

استخدام تقنيات الاستماع الاجتماعي في استراتيجيات التسويق للمنشآت



المحتويات

- 3 عن مركز نكاء
- 3 ماذا يقدم لك هذا الكتيب وسياسة الاستخدام
- 5 ماهو الاستماع الاجتماعي؟
- 5 عناصر الاستماع الاجتماعي الأساسية
- 6 أين تكمن أهمية الاستماع الاجتماعي؟
- 6 كيف تحدد أهدافك من الاستماع الاجتماعي
- 6 يُوصف الاستماع الاجتماعي بأنه عملية مقسمة على خطوتين
- 7 تطبيق الاستماع الاجتماعي لتحسين استراتيجية التسويق الرقمية
- 7 ماهي الأسئلة التي ينبغي للاستماع الاجتماعي أن يجيب عنها؟
- 7 الكلمات الرئيسية والموضوعات المهمة التي يجب مراقبتها
- 7 الفرق بين الاستماع الاجتماعي والرصد الاجتماعي
- 8 مجالات الاستماع الاجتماعي
- 9 أدوات الاستماع الاجتماعي

عن مركز ذكاء

جاء إنشاء مركز ذكاء كأول مركز متخصص في التقنيات المتقدمة لخدمة رواد الأعمال والمنشآت الصغيرة والمتوسطة في المملكة. يهدف المركز لتمكين قطاع المنشآت الصغيرة والمتوسطة من توظيف التقنيات المتقدمة لتطوير هذه المنشآت وزيادة تنافسيتها وأن يكون حلقة ربط ما بين رواد الأعمال وصناع القرار في مجالاته المتخصصة.


يتخذ مركز ذكاء لعلوم البيانات والذكاء الاصطناعي مدينة الخبر مقرًا له، ويقع مركز ذكاء لإنترنت الأشياء والأمن السيبراني في مدينة الرياض، ويخدم المركز بفرعيه شتى أنحاء المملكة العربية السعودية.

عن كتيب استخدام تقنيات الاستماع الاجتماعي في استراتيجيات التسويق للمنشآت

صمم الكتيب كملخص لقاء ذكاء "استخدام تقنيات الاستماع الاجتماعي في استراتيجيات التسويق للمنشآت" والتي تهدف إلى التعريف بكيفية رصد وتحليل النقاشات حول منشآتك عبر الإنترنت من أن تزيد من إنتاجيتها وكفاءتها.

ماذا يقدم لك هذا الكتيب؟

التعريف بمصطلح الاستماع الاجتماعي وكيفية تحديد الطرق التي يمكن من خلالها أن تصل علامتك التجارية إلى أبعد الحدود، ومساعدتك لتقديم تجربة عميل مميزة من شأنها رفع معدل الرضى وتشجيع ولاء العملاء.

بإمكانك النقر على الشعارات والروابط الموجودة في هذا الكتيب للذهاب إلى المواقع الإلكترونية الخاصة بها. 

سياسة الاستخدام

إن المعلومات الواردة في هذا الكتيب تم تجميعها وتنسيقها بجهود موظفي مركز ذكاء التابع لهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة "منشآت"، ولا ينبغي لقارئها أن يعمل بها دون مشورة مناسبة من المتخصصين.

للمزيد من المعلومات نرجو التواصل على البريد الإلكتروني support@thakaa.sa

جميع الحقوق محفوظة لمركز ذكاء، أحد مراكز الابتكار التابعة للهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة "منشآت".

هذا الكتيب بالتعاون مع LUCIDYA

المنصة الرائدة لتحليل وإدارة تجربة العميل باستخدام الذكاء الاصطناعي

تمكن لوسيديا الشركات من فهم عملائهم وخدمتهم بشكل أفضل عن طريق رصد وتحليل تفاعلهم ومحاذااتهم عبر مختلف قنوات التواصل الرقمي باستخدام أكثر خوارزميات الذكاء الاصطناعي تقدماً.

كيف يمكن أن تساعدك لوسيديا على تنمية عملك؟

1. زيادة في استمرارية رضا العملاء
2. تحسين منتجاتك وخدماتك
3. التدارك المبكر للأزمات
4. تحليل ومقارنة المنافسين
5. تحديد المؤثرين المهمين لتطوير علامتك التجارية
6. تطوير وتعزيز سمعة علامتك التجارية

لماذا لوسيديا؟

دقة تحليل مشاعر العملاء باللغة العربية:

يعد محرك الذكاء الاصطناعي لدينا الادق في تحليل المحتوى العربي من خلال فهم اللهجات العربية المختلفة.

المرتبة الأولى:

تم تصنيف لوسيديا كأفضل منصة تحليل في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وتعد من بين الأفضل حول العالم.

تقديم رؤية مفصلة عن العملاء:

تحليل جميع تفاعلات العملاء عبر العديد من القنوات الرقمية في نظام أساسي واحد سواء عبر قنوات التواصل الاجتماعي أو رسائل البريد الإلكتروني أو مواقع التصنيف أو الدردشة.

خدمة نجاح عملاء استثنائية:

نحن نقدم مدير نجاح عملاء مخصصاً لك لضمان حصولك على أقصى استفادة من منصة لوسيديا.

أصبحت **شبكات التواصل الاجتماعي** جزءًا لا يتجزأ من مجتمع اليوم، وفيها يتبادل الناس آراءهم وتوصياتهم وتجاربهم وخبراتهم، ومن هنا نبعت الأهمية الكبرى لبناء سمعة قوية على شبكات التواصل الاجتماعي لكل علامة تجارية ضمن استراتيجيتها التسويقية. حيث تحرص العلامات التجارية على إيصال رسالتها إلى جمهورها وترويج خدماتها ومنتجاتها، لكن إذا كان تدفق المعلومات من طرف واحد فستصبح العلامة التجارية في معزل عن جمهورها، وسيؤثر ذلك سلبيًا على علاقاتها العامة ورضا عملائها. وهنا يأتي دور **الاستماع الاجتماعي**، حيث يمكّن المنظمات من إنشاء تواصل ثنائي الاتجاه بين العلامة التجارية وعملائها، وبناء استراتيجية ومحتوى التسويق بناءً على معرفة الجمهور عن قرب وتلمّس احتياجاته ومشاكله وتفضيلاته.



ما هو الاستماع الاجتماعي؟

الاستماع الاجتماعي هو تتبع منصاتك على وسائل التواصل الاجتماعي ومراقبة الإشارات والمحدثات المتعلقة بعلامتك التجارية ثم تحليلها للحصول على رؤى تساعدك في اكتشاف فرص جديدة للعمل، ويتم ذلك باستخدام البرامج التي تُحاكي الذكاء البشري وخوارزميات تعلّم الآلة.

عناصر الاستماع الاجتماعي الأساسية

يُمكن توظيف الاستماع الاجتماعي في تطوير الاستراتيجية التسويقية بالكامل، حيث أن عملية التسويق لها بداية ومتابعة يتم خلالها صياغة الاستراتيجية وبناء الوعي وإشراك العملاء ونحو ذلك.

راقب .. حلّ .. نفذ

المراقبة:

- مراقبة العلامة التجارية: مثال التفاعل على صفحات التواصل الاجتماعي
- مراقبة الهاشتاغ: مراقبة التفاعل مع كلمات مفتاحية معينة
- مراقبة المنتجات
- مراقبة المنافسين

التحليل:

- استخلاص المعلومات وبناء استراتيجية أكثر ارتباطًا بعملائك من خلال معرفة:
 - من هم المهتمين بعلامتك التجارية؟
 - ما هو مشروعك؟
 - عن ماذا يتناقش جمهورك؟
 - متى وأين يتحدث الجمهور عن علامتك التجارية، المنافسين، الصناعة؟
 - كيف يفكر الناس بعلامتك التجارية؟

التنفيذ:

- تحقيق تفاعل مع عملائك بمشاركتهم في النقاشات حول علامتك التجارية والخدمات التي يقدمها
- كن جزءاً من المناقشات التي تحدث على أرض الواقع، وليس موضوع النقاش فقط
- توجيه عملائك نحو أفضل طرق التفاعل معك

أين تكمن أهمية الاستماع الاجتماعي؟

- استكشاف المواضيع التي يهتم بها جمهورك وهو ما يساعدك على إثبات وجودك وإبراز ما يبحثون عنه لديك، حيث وُجد أن 74% من الجمهور يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي عند اتخاذهم لقرار الشراء.
- الإلتزام بالمصداقية في التعامل مع العملاء الحاليين والمحتملين، إذ يتأثر قرار شراء 76% من العملاء بالمؤثرين الاجتماعيين حولهم.
- إدارة الأزمات المحتملة وإيجاد النقاط الحاسمة، مثل التعامل مع الشكاوى والطلبات، امتلاك الحدس تجاه العملاء المحتملين وتقديم العروض لجذبهم، والبحث عمّن يحتاج لخدماتك والمبادرة بتقديمها إليهم.
- مراقبة وتحليل المنافسة.

ماهي أهدافك من الاستماع الاجتماعي؟

يجب أن تحدّد الأهداف التي ترغب في تحقيقها من الاستماع الاجتماعي قبل البدء في تطبيق آلياته.

وماذا تريد أن تحقق؟

فماذا تريد أن تتعلم؟

وتذكر أنه:

- إذا أردت أن تكون مستمعاً جيداً لوسائل التواصل الاجتماعي، عليك أن تخلق المحادثة بدلاً من أن تنتظر وصولها إليك.
- لن يخاطب العملاء العلامة التجارية بشكل مباشر، بل سيتشاركون الحديث عنها في مكان آخر كوسائل التواصل الاجتماعي، ولذلك فإن الاستماع إلى وسائل التواصل الاجتماعي يكون بمثابة النزول إلى الشارع، والاستماع بعمق إلى الجمهور.

يُوصف الاستماع الاجتماعي بأنه عملية مقسمة على خطوتين:

- الخطوة الأولى: راقب قنوات التواصل الاجتماعي وابق متيقظاً، للإشارة إلى علامتك التجارية ومنافسيك ومنتجاتك والكلمات الرئيسية المتعلقة بعملك.
- الخطوة الثانية: حلّل المعلومات لتتعرف على كيفية التفاعل مع نتائج مراقبتك.

يمكن أن يكون هذا التفاعل صغيراً مثل الاستجابة لعميل سعيد، أو كبيراً مثل تغيير موضع علامتك التجارية بالكامل.

بالإضافة إلى معرفة الوقت المناسب للنشر والتفاعل في كل منصة، ومعرفة أكثر الأشخاص الذين يتفاعلون على صفحاتك.



تطبيقات فعّالة للاستماع الاجتماعي عبر تحسين استراتيجية التسويق الرقمية:

- تحسين خدمة العملاء الخاصة بك
- عدم التوقف عن البحث عن عملاء محتملين جدد
- تتبع وقياس خدماتك التسويقية
- تحسين مشاركة العملاء
- الوصول إلى رؤى العملاء
- تحديد المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي
- حماية سمعة علامتك التجارية
- استكشاف العوامل المؤثرة على قرار الشراء
- إعداد محتوى مخصص لاحتياجات جمهورك
- البحث عن أفضل مزايا شركتك والتركيز على إبرازها
- عمل نسخة احتياطية من أبحاث السوق والمنافسين
- قياس قيمة البحث العضوي الخاص بك

ماهي الأسئلة التي ينبغي للاستماع الاجتماعي أن يجيب عنها؟



1. ما هي المنتجات الأكثر شيوعاً واستخداماً؟
2. ما هي المزايا الأكثر أهمية عند المستهلك؟
3. ما هي احتياجات العملاء؟
4. ما هي المعلومات التي يحتاجها العميل قبل اتخاذ قرار الشراء؟

فما هي الكلمات الرئيسية والموضوعات المهمة التي يجب مراقبتها منذ البداية:

اسم (أسماء) منتجك، بما في ذلك الأخطاء
الإملائية الشائعة

اسم علامتك التجارية

الكلمات الطنانة في الصناعة

الأسماء التجارية وأسماء منتجاتك،
ومنتجات منافسيك

أسماء الأشخاص الرئيسيين في شركتك
والشركات المنافسة لك (الرئيس التنفيذي، إلخ..)

أسماء الحملات أو الكلمات الرئيسية

علامات التجزئة التي لا تحمل علامة تجارية
والمتعلقة بصناعتك.

علامات التجزئة ذات العلامات التجارية الخاصة بك
وتلك الخاصة بمنافسيك.

ما هو الفرق بين الاستماع الاجتماعي والرصد الاجتماعي:

- الرصد الاجتماعي: يخبرك ما الذي يدور من حولك، فهو رد فعل للأحداث التي تدور من حولك. "رد فعل"
- الاستماع الاجتماعي: يخبرك بسبب حدوث ما يدور من حولك، فيكون استباقي ليخبرك بسبب حدوث هذا الشيء. "استباقي"

يساعد الاستماع الاجتماعي المسوّقين عبر ثلاثة مجالات:



الذكاء التنافسي



ذكاء الصناعة



ذكاء العلامة التجارية

ذكاء العلامة التجارية

1. جودة العلامة التجارية: كيف يشعر عملاؤك حول علامتك التجارية؟
2. تجربة العميل: ما نوع الخبرات التي حصل عليها العملاء؟
3. تحليل الحملة: ما الحملات التي لها تأثير إيجابي وسلبي على علامتك؟

مثال

في شهر واحد اشترى أكثر من 100 شخص مكيّنة قهوة من شركة العلامة التجارية العالمية للأجهزة الفاخرة، وكان رد الفعل السلبي أكثر من 80%، وبعد تحليل البيانات التي تفسّر هذه النسبة السلبية المرتفعة، اتضح أن أغلبها ترجع إلى عدم معرفة العملاء الجدد بطريقة وضع كبسولة القهوة في المكيّنة، وأن الشركة لم ترفق أيّ طريقة توضح كيفية الاستخدام. فعملت الشركة على إنشاء ونشر فيديوهات ومحتوى يشرح طريقة الاستخدام فانخفض التقييم السلبي بنسبة كبيرة جداً. تضمّنت هذه العملية من الاستماع الاجتماعي عمليات الرصد والتحليل، تحليل المشاعر، حملة تسويقية، رد فعل أُنخذ سريعاً

ذكاء الصناعة

1. تحليل جمهورك وتوجهاته: كيف يمكنك ذلك من صياغة رسالتك التي ستجعل عملائك مخلصين لك؟
2. بحث المنتج والمحتوى: كيف يمكنك اكتشاف أفضل المنتجات والمحتوى لإنشائه ومشاركته؟
3. التعرف على المؤثرين: كيف تجد المؤثرين في مجال عملك لمساعدتك في بث رسالتك؟

الذكاء التنافسي

1. مقارنة المنافسين: من هم أكبر منافسيك على وسائل التواصل الاجتماعي وما مقدار الحصة السوقية التي تمتلكها؟
2. بحوث انطباعات المتابعين: كيف يشعر المتابعون الاجتماعيون لمنافسيك تجاههم وكيف يمكنك الاستفادة من هذه البيانات؟
3. التمايز التكتيكي: ما أنواع الحملات واستراتيجيات المحتوى التي يستخدمها منافسوك وكيف يمكنك تمييز نفسك بينهم؟

بالاستفادة من بيانات الاستماع الخاصة بالمنتج يمكننا إنشاء محتوى اجتماعي مميّز يعرض المنتجات التي لديك بالفعل والتي تلبي رغبة العملاء.

أدوات الاستماع الاجتماعي

يُمكن البدء باستخدام ميزانية تسويقية منخفضة، وأدوات استماع اجتماعي مجانية. وبعد نشر علامتك التجارية، ارفع سقف ميزانيتك التسويقية، وابدأ باستخدام أدوات الاستماع الاجتماعي المدفوعة.

أمثلة على أدوات الاستماع الاجتماعي

LUCIDYA

أداة استماع اجتماعي مدعومة بتقنيات الذكاء الاصطناعي تساعدك على تتبع ما يقوله عملاؤك ومنافسوك حول علامتك التجارية على أكثر من 200 موقع. وتمتاز بدعمها للغة العربية وتحليل المشاعر عبر لهجاتها المختلفة.

HubSpot

برنامج إدارة وسائل التواصل الاجتماعي حيث يوظف الأدوات المناسبة لتتبع التفاعلات على وسائل التواصل الاجتماعي وتحديد الأولويات وربط جميع التفاعلات في مكان واحد

Hootsuite™

يتيح عرض جميع الرسائل والتعليقات وإشارات علامتك التجارية والرد عليها عبر العديد من القنوات الاجتماعية، وتتبع المؤثرين والعملاء المحتملين في لوحة تحكم واحدة ومختصرة.

حدود المسؤولية

تقدم منشآت المصادر التعليمية وهي خدمة من خدمات مكتبة مركز نكاء التي تقدمها منشآت والتي تساهم وتساعد في إثراء المحتوى العربي لمصادر التعلم عبر الإنترنت لتوفير المعرفة لفئات مختلفة في مجالات التقنية وريادة الأعمال، ولا تقدم "منشآت" أو من يمثلها أي قرارات أو ضمانات سواءً بشكل صريح أو ضمني حول اكتمال أو دقة أو موثوقية أو ملاءمة أو توافر هذه البيانات أو المعلومات أو المواد ذات الصلة الواردة في الكتيّب لأي غرض كان ولا يجوز استخدامها لغرض آخر غير الاستخدام العام ولا تتحمل "منشآت" أو من يمثلها - بأي حال من الأحوال - أي أضرار مادية أو معنوية، مباشرة أو غير مباشرة قد تحصل، وتؤكد "منشآت" أو من يمثلها أنها غير مسؤولة سواءً بشكل كامل أو جزئي عن أي ضرر مباشر أو غير مباشر، عرضي أو تبعي أو عقابي خاصاً كان أو عاماً، كما أنها غير مسؤولة عن أي فرصة ضائعة أو خسارة أو ضرر من أي نوع، ومنها على سبيل المثال لا الحصر، أي ضرر أو فيروس قد يتعرض له الحاسوب الشخصي نتيجة الدخول إلى هذه الصفحة، وأن "منشآت" أو من يمثلها تبذل الجهد للتأكد من أن المعلومات المتوفرة من خلال المصادر التعليمية شاملة ودقيقة قدر المستطاع. وكما تؤكد "منشآت" على الالتزام بحقوق النشر وحقوق الملكية الفكرية لمحتويات المصادر التعليمية بما في ذلك شعار "منشآت" ولا يحق نشر أي معلومات أو رأي يتم التعبير عنه هنا دون الحصول على إذن خطي مسبق للقيام بذلك من قبل "منشآت".

مركز ذكاء

منشآت
monsha'at
لهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة
Small & Medium Enterprises General Authority

Thakaa.sa

نتمنى أن تكون قد استمتعت بهذا الكتيب،
ويمكنك إرسال التعليقات والاقتراحات

عبر هذه الاستبانة