



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي  
المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة  
معهد العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير  
قسم العلوم الاقتصادية و التجارية



# المحاضرة رقم 05: التسويق عبر صناعة المحتوى وترويجه



المقياس: تطبيقات في التسويق الرقمي

من إعداد: الأستاذ بن الطيب علي  
السنة الجامعية: 2024-2023



**Content  
Marketing**



**Content  
Marketing**

# خطة المحاضرة



1. تعريف التسويق بالمحتوى
2. أهمية التسويق بالمحتوى
3. شروط التسويق بالمحتوى
4. الفرق بين المفهوم الكلاسيكي للتسويق والتسويق بالمحتوى
5. المواصفات التي يتميز بها التسويق بالمحتوى الرقمي
6. مميزات وفوائد التسويق بالمحتوى
7. أشكال التسويق بالمحتوى الرقمي وأنماطه
8. أنواع التسويق بالمحتوى
9. متطلبات خطة التسويق بالمحتوى
10. أفضل الممارسات عند وضع استراتيجية الوصول الى الجمهور
11. بعض الأدوات التي تستخدم لتحسين المحتوى
12. أخطاء لا ينبغي أن ترتكبها في التسويق بالمحتوى

# تعريف التسويق بالمحتوى

## Content Marketing

**التسويق بالمحتوى** عبارة عن عملية إنشاء الأصول الرقمية وتوزيعها، مثل منشورات المدونات، ومقاطع الفيديو، والكتب الإلكترونية، وموجزات الحلول، والتقنيات، ومجموعة متنوعة من المحتوى الرقمي الآخر لتوفير المعلومات للجمهور.

**التسويق بالمحتوى** هو عملية إنشاء ونشر وتسويق المحتوى القيم لبناء وصناعة ارتباط قوي بين عملائك وعلامتك التجارية.

**التسويق بالمحتوى** هو استراتيجية تسويقية تركز على إنشاء ونشر وتوزيع المحتوى المفيد إلى الجمهور المستهدف عبر الإنترنت.



CONTENT  
MARKETING

**التسويق بالمحتوى:** هو نهج تسويقي استراتيجي يتم بالتركيز على إنشاء وتوزيع محتوى قيم، ذي صلة، وبانتظام لجذب جمهور محدد والاحتفاظ به ودفع العملاء إلى القيام بإجراءات مربحة في نهاية المطاف.

**يعرف التسويق بالمحتوى:** وسيلة لجذب اهتمام الجمهور وتقوية الهوية التجارية والاتصال بالجمهور المناسب، من خلال نشر محتوى جاذب والترويج له على وسائل التواصل للمعلن.



صناعة المحتوى  
التسويقي



تختلف تعاريف خبراء المجال لعبارة التسويق بالمحتوى، ولكن المعنى واضح ويمكن استنتاجه في هذه العبارة:

” تقديم الفائدة قبل البحث عن الاستفادة “

فعندما تقوم شركة معينة بإنتاج وتوفير محتوى تعليمي أو ترفيهي للعميل المحتمل بالمجان، فإنها أولاً تحقق قاعدة تقديم الفائدة قبل الاستفادة. مما يسهل على المستهلك اتخاذ قرار الشراء دون تردد بسبب الثقة المبنية بين الطرفين. وأيضا تميز نفسها (أي الشركة) عن باقي المنافسين الذين لا يقومون بأي شيء غير البيع.

قاعدة مهمة 80/20 والتي يجب أن تطبق ضمن استراتيجيات التسويق عبر المحتوى أي أنه 80% من محتوى موقعك يجب أن يكون مفيد للزائر ويعالج له مشاكله بشكل مجاني. و 20% المحتوى ترويجي موجه نحو شراء خدمة أو منتج ما.

# أهمية التسويق بالمحتوى

- المحتوى الفعال يساعد في **بناء العلاقات**، وكسب ولاء وثقة العملاء وجذب العملاء المحتملين.
- ثقة العملاء ستتحول إلى ردود أفعال (قرار بالشراء) وإحالات، وبالتالي **رفع المبيعات والأرباح**.
- **يوفر تكاليف التسويق**، لأن اختيارك لنوع من أنواع التسويق بالمحتوى الأقل كلفة (التدوين مثلا) والتركيز عليه، سيوفر عليك كثيرا من نفقات التسويق.
- يساهم في **إبقاء المستخدمين أكثر فترة في الموقع** (هذا ما تفضله محركات البحث)، وبالتالي وصول محتواك إلى عدد أكبر من الزوار والجمهور الذي يتحول إلى عملاء.
- يساهم في تثقيف الآخرين بنشر المعرفة والمعلومات والقيم على نطاق واسع بين الجمهور.
- يبني المحتوى **سمعة طيبة للعلامات التجارية**، كلما كان المحتوى الذي تقدمه العلامة فريداً ومفيداً، اكتسبت احترام العملاء والمنافسين.
- يعزز موقعك كخبير في السوق في مجال عملك، ما يساعدك على تحقيق الكثير من أهدافك.

# شروط التسويق بالمحتوى

**الإشياء والنشر:** ربطنا عنصر النشر بعنصر الإنشاء للدلالة على أن القضية ليست إنشاء محتوى قيم فحسب، وإنما العبرة بتوصيل هذا المحتوى لمن ينبغي عليهم قراءته.

**المحتوى القيم:** لا معنى لما تكتب إذا كان مجرد إفراغ لمجموعة من الحروف لملء الفراغ. المحتوى لا يقاس بالكم وإنما بالكيف. و(الكيف) لا يعني شيئاً إلا أن يضيف المحتوى الذي تنشر قيمة لدى قارئه.

**تسويق المحتوى:** إنشاء ونشر المحتوى هو الخطوة الأولى فقط، تأتي بعد ذلك الخطوة الأهم على الإطلاق وهي عملية ترويج هذا المحتوى لكي يصل للجمهور المستهدف في المكان المناسب.

**بناء وصناعة ارتباط قوي بين العملاء والعلامة التجارية:** وهو الهدف الرئيسي للتسويق بالمحتوى. لاحظ أن مهمة التسويق بالمحتوى تقف عند هذا الحد، ولكن ما يأتي بعد من نتائج هو المطلوب، وهو الذي لأجله تتحمل مشاق رحلة التسويق بالمحتوى حتى النهاية، وهو تحقيق المزيد من المبيعات، وجذب المزيد من العملاء بالتبعية.



## الفرق بين المفهوم الكلاسيكي للتسويق والتسويق بالمحتوى

التسويق بالمحتوى	المفهوم الكلاسيكي للتسويق	
استراتيجية الجذب	استراتيجية الدفع	التوجه
موجه حسب الطلب	إعلانات	الرسالة
بيع غير مباشر	بيع مباشر	الهدف
التركيز على العملاء	اتصال من أجل البيع	الإجراء
ملاءمة	إرهاق إعلاني	الأثر



# المواصفات التي يتميز بها التسويق بالمحتوى الرقمي

**القيمة:** تتحدد قيمة المحتوى التسويقي الرقمي بناء على السياق، من خلال عدد المشاهدات وعدد المستخدمين والمتأثرين.

**التعددية والانتشار:** تتحدد أهم مواصفات التسويق بالمحتوى الرقمي في انتشاره ومشاركته وإعادة نشره دون حدود بواسطة مستخدمي الوسائل الإلكترونية، فضلا عن تعددية الوسائل والقنوات الرقمية التي يبت من خلالها وتنوع الأشكال التي يكتب ويصمم بها.

**التفاعلية:** يتميز التسويق بالمحتوى الرقمي بقدرته على إجراء تواصل تفاعلي وحواري مع الجماهير المستهدفة فوراً ومباشرة، مما يعزز ارتباط المستهلك بالعلامة التجارية ويرفع ثقته فيها.

**الوصول:** من السهل وصول الجمهور المستهدف إلى المحتوى التسويقي الإلكتروني بأسرع وقت وفور نشره، وتعد الوسائل والمنصات الرقمية من أوفر القنوات في توصيل المحتوى التسويقي إلى المستهلكين.

# مميزات وفوائد التسويق بالمحتوى

ينطوي التسويق عبر المحتوى على عدد من الفوائد والمميزات الهامة التي تجعله من أفضل أنواع التسويق الإلكتروني وأكثرها أهمية على الإطلاق، ومن أهم هذه الفوائد ما يلي:

- تثقيف الجمهور والعملاء المحتملين حول المنتج أو الخدمة التي تقدمها.
- بناء علاقات مع العملاء تساعد على زيادة انتمائهم وولائهم.
- بناء مجتمع حول العلامة التجارية وخلق شعور مجتمعي متعلق بها.
- إظهار كيف أن الخدمة أو المنتج الذي تقدمه المؤسسة تلبي احتياجا هاما للجمهور أو تحل مشكلة ما.
- يساعد التسويق عبر المحتوى على زيادة عدد التحويلات للبيزنس الخاص بالمؤسسات.
- تحسين ظهور موقع المؤسسة وتصدر نتائج البحث في جميع المحركات وأشهرها Google بشكل غير مدفوع بعيدا عن الاعلانات الممولة.

- دعم قنوات التسويق الإلكتروني المختلفة: يعتبر التسويق بالمحتوى القاعدة الأساسية التي ينطلق منه التسويق عبر الوسائل الأخرى، كالشبكات الاجتماعية حيث يمد منشورات المؤسسة بالفائدة، ويجعل من منشوراتها أكثر تفاعلا مع العملاء لمعرفة النواقص.
- الحفاظ على العملاء الحاليين هي نقطة مهمة يغفل عنها البعض.

يساعد **التسويق بالمحتوى** على نشر معلومات تزيد الوعي بالعلامة التجارية أو المنتج أو الخدمة التي تقدمها المؤسسات، فمن ناحية يكون لديه هدف توعوي وتثقيفي ومن ناحية أخرى قد يدفع القارئ أو المستمع أو المشاهد لأن يصبح عميلا ويأخذ خطوة لذلك، مثل أن يشترك في البريد الإلكتروني أو الرسائل المعلوماتية أو يطلب الخدمة أو المنتج وما إلى ذلك.



# أشكال التسويق بالمحتوى الرقمي وأنماطه

**الفئة الأولى:** هي فئة **النص Text**، وتشمل التقارير والكتب الإلكترونية ومنشورات وسائل التواصل الاجتماعي والأسئلة المتكررة والمجلات والمدونات والبيانات الصحفية، حيث يمكن أن تنشر هذه المحتويات التسويقية تقليدياً أو إلكترونياً.

**الفئة الثانية:** هي فئة **الصورة Image**: حيث تتضمن الصور والرسومات والإنفو جراف والجداول.

**الفئة الثالثة:** هي فئة **الفيديو Video**: وتتضمن مقاطع فيديو مسجلة أو مباشرة live أو مقاطع فيديو قصيرة reels.

**الفئة الرابعة:** تتمثل في **الصوت Audio**، مثل الخلفيات الموسيقية المصاحبة للمحتوى.

# أنواع التسويق بالمحتوى

تتنوع أنواع التسويق بالمحتوى، والمشارك بينها جميعا هي وجود قيمة حقيقية في المحتوى، يخلق علاقة مع الجمهور. من أهم أنواع التسويق عبر المحتوى نذكر ما يلي:

**المقالات:** هي واحدة من أهم أنواع التسويق بالمحتوى، ويمكن من خلالها تقديم محتوى مفيد للجمهور، ومشاركة خبرات وتجارب المؤسسة معهم، كما يمكن الاستفادة من كتابة المقالات بطريقتين؛ الأولى إنشاء مدونة على موقع المؤسسة وكتابة مقالات عليها دوريا، والثانية هي التدوين كضيف في المواقع الأخرى ذات الصلة بصناعة المؤسسة.

1

# أنواع التسويق بالمحتوى

**الفيديوهات:** تعد الفيديوهات واحدة من أكثر أنواع التسويق بالمحتوى فائدة وتأثير، إذ يفضل 91% من المستهلكين رؤية الفيديوهات من العلامات التجارية المختلفة، وهذا يؤكد على قيمة المحتوى المرئي. فيمكن للمؤسسات الاستفادة من نشر الفيديوهات على مواقعها، ونشرها وكذلك على المنصات المختلفة. فليس شرطاً أن تكون الفيديوهات طويلة باستمرار، المهم هو حرص المؤسسات على تقديم قيمة حقيقية في كل فيديو، مع التنوع في مدة ومحتوى الفيديوهات ليلائم الجمهور على مواقع الفيديو المختلفة، لكي تجذب المؤسسات أكبر عدد ممكن من الجمهور.

2

# أنواع التسويق بالمحتوى

**البودكاست:** تطور الاعتماد على البودكاست خلال السنوات الأخيرة كواحدة من أنواع التسويق بالمحتوى القوية، إذ يمكن الاستفادة من البودكاست بصور متنوعة، أهمها مشاركة الخبرات الشخصية بتقديم بودكاست فردي، أو باستضافة خبراء آخرين لمشاركة تجاربهم. ويمكن نشر البودكاست على مجموعة مختلفة من المنصات مثل: **جوجل بودكاست**، **أبل بودكاست**، **سبوتيفاي**. يساعدك ذلك على الوصول إلى الجمهور حسب المنصة التي يفضلونها، فتضمن وجود فرصة كبيرة لمتابعة البودكاست.

3



# أنواع التسويق بالمحتوى

**النشرات البريدية:** هي جزء من التسويق عبر البريد الإلكتروني، وتحتل مكانة مميزة ضمن أنواع التسويق بالمحتوى، إذ يمكن استغلالها لتقديم محتوى مفيد، يصل إلى الجمهور بسهولة عبر بريدهم الإلكتروني. كما يمكن أيضا الاستفادة من الأتمتة التي تتيحها أدوات التسويق عبر البريد الإلكتروني، فبمجرد اشتراك المستخدم في النشرة البريدية للمؤسسة، تُرسل له مجموعة من الرسائل المفيدة التي تتضمن:

- إجابات على أسئلة العملاء المتوقعة بصورة استباقية.
- تضمين روابط لمجموعة مختلفة من المحتوى المفيد، مثل المقالات والفيديوهات.
- تقديم شروحات متخصصة في موضوع معين.

4

# أنواع التسويق بالمحتوى

**الكتب الإلكترونية:** هي وسيلة جيدة لمشاركة المعرفة بصورة عميقة مع الجمهور، وتعد من أنواع التسويق بالمحتوى المفيدة خصوصا في التسويق للأعمال B2B، فيمكن الاستفادة من الكتب الإلكترونية أيضا في الحصول على البريد الإلكتروني للعملاء، باشتراكهم في نشرتك البريدية، في مقابل الحصول على الكتاب.

**الندوات عبر الإنترنت Webinars**  
تعد الندوات عبر الإنترنت فرصة جيدة لتثقيف العملاء، وتنظيم لقاء مباشر عن موضوع يهم عملاء المؤسسة. وتتيح الندوات عبر الإنترنت للمؤسسات عرض خبراتها بطريقة منظمة ومكثفة في أثناء الندوة، ومناقشة عملائها بصورة مباشرة، والاستماع إلى أسئلتهم والإجابة عليها.

5

6

# أنواع التسويق بالمحتوى

**تسويق الإنفو جرافيك Infographic Content Marketing**  
الرسوم البيانية أو المعلومة في صورة أو الإنفو جرافيك من أسهل وأفضل طرق المحتوى لإيصال المعلومات خاصة في المحتوى التعليمي والتثقيفي، ويكون ذلك من خلال رسمة أو صورة مبسطة وصياغة سهلة وعبارات قصيرة واضحة.

**تسويق محتوى الإعلان المدفوع Paid Ad Content Marketing**  
تتيح الإعلانات المدفوعة أن يظهر المحتوى بشكل قوي وفي أي مكان، وهي طريقة قد تتم على مواقع التواصل الاجتماعي أو مواقع الويب أو أي صفحة مستهدفة أو من خلال المحتوى المدعوم Sponsored Content، ويعتبر هذا النوع مفيداً بشكل خاص عند إقرانه بالتسويق الداخلي Inbound Marketing.

7

8

# أنواع التسويق بالمحتوى

**الأبحاث والدراسات:** تعد من أكثر أنواع التسويق بالمحتوى موثوقية بين العملاء، فالكل يثق بالأرقام والإحصائيات، فلذلك فإن مشاركة جهود الشركة في البحث والحصول على المعلومة، يعد من أهم أسباب ثقة العملاء بالعلامة التجارية. فالقيام بالأبحاث في مجال عملك ومشاركتها مع العملاء، يثبت مدى احترافيتك ومهنتك.

9



# متطلبات خطة التسويق بالمحتوى

- بشكل عام عند إنشاء أية خطة للتسويق بالمحتوى يجب مراعاة:
  - معرفة الجمهور المستهدف، والتركيز على مشاكل العملاء والتحديات التي تواجههم.
  - إجابة أسئلة الجمهور.
  - تقديم قيمة مميزة ومفيدة.
  - إثارة حماس الجمهور لمعرفة المزيد.
- ومن هذا المنطلق يجب معرفة خطوات تصنيف الجمهور والتي تتركز على:
  - معرفة الجمهور أولاً (هل هم فئة الشباب – السيدات – الكبار... وهكذا).
  - تقسيم الجمهور الى مجموعات.
  - إنشاء محتوى يستهدف كل مجموعة على حدى.
  - هناك خطوات أيضا مهمة عند انشاء أي حمل تسويقية.



فمثلا شركة رد بول **Red Bull** تحب استخدام التسويق بالفيديو، لأنها تقدم المحتوى للرياضيين ومحبي المغامرة والمخاطرة، لأنه أفضل من نشر المقالات أو تصميم الإنفو غرافيك، أو حتى تقديم كتب إلكترونية.

## أفضل الممارسات عند وضع استراتيجية الوصول الى الجمهور

- تخصيص وقت للتعرف على الجمهور
- رصد الحسابات التي يتابعونها على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة اهتماماتهم.
- استخدام تنسيقات وأنواع مختلفة من المحتوى سواء المرئية، المسموعة أو الكتابية.
- اختيار المنصات المناسبة لنشر المحتوى والحرص على التواصل مباشرة مع الجمهور.
- تجنب الصيغ الرسمية واستبدالها بأسلوب التواصل الطبيعي.
- التأكد من أن المحتوى ممتع ومفيد ومثير للاهتمام.
- استخدام عناوين وصور جذابة ومحتوى مفيد وسهل لجذب الجمهور.

## بعض الأدوات التي تستخدم لتحسين المحتوى

**Kissmetrics**: يقدم تحليل وبيانات لسلوك الزوار على الموقع، حتى بعد أن يتحول الزائر إلى عميل.



**Google Analytics**: تقدم الأداة تقارير وتقوم بقياس تأثير شبكات التواصل والهاتف على معدل الزيارات على الويب وقياس معدلات التحويل.



**Woopra**: يساعد أصحاب المواقع والتطبيقات على تتبع الزوار عبر أجهزة متعددة، وبناء جداول زمنية شاملة لكل مستخدم.



**Moz**: تمكن هذه الأدوات المستخدمين من مراقبة الشبكات الاجتماعية وإدارة حملات تحسين محركات البحث.





## أخطاء لا ينبغي أن ترتكبها في التسويق بالمحتوى

التسويق بالمحتوى هو أن تقوم بتثقيف الناس حول أمور ذات صلة بما تقدمه، حتى يتعرفوا عليك ويحبوك ويثقوا بك بما يكفي للتعامل معك، ولكن القيام بذلك ليس بالأمر الهين، لذلك يرتكب المسوقون الكثير من الأخطاء في التسويق بالمحتوى، ما قد يؤدي إلى إضعاف استراتيجياتهم التسويقية، إليك أهم الأخطاء الشائعة في التسويق بالمحتوى، والتي ينبغي أن تتجنبها:



# 1. السياسة خط أحمر في التسويق بالمحتوى

عام 2017 أطلقت شركة **بيبيسي** حملة إعلانية جديدة من خلال التسويق بالفيديو، وهو واحد من الاتجاهات الأكثر شعبية في التسويق بالمحتوى، في وقت كانت فيه **الولايات المتحدة** تعاني من اضطرابات بين **الشرطة والمتظاهرين** بسبب **مقتل مواطن أمريكي** من أصول إفريقية، حيث ظهرت عارضة أزياء تدعى **«كيندال جينر»** في الفيديو الترويجي تقتحم صفوف المتظاهرين وتقدم زجاجة مشروب **بيبيسي** لشرطي، ما جعله يبتسم وهو يتناول المشروب.

كان مشهد العارضة **«جينر»** التي تقترب من الشرطة يشير بوضوح إلى الصورة الرمزية **إيشيا إيفانز**، وهي امرأة من **أصول إفريقية** وقفت في وجه شرطة مكافحة الشغب المدرعة بشدة، خلال احتجاج على ما يتعرض له الأمريكيون من أصول إفريقية من اضطهاد، في أعقاب إطلاق النار على رجل أمريكي من أصول إفريقية يدعى **«ألتون ستيرلينغ»** من قبل الشرطة الأمريكية عام 2016. أثار الفيديو ضجة كبيرة على شبكات التواصل، اتهمت الشركة بالعنصرية ومحاولة الاستخفاف بما يمر به أصحاب البشرة السمراء في الولايات المتحدة، ما اضطرت الشركة للاعتذار وسحب الحملة قائلة في بيان أنها كانت تحاول عرض رسالة عالمية من الوحدة والسلام والتفاهم.

## 2. أن تكون غير مطلع على اتجاهات التسويق بالمحتوى الجديدة

فينبغي على المسوقين التكيف باستمرار مع أحدث الاتجاهات التي توجه هذه الاستراتيجية، فإتجاهاته تشهد صعودا وهبوطا مستمرين بحسب تفضيلات جمهور العملاء، ما كان مناسباً اليوم سيكون غداً غير مناسب، وما استقطب العملاء هذا الموسم من المحتمل أن يستقطبهم أكثر في الموسم المقبل. فمثلاً من بين الاستراتيجيات الحديثة في هذا المجال: **التسويق بالموثرين؛ التسويق بفيديو البث المباشر.**

**3. تقديم محتوى ضعيف:** يشمل المحتوى الضعيف ذلك المحتوى الذي لا يقدم الإجابات المناسبة أو أي فائدة للعملاء.

**4. تجاهل أنواع التسويق بالمحتوى الأخرى:** التنويع في استخدام استراتيجيات مختلفة من التسويق بالمحتوى، يسمح لك باستهداف قطاع عريض ومتنوع من جمهور العملاء على اختلاف أعمارهم وأذواقهم وتفضيلاتهم، ويمكن استخدامه لتوجيه العملاء المحتملين، التركيز على نوع واحد أو نوعين، سيسمح باستهداف شريحة محددة من العملاء، لذلك ينبغي أن تسعى للتنويع.

# Content Marketing



## نتيجة

الدراسات الحديثة تقول أن **80%** من  
القرارات الشرائية للعميل على الانترنت تبدأ  
و تتأثر بالمحتوى.



*Thank You for listening*



*Thank You for listening*