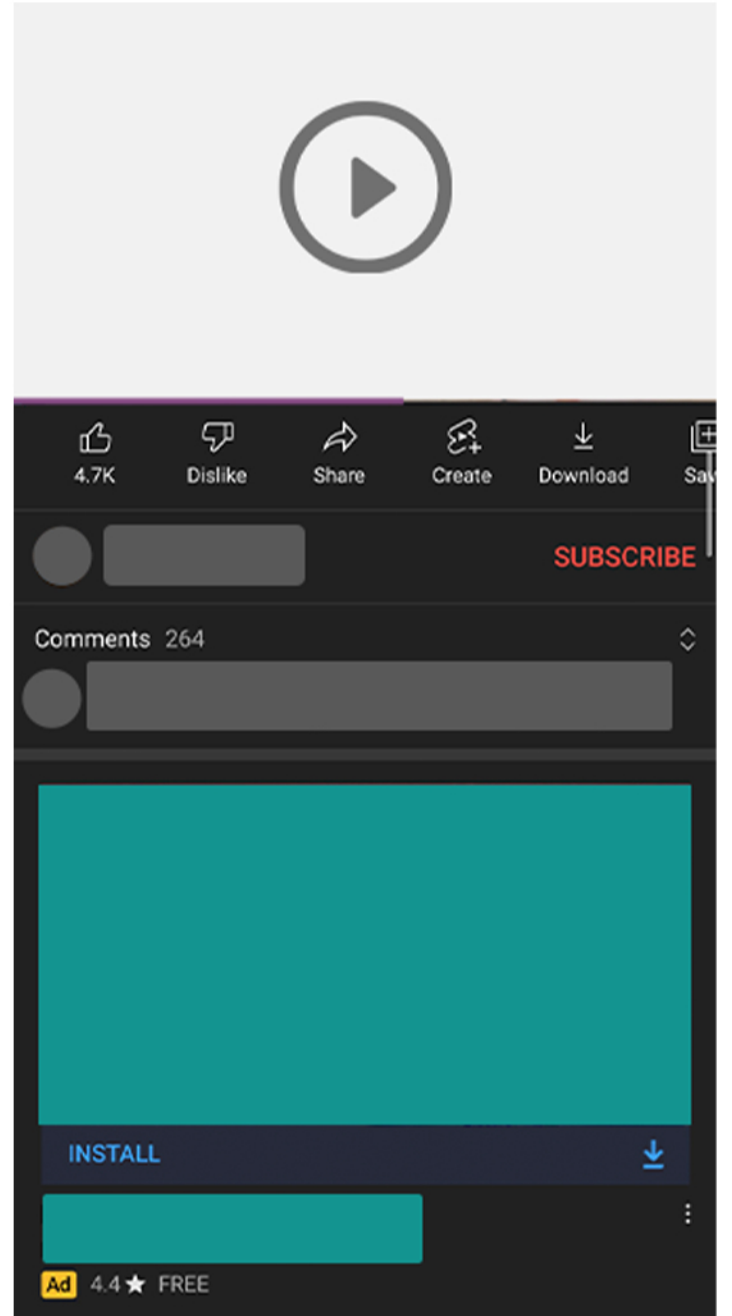


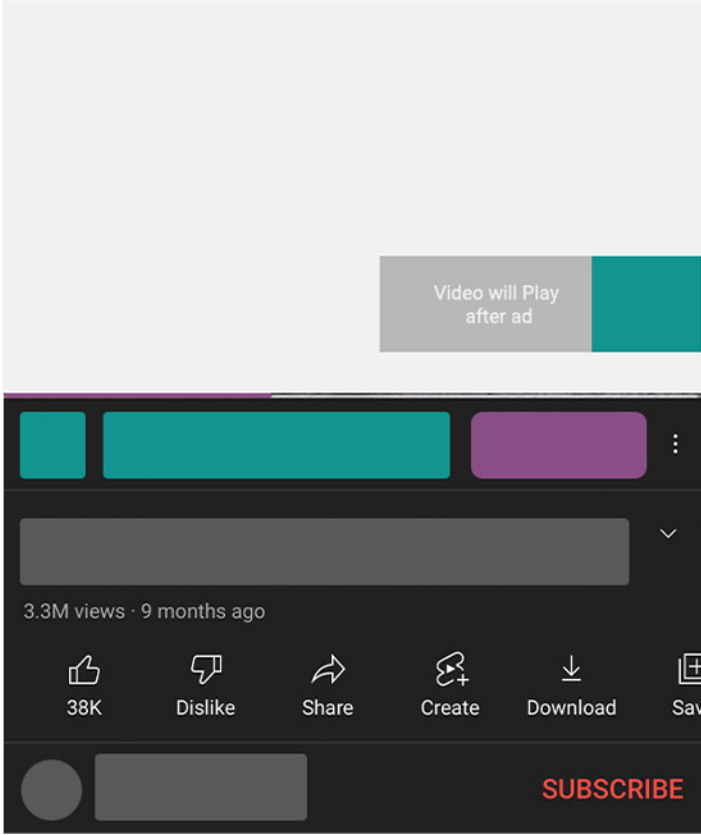
- إعلانات تظهر قبل بداية الفيديو أو خلال بثه،
وتحتوي على عد تنازلي لتخطي الإعلان و يمكنك
ربطه بالصفحة الرئيسية للمعلن.
- إعلانات الـ **Discovery** التي تظهر في ثلاثة
مناطق إما أعلى نتائج البحث، أو تحت الفيديو
الذي يتم مشاهدته، أو أعلى المقاطع المقترحة
إليك في الصفحة الرئيسية.



إعلانات Trueview

وهي اعلانات فيديو تتراوح مدتها بين 12 ثانية و 6
دقائق يتم تشغيلها قبل بداية الفيديو، وهو النوع
الذي تفضله الشركات الراغبة في نشر إعلاناتها
لأنهم يحصلون على نسبة معينة عندما يشاهد
المستخدمين 30 ثانية من الإعلان، أو مشاهدة
مقطع فيديو قصير بالكامل،
أو عندما يتفاعلون بشكل ما مع الفيديو مثل
النقر عليه. هناك نوعان رئيسيان من إعلانات الـ
:Trueview





الإعلانات الـ غير قابلة للتخطي Non- skippable Ads

هي إعلانات تشبه كثيراً إعلانات الـ Trueview ولكنها غير قابلة للتخطي.

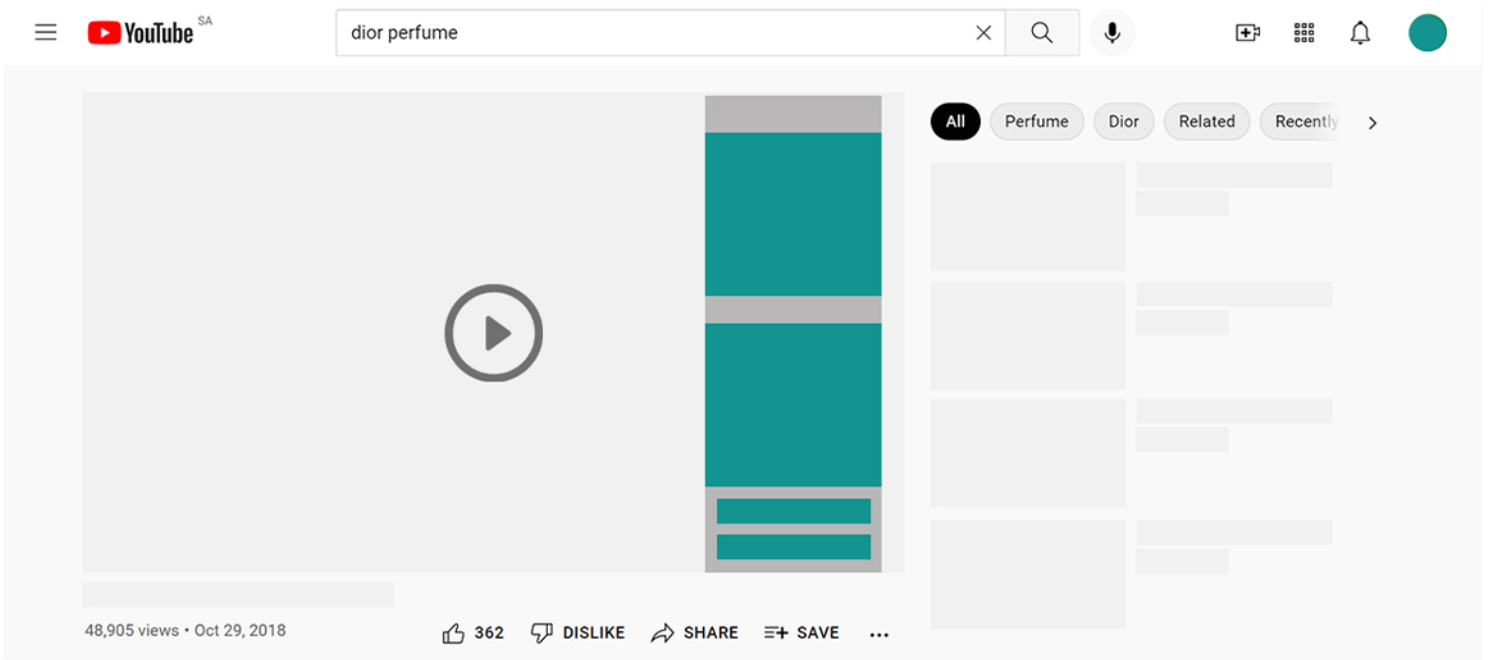
إعلانات المصق الصغير Bumper Instream Ads

هي إعلانات غير قابلة للتخطي مدتها لا تتعدى الـ 6 ثواني. ويتميز هذا النوع من الإعلانات بأنه غير مكلف، وتستخدمه الشركات لإطلاق الإعلانات الترويجية لفلم أو منتج معين.

لتظهر لك العديد من الخيارات والمنتجات التي تم تحميلها على Google Shopping.

إعلانات بطاقة يوتيوب الدعائية Sponsored Ads card

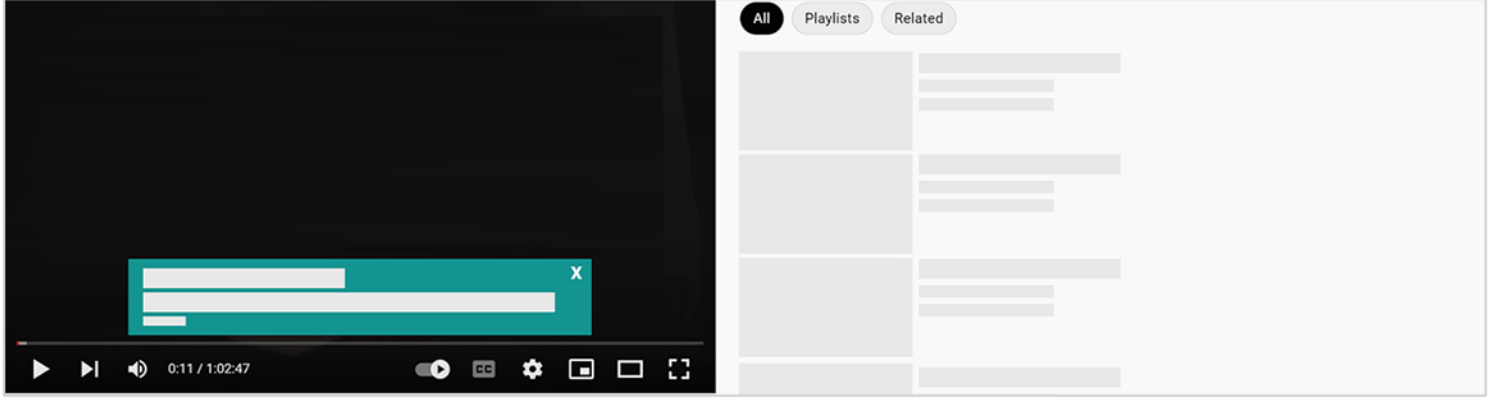
هي إعلانات خفية يتم عرضها من خلال الضغط على علامة "i" في الزاوية اليمنى من الفيديو



النصف السفلي من الفيديو ويتم ربطها
بالصفحة الرئيسية لموقع المعلن.

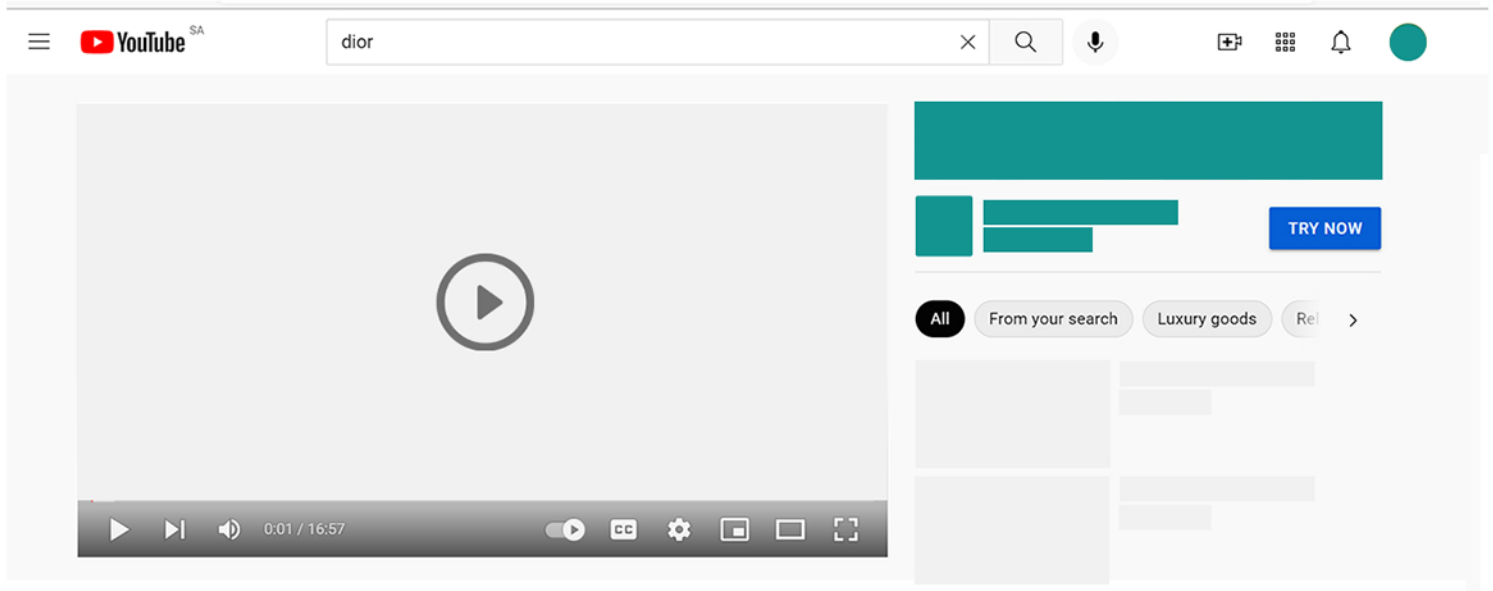
إعلانات Overlay Ad

من الإعلانات القديمة التي لم تعد تستخدمها
الشركات وهي عبارة عن إعلانات تظهر في



إعلانات Display Ads

وهي إعلانات بانر تظهر في الجانب الأيمن من
الفيديو ويتم ربطها بالصفحة الرئيسية لموقع
المعلن.



التسويق بالعمولة:

هو نوع من أنواع التسويق الإلكتروني ويضم طرفين (صاحب المنتج أو الخدمة)، و (الناشر) وهذه الاستراتيجية تعود بالمنفعة على كل من المعلن(صاحب المنتج أو الخدمة)، والناشر(الطرف الناشر للإعلان) حيث يقوم المسوق أو الناشر بتقديم الخدمات للمعلن مقابل عمولة معينة متفق عليها. قد تتشابه هذه الاستراتيجية بـ استراتيجية التسويق عبر المؤثرين ولكن الفرق الأساسي هو أن يحصل على مبالغ مالية في كل مرة تتم فيها عملية بيع.

التسويق عبر المؤثرين:

هذه الاستراتيجية هي إحدى أشهر الاستراتيجيات في الوقت الحاضر، وهي عبارة عن إعلانات مدفوعة عن طريق صناع المحتوى على مواقع التواصل الاجتماعي للترويج للنشاطات التجارية بهدف زيادة العملاء.

التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي

هناك بعض أساليب التسويق المدفوعة عبر منصات التواصل الاجتماعي:



التسويق عبر إعلانات Facebook:

استخدم أداة Facebook Ads Manager وهي أداة يمكنك من خلالها إنشاء إعلانات فيس بوك، وإدارتها بالشكل المطلوب للوصول لفئتك المستهدفة.

التسويق عبر منصة Tik Tok:

هناك نوعين فقط من أشكال الإعلانات المتوفرة على تيك توك وهما الإعلانات المصورة، وإعلانات الفيديو، وهناك عدة أنواع من الإعلانات المدفوعة عبر Tik Tok:

التسويق عبر مؤثرين Instagram و Snapchat:

هي إعلانات مدفوعة عن طريق صناع المحتوى على Instagram و Snapchat للترويج للنشاطات التجارية.

التسويق عبر فلاتر و عدسات Snapchat:

تدعم سناب شات الشركات التجارية بالترويج لمنتجاتهم وخدماتهم بطريقتين، الأولى هي عن طريق فلاتر تظهر عندما يلتقط المستخدم صورة ويسحب الشاشة لليمين أو اليسار، والثانية هي إنشاء عدسات تمنح المستخدم فرصة تجربة المنتجات مثل أدوات التجميل و الاكسسوارات.

إعلانات العدسات الخاصة

Branded lenses

هي مؤثرات وعدسات مصممة خصيصًا للعلامات التجارية، وتسمح هذه العدسات للمستخدمين بالتفاعل مع العلامة التجارية من خلال تجربة العدسات، ومن إحدى الأفكار الذكية التي تستخدم فيها هذه العدسات هي السماح للمستخدمين بتجربة المنتجات المختلفة مثل القبعات، وأحمر الشفاه، والاكسسوارات.

إعلانات تحدي الهاشتاق

Branded Hashtags Challenge

هي عبارة عن تحديات تقوم بها الشركات بإنشاء هاشتاق ليتم مشاركته واستخدامه بين مستخدمي تيك توك.

إعلانات المؤثرين

Influencer marketplace

أعثر على صناع محتوى يمتلكون عددًا كبيرًا من المتابعين على تيك توك للتعاون و الترويج لمنتجاتك أو خدماتك.

إعلانات داخل المحتوى In Feed Ads

وهي مقاطع فيديو مدتها 60 ثانية يتم تشغيلها تلقائيًا بملء الشاشة يجدها المستخدم في صفحة "For You"، تحتوي هذه الإعلانات على قسم يحث المستخدم لاتخاذ إجراء ما مثل زيارة موقع ويب معين على Instagram و Snapchat للترويج للنشاطات التجارية.

إعلانات استحواذ العلامة التجارية

Brand Takeover

هو إعلان يتم تشغيله بملء الشاشة في كل مرة يتم فيها فتح التطبيق، يتم عرضها كصورة مدتها 3 ثوانٍ أو كصورة GIF مدتها من 3 إلى 5 ثوانٍ، تحتوي هذه الإعلانات على قسم يحث المستخدم لاتخاذ إجراء ما حيث يمكنك ربط هذا الإعلان بموقعك الإلكتروني.

إعلانات Top View

هي إعلانات يتم تشغيلها بملء الشاشة عند فتح التطبيق، قد تكون مشابهة لإعلانات استحواذ العلامة التجارية Brand Takeover ولكن وجه الاختلاف بينهما هو أن إعلانات الـ Top View تدعم استخدام الفيديو و الصور كمادة إعلانية وليس الصور فقط

قنوات التسويق الإلكتروني ال غير مدفوعة

هي استراتيجيات تسويقية تعتمد على جذب المزيد من الزوار لمتجرك مع مرور الوقت، والهدف الرئيسي منها هو زيادة وعي العملاء بالعلامة التجارية وبناء علاقة جيدة مع الجمهور. الإجمالي:



تحسين محركات البحث

- ويمكنك استخدام بعض أدوات Google الذكية التي ستساعد أي نشاط تجاري على الإزدهار: أداة **Google My Business**: هي أداة يقوم من خلالها أصحاب الأعمال بتسجيل دليل لهم عليها لتكون بمثابة دليل للمتجر مصحوبة بمعلومات عن المتجر مثل أوقات الافتتاح، و صور للمتجر، و موقع المتجر على **Google Map**.

- أداة **Google Trends**: هي أداة تقدم لك معلومات عن أهم المواضيع التي يبحث عنها الجميع بشكل كبير.

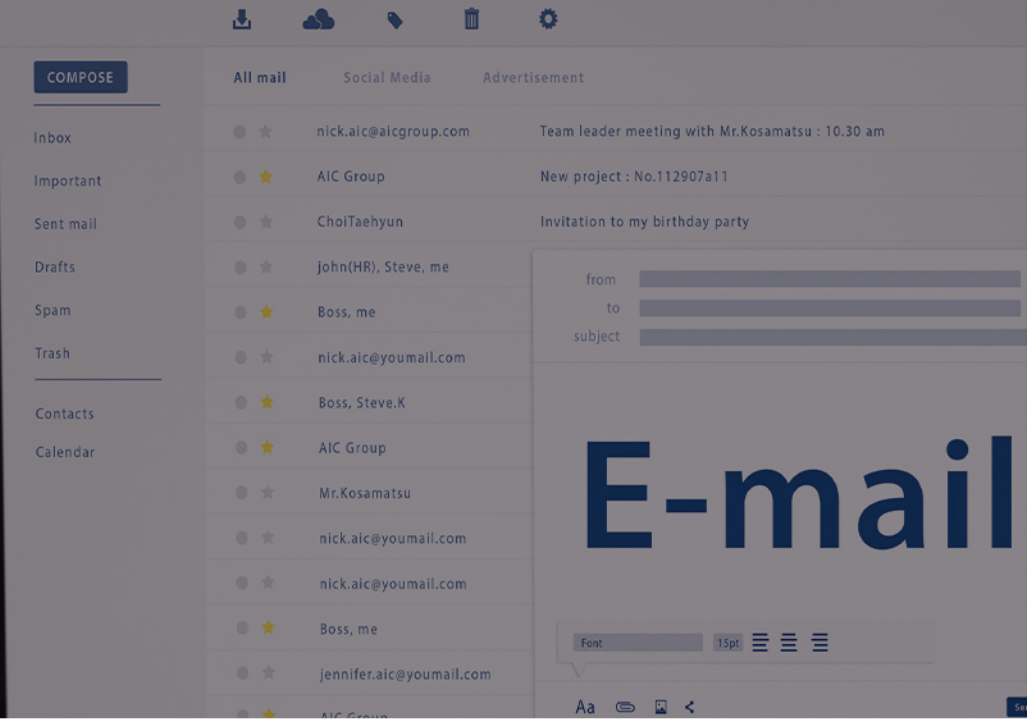
- أداة **Google Webmaster Tools**: وهي أداة تقدم مجموعة من الخدمات مثل التعرف على الأخطاء التي تمنع ظهور متجرك على محركات البحث.

وهي بعض النقاط المتبعة بهدف تطوير ورفع معدل الزيارات لموقع إلكتروني معين من خلال البحث العادي والغير مدفوع، و لتحقيق ذلك حاول اكتشاف ما يبحث عنه المستخدمون، والاجابات التي يطمحون للوصول إليها، و الكلمات التي يستخدمونها في البحث، و حاول ربط هؤلاء المستخدمين مع الحلول المناسبة التي يقدمها موقعك الخاص.

- التسويق عبر قوقل **Google** حيث يمكنك استخدام أساليب التسويق الغير مدفوعة على **Google** مثل:

تحسين طرق البحث: من خلال استخدام كلمات مفتاحية قصيرة وشبه قصيرة،

أو بتوحيد ال **User name** على جميع منصات التواصل الاجتماعي لتسهيل بحث العملاء عنك.



التسويق عبر البريد الإلكتروني:

ما زال التسويق عبر البريد الإلكتروني من إحدى القنوات الفعالة في التسويق الرقمي لتعدد مزاياه وقدراته التسويقية الكبيرة، يتم التسويق عبر البريد الإلكتروني للترويج للمنتجات والخدمات، وتطوير العلاقات مع العملاء الجدد واطلاع العملاء الحاليين على آخر التحديثات والخدمات والكثير من العروض الأخرى.

التسويق بالمحتوى:

الهدف الرئيسي من استراتيجية التسويق بالمحتوى هو جذب أكبر عدد من العملاء، وتحسين ولائهم للعلامة التجارية وبالتالي زيادة المبيعات من خلال تقديم محتوى عالي الجودة يجذب انتباه العملاء مثل الصور، المدونات، والكتب الرقمية، والبودكاست، ومقاطع اليوتيوب والكثير غيرها.

التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيس بوك، وسناب شات، وتويتر هي إحدى الطرق التي تسمح للتجار بالتواصل مع العملاء بشكل أفضل وغير رسمي، من خلال إنشاء محتوى إبداعي يجذب أكبر عدد من العملاء ويرفع نسبة وعيهم بالعلامة التجارية و يكسب ثقتهم.

استخدم الصور والفلاتر:

عرض محتوى المتجر على Snapchat سهل الإعداد لأنه يتطلب فقط التقاط لقطات سريعة من الصور وإضافة فلاتر، ومن ثم يتم إطلاق المحتوى على المنصة. ويعتمد سناب شات على استخدام لغة محتوى غير رسمية لذلك يجذب هذا النوع من المحتوى أفراد المجتمع الأصغر سنًا.

اضف أفكارًا إبداعية:

استخدم منصة سناب شات لعرض محتوى إبداعي غير مألوف مثل "ما وراء الكواليس" للإستعداد لإطلاق منتج جديد، أو فَعَل مسابقات وسحوبات لتشجيع العملاء للتفاعل مع المحتوى وكسب ثقة العلامة التجارية.

استخدم مزايا Snapchat: فَعَل خريطة سناب Snap Map التي تسمح للعملاء بالبحث عن النشاطات التجارية القريبة منهم، ونظام الكاميرا ثلاثية الأبعاد 3D Camera Mode التي تضيف الحياة للصور عبر إضافة بعد ثلاثي عليها، قد تكون هذه الميزة ذكية للتجار لعرض منتجاتهم بطريقة خارجة عن المألوف.



التسويق عبر سناب شات :Snapchat

تحسين البحث:

هناك خطوة مهمة على منصة سناب شات تساعد على تحسين عملية حركة المرور لمتجرك وهي "Up" "Swipe" لأن كثرة عدد سحب الأشخاص للأعلى تزيد عدد الزيارات للمتجر وبالتالي تؤدي إلى تحسين عملية البحث عن المتجر.

تحديث المحتوى بشكل سريع:

يمكنك اطلاع العملاء على آخر الأخبار، والخصومات، والتحديثات بشكل سريع وحصري.



التسويق عبر تويتر Twitter

استخدم الوسائط المتعددة لجذب المزيد من التفاعل:

تحظى الوسائط المتعددة على تويتر بشعبية عالية فاحرص على استخدام الصور، والفيديو، و ال GIFs لعرض منتجاتك وخدماتك.

اختر الموعد المناسب للنشر:

يجب إختيار الوقت المناسب للنشر للوصول لأكبر عدد من الأشخاص، فيجب ترقب الأوقات التي يكون فيها المستخدمين متفرغين.

قم بتحليل الحساب:

للتأكد من فاعليته باستخدام أدوات التحليل المتاحة في الحساب مثل أداة "تحليل أداء الهاشتاقات"، و أداة "تحليل أداء التغريدات"، من خلال تسجيل الدخول، ثم التوجه إلى خيار "التحليلات" واختيار "التغريدات" وحدد الفترة الزمنية المطلوب تحليلها، وصدّر المعلومات وقم بتقييمها.

استخدم الهاشتاقات واستغل المواضيع الشائعة:

الهاشتاقات هي وسيلة فعالة لاستهداف الجمهور المطلوب ولكن يجب استخدام الهاشتاقات المناسبة لحملة الإعلان، وتشجيع الجمهور للمشاركة بأرائهم تحت هذه الهاشتاقات.

تفاعل مع الجمهور باستمرار:

استخدم منصة تويتر للتفاعل والتواصل الدائم مع العملاء حيث يمكن لتغريداتهم أن تطلعك على الكثير من المعلومات حول احتياجاتهم، ومفضلاتهم لذلك استمع لهم وتعلم منهم، قم بالاعجاب بتغريداتهم واعد نشرها، واستخدم الـ **Mentions** للإشارة إليهم لتؤكد لهم أنك تهتم بهم وتتابع جميع متطلباتهم واحتياجاتهم.

راقب نشاطك التجاري باستمرار:

احرص على بناء سمعة حسنة للعلامة التجارية، فمن الضروري تتبع ما يقوله العملاء عن نشاطك التجاري باستمرار، و قم بمتابعة منافسك لمعرفة ما يقوله عملائهم عنهم وحاول أن تستفيد من أخطائهم وتحاول تفاديها.

قم بقياس نتائج الحملة:

باستخدام أدوات تحليل الأداء يمكنك التعرف على المحتوى الذي يتفاعل معه العميل بكثرة، ومن هذه الأدوات أداة **Twitter Analytics** التي تمنحك نظرة عامة على أداء التغريدات، كما تمنحك نظرة على أداء منافسك و يمكنك من تتبع نشاط العملاء، واهتماماتهم، ومواقعهم الجغرافية، كما تعرض لك أداء إعلاناتك المدفوعة إذا كان لديك إعلانات نشطة. يمكنك أيضاً استخدام أدوات تحليل البيانات المدفوعة مثل **Hootsuite Analytics** التي تمكنك من مراقبة الأداء وتتبع المواضيع الرائجة وتتبع التفاعل على جميع منصات التواصل الاجتماعي.



التسويق عبر فيسبوك Facebook

صفحة فيس بوك:

تمكنك الصفحة الخاصة بالمتجر من التعريف عن النشاط التجاري من خلال عرض المنتجات واستخدام الروابط والصور والفيديو.

اختر الوقت المناسب للنشر:

نشر المحتوى في الأوقات المناسبة يمكنك من التصدر على منافسيك في السوق لأنه سيمكنك من الوصول للعملاء مبكرًا، ترقب أفضل الأوقات التي يكون فيها مستخدمون المنصة متفرغين للبحث فيها، استخدم أداة **Facebook Insight** التي تقدم لك معلومات عن جمهورك وما مدى تفاعلهم على صفحة فيس بوك الخاصة بالنشاط التجاري.

استخدم قصص فيس بوك:

يمكنك من خلال قصص فيس بوك مشاركة محتوى علامتك التجارية التي تمكن الجميع من الإطلاع على آخر أخبار وتحديثات نشاطك التجاري، إحدى مميزات قصة فيس بوك أنها تمكنك من نشر القصص على منصات أخرى في نفس الوقت ف على سبيل المثال إذا كنت من المستخدمين النشطين لمنصة انستقرام ستتمكن من نشر قصص على انستقرام من خلال منصة فيسبوك.

استخدم الـ Facebook Open Graph:

هي عدة قواعد تمكنك من التحكم في كيفية عرض المحتوى المنشور على صفحة فيسبوك، باستخدام هذا البروتوكول تتعرف صفحة فيسبوك على عنوان المدونة، وعنوان الـ URL، وتعرض المحتوى بشكل جذاب.



التسويق عبر انستقرام Instagram

قصص انستقرام، واستفد من خاصية ال Highlights للاحتفاظ بالقصص المهمة ليستفيد منها العملاء لاحقًا.

ميزة Instagram Shopping:

وهي ميزة وفرتها انستقرام للحسابات التجارية، التي تساعد التجار على عرض وبيع منتجاتهم بطريقة سهلة وسريعة من خلال اضافة السعر وزر شراء المنتج مباشرة على صورة المنتج.

استخدم ميزة ال Reels:

اعرض منتجاتك بطريقة سريعة، بسيطة، ومختصرة عن طريق الريلز، وهي مقاطع فيديو مدتها تتراوح بين ال 15 و 30 ثانية، ويمكنك اضافة الموسيقى والفلاتر لها لإضافة المزيد من الابداعية.

تحسين البحث:

يمكنك تحسين البحث عن متجرك من خلال استخدام هاشتاقات انستقرام لأنها تعد طريقة فعالة لمساعدة الجمهور في العثور عليك، ولكن يجب الحرص على استخدامها بالشكل الصحيح ف عليك البحث عن الكلمات التي يستخدمها المنافسين واختر أكثر هذه الكلمات تعبيرًا عن منتجاتك، وحاول التنويع في الهاشتاقات المستخدمة لتجنب ركود الجمهور و لضمان ظهور محتوى متجرك لمجموعة جديدة من العملاء المحتملين.

استخدم قصص انستقرام Instagram Stories:

انشر محتوى مفيد، وآخر تحيئات المتجر على



افكار ذكية للتسويق الإلكتروني بحسب النشاط التجاري

ضع جدول أعمال وسجل عليه جميع الأحداث القادمة مثل شهر رمضان الكريم، الأعياد، فصول السنة، العودة للمدارس وغيرها الكثير حتى تتمكن من التخطيط لها بشكل مسبق، باستخدام استراتيجيات التسويق المناسبة، ومنصات التواصل الفعالة.



محلات الملابس والاكسسوارات

خصص تجربة العميل:

خصص تجربة العملاء وأشعرهم بالتميز من خلال تتبع نشاطهم على المتجر وقدم توصيات مناسبة بكل عميل عبر المتجر الإلكتروني أو البريد الإلكتروني مثل (قطع مشابهة لما تبحث عنه).

استخدم قوة وسائل التواصل الاجتماعي:

من أكثر منصات التواصل الاجتماعي استخدامًا لعرض وبيع الملابس والاكسسوارات هي Instagram بسبب هيمنة مؤثرين مواقع التواصل الاجتماعي عليها فحاول استهداف المؤثرين المهتمين بالأزياء لينقلوا تجاربهم لمتابعينهم وذلك سيؤدي إلى زيادة مبيعاتك.. وتوفّر خاصية Instagram Shopping سهلت على التجار عرض وبيع منتجاتهم.

استغل المواسم:

تتبع نشاطات العملاء وحاول أن تلبّي احتياجاتهم مع اقتراب مواسم السنة المختلفة ف على سبيل المثال يمكنك توفير تصاميم محتشمة لرمضان والعائدين، وانشر أخبار إطلاق التصاميم الجديدة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والبريد الإلكتروني.

اهتم بخدمة العملاء:

من ضمن الخطط الذكية التي يمكن تنفيذها هي مساعدة العملاء في اختيار التصاميم، والألوان، و المقاسات المناسبة لهم من خلال التواصل مع خبير يهتم بالأزياء عبر الموقع أو المتجر الإلكتروني، ويمكنك تقديم برامج ولاء للعملاء لكسب ثقتهم.



محلات التموينات والسوبر ماركت:

وفر خدمة التوصيل للمنازل:

هذه الخدمة التي ستمنحك الفرصة لتوسيع نطاق تجارتك لأنها ستسمح للعملاء البعيدين عنك بطلب المنتجات وتوصيلها لهم دون تحمل عناء الوصول إليك. يمكنك أيضًا التعاقد مع شركات التوصيل للمنازل مثل "كريم" و "وصل" لتوصيل الطلبات لمنازل العملاء.

سوق للمنتجات عبر مواقع التواصل:

يمكن أن تكون مواقع التواصل أداة جيدة للتواصل مع العملاء ومعرفة احتياجاتهم ومحاولة تلبيةها، بالإضافة إلى اطلاعهم على آخر الأخبار والخصومات ف على سبيل المثال يمكنك استخدام Instagram أو Snapchat لعرض المنتجات والعروض الحصرية.

استخدم Google Maps:

حتى تظهر في نتائج بحث العملاء القريبين منك، من خلال أداة Google My Business حيث يقوم أصحاب الأعمال بتسجيل دليل لهم على هذه الأداة لتكون بمثابة دليل للمتجر مصحوبة بمعلومات عن المتجر مثل أوقات الافتتاح، و صور للسوبر ماركت، وموقع السوبر ماركت.

قدم العروض المميزة:

قدم عروضاً مميزة وبأسعار مناسبة في أوقات السنة التي تزدحم بها محال التموينات والسوبر ماركت مثل شهر رمضان.

قدم الخير للمحتاجين:

قدم بطاقات شراء خيرية بأسعار رمزية و شجع العملاء على شرائها وإهدائها للمحتاجين



الإلكترونيات

اعتمد خدمة الحجز المسبق:

اتبع خطى الشركات الكبرى مثل Apple و إمنح العملاء الفرصة طلب نسختهم الشخصية من المنتجات قبل طرحها في السوق.

تابع سجل العملاء الشرائي وقدم الإقتراحات: تتبع تاريخ العملاء الشرائي وتنبأ باحتياجاتهم وقدم لهم النصائح والاقترحات من خلال الموقع الإلكتروني أو البريد الإلكتروني.

استخدم ال Digital Ads:

وهي إعلانات مدفوعة على مواقع التواصل و قوغل بهدف الترويج عن النشاطات التجارية.

استخدم البريد الإلكتروني:

انشر اعلانات منتجاتك وخدماتك عبر البريد الإلكتروني واحرص على كونها واضحة وبسيطة لكي تترجم رسالتك ويفهمها الجميع

انشر الفائدة على مواقع التواصل:

انشر محتوى مفيد ذو طابع تكنولوجي يتعلق بآخر إصدارات وتحديثات الأجهزة الإلكترونية و كيفية استخدامها.



متاجر الهدايا

اصنع لمسات يتذكرك العملاء بها:

إضافة صفة مميزة على المنتجات تهدف إلى تثبيت صورة العلامة التجارية في ذهن العميل ف على سبيل المثال غلف الهدايا بشكل مميز يعبر عن علامتك التجارية ليكون بمثابة إعلان مجاني لها، هناك بعض الشركات التي طبقت هذا الأسلوب بشكل رائع مثل شركة فلاورد للهدايا التي يتعرف عليها عملائها بكل سهولة من خلال شعارها المميز التي وضعت على الشرائط الخاصة بلف الورد والهدايا.

استخدم منصات التواصل الاجتماعي:

اعلن عن إطلاق منتجاتك الجديدة، و خصوماتك الحصرية، من خلال نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي مثل سناب شات، وانستقرام واستفد من مميزات انستقرام العديدة كوسيلة سهلة للبيع مثل Instagram shopping واعرض منتجاتك واضف السعر وزر شراء المنتج مباشرة على الصور.

شارك عملائك مناسباتهم السعيدة:

استهدف أوقات المناسبات الاجتماعية أو الخاصة لتقديم عروض مميزة للعملاء على سبيل المثال استغل الأعياد، ويوم الأم وقدم عروض بأسعار معقولة ولمدة قصيرة ومحدودة.



متاجر الكتب

كون مجتمعات مهتمة:

على سبيل المثال كوّن مجتمع مهتم بالكتب على **Twitter** واستهدف مجموعات الأشخاص المهتمين بالكتب والقراءة، وحاول استغلال أوقات العودة للمدارس لنشر عروضك و خصوماتك القيمة للطلاب. يمكنك أيضاً استخدام منصات التواصل الاجتماعي التي تدعم الفيديو، أو البودكاست مثل **Twitter** و **youtube** لمراجعة ونقد الكتب، ومناقشة القصص لنشر الفائدة للجميع على أكثر من منصة.

صمم كتباً مسموعة:

تصميم الكتب المسموعة فرصة جيدة لتوسيع نطاق خدماتك لتشمل أكبر عدد من أفراد المجتمع، وبهذه الطريقة ستتمكن من خدمة الأشخاص المبصرين والمكفوفين.



الصيدليات

قدم نصائح الخبراء:

قدم النصائح المفيدة عن طريقة اختيار المكياف المناسب لكل نوع بشرية، أو نصائح عن طريقة الاعتناء بالمولود الجديد، وتعاون مع الأطباء لنشر مدونة يكتب فيها كل جديد في عالم الطب والصيدلة لتكون مرجعًا مفيدًا للعملاء في المستقبل.

اكسب ولاء العملاء:

قدم لهم برامج نقاط الولاء لكسب ثقتهم وضمان عودتهم لتكرار عمليات الشراء

استخدم Google Maps:

حاول استهداف عملائك حتى تظهر في نتائج بحث العملاء القريبين منك حيث يقوم أصحاب الأعمال بتسجيل دليل للمتاجر على **Google My Business** لتكون بمثابة دليل للمتجر مصحوب بمعلومات عن المتجر مثل أوقات الافتتاح، و صور للصيدلية و موقعها.

استخدم قوة مواقع التواصل:

لا تستخدمها فقط لعرض المنتجات وبيعها فيمكنك على سبيل المثال تقديم العروض والنصائح لمرضى السكري في يوم السكري العالمي، أو تقديم مجموعات الهدايا للآباء والأمهات الجدد. انشر محتوى مفيد ذو طابع طبي على جميع مواقع التواصل مثل طرق الوقاية من فيروس كورونا.

وأخيرا وضع خطط واستراتيجيات تسويقية هو موضوع مهم جداً، لذا ننصحك بالبحث عن استراتيجية التسويق المناسبة لأهداف نشاطك التجاري الحالية والمستقبلية وكما ذكرنا في الكتاب هناك الكثير من الاستراتيجيات المجانية والمدفوعة ولكن نصيحتنا الأخيرة ضع خطة استهداف وتسويق قوية و احرص على استخدام أساليب تسويقية متنوعة لجذب أكبر عدد من العملاء.