

المحاضرة الحادية عشر:

الحملات الاعلانية:

الحملة الاعلانية هي استراتيجية مصممة خصيصًا يتم تنفيذها عبر الوسائط المختلفة من أجل تحقيق النتائج المرجوة مثل زيادة الوعي بالعلامة التجارية وزيادة المبيعات. يتم تحقيق هذه الأهداف من خلال الإعلانات عبر الوسائل المختلفة.

يعتقد العديد من أصحاب الأعمال أن تنفيذ حملة إعلانية يعني ببساطة إنشاء إعلان. ومع ذلك فهم مخطئون. لكي تحقق الإعلانات أفضل النتائج، من الضروري أن تكون منظمًا جيدًا منذ البداية.

الحملة هي برنامج اعلاني موجه الى فئات معينة من المستهلكين بطريقة مخطط لها علميا وسيكولوجيا اهم خطوات الحملات الاعلانية:

- 1- جمع البيانات والمعلومات عن السلعة والمستهلك والسوق والطلب.
- 2- تحديد اهداف الحملة المقترنة بأهداف التسويق واهداف المؤسسة الاعلامية.
- 3- اختيار الوسائل الاعلامية لتحقيق النشر الكامل للاعلان.
- 4- تحديد ميزانية الحملة المخصصات المالية (التي تخصصها الشركات للاعلان.

- 5- جدولة الحملة (تقسيم وتوزيع الاعلانات بما يتوافق الفترة الزمنية.
- 6- تقييم الحملات اي متابعة وتنفيذ الحملات قبل الحملات الاعلانية وبعدها.

العناصر الأساسية للحملات الاعلانية وهي :

١. الهدف

٢. الجمهور

٣. الرسالة

أنواع الحملات الاعلانية التي يمكنك الاستفادة منه:

أولاً. حملة تسويق المنتج

تستخدم الشركات حملات تسويق المنتجات لتقديم منتج (أو ميزة منتج) إلى السوق. فهي واحدة من أهم الحملات وأكثرها تعقيدًا في دورة حياة المنتج. هذا لأن المنتج (أو الخدمة) الذي تم تقديمه حديثًا يحتاج إلى تسويق فعال للتأثير على المبيعات. كما

يتطلب التعاون بين الإدارات المختلفة للتأكد من تغطية كل جزء من تجربة المستخدم.

ثانيًا. حملة توعية بالعلامة التجارية

تسلط حملات التوعية بالعلامة التجارية الضوء على العلامة التجارية وما تمثله لتحسين التعرف عليها بين الجمهور المستهدف. العلامات التجارية هي تلك المحفزات العاطفية والمعرفية التي تستخدم لاستحضار عوامل الشراء المختلفة. وكلما زاد وعي المستهلكين بعلامة تجارية معينة، زاد احتمال تذكرهم لها عند التسوق.

ثالثًا. حملة تحسين محركات البحث

حملات تحسين محركات البحث (SEO) هي عبارة عن دورة من الإجراءات المنسقة لتحسين تصنيف محرك البحث لموقع الويب. من خلال تحسين تصنيف محرك البحث، يمكن لموقعك على الويب الوصول إلى الصفحة الأولى من صفحة نتائج محرك البحث (SERP) والاستفادة من حركة المرور العضوية المحتملة.

رابعًا. حملة تسويق عبر البريد الإلكتروني

هي مجرد حملات تسويقية يتم نشرها عبر قناة البريد الإلكتروني. إن الشيء العظيم في التسويق عبر البريد الإلكتروني هو أنه يستخدم قناة تسويقية مملوكة للتواصل مع جمهور "مؤهل" (أي الأشخاص الذين يعرفون علامتك التجارية ويمكنهم الإذن بالاتصال المباشر).

خامسًا. حملة على وسائل التواصل الاجتماعي

تمامًا كما هو الحال مع حملات البريد الإلكتروني، فإن ما يميز حملات الوسائط الاجتماعية عن الأنواع الأخرى هو أنها تستخدم منصات التواصل الاجتماعي للوصول إلى الجمهور المستهدف. حيث تسمح لك بالتفاعل مباشرة مع الجمهور الذي يتابع علامتك التجارية. ولكن على عكس البريد الإلكتروني، يمكن أن تنتشر الرسائل على وسائل التواصل الاجتماعي بسرعة خارج متابعيك لتصل بشكل طبيعي إلى جمهور ضخم .

كيفية عمل حملة إعلانية متكاملة لنشاطك التجاري؟

قد يبدو إنشاء حملة إعلانية متكاملة أمرًا صعبًا في البداية، لكن الأمر يستحق تخصيص بعض الوقت للتخطيط والتنسيق. إذا تمت بشكل صحيح، يمكن أن تكون فعالة حقًا وتعمل على زيادة التحويلات والمبيعات.

1- اعرّف جمهورك

هو أحد أهم جوانب التسويق - ونحتاج إلى معرفة الشريحة المستهدفة للعمل حيث يمكن تتبع اهتماماتهم وسلوكياتهم ودوافعهم، وما هي مشكلتهم وكيف يمكنك حلها لهم.

إن فهم الجمهور سيساعد على تطوير الرسالة والبدء في تشكيل الحملة بشكل عام. على سبيل المثال، إذا كنت تعلم أنك تستهدف الأشخاص الذين تبلغ أعمارهم ١٨ عامًا ، فمن المحتمل أن يكون لديك المزيد من الحظ مع TikTok.

2- اختر قنواتك التسويقية

إن معرفة الجمهور سيساعد في تشكيل الحملة. ولابد من التفكير من القنوات التي تستخدمها في الحملة، ومدى فعاليتها في الوصول إلى الجمهور قد يكون من المغري محاولة القيام بكل شيء عندما يتعلق الأمر بحملة متكاملة ، ولكن من المحتمل أن يكون هذا مضيعة لميزانيتك وعائدًا ضعيفًا على الاستثمار.

لست بحاجة إلى التواجد في كل قناة ، فقط حيث سيكون عملائك أو حيث ستكون أكثر فاعلية.

3 -التأكد من اتساق هويتك التجارية

يجب أن تكون حملتك المتكاملة قابلة للتمييز ومتسقة عبر جميع القنوات. تريد أن يعرف هؤلاء العملاء المحتملون الذين يشاهدون مخرجاتك التسويقية على قنوات مختلفة على الفور أنهم رأوا هذا من قبل، حتى يبدأوا في إلقاء نظرة فاحصة. لن تؤدي الحملة المتكاملة إلى خلق هذا الوعي بالعلامة التجارية المهم للغاية إذا كان كل شيء يبدو كما هو.

4-الترويج المتبادل

جزء أساسي من الحملة المتكاملة هو الترويج المتبادل للمحتوى. هل حصلت على جزء كبير من المحتوى المؤثر على مواقع التواصل الاجتماعي؟ يمكن استخدام ذلك

كجزء من أتمتة التسويق عبر البريد الإلكتروني، جنبًا إلى جنب مع منشور المدونة المذهل هذا والعلامة التجارية التي تم إنشاؤها خصيصًا لهذه الحملة.

5- تأكد من اتصال الرسائل الخاصة بك

تحتاج رسائلك إلى التحدث إلى الجمهور وإجبارهم على التصرف. يجب أن تكون رسائلك واضحة وموجزة وسهلة المتابعة. إذا كنت تريد أن يفعل الجمهور شيئًا ما، فتأكد من أنهم يعرفون أن هذا هو ما عليهم فعله.

6- القياس والإبلاغ

تعد حملات التتبع ضرورية لقياس النجاح وعائد الاستثمار وتحليل الجوانب التي كانت أكثر نجاحًا من غيرها. من المهم أيضًا الإبلاغ والتحليل عبر الحملة بشكل شامل لاختبار ما نجح وما يجب تعلمه في المرة القادمة.

حملة إعلانية على السوشيال ميديا

حملة وسائل التواصل الاجتماعي (سوشيال ميديا) هي جهد تسويقي منسق للأعمال لتعزيز المعلومات (حول علامة تجارية أو منتج أو خدمة) باستخدام منصة تواصل اجتماعي واحدة على الأقل. تركز هذه الحملات من الناحية الاستراتيجية، ولها نتائج قابلة للقياس، وتؤثر على متابعي وسائل التواصل الاجتماعي ليشعروا أو يتصرفوا بطريقة معينة.