

مواقع التواصل الاجتماعي والتسويق التجاري

"دراسة في الأهمية والمميزات"

حاسي مليكة

كلية العلوم الاجتماعية ، قسم علوم الإعلام والاتصال .جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم-

مقدمة :

المنظم لمواقع الشبكات الالكترونية على الإنترنت كالفيسبوك التويتير والمائيسبيس واليوتوب .." ومن خلال هذا نطرح الإشكالية التالية التي تكون على أساسها الدراسة :

"فيما تمثل أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الا وكيف يمكن لإدارة التسويق استغلال هذه الآلية لبلوغ الهدف المطلوب ؟ "

ومعالجة هذه الإشكالية سنتطرق في دراستنا هذه إلى مجموعة من العناصر المهمة :

- 1) مدخل مفاهيمي للتسويق عبر الإنترنت
- 2) مفهوم مواقع التواصل الالكترونية
- 3) الخصائص التسويقية لمواقع التواصل الالكترونية
- 4) أهمية مواقع التواصل الالكترونية في المجال التسويقي
- 5) نماذج عن تسويق لمؤسسات عبر مواقع التواصل الالكتروني (الفيسبوك - التويتير)

1) تعريف التسويق عبر الإنترنت :

يعرف التسويق الالكتروني على انه احد الأساليب المعاصرة في إمداد جسور التواصل بين البائع والمشتري لتسويق السلع والخدمات عبر شبكة الانترنت⁽¹⁾ حيث يعتبر التسويق عبر الانترنت من احدث المفاهيم التي لاقت اهتماما كبيرا في أدبيات الفكر التسويق المعاصر، فهو يعبر عن مجموعة الأنشطة التسويقية التي تعتمد على الوسائط الالكترونية وشبكات الآلية والانترنت،⁽²⁾ فهو إدارة التفاعل بين المنظمة والمستهلك في فضاء البيئة الافتراضية من اجل تحقيق المنافع المشتركة، والبيئة الافتراضية للتسويق الالكتروني تعتمد بصورة أساسية على تكنولوجيات الانترنت، فان عملية التسويق الالكتروني لا تركز بالضرورة على بيع منتجاتها إلى المستهلك، بل تركز على إدارة العلاقات بين المنظمة وعناصر البيئة الداخلية والخارجية.⁽³⁾ إن عمر التسويق عبر الانترنت هو ما يقارب الـ70 عاما، ففي منتصف الأربعينيات كانت هنالك شركة تدعى California Vitamins، والتي انتبعت إلى إن أغلب زبائنها هم من أقارب وأصدقاء موظفيها. واكتشفت هذه الشركة أيضا أنه من الأفضل أن يكون لديك كشركة عدد أكبر من المروجين يروجون لأعداد صغيرة من الناس، بدلا من القلة التي تحاول الترويج لأكثر عدد ممكن من الناس. ولذلك، قررت

يعتبر التسويق احد أهم الأساليب التي تعتمد عليها المؤسسات الاقتصادية والتجارية لتقرب من محيطها الخارجي حيث يساعدها في تحقيق عائد استثماري كبير وحصد أرباح طائلة وذلك من خلال جلب العميل والترويج لمنتجاتها، ومع التطور التكنولوجي وظهور أهمية الانترنت في جميع المجالات تطور مفهوم التسويق وأصبح يعرف بالتسويق الالكتروني، حيث أصبح المسوقين يعتمدون على الآليات التي تتيحها شبكة الانترنت للمجال الاقتصادي وذلك من خلال المواقع الالكترونية، البريد الالكتروني، صفحات الويب، المنتديات فخصصت الشركات مختصين في هذا المجال للقيام بالعمليات الالكترونية التسويقية وهذا لتحقيق الأهداف التسويقية للمؤسسة، كما ظهرت مواقع الدردشة ومواقع التواصل الالكترونية الفيسبوك والتويتير والتي ظهرت أهميتها الكبيرة في جميع المجالات وخاصة في المجال الاقتصادي مما أدى بالعديد من المؤسسات باستغلال هذه الآلية في عملياتها التسويقية ولتطوير علاقاتها مع محيطها الخارجي وهذا بإنشائها صفحات على هذه المواقع لتكون منبرا لإعلاناتها وطريقة تتواصل بها مع عملائها وزبائنها بالنص والصورة والفيديو .

إشكالية الدراسة :

شكلت مواقع التواصل الاجتماعي نوافذ مفتوحة على العالم بكل أبعاده، وصنعت لها دور كبير في الحياة و ذلك لتعزيز ثقافة التواصل داخل عالم افتراضي علائقي تحكمه التقنية بوسائطها المتعددة، وهذا ما أكد عليه "مارشال ماكلوهان" في قوله أن العالم أصبح قرية كونية محدودة المعالم والأبعاد، ويمكن اصغر من ذلك، حيث أصبح بناية مقسمة إلى غرف كل منطوي في غرفته منعزل عن محيطه الخارجي إلا انه يعلم أهم التفاصيل عنه، فأصبحت مواقع التواصل الالكترونية من بين الآليات الجديدة التي تعتمد عليها المؤسسات الاقتصادية والتجارية لتمرير رسائلها وإعلاناتها لجمهور واسع ومتباين إلى مختلف أنحاء العالم لأنها طريقة سهلة ومتميزة تمكن المؤسسة من التواصل الدائم مع جمهورها، فان دور الإعلام الالكتروني في عمل المؤسسات قد تزايد بشكل سريع جدا في الآونة الأخيرة، لهذا بدأت الشركات بإطلاق حملات تسويقية على مواقع التواصل الاجتماعي لتعريف بمنتجاتها بفاعلية أكبر ولزيادة عملية التواصل بينها وبين زبائنها وهذا ما يعرف بتنمية العلاقات العامة عن طريق الاستخدام

خلال استمرار تفاعل الأعضاء فيما بينهم.⁽⁷⁾

ويعرفها حمزة عثمان عمر بقوله: " هي مواقع تشكل مجتمعات إلكترونية ضخمة، وتقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات والوسائل المقدمة مثل التعارف والصدقة، والمراسلة والمحادثات الفورية، وإنشاء مجموعات اهتمام وصفحات للأفراد والمؤسسات المشاركة في الأحداث والمناسبات، ومشاركة الوسائط مع الآخرين كالصور والفيديو والبرمجيات".⁽⁸⁾ ومن بين أهم وابرز مواقع الشبكات الاجتماعية مايلي:

• **فيس بوك : Facebook** : تم اطلاقه في فيفري سنة 2004، يتبع لشركة تحمل الاسم نفسه، مؤسسه يدعى مارك زكربيرغ، Zuckerberg، قام بتأسيسه حين كان طالبا بجامعة هارفارد، وكان الموقع عند اطلاقه مخصصا لطلبة الجامعة المذكورة فقط، ومن ثم تم توسيعه ليشمل جميع الجامعات بمختلف القارات، ليصبح الموقع العالمي الاكثر شهرة. يسمح هذا الموقع لمستخدميه بتكوين عدة شبكات فرعية، والانضمام إليها، من نفس الموقع وتتمحور الشخصيات التي تنتمي إليها عادة في دائرة فئة معينة، مثل كونهم من مهنة محددة، أو منطقة جغرافية معينة أو كلية أو مدرسة معينة، وغيرها من التجمعات والاماكن التي تساعد المستخدم على التعرف على المزيد من الاصدقاء والاشخاص الذين ينتمون أو يتواجدون في نفس فئة الشبكة. أما عنوان الموقع فهو facebook.com.⁽⁹⁾

- **الفيس بوك والتسويق** : تسمح لك بنشر أي قدر من المعلومات حول منتجك، إضافة إلى أشرطة فيديو أو صور دون حدود معينة. كما أنها تعرض المنشور الترويجي مباشرة بعد نشره في الصفحة الرئيسية لعدد من المعجبين ما يجعلها الشبكة الاجتماعية المفضلة لكثير من الموسيقيين.⁽¹⁰⁾

• **لتويتتر Twitter**: شبكة اجتماعية تمكن مستخدميها من ارسال وقراءة النص القائم على المشاركات، والمحدد بمائة وأربعين حرف كأقصى تقدير، وتسمى الرسالة ب: twitt أي التغريدة. أنشأ الموقع في مارس 2006 من قبل "جاك دورسي"، يتمتع الموقع

الشركة أن تشجع مروجيها بالترويج عن منتجاتها بشكل أكبر، وأعطت هؤلاء الحق في دعوة مروجين جدد للشركة من أقرانهم وأصدقائهم، في المقابل قامت الشركة بمكافأة هؤلاء المروجين بعمولات على حسب المبيعات التي قام بها فريقهم ككل. ومن هنا، شهدنا ولادة تجارة جديدة تدعى التسويق الشبكي. بعد ذلك وفي عام 1959 تحديدا قام اثنان من المسوقين المستقلين لشركة California Vitamins، والتي قد غيرت مسماتها إلى NutraLife، بإنشاء شركة خاصة بهما تعتمد كلياً على التسويق الشبكي في تسويقها لمنتجاتها، وتمت تسميتها بـ AmWay. كان اسم مؤسسين هذه الشركة Rich DeVoss و Jay Van Andel.

2) مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي :

توفر الانترنت مواقع التواصل الالكترونية التي تعد منبر للتخاطب (Chat)، فهي فضاء اجتماعي للاتصال والمشاركة وتبادل الأفكار بين عدد كبير من الأفراد فهي معروفة بالفضاء الاجتماعي التفاعلي. ومن بين المواقع الاجتماعية هناك الفيسبوك، المايسيس، التويتير.....

المواقع الاجتماعية مواقع ظهرت مع الجيل الثاني للويب تتيح فرصة التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم اهتمام أو شبكات انتماء.⁽⁴⁾ "وحسب الباحثين بويد وأليسون يرى أن المواقع الاجتماعية هي صنف من المواقع تقدم خدمات تقوم على تكنولوجيا الواب تتيح للأفراد ملمح متاح للعموم يتم من خلالها بناء علاقات إجتماعية، لهذا يفضل الباحثين تسميتها بمواقع الشبكات الاجتماعية social network sites".⁽⁵⁾ كما يمكن أن نعرف المواقع الاجتماعية في المجال التسويقي على أنها آلية تسويقية حديثة يعتمد عليها مسؤولي التسويق والعلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية للتواصل مع جمهورهم بغية تحقيق أهداف ترويجية تسويقية للمنتجات سواء كانت مادية أو فكرية. وهذا باستخدام تقنيات المزيج التسويقي الالكتروني.

وقد تعددت تعريفات مواقع الشبكات الاجتماعية وتختلف من باحث إلى آخر، فقد عرفها بالاس Balas بأنها: " برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الإنترنت، أين يمكن للأفراد أن يتصلوا ببعض البعض لعدد من الأسباب المتنوعة"،⁽⁶⁾ وتتكون هذه الشبكات من مجموعة من الفاعلين الذين يتواصلون مع بعضهم ضمن علاقات محددة، مثل صداقات، أعمال مشتركة، أو تبادل معلومات وغيرها، وتتم المحافظة على وجود هذه الشبكات من

بشعبية كبيرة هو الآخر، حيث بلغ عدد مستخدميه 200 مليون مستخدم عام 2011.⁽¹¹⁾

- **التويتير والتسويق:** يسمح للشركات بالترويج لمنتجاتهم على مستوى فردي. حيث يمكن شرح الية عمل المنتج او طريقة إستعماله أو وصف بسيط عنه في رسائل قصيرة, تجعل من الاسهل على المتابعين قراءتها . يمكن للمسوق أيضا أن يقوم بإستخدام روابط, صور أو فيديوهات للترويج لمنتجه عبر تويتير.⁽¹²⁾

• **اليوتيوب: youtube** : انطلق موقع الفيديو الأول على الصعيد العالمي "يوتيوب" في 5 فبراير 2005 على يد ثلاثة موظفي paypal وهم **تشارد هيرلي** هو شاب جامعي قام بتصميم شعرها، **ستيف تشين** الشاب الجامعي و **جواد كريم** وهو صاحب أول فيديو تم رفعه على اليوتيوب، وكانت فكرة إنشائه في مدينة سان برونو كاليفورنيا الو.م.أ عندما كان الأصدقاء في حفلة لأحد الأصدقاء والتقطوا مقاطع فيديو وأرادوا أن ينشروها بين زملائهم ولم يستطيعوا إرسالها عبر الايميل ومن هنا بدأت تتبلور فكرة موقع لإرفاق أفلام الفيديو على شبكة الانترنت.⁽¹³⁾ يتيح اليوتيوب محتوياته للجميع كما بإمكان أي كان إضافة مقاطع فيديو للموقع كما يمكن مستخدميه المسجلين من تقييم الفيديوهات التي يشاهدونها والتعليق عليها أو إضافتها للمفضلة ضمن صفحته الشخصية او إرسالها للأصدقاء كما بالإمكان إرساله على أشهر الشبكات الاجتماعية كالفايس بوك والتويتير

- **موقع اليوتيوب والتسويق:** إحصائيات هذه الشبكة الاجتماعية مثيرة جدا. حيث يحصل اليوتيوب على مليار زائر فريد شهريا بمعدلة ساعة مشاهدة واحدة شهريا لكل إنسان على كوكب الارض وهي 6 مليار ساعة من الفيديو يتم مشاهدتها شهريا من جميع أنحاء العالم. ويتم رفع 100 ساعة من الفيديوهات كل دقيقة. وقد تكون أقوى شبكة تسويقية إذا كان المسوق يستخدم الفيديو في الترويج لمنتجه. حيث يمكن من خلال هذه الشبكة الوصول الى ملايين الاشخاص حول العالم إذا تم إستخدامها بالشكل الصحيح.⁽¹⁴⁾

3) خصائص العامة لمواقع التواصل الاجتماعي :

تتيح مواقع التواصل الاجتماعي الخصائص والميزات التالية:

1. **المشاركة:** فهي تشجع على المساهمات وردود الفعل (التعليقات) من أي مهمتهم، وتلغي الحد الفاصل بين وسائل الاعلام و المتلقين.

2. **الانفتاح:** معظم شبكات التواصل الاجتماعي عبارة عن خدمات مفتوحة لردود الفعل و المشاركة و تبادل المعلومات والتعليقات، ونادرا ما يوجد حواجز أمام الوصول الى المحتوى والاستفادة منه.

3. **المحادثة:** تعتمد شبكات التواصل الاجتماعي على المحادثة باتجاهين، بعكس وسائل الاعلام التقليدية التي تعتمد مبدأ بث المعلومات ونشرها باتجاه واحد لجميع المتلقين.

4. **التجمع:** تتيح شبكات التواصل الاجتماعي امكانية التجمع بسرعة والتواصل بشكل فعال ويربط تلك التجمعات اهتمامات مشتركة مثل حب التصوير الفوتوغرافي، القضايا السياسية وغيرها.⁽¹⁵⁾

5. كما تركز الشبكات الاجتماعية هذه على حرية الرأي و التعبير و لكن كفاعل منتصر لا كفاعل منهزم أي كفاعل ايجابي انفلتت افكاره ومواقفه من سلطة الرقابة.⁽¹⁶⁾

- الخصائص التسويقية لمواقع التواصل الاجتماعي :

من خلال احتكاكنا الدائم بمواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك والتويتير وملاحظتنا العلمية لها، استخلصنا مجموعة من الخصائص التسويقية التي تتمتع بها الشبكات الاجتماعية واهما فيما يلي :

- تعدد المستخدمين، تنوع اهتماماتهم، جنسياتهم واختلاف لغاتهم .

- سهولة التواصل مع المستخدمين بالرغم من البعد الجغرافي وهذا يمكن المسوق من سهولة استهداف العملاء المحتملين.

- المواقع الاجتماعية تمكن المؤسسات من إشهار منتجاتها عن طريق النص الصورة والفيديو مما يجعل المستخدمين أكثر تفاعلا معها فتصبح المؤسسة شعبية كبيرة وبهذا يتحولون إلى عملاء، فان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل صحيح في العملية التسويقية سيحقق النفع للمؤسسة مما يؤدي إلى زيادة المبيعات وكسب سوق الكتروني جديد.

- يتيح فرصة التفاعل بسهولة كبيرة مع المستخدمين حيث يستطيع المسوق الإجابة على كل أسئلتهم وانشغالهم المتعلقة بالمؤسسة ومنتجاتها مما يضمن الوصول السليم للرسالة.

- سهولة التعامل عن طريق هذه المواقع واستعماله في أي مكان وزمان بتكاليف وجهد اقل.

- يمكن المسوق القيام بدراسات السوق للتعرف على أذواق وحاجات المستهلكين

6. أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في المجال التسويقي وكيفية التعامل عليها:

إن تكنولوجيا مواقع التواصل الإلكترونية سهلة وفعالة لنقل الأفكار الشخصية والمؤسسية إلى السوق، وبهذه السهولة يمكن لأي شخص أن يخلق موقعا له خلال دقائق، فمعظم رجال العلاقات العامة والتسويق يعرفون أهمية هذه المواقع والعديد منهم يراقب ويسجل ما يقال عن منتجاته وشركته ورؤسائه من خلال هذه الوسيلة التي تزايد استخدامها لغايات تسويقية لأنها حققت نجاحا مذهلا فان وجود هذه المؤسسات على المواقع الإلكترونية تكسبها القدرة الهائلة على الاستفادة من ملايين الأصوات التي تصلها من المواقع لتسترشد بما " حيث يقول روبرت السنيتر توبي فلت انه لو كنت تعيش في كهف مغمض العينين مغلق الاذنين ففي 16 تموز 1995 فتحت Amazon.com أبوابها فعليا للعالم حيث لم ينفق مؤسسها جيف بيزوس في عملية التسويق لها ، وهذا عن طريق 300 صديق وافراد عائلته ممن جربو الموقع ان ينشرو خبره بين الناس فخلال شهر واحد فقط باعت Amazon الكتب في 50 ولاية و45 بلدا وحتت مليون دولار"⁽¹⁷⁾، لهذا يجب على المسوقين وأصحاب العلاقات العامة أن يستخدم المواقع الإلكترونية لثلاث أمور وهي :

- مراقبة مايقال عن المؤسسة ومنتجاتها وعن السوق الذي تباع له.
- المشاركة في النقاش الدائر بالتعليق عما يظهر على مواقع الآخرين.
- البدء في ابتكار وتشكيل موقع خاص بك.

من خلال مراقبة ما يقوله الناس عن المؤسسة وعن إنتاجها، تدرك أهمية الناس والمواقع التي يتبادلون الأفكار عن طريقها كما تالف سماع أصواتهم وآداب الحديث على هذه المواقع ، حيث انه من المهم أن يتعلم المسوق قواعد الدردشة وذلك بقراءة ما يكتب على تلك المواقع، وتلي ذلك خطوة إبداء بعض الآراء والتعليقات التي تكون مهمة لخدمة منتجك ولفت انتباه الأسواق التي ستتعامل معها وهكذا يبدأ التعرف عليك قبل أن تحتل موقعا خاصا بك وأخيرا عندما تشعر بالارتياح إلى التعامل عبر المواقع الإلكترونية تقوم بإنشاء موقع محادثة خاص بمؤسستك. حيث يقول غلين فانينك " لا تستخدم المؤسسات المواقع لقياس ما يجري حولهم ولفهم ما تعنيه المشاركة إن سمعة الإدارة مهمة لهذا يجب تقييم ما يدور على المواقع الإلكترونية لأنها التقنية الحديثة التي تتيح آراء وأهواء وأمزجة الناس عن طريق ما ينشر على مواقعهم، ويضيف أن على المسوق الاعتماد على التقنيات الحديثة نظرا للكلم الهائل من المعلومات التي توفرها المواقع الإلكترونية فهناك عدد لا يحصى من المعلومات والتعليقات

المفيدة متوافرة على تلك المواقع، لأنها طريقة فريدة للوصول إلى عقل ونبض المستهلكين ، فهي ارض خصبة للدراسة والتخطيط للمستقبل وهذا لفهم الواقع كما هو. حيث يجب على المسوقين استخدام المواقع للبحث عن مؤسستهم وكيف يراها الآخريين من حيث سمعتها اسمها ، منتجاتها وخدماتها واهم الكلمات والعبارات التي توصف بها حيث يبدأ الخبراء في تحليل ما يصلهم من معلومات حول ماركات معينة والتعرف إن كانت منتجاتك تذر أكثر أم اقل على المواقع ، وهل ما يقال عن المؤسسة ايجابي أم سلبي حيث يقول فانينك : أن الآراء التي تظهر على المواقع مهمة جدا لا يمكن اتخاذ قرارات بناء على ما تعتقده أنت حيث انك تحتاج أن تتخذ قرارات على ضوء ما يقوله الناس والآخريين عنك وما تتركه منتجاتك من اثر فيهم حيث أن دراسة وفهم ما تقدمه المواقع الإلكترونية مهما لكل الشركات لان المواقع الإلكترونية توفر تعليقات فورية مهمة ومجانية عن منتجاتك لتستخدمها وتستفيد منها. اكبر مثال عن قوة وأهمية المواقع الإلكترونية في عملية التسويق وجعل المستهلكين يؤمنون بمنتجاتك، حيث أن مؤسسة ماكدونالدز من اعرق الشركات في العالم ، وكونها شركة كبيرة ومشهورة فهذا يجعلها هدفا سهل المنال من طرف منافسيها ، حيث قدمت لها مجموعة من الانتقادات : أنها تسبب البدانة عند الأمريكيين وأنها تستخدم الفضلات ومواد ضارة بالصحة ... الخ فقررت الشركة فتح موقع تحادث الكتروني لتدير النقاش حول ما يتناول على سمعتها ومنتجاتها فراححت تظهر للملأ عن مدى اهتمام الشركة بالصحة والبيئة وان معظم منتجاتها والمواد التي تستعملها صديقة للبيئة ابتداء من المحافظة على الأسماك إلى مواد التغليف. فان المعلومات التي تصدر عن الموقع، مكتوبة بطريقة جيدة وذكية وهي تخضع للتحديث باستمرار فهي تحتوي على نوع من الدعاية لكنها في نفس الوقت تبدو على درجة عالية من الأصالة والمصداقية وهذه سمة من سمات التسويق عبر المواقع الاجتماعية⁽¹⁸⁾ زيادة الى هذا هناك مجموعة من الفوائد التي تتيحها مواقع التواصل الإلكترونية وتمثل في مايلي :

- **الظهور المتكرر:** هناك قول مأثور في عالم التسويق يفيد بأن المنتج يحتاج إلى الظهور من 6 إلى 8 مرات أمام عين الزبون قبل أن يقرر شراءه. ومن فوائد الإعلام الاجتماعي أنه يتيح إظهار منتجاتك لدى صفحات المشتركين بشبككتك الاجتماعية مرات عديدة، حيث تسنح لك الفرصة بأن تذكرهم بما لديك من عروض مرة تلو الأخرى، ما يسهم إلى حد بعيد في تسريع عملية التسويق.

3. يجب أن يحتوي موقعك على كل المعلومات الخاصة بمؤسستك ومنتجاتها .
4. تحديث محتوى الصفحة من فترة لأخرى لكي لا يمل الزائر من صفحتك التسويقية .
5. ساعد محتوى موقعك على التحول بين الجميع، والمقصود بذلك أن تقوم بنشر محتويات موقعك على شكل ملفات PDF أو ملفات فيديو ليتم تبادلها بين الناس.
6. كسب أصدقاء على هذه المواقع والقيام بتبادل الروابط معهم ليتم نشر موقعك، ولا تنسى استخدام تقنية RSS ليتم نشر محتوى موقعك بشكل واسع على الانترنت.⁽²¹⁾
7. نماذج عن التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي لبعض المؤسسات :
 - أ. أمثلة من شبكة الفايبيوك :
 1. **صفحة Zara:** تعد مؤسسة ZARA من بين المؤسسات الرائدة في عالم الموضة فهي سلسلة من المحلات التجارية التي تنتهي الى مجموعة اندتكس الاسبانية اسسها امانسيو اورتيجا ، تطلق حوالى 10000 تصميم جديد كل عام ، فهي مؤسسة تولي أهمية كبيرة للإعلانات وهذه صفحتها الرسمية عبر شبكة الفايبيوك والتويتز حيث تستقطب⁽²²⁾ 541499⁽²³⁾ متتبع على الفايبيوك و⁽²³⁾ 22804946 متتبع على التويتز. وهي تزود متتبعيها من خلال هذه المواقع بكل جديد .

- **السلطة:** يعتبر الإعلام الاجتماعي ذا أثر بالغ في مساعدتك على امتلاك السلطة في مجالك بحيث تصبح أنت المصدر الأساس الذي يلجأ إليه جمهورك المستهدف لطلب العون. إذا قمت بتقديم محتوى رائع وأجبت عن الأسئلة المطروحة ووفرت لجمهورك الخدمة الجيدة، فلا شك بأنك ستحظى بمعجبين أوفياء.

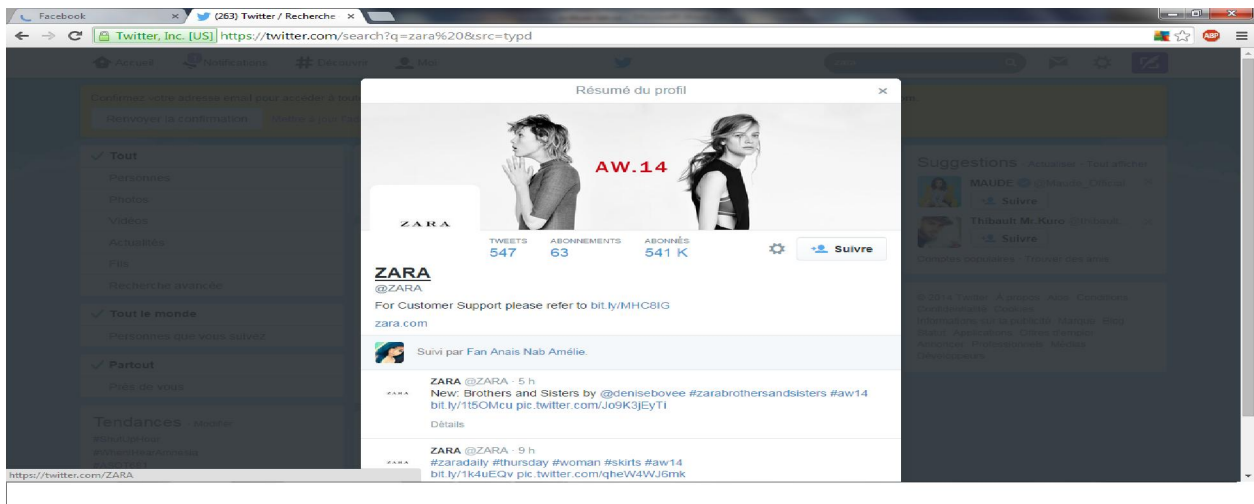
- **التأثير:** كلما ازداد متابعتك، ازداد تأثيرك. إن حصولك على قاعدة قوية من الجمهور عبر المواقع الاجتماعية يخلق تأثيرا تراكميا يؤدي إلى استقطاب المزيد من العملاء الجدد والمقابلات الإعلامية والشركات التجارية وجميع أنواع الفرص. فالأمر أشبه بأن ترى جمعا غفيرا يلتف حول شيء ما، ولا تملك إلا أن تنضم لهم بدافع الفضول لمعرفة ما يجري، وبالمثل فإن الجمهور الكبير سيحتدب اهتماما أكبر دون أدنى شك.⁽¹⁹⁾

ولكي تستطيع المؤسسة ومسوقها تحقيق مركز وأهمية على مواقع التواصل الالكترونية يجب أن تتبع مجموعة من الخطوات والتي تنحصر فيما يلي :

1. يؤكد (Magloire.2009) على ضرورة وجود هيكل تنظيمي متكامل للقيام بمهام التواصل مع العملاء كما يجب أن تكون أهداف واضحة لهذا الفريق التي يجب أن تنبثق من المؤسسة ومنها خفض التكاليف زيادة الأرباح ، جلب العميل وتحقيق الرضا.⁽²⁰⁾

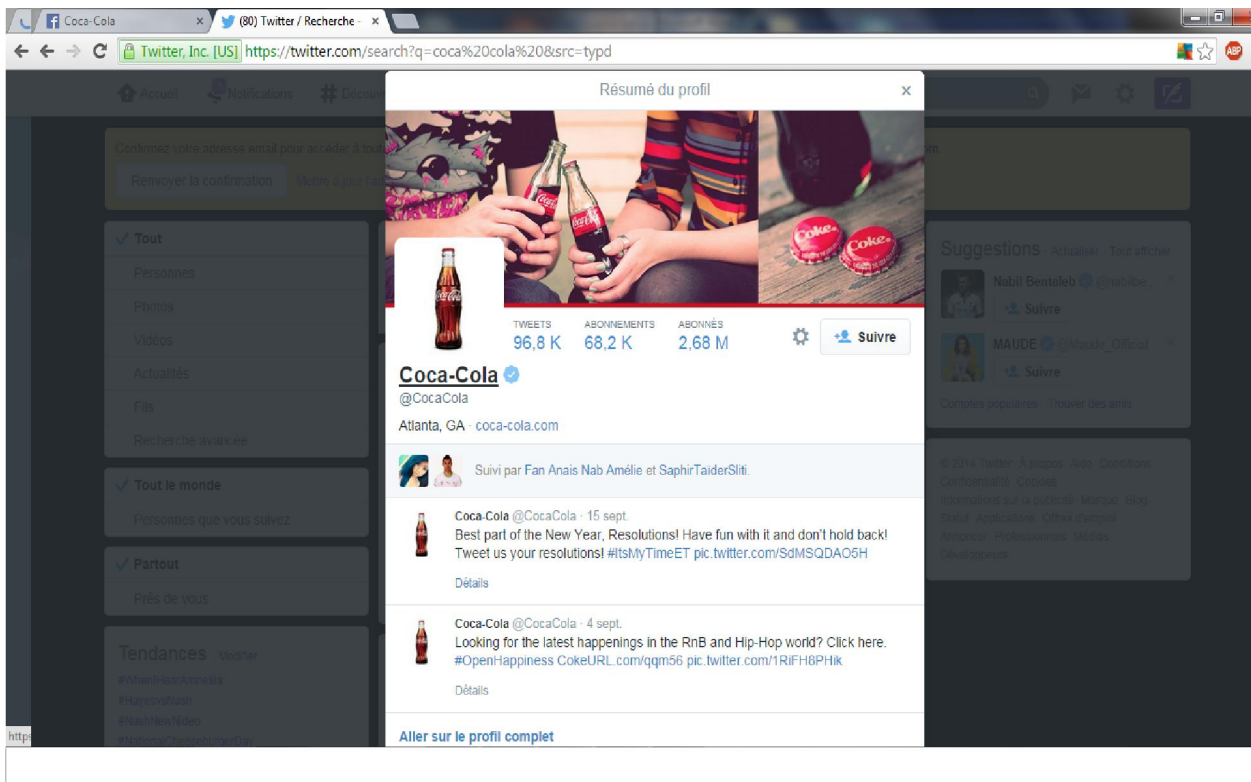
2. التخطيط دقيق و تتبع إستراتيجية جيدة لتنسيق موقعك الاجتماعي





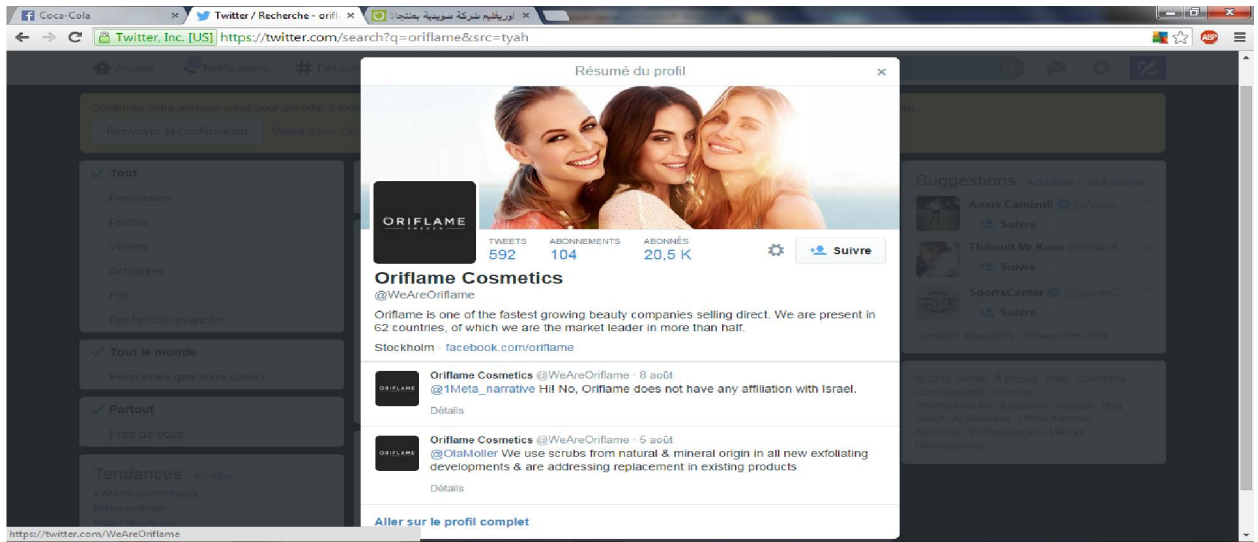
2. صفحة Coca Cola: الشركة العالمية الأمريكية المعروفة في مجال المشروبات غير الكحولية ومركزات العصائر وهذه صفحتها الرسمية التسويقية على شبكة الفايسبوك حيث تضم ⁽²⁴⁾ متتبع وعلى شبكة "التويتتر" تضم ⁽²⁵⁾ 2.686987 متتبع .





3. صفحة مؤسسة **Oriflam** هي مؤسسة سويدية مختصة في إنتاج مستحضرات التجميل بمختلف أنواعها تحتوي صفحتها على شبكة الفيسبوك 5628036⁽²⁶⁾ معجب و 20456⁽²⁷⁾ متتبع على شبكة التويتير .





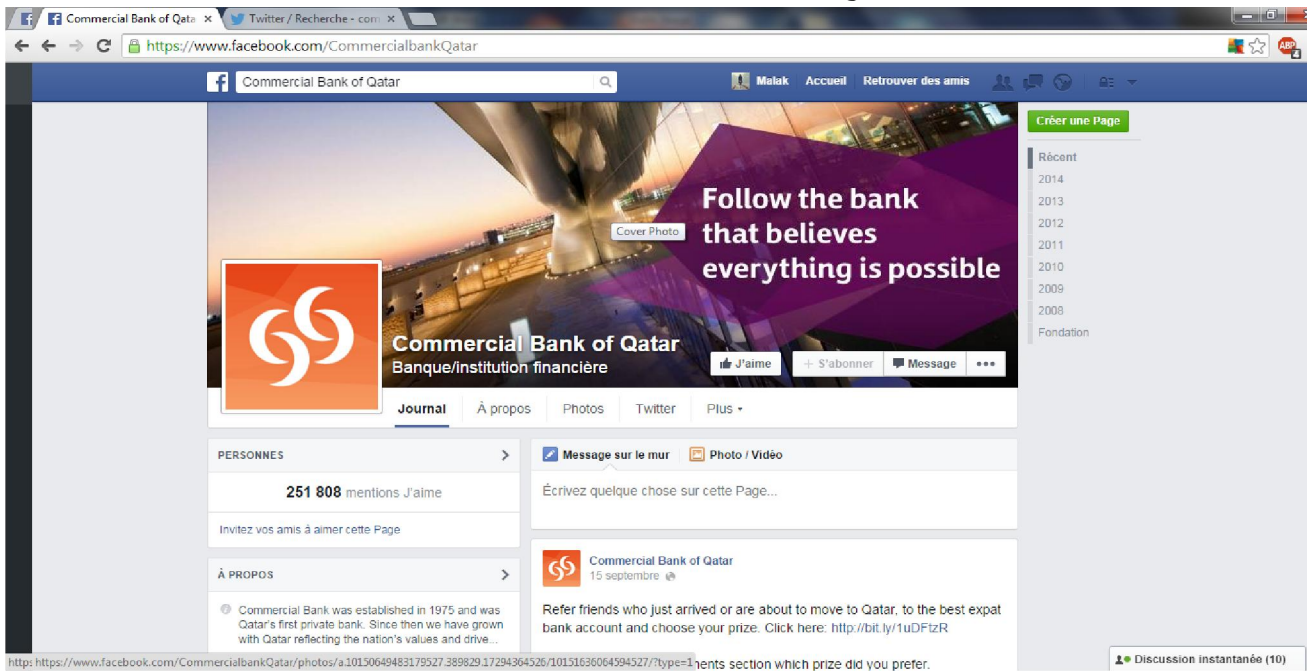
4. صفحة **couture oranaise a tres bon prix** (28) هي صفحة لمؤسسة صغيرة للخياطة التقليدية بوهران تحتوي صفحتها على 20693 متابع، جعلت من هذه الصفحة منبر لإشهاراتها عن الألبسة التقليدية ومختلف أنواع القماش...



5. صفحة **محلات بن طالب للأقمشة**: (29) هي صفحة لمحل من ولاية المسيلة - الجزائر - يستغل صاحب المحل هذه الصفحة لعرض منتجاته والتواصل الدائم مع زبائنه حيث تحتوي هذه الصفحة على 2390 معجب .



6. صفحة (30) **commercial Bank of Qatar** هي صفحة لبنك قطر تحتوي صفحته على 251808 معجب على شبكة الفايسبوك لاحظنا من خلال هذه الصفحة أنها تتواصل مع معجبيها بصفة دائمة وتقوم بعرض مختلف خدماتها عن طريق هذه الصفحة .



من خلال عرضنا لهذه النماذج عن تسويق المؤسسات العالمية الكبر وحتى المحلية المتوسطة يمكن أن نقول بان مواقع التواصل الالكترونية أعطت الكثير لهذه المؤسسات للقيام بمحلاتها التسويقية الاشهارية ولتقرب من محيطها الخارجي وذلك بالتواصل الدائم مع محبيها وزبائنها ، بالأخص أنها أعطت الفرصة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وحتى المحلات أن تقوم بإعلاناتها بدون أي مقابل أو تكلفة وأعطتها الفرصة لعولمة منتجاتها والوصول للملايين الزبائن من مختلف بقاع العالم .

خاتمة :

في الأخير يمكن أن نقول بان مواقع التواصل الالكترونية لها أهمية كبيرة في المجال الاقتصادي لأنها أضافت الكثير للمؤسسات في عملياتها التسويقية والإعلانية وحتى في تطوير علاقاتها مع عملائها الخارجيين فهي تمكن المؤسسة من التفاعل وتتبع كل الأخبار والأحداث المتعلقة بالمؤسسات المنافسة لهذا يمكن ان نقدم بعض النصائح والاقتراحات للمؤسسات :

- المواقع الالكترونية الاجتماعية مواقع مهمة في كل المجالات وبالأخص المجال الاقتصادي لذا يجب على المؤسسات إنشاء صفحات رسمية لها لتكون منبرا لإعلاناتها .
- اعتبر مواقع التواصل الالكترونية وسائل جديدة ومهمة من اجل استقطاب أكبر عدد من المتابعين وبهذا تكون قد ربحت أكبر عدد من العملاء
- اجعل مواقع التواصل الالكتروني أسواق تجارية جديدة تساعدك على نشر علامتك التجارية
- العمل على إدخال تطبيقات تكنولوجيا حديثة لمواكبة العصر، و لتوفر المؤسسات الاقتصادية العديد من المتاعب والتكاليف .
- توظيف مختصين في مجال التسويق عبر الانترنت .

الهوامش:

1. ثامر البكري، التسويق أسس ومفاهيم معاصرة، ط2، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، لأردن،، 2006، ص263
2. طارق طه، التسويق بالانترنت والتجارة الالكترونية، دار الفجر الجامعي، الاسكندرية، 2006، ص 29-31.
3. يوسف احمد أبو فارة ، التسويق الالكتروني: عناصر المزيج التسويقي عبر الانترنت ، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان ، 2004، ص 135.
4. عبد الله ممدوح مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس و مصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2011، ص31.
5. لصادق الحماني ، كيف نفكر في مواقع الشبكات الاجتماعية ، إحدى عشر مسألة أساسية ، نص عرض في ندوة الشبكات الاجتماعية الافتراضية والشباب الامراتي: الواقع والتحديات ، كلية الاتصال جامعة الشارقة 3 مايو 2012 .

6. Wasine Kittiwongvivat,Pimonpha Rakkanngan. Facebook your dream ,Master Thesis, 2010,p20.

7. Amy Y. Chou, David C: Information System Characteristics and sosial network Software, 2009, p336. اوت 26 تصفح يوم 2014.pdf

8. حزة عثمان عمر: الشبكات الاجتماعية الإلكترونية، المجلة السودانية لدراسات الرأي العام، مجلة دورية محكمة تصدر عن مركز الرؤية لدراسات الرأي العام، ص12، على الرابط التالي،<http://fr.slideshare.net/hamzaomer/ss-13258752> تاريخ التصفح 13 أوت 2013.
9. عامر ابراهيم القنديلجي: الاعلام والمعلومات و الانترنت، الطبعة العربية، عمان،الأردن،2013،ص. 350
10. التسويق_عبر_شبكات_التواصل_الإجتماعي <http://ar.wikipedia.org/wiki> نظر يوم 2014/09/19 على 17 : 21
11. عامر ابراهيم القنديلجي ، مرجع سبق ذكره، ص 358 .
12. التسويق_عبر_شبكات_التواصل_الإجتماعي <http://ar.wikipedia.org/wiki> الموقع نفسه
13. احمد يونس محمد حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية ، رسالة ماجستير منشورة ، كلية الاعلام بجامعة القاهرة ، القاهرة ، 2013، ص 74 .
14. التسويق_عبر_شبكات_التواصل_الإجتماعي <http://ar.wikipedia.org/wiki> الموقع نفسه.
15. عبد الله ممدوح مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس و مصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين ، كلية الاعلام جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2011، ص 32

16. بشرى جميل الراوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير (مدخل نظري)، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 18، بغداد، ص 103
17. روبرت السينتر ، توبي فلت ، الدليل الشامل الى التجارة الالكترونية ، تر : أمين الأيوبي ، الأكاديمية للنشر والتوزيع، لبنان ، 2001 ، ص 19
18. ديفيد ميرمان سكوت ، القواعد الجديدة للتسويق والعلاقات العامة "استخدام التقنيات الحديثة والمحركات الالكترونية والإعلام الالكتروني للوصول الى المشتريين مباشرة" ، تر: ديب قديس ، دار الكتاب العربي، لبنان، 2009 ، ص 69-84.
19. مقال بعنوان : الفوائد الخفية للتسويق عبر المواقع الاجتماعية
تصفح يوم 09/14
<http://www.forbesmiddleeast.com/read.php?story=2023#sthash.fNvG0JMw.dpuf>
20. Sterne,J , social Media Metrics : How to Measure and optimize your marketing investment ,John wiley sons , new jersey , U.S.A , P 5
21. http://www.my-emc.com/index.php?option=com_virtuemart&Itemid=119&lang=ar على الساعة 2014/02/05
تصفح يوم 14:42
22. <https://www.facebook.com/Zara?fref=ts> 14:00 على ساعة 2014/09/18
تصفح يوم 14:00
23. <https://twitter.com/search?src=typd&q=zara> 15:23 على 2014/09/19
تصفح يوم 15:23
24. <https://www.facebook.com/cocacola?fref=ts> 24 14:00 على 2014/09/18
تصفح يوم 14:00
25. <https://twitter.com/search?src=typd&q=coca%20cola> 14:02 على 2014/09/18
تصفح يوم 14:02
26. <https://www.facebook.com/OriflameDjazair?fref=ts> 14:19 على 2014/09/18
تصفح يوم 14:19
27. <https://twitter.com/WeAreOriflame> 10:13 على 2014/09/19
تصفح يوم 10:13
28. <https://www.facebook.com/pages/Couture-oranaise-a-tres-bon-prix> 14:06 على 2014/09/19
تصفح يوم 14:06
29. <https://www.facebook.com/bentalebtissus?fref=ts> 14:00 على 2014/09/19
تصفح يوم 14:00
30. <https://www.facebook.com/CommercialbankQatar> 14:03 على 2014/09/19
تصفح يوم 14:03