

المحاضرة رقم 03: التسويق عبر محركات البحث (SEM)

أولاً: تعريف التسويق عبر محركات البحث (SEM)

- 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 أحد أكثر الطرق فعالية في تسريع نمو الأعمال في سوق تتزايد فيه المنافسة مع ملايين المنافسين.

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

ثانياً: 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.

ثالثاً: الفرق بين تحسين محرك البحث (SEO) و (SEM)

(SEO): Search Engine Optimization

(SEM): Search Engine Marketing

1. 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).
2. 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.
3. 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.
4. يعد (SEM) طريقة رائعة للحصول على موقع جديد لبدء سريع، أو لإنشاء موقع حالي لتوليد عدد كبير من الزيارات بسهولة .

محاضرات في مقياس تطبيقات في التسويق الرقمي سنة أولى ماستر تسويق المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله

5. (SEO) هي إستراتيجية طويلة المدى يمكنها توفير حركة مرور مجانية لفترة طويلة جدا.

رابعاً: فوائد التسويق عبر محركات 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 اللذين 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.

خامساً: 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 ملائمة 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 انت الفائز، يجب عليك أيضاً مراعاة حقيقة أن المحتوى ذات صلة يلعب دوراً أساسياً في هذه العملية. وعليه فآلية عمل التسويق عبر محركات البحث تتم كما يلي:

1. يتم تحديد الكلمات المفتاحية من المعلن والتي يبحث عنها الجمهور والتي سيتم إطلاق الإعلان من خلالها.
2. يحدد المعلن الميزانية التي سيدفعها مقابل كل نقرة في مزيدة بينه وبين المنافسين ومن يدفع أكثر سيظهر إعلانه في الأعلى.
3. بضغط المستخدم على الإعلان، سوف تدفع القيمة التي حددتها لكل نقرة، سواء اشترى العميل أو لم يشتري.