

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 03: التسويق عبر محركات البحث (SEM)



DIGITAL MARKETING



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

المقياس: تطبيقات في التسويق الرقمي

شركات كبرى تتسابق بملايين الدولارات لجذب عيون الناس وعدم انصرافهم عن النظر إليها في الإنترنت وهو ما جعل **التسويق على محركات البحث** مهماً أكثر من أي وقت مضى باعتباره الطريقة الأكثر فاعلية للترويج لمنتجات الشركات و تنمية تجارتهم.



Search Engine Marketing

خطة المحاضرة

1. تعريف التسويق عبر محركات البحث **SEM**
2. مفهوم صفحات نتائج محرك البحث (SERP)
3. ما هو الفرق بين تحسين محرك البحث **SEO** و **SEM**؟
4. أهمية التسويق عبر محركات البحث (SEM)
5. فوائد التسويق عبر محركات البحث
6. كيف يعمل التسويق عبر محركات البحث **SEM**؟
7. أفضل أدوات التسويق عبر محركات البحث **SEM**





تعريف التسويق عبر محركات البحث



التسويق عبر محركات البحث (SEM) هو أحد أكثر الطرق فعالية في تسريع نمو الأعمال في سوق تتزايد فيه المنافسة مع ملايين المنافسين.

يعرف **التسويق عبر محركات البحث** أنه هو **الوسيلة التسويقية** التي تقوم بعمليات **التسويق الإلكتروني** المختلفة عبر محركات البحث العالمية والتي تعطي الكثير من النتائج التسويقية المميزة ومنها الوصول إلى أكبر قدر من العملاء المستهدفين والتسويق بفعالية تامة لكثير من المنتجات والسلع والعمل على **تحسين نتائج المواقع الإلكترونية** في محركات البحث المتنوعة والمختلفة



التسويق عبر محركات البحث (SEM) هو استخدام الإعلانات المدفوعة لعرض موقع الويب الخاص بالشركة على صفحات **SERP** مثل: Google و Bing ومحركات البحث الأخرى.

تستخدم محركات البحث **نظام المزاد**، حيث يمكن لمالكي مواقع الويب المزايمة على الكلمات الرئيسية التي يمكن استخدامها كمصطلحات بحث من قبل مستخدمي محركات البحث عندما يبحثون عنها منتجات أو خدمات.

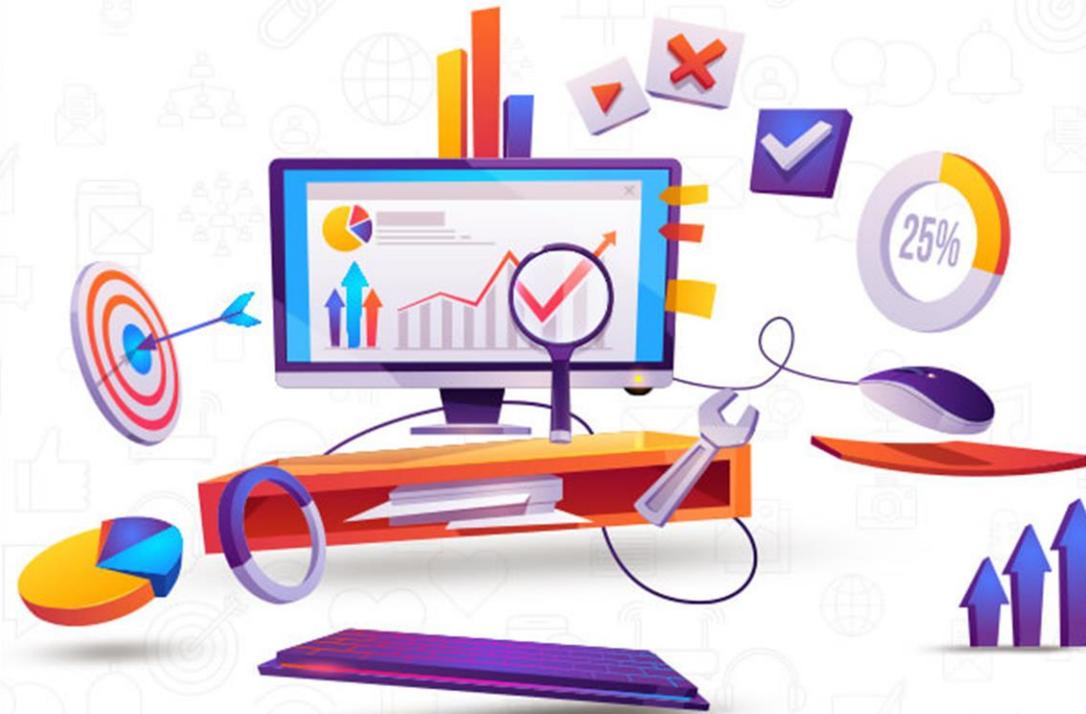
تعد هذه الخدمة الإعلانية المدفوعة في الواقع أكبر مصدر لإيرادات Google، ويمكن أن تكون طريقة رائعة لنشاط تجاري جديد للحصول على قوة جذب، حيث ستظهر النتائج المدفوعة في مواقع بارزة في نتائج **SERP**.

مفهوم صفحات نتائج محرك البحث (SERP):

Search Engine Result Page

صفحات نتائج محرك البحث: عبارة عن صفحات ويب يتم عرضها للمستخدمين عند البحث عن شيء عبر الإنترنت باستخدام **محرك بحث**، مثل جوجل. يدخل المستخدم طلب البحث غالباً باستخدام عبارات محددة تعرف بـ **(الكلمات الرئيسية أو الكلمات المفتاحية)**، والتي يعرضها عليه محرك البحث في هيئة صفحات ونتائج SERP.

ما هو الفرق بين تحسين محرك البحث SEO و SEM؟



ما الفرق بين
SEO-SEM

Search engine optimization

■ يشير مصطلح SEM إلى الحملات الإعلانية المدفوعة التي تظهر النتائج في SERPs، بينما يشير SEO إلى الأنشطة التي تزيد من احتمال ظهور موقع الويب في النتائج الأساسية على SERP.

□ يستخدم SEM التكتيكات المدفوعة للوصول إلى ترتيب عالي في SERPs وزيادة التعرف على البحث للمساعدة في تحفيز الزيارات إلى الموقع الإلكتروني، أو صفحات ويب محددة. ومن الأمثلة على هذه التكتيكات ضبط الإعلانات وتحسينها بالإضافة إلى تحديد ميزانية تدفع مقابل موضع ظهور الإعلانات.

□ تحسين محرك البحث SEO عبارة عن استراتيجية تسويق مهمة يمكن أن تساعد الماركات على جذب انتباه المستهلك، وزيادة الزيارات على الموقع الإلكتروني، وتنمية النشاط التجاري.

- يعد SEM طريقة رائعة للحصول على موقع جديد لبدء سريع، أو لإنشاء موقع حالي لتوليد عدد كبير من الزيارات بسهولة.
- SEO هي إستراتيجية طويلة المدى يمكنها توفير حركة مرور مجانية لفترة طويلة جداً.

■ يعتبر كل من SEM و SEO جزءاً مهماً من أي إستراتيجية للتسويق عبر الإنترنت.

SEO

Search Engine Optimization

MEDIA

RANKING

WEB DESIGN

KEYWORDS

ANALYSIS

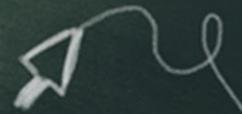
MARKETING

CONTENT

WEB

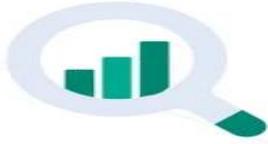
STRATEGY

SOCIAL NETWORK



ما هو التسويق بالبحث؟

التسويق بالبحث هو أي استراتيجية متبعة من الشركات لزيادة



زيادة مرور الناس على المحتوى والخدمات



تحسين ترتيبها في نتائج البحث

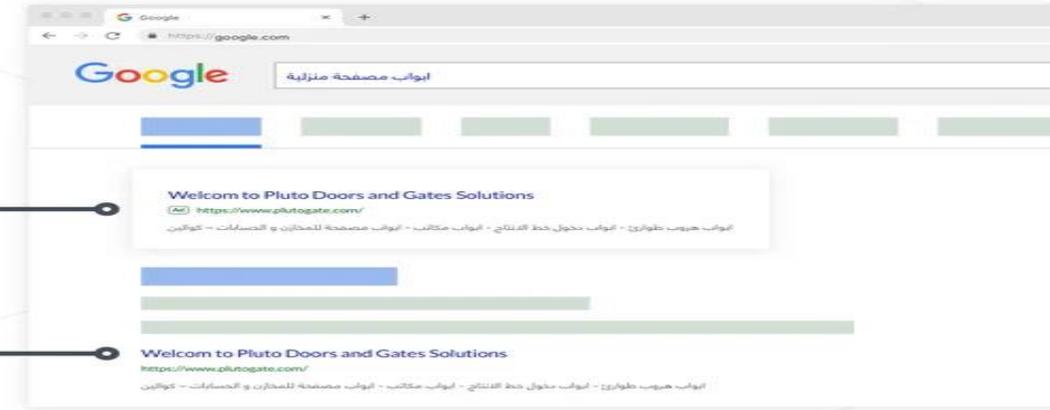


رؤيتها أولا عند البحث

تسويق عبر محركات البحث
استراتيجيات مدفوعة للظهور



تحسين محركات البحث
استراتيجيات وآليات لزيادة
الظهور الطبيعي وتحسين الظهور



التسويق بالبحث



أهمية التسويق عبر محركات البحث (SEM)

يعد SEM أو التسويق عبر محركات البحث أحد أكثر طرق التسويق الرقمي الفعالة **لتنمية الأعمال والوصول إلى عملاء جدد.**

فمن الأهمية أن تستخدم استراتيجيات طبيعية لجذب حركة المرور على المدى الطويل، في بعض الأحيان، **لا يمكن التنافس بشكل صحيح على نتائج البحث** بدون أن توضع **ميزانية للتسويق والاعلان عبر محركات البحث.**

نظرًا لأن 35% من عمليات البحث عن المنتجات تبدأ على Google، بينما يستمر متوسط بحث Google لمدة دقيقة واحدة فقط، فمن المهم ظهور الخدمات او المنتجات الخاصة بالشركات في أعلى نتائج محركات البحث عندما يقوم المستخدم بالبحث عنه.

• فعندما مثلا يقوم المنافسين للشركة بالدفع لضمان ظهور منتجاتها فوق منتجات شركة ما، في هذه الحالة فمن المهم أن تستثمر المال والوقت في استراتيجيات التسويق عبر محركات البحث.

• يستخدم التسويق عبر محرك البحث، إعلانات مدفوعة لضمان أن تكون منتجات الشركات أو خدماتها مرئية في الصفحات الأولى لنتائج البحث.

• عندما يكتب مستخدم ما عبارة بحث معينة، يمكن للنشاط التجاري لشركة ما الظهور ضمن النتائج الأولى.

فوائد التسويق عبر محركات البحث

ما هي أهم فوائد التسويق عبر محرك البحث؟



تتلخص فوائد التسويق عبر محركات البحث في الآتي:

- سرعة الوصول إلى العملاء.
- نشر العلامة التجارية بشكل أوسع.
- استهداف أفضل لشرائح العملاء المستهدفة.
- زيادة حركة المرور على الموقع عن طريق الظهور أعلى نتائج البحث.
- إمكانية إدارة الجدول الزمني للإعلانات بسهولة.
- يمكن مطابقة الإعلان مع الكلمات الرئيسية واستهداف الجماهير من خلالها.
- تظهر الإعلانات مجاناً ولا يتم محاسبتك إلا عند اتخاذ إجراء من قبل العملاء.
- تحليل وقياس الأداء والتعديل للوصول لأفضل نتيجة.





ومن أهم فوائد التسويق عبر
محركات البحث كشركة معلنة
هي إتاحة الفرصة لوضع
إعلانات الشركة أمام عملائها
الذين يبحثون عنها ويتحمسون
للشراء منها ومستعدين لإجراء
عملية شراء فورية لذا على
الشركة أن تكون في انتظارهم
لأن العملاء لا ينتظرون في
عالم محموم بالتنافس ولا توجد
في الحقيقة وسيلة أفضل من هذه
في فعاليتها وقوتها تستطيع أن
تقوم بها.

كيف يعمل التسويق عبر محركات البحث SEM؟

تعتمد الإعلانات عبر محركات البحث على **نظام المزادات**، في هذا المزاد، هناك عاملان رئيسيان يجب مراعاتهما لكي تتفوق:

• **التكلفة القصوى للنقرة (تكلفة النقرة).**

• **مدى ملاءمة الإعلان بعملية بحث المستخدم.**

في **نظام المزاد**، يتنافس المعلنون (الشركات) مع بعضهم البعض للحصول على ترتيب أعلى في صفحات نتائج البحث، وكل من يقدم عوامل أفضل من الآخر في المزاد هو الفائز ويحتل مرتبة أعلى في نتائج البحث.

ذلك لا يعني عرض سعر ثلاثة دنانير لكل نقرة منك ودينارين لكل نقرة من قبل المنافس أنك أنت الفائز، يجب عليك أيضا مراعاة حقيقة أن **المحتوى** ذات صلة يلعب دورا أساسيا في هذه العملية.

أفضل أدوات التسويق عبر محركات البحث SEM



SEMRUSH

SEM Rush -01

واحدة من أقوى أدوات التسويق عبر محركات البحث SEM وأيضا SEO، تسمح أداة **SEM Rush** بإجراء عملية بحث شاملة للكلمات الرئيسية ومعرفة ترتيب الكلمات المفتاحية ومراجعات الموقع وتحليل حركة الزوار.

SEM Rush: هي أداة رائعة للحصول على فرصة جديدة للترتيب عبارات البحث الطويلة، ولكن بالإضافة إلى ذلك يمكن استخدام الأداة في عملية الاعلانات عبر محركات البحث SEM.

فعلى سبيل المثال، يمكن استخدام SEMRush لمعرفة عبارات البحث الرئيسية التي يركز عليها منافسيك، وتحليل مواقعهم الجغرافية، لمعرفة الميزانية التسويقية التي تحتاجها للكلمات الرئيسية. يمكن أيضا من خلال أداة SEMRush من اكتشاف منافسيك المدفوعين ومعرفة الكلمات الرئيسية التي يستخدمونها في حملاتهم الإعلانية، ودراسة تركيبة إعلاناتهم.

Google Trends



Google Trends -02

يتيح Google Trends معرفة معدلات البحث لكلمة رئيسية معينة عبر منطقة أو لغة، مما يمكن الشركات من تحديد عبارات البحث التي يجب عليها الاهتمام بها. نظرا لأن الشركات لا ترغب في وضع المال وراء كلمة رئيسية تتناقص شعبيتها، فهذه أداة مفيدة بشكل لا يصدق لجهود (SEM) الخاصة بك. فمثلا إذا كانت الشركة تعمل في مجال التجارة الإلكترونية، فإن القدرة على قياس الاهتمام بمنتجاتها أو خدماتها في منطقة جغرافية معينة تعتبر بلا شك قوية لضمان تخصيص جهودها المدفوعة لمواقع محددة، مما يوفر لها المال على المدى الطويل.

Google Trends





Keyword Tool

Keywordtool.io -03

واحدة من أكثر المميزات في أداة **Keywordtool.io** للكلمات المفتاحية هي قدرتها على عرض معدلات البحث من **Google** و **Bing** و **YouTube** و **Amazon** وغيرها الكثير من المنصات، حتى تتمكن الشركات من تقسيم عملها على منصات تسويقية مختلفة واستهداف أفضل المنصات التي تناسبها. بالإضافة إلى ذلك، يمكن للشركة استخدام الأداة لتحليل اتجاهات البحث على **Google**، لضمان زيادة شعبية كلماتها الرئيسية المطلوبة وسوف تستمر في خدمتها على المدى الطويل.



Google Ads



KEYWORD PLANNER

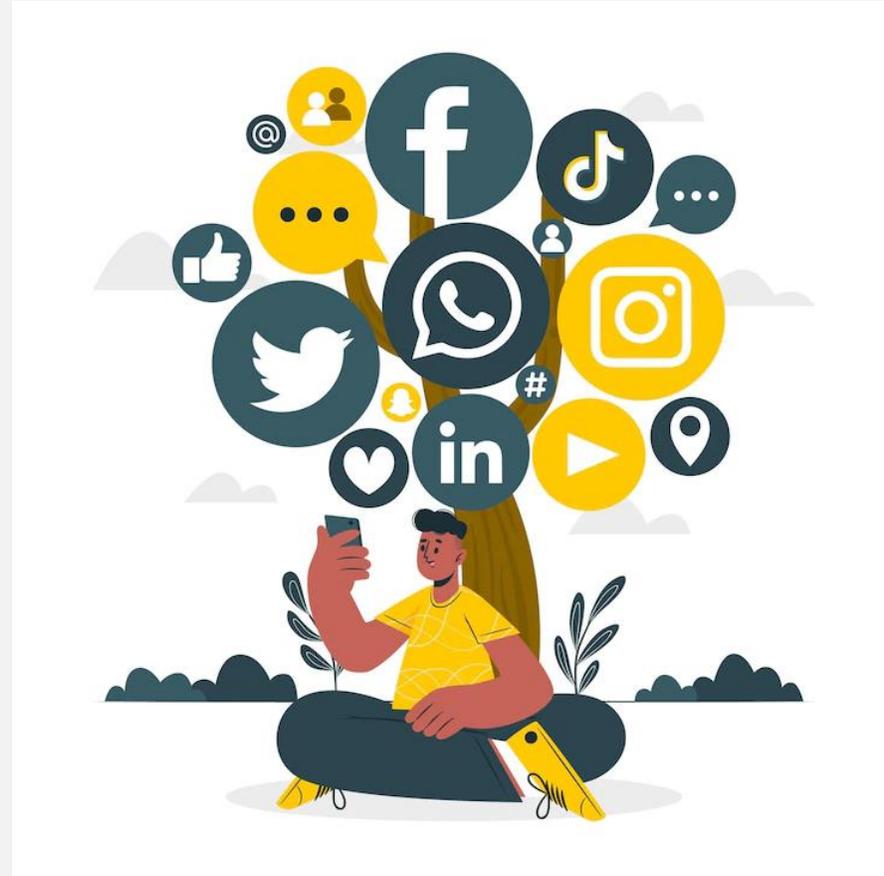
Google Ads Keyword Planner -04

نظراً لأن Google هي المكان الذي ترغب الشركات في ظهور إعلاناتها فيه، فمن المنطقي أن تفكر في استخدام **Google Ads Keyword Planner** للبحث في الكلمات المفتاحية ذات الصلة بنشاطها التجاري، وتتبع كيفية تغيير احجام البحث بمرور الوقت. تساعد أداة Google Ads Keyword Planner في تضيق نطاق الكلمات الرئيسية الممكنة لضمان اختيار الكلمات الأكثر تأثيراً على عمل الشركة. ستقدم الأداة أيضاً تقديرات عروض الأسعار لكل عبارة رئيسية، حتى تتمكن من تحديد الكلمات المفتاحية التي تتناسب مع الميزانية الإعلانية للشركة.

Google Ads



KEYWORD PLANNER



Thank You for listening