



## المحتوى التسويقي الإلكتروني

المستوى: ماهر

إنَّ المُسميات المُستخدمة وتمثيل المواد في هذا المنشور/الإصدار لا تستتبع الإعراب  
عن أي رأي على الإطلاق من قبل حكومة كندا

*“The designations employed and the representation of material in this publication do not imply the expression of any opinion whatsoever on the part of the Government of Canada.”*

آخر تحديث تشرين ثاني 2023

## المقدمة

تم تطوير هذا المنهاج من خلال مشروع ثابري الذي ينفذه الاتحاد اللوثري العالمي في القدس، بالشراكة مع الإغاثة اللوثرية الكندية وبتمويل من حكومة كندا.

يهدف مشروع ثابري إلى المساهمة في الحد من الفقر في الضفة الغربية والقدس الشرقية من خلال دعم النساء بما في ذلك النساء ذوات الإعاقة للمشاركة في فرض التعليم والتدريب المهني والتقني والتي تقودهن إلى التوظيف أو العمل الحر.

صمم مشروع ثابري للاستجابة للتحديات المتمثلة في ارتفاع معدلات البطالة المتزايدة بين النساء التي نتجت من المعوقات الاجتماعية والثقافية والقانونية والسياسية، بالإضافة إلى محدودية الوصول إلى التعليم والتدريب المهني والتقني. كما وعمل المشروع إلى زيادة تمكين النساء للوصول إلى برامج التدريب المهنية المختلفة والتي تم تطويرها من خلال المشروع لتتلاءم مع احتياجات السوق، هذا بالإضافة إلى تأهيل نظام تعليم وتدريب مهني وتقني لتلبية احتياجات النساء والنساء ذوات الإعاقة بشكل أفضل.

تم تطوير خيارات متعددة من خلال المشروع لمهن مرتبطة بسوق العمل تأخذ بعين الاعتبار استجابة النوع الاجتماعي والشمولية لكل من النساء والنساء ذوات الإعاقة، في مراكز التعليم والتدريب المهني والتقني المستهدفة في الضفة الغربية، بما في ذلك القدس الشرقية.

المؤلف: طارق البكري / أيمن الميمي

الإشراف الفني: م. فؤاد منذر الخواجا

التصميم الفني: فاطمة حسين مناصرة

التدقيق اللغوي: أ. خليل الخالدي

تم اعداد هذه الوحدة استنادا للمنهجية الوطنية المعتمدة في اعداد المناهج في قطاع التعليم والتدريب المهني والتقني والمتبعة من قبل وزارة التربية والتعليم العالي في اعداد مناهج التعليم المهني، وبالتنسيق معها وتدريب الطاقم من قبلها

وتم الاتفاق مع وزارة التربية والتعليم العالي على الاستفادة من هذه الوحدات وادماجها ضمن المنهاج الوطني للتعليم المهني وضمن التخصصات المطروحة.

استعمالات الوحدة: من الممكن إدماج هذه الوحدة ضمن مناهج المدارس المهنية ومراكز التدريب المهني، ضمن تخصص المحتوى التسويقي أو استخدامها ضمن الدورات القصيرة المتخصصة لمن يعمل في المجال

## أسماء المشاركين في تحديد الكفايات

| الرقم | الاسم                   | المؤسسة                                          |
|-------|-------------------------|--------------------------------------------------|
| 1     | إيهاب فرح المراجعة      | صاحب مصنع إيهاب                                  |
| 2     | عيسى الياس بطرس اليتيم  | طاليتا قومي                                      |
| 3     | هيلين ماجد الياس قمصيه  | ODEH OLIVE WOOD<br>FACTORIES                     |
| 4     | سوسن فرج                | صاحبة مشروع حقائب جلدية علياء                    |
| 5     | رامي الخطيب             | شركة Buzz                                        |
| 6     | طارق البكري             | Edu station                                      |
| 7     | محمد إبراهيم عقابنة     | Online mail                                      |
| 8     | حمزة يوسف               | optimus                                          |
| 9     | عبد الفتاح حاتم الننتشة | optimus                                          |
| 10    | خضر يوسف                | التدريب المجتمعي بيت جالا                        |
| 11    | الهام سعيد حنا          | كلية مجتمع طاليتا قومي                           |
| 12    | بهاء محمود رشيد فروخ    | لحظة للإنتاج الإعلامي وخدمات التسويق<br>والتدريب |
| 13    | عماد يوسف عبد الجواد    | مدرب معتمد                                       |
| 14    | ايمن حسين               | غرفة تجارة رام الله                              |

## أهداف الوحدة

- شرح مفهوم وأهمية المحتوى التسويقي الالكتروني
- توضيح أهداف استخدام المحتوى التسويقي الالكتروني
- استنتاج أساسيات بناء المحتوى التسويقي الفعال
- التعرف على أقسام وأنواع المحتوى التسويقي الالكتروني
- تطوير الطالب محتوى تسويقي لأحد المنتجات أو الخدمات باستخدام الأدوات والتطبيقات المناسبة

الكفايات المهنية المتوقع اكتسابها بعد الانتهاء من دراسة الوحدة:

### أولا: الكفايات الاحترافية / الفنية

- تحديد هدف المحتوى التسويقي لمنتج أو خدمة
- تحديد نوع المحتوى التسويقي المناسب لمنتج أو خدمة
- تطوير محتوى تسويقي لأحد المنتجات أو الخدمات مراعيًا أساسيات المحتوى التسويقي الجيد

### ثانيا: الكفايات الاجتماعية والشخصية

- العمل بروح الفريق
- الاستماع وفهم احتياج صاحب الشركة
- الإبداع
- التواصل بفعالية مع الفريق
- تحمل المسؤولية
- تنفيذ المهام
- الاستفسار وطرح الأسئلة
- التفكير والتحليل المنطقي
- اتخاذ القرارات المناسبة

### ثالثا: الكفايات المنهجية

- معرفة بالمصطلحات ذات العلاقة باللغة الإنجليزية
- اتباع التعليمات ومراعاة الأسس في إنشاء المحتوى التسويقي
- استخدام طرق البحث عن المعلومات
- الرجوع إلى مصادر بصرية أو مكتوبة ذات علاقة بمنصات التواصل الاجتماعي

#### قائمة المواقع التعليمية للوحدة:

| رقم الموقع<br>التعليمي | عنوان الموقع التعليمي             | الاطار الزمني (ساعة) |
|------------------------|-----------------------------------|----------------------|
| 1                      | تقييم المحتوى التسويقي الإلكتروني | 35                   |
| 2                      | إعداد محتوى تسويقي لمنتج          | 35                   |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                       |                                                                                                                  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| الموقف التعليمي (1): تقييم المحتوى التسويقي الإلكتروني                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                       |                                                                                                                  |
| رقم الموقف التعليمي: 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                              | الاطار الزمني: 35 ساعة                                                                                                                |                                                                                                                  |
| عنوان الموقف التعليمي: تقييم المحتوى التسويقي الإلكتروني                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                       |                                                                                                                  |
| وصف الموقف التعليمي:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                       |                                                                                                                  |
| <p>السيد مراد هو مدير التسويق الإلكتروني لشركة مكملات غذائية. وقد قام بتعيين زيد كمسوق محتوى في الشركة. طلب السيد مراد من زيد دراسة المحتوى التسويقي الحالي لمنتجات الشركة المستخدم خلال العام 2020 وتقديم تقرير تقييمي يوضح الهدف/ الأهداف التي يحققها المحتوى التسويقي، ونقاط قوة وضعف المحتوى المستخدم ومدى مراعاة أساسيات إعداد المحتوى التسويقي الفعال، بالإضافة إلى تقديم توصيات للشركة من أجل تطوير المحتوى التسويقي لمنتجاتها.</p> <p>على افتراض إنك زيد كيف ستعمل من أجل تلبية طلب السيد مراد بإعداد التقرير التقييمي حول المحتوى التسويقي للشركة؟</p> |                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                       |                                                                                                                  |
| المحتويات:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                       |                                                                                                                  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>المحتوى التسويقي الإلكتروني</li><li>أهمية المحتوى التسويقي</li><li>أهداف استخدام المحتوى التسويقي</li><li>أسس بناء محتوى تسويقي فعال</li><li>التقارير التقييمية: أهدافها، عناصرها، وكيفية إعدادها</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                       |                                                                                                                  |
| العمل الكامل – المرجعية المنهجية                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                       |                                                                                                                  |
| خطوات العمل الكامل                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | الوصف                                                                                                                                                                                                                        | المنهجية                                                                                                                              | الموارد                                                                                                          |
| الحصول على المعلومات وتحليلها                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <ul style="list-style-type: none"><li>عرض المدرب/ة على الطلبة عدة محتويات تسويقية لمنتجات وخدمات</li><li>يسأل ومناقشة الطلبة مفهوم المحتوى التسويقي وأهميته</li><li>طلب من الطلبة إحضار محتوى تسويقي لمنتج أو خدمة</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>ورقة عمل</li><li>سؤال ومناقشة</li><li>عرض ومناقشة</li><li>تعلم ذاتي</li><li>عرض فيديو</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>أجهزة عرض وتقديم</li><li>فلب تشارت</li><li>مختبر حاسوب مع إنترنت</li></ul> |

|                                                                                                                            |                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                         |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
|                                                                                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• عمل مجموعات</li> </ul>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• مناقشة الطلبة بالهدف من المحتويات التسويقية التي قاموا بإحضارها</li> <li>• يستنتج الطلبة أهداف استخدام المحتوى التسويقي</li> <li>• يستنتج الطلبة أساسيات بناء محتوى تسويقي فعال</li> <li>• مناقشة الطلبة بطبيعة التقرير التقييمي لتلبية طلب السيد مراد مدير التسويق الإلكتروني في الشركة</li> <li>• تقسيم المدرب/ة المتدربين إلى مجموعات ويطلب من كل مجموعة تقييم المحتوى التسويقي لشركة من الشركات المستخدم في العام 2020 التي يحددها لهم على أن يراعي المدرب/ة اختيار شركات من قطاعات متنوعة</li> </ul> |                         |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• أجهزة عرض وتقديم</li> <li>• فلب تشارت</li> <li>• مختبر حاسوب مع إنترنت</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• عمل مجموعات</li> <li>• مناقشة</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• طلب المدرب/ة من المجموعات وضع خطة لتلبية طلب السيد مراد مدير التسويق الإلكتروني</li> <li>• تضع كل مجموعة خطة عمل لتحقيق الهدف الرئيس للمهمة.</li> <li>• مناقشة المدرب/ة خطة العمل مع كل مجموعة.</li> <li>• بالإمكان أن تتضمن خطة المجموعة إن لزم الأمر تنظيم لقاء مع مدير التسويق</li> </ul>                                                                                                                                                                                                              | التخطيط واتخاذ القرارات |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• أجهزة عرض وتقديم</li> <li>• فلب تشارت</li> <li>• مختبر حاسوب مع إنترنت</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• عمل مجموعات</li> </ul>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• تبدأ المجموعات بتنفيذ خططتها بعد مناقشتها مع المدرب/ة</li> <li>• تقوم كل مجموعة بتنفيذ الخطة التي أعدتها</li> <li>• تحرص المجموعات على الالتزام بالوقت المخصص لإنجاز المهمة</li> <li>• تحرص المجموعات على</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                      | التنفيذ                 |

|                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                |                                                                                                                                                  |
|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | العمل بروح الفريق وتقسيم العمل بين أعضائها خلال التنفيذ بشكل عادل                                                              |                                                                                                                                                  |
| التحكم               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• يشرف المدرب/ة على تنفيذ المجموعات لخططهم</li> <li>• تأكد المدرب/ة من التزام كل مجموعة بالوقت المحدد.</li> <li>• تأكد المدرب/ة من قيام كل مجموعة بتنفيذ المهمة بالشكل الأنسب.</li> <li>• تأكد المدرب/ة من جودة التقرير التقييمي الذي تعده المجموعات واحتوائه على العناصر الأساسية المطلوبة</li> <li>• مساعدة المدرب/ة المجموعات في مواجهة التحديات خلال تنفيذ الخطة</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• الملاحظة</li> <li>• التغذية الراجعة</li> <li>• طرح أسئلة ومناقشة المجموعات</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• أجهزة عرض وتقديم</li> <li>• قلب تشارت</li> <li>• مختبر حاسوب مع إنترنت</li> <li>• قائمة تحقق</li> </ul> |
| التوثيق والتقديم     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• توثق كل مجموعة نتائج تنفيذ خطتها.</li> <li>• تعرض كل مجموعة تقريرها التقييمي الذي أعدته حسب طلب مدير التسويق الإلكتروني</li> <li>• تعرض كل مجموعة الأسئلة والتحديات التي واجهتها</li> <li>• مناقشة المدرب/ة الأسئلة والتحديات التي توصلت إليها كل مجموعة</li> <li>• توثق كل مجموعة نتائج النقاش مع المدرب/ة</li> </ul>                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• عرض النقاش والحوار</li> </ul>                                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• أجهزة عرض وتقديم</li> <li>• قلب تشارت</li> </ul>                                                        |
| التقييم وإبداء الرأي | <ul style="list-style-type: none"> <li>• يقارن المتدربون التقارير التقييمية التي أعدتها المجموعات</li> <li>• مناقشة المتدربون التقارير التقييمية</li> <li>• يقيم المتدربون التقارير التقييمية</li> <li>• تقديم المدرب/ة التغذية الراجعة للنتائج</li> </ul>                                                                                                                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• النقاش الجماعي</li> <li>• المقارنة والتحليل</li> <li>• تغذية راجعة</li> </ul>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• أجهزة عرض وتقديم</li> <li>• قلب تشارت</li> </ul>                                                        |

|                                                                                                                                                                           |  |                                  |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|----------------------------------|--|
|                                                                                                                                                                           |  | • يلخص المتدربون أهم نقاط النقاش |  |
| <p>الأسئلة الرئيسة:</p> <p>السؤال الأول: -باعتقادك ما هي أهداف وعناصر التقرير التقييمي الجيد؟</p> <p>السؤال الثاني: -ناقش/ي كيف تكون علاقة الإبداع بالمحتوى التسويقي؟</p> |  |                                  |  |

## المحتوى التسويقي الإلكتروني

يعرف المحتوى التسويقي بأنه: هو عنصر أو مزيج من العناصر (نص، فيديو، صورة... الخ) يحمل معنى أو رسالة هادفة وذات قيمة لفئة أو فئات محددة وتكون جاذبة لهم ومؤثرة عليهم اتجاه المشروع التجاري ومنتجاته للقيام بفعل مثل اتخاذ قرار الشراء.

كما ويعرف المحتوى التسويقي بأنه: إحدى الطرق المستخدمة للتسويق للمنتجات والخدمات والمشروع التجاري وذلك من خلال انتاج أو عمل فيديوهات، صور، أو حتى نصوص لها قيمة للفئات المستهدفة وتجذبهم إلى المشروع التجاري أو المنتجات والخدمات (Digital Marketing Institution).

كما ويعرف المحتوى التسويقي بأنه: فرصة للمشاريع التجارية وغير التجارية لعمل محتوى يحتاجه الأفراد " ولغايات بناء العلامات التجارية أو تثقيف الأفراد لفوائد الخدمات أو المنتجات" ( Digital Marketing Institution)

يعتبر المحتوى التسويقي أحد الطرق التي تؤدي إلى زيادة عدد الزائرين إلى الموقع الإلكتروني الخاص بنا أو زيادة مشروعنا التجاري على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة والتي تؤدي إلى زيادة التفاعل من قبل الفئات المستهدفة.

## أهمية استخدام المحتوى التسويقي:

- 1- لبناء وعي بالعلامة التجارية أو المشروع التجاري
- 2- لبناء عملاء مخلصين للعلامة التجارية أو المشروع التجاري "الولاء".
- 3- لتحسين وتطوير ظهور الموقع الالكتروني على محركات البحث.
- 4- لزيادة عدد الزبائن المحتملين، المبيعات، والتأكد من فهم الزبائن للمنتجات والخدمات التي يقدمها المشروع التجاري.

المحتوى التسويقي ليس فقط الهدف منه هو التسويق للمنتجات والخدمات التي يقدمها المشروع وإنما لبناء علاقة طويلة الأمد من الثقة والتآلف مع الأفراد " الزبائن".

## أهداف استخدام المحتوى التسويقي:

- 1- **التوعية: Awareness:** والهدف منه التوعية والتعريف بالمنتجات والخدمات والعلامة التجارية التي يقدمها المشروع التجاري وبسبب وجوده ونشأته، وما الذي يقدمه المشروع التجاري، وما هي نقاط البيع المميزة والمختلفة عن المنافسين.
- 2- **الاهتمام: Interest:** وهي المرحلة الثانية بعد التوعية والتعريف ويتوجب لذلك جذب انتباه الزبائن والجمهور المستهدف واقناعهم بالمنتج والخدمة والميزة التنافسية للمشروع التجاري.
- 3- **الأخذ بعين الاعتبار/النظر والبحث Consideration:** وهي بيان أهمية المنتج أو الخدمة المقدمة ولماذا يجب على الزبائن والفئات المستهدفة أن تقوم بالشراء منك وليس من المنافسين الآخرين، وهي مساعدة الزبائن المستهدفين لأخذ قرار الشراء.
- 4- **التحويل Conversion:** وهي بناء تجربة جذابة ما بين الزبائن والمشروع التجاري، وهي تشمل الاهتمام بالزبائن المحتملين، وإدارة توقعات العملاء، وبيان شروط الخدمة المقدمة.

5- الاحتفاظ Retention: وهي الاحتفاظ بالزبائن وتكرارهم لعملية الشراء وهي تتضمن أيضا

تسليط الضوء على تجارب العملاء الايجابية وبيانها للعملاء الجدد، وعرض المحتوى الذي يقوم

بإنشائه المستخدمون أو الزبائن من خلال قنوات أو وسائل التواصل الاجتماعي.

## أساسيات بناء محتوى تسويقي فعال:

1- **العلاقة /او الارتباط relevant:** عند إنشاء محتوى تسويقي، من المهم أن يكون ذا علاقة بالمنتج والخدمة أو المشروع التجاري وذلك لتحويل الجمهور المستهدف إلى زبائن واقناعهم بالمنتج أو الخدمة ولذلك يجب دائماً أن نتذكر الغرض أو الهدف من إنشاء المحتوى التسويقي.

2- **شخصي/ موجه personalized:** بمعنى إنشاء محتوى يتحدث إلى الجمهور المستهدف وذو صلة بنظرتهم الشخصية للحياة، او يعالج مشكلة ما لديهم، وذلك لأن إنشاء محتوى يخدم غرضاً شخصياً يكون له أثر كبير في تكوين رابطة وبناء الثقة ما بين الزبائن المستهدفين والمشروع التجاري.

3- **محتوى ذات قيمة valuable:** إذا كان المحتوى التسويقي مفيداً، أو تعليمياً، أو ترفيهياً للجمهور المستهدف، فهو ذات قيمة بالنسبة لهم، والذي سيؤدي إلى زيادة التفاعل أو الترويج والنشر لهذا المحتوى التسويقي.

4- **يعالج الاحتياجات addresses needs:** بمعنى أن يتم إنشاء محتوى تسويقي يلبي احتياجات المشتري واهتماماته، وذلك لأن الزبائن المحتملين أو المشتريين دائماً لديهم اسئلة حول شراء المنتج أو الخدمة واجابة هذه الاسئلة في المحتوى التسويقي ومعالجتها تساعد على اتخاذ قرار الشراء ويجب أن يكون هذا المحتوى المعالج للاحتياجات ذات صلة بالجمهور المستهدف من نواحي عديدة ومنها على سبيل المثال الناحية الثقافية.

##### 5- اتخاذ القرار / اتخاذ فعل (CTA) :call-to-action or (CTA): دائما ما يحتوي المحتوى الفعال على

عبارة تحث المستخدم على عمل فعل او اتخاذ اجراء، وذلك لأن العملاء أو الزبائن المحتملين يحتاجون إلى معرفة الاجراء أو الفعل الذي يجب اتخاذه عندما يرون المحتوى التسويقي، ومن خلال بيان نوع الفعل فإنه يسمح لهم بفهم ما يتم بيعه من خدمات أو منتجات ويساعده في عملية اتخاذ قرار الشراء.

##### 6- يقدم الحل Presents solution: يجب أن يوضح المحتوى التسويقي بأن مشروعك التجاري،

الخدمة أو المنتج التي تقدمها هي الحل، وأن المشروع التجاري لديه نقاط بيع فريدة، وذلك لأن المحتوى الذي يقدم حلاً لنقاط الضعف لدى الجمهور أو الزبائن المستهدفين سيبنى السمعة للعلامة التجارية وبالتالي يمكن الوثوق بها، وذلك لأن العملاء سوف يصبحون منتمين لهذه العلامة التجارية وبالتالي يعزز الثقة ما بين الزبائن المحتملين والمشروع التجاري، والتي يؤدي إلى زيادة المبيعات بمرور الوقت.

|                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                |                                                                                                                                  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| رقم الموقف التعليمي: 2                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | الاطار الزمني : 35 ساعة                                                                                                                        |                                                                                                                                  |
| عنوان الموقف التعليمي: إعداد محتوى تسويقي لمنتج                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                |                                                                                                                                  |
| وصف الموقف التعليمي:<br>بعد أن تعرف السيد مراد على قدرات زيد المميزة في تقييم المحتوى التسويقي للشركة من خلال طلبه بإعداد تقرير تقييمي. قام بالطلب منه أن يعد محتوى تسويقيا لأحد منتجات الشركة مراعيًا القضايا الفنية وأسس اعداد المحتوى التقييمي الفعال.              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                |                                                                                                                                  |
| المحتويات:                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                |                                                                                                                                  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• اقسام المحتوى التسويقي</li><li>• استراتيجية وأهداف تسويق المحتوى</li><li>• أنواع المحتوى التسويقي</li><li>• أدوات وتطبيقات لإنتاج المحتوى التسويقي</li><li>• الشروط الفنية الواجب مراعاتها في أنواع المحتوى التسويقي</li></ul> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                |                                                                                                                                  |
| العمل الكامل – المرجعية المنهجية                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                |                                                                                                                                  |
| خطوات العمل الكامل                                                                                                                                                                                                                                                     | الوصف                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | المنهجية                                                                                                                                       | الموارد                                                                                                                          |
| الحصول على المعلومات وتحليلها                                                                                                                                                                                                                                          | <ul style="list-style-type: none"><li>• مناقشة المدرب/ة ويعرض أقسام المحتوى التسويقي ومميزات كل قسم</li><li>• مناقشة المدرب/ة المتدربين بمفهوم استراتيجية تسويق المحتوى والأهداف التي تحققها من خلال الأمثلة الموضحة</li><li>• يستنتج المتدربون الأسئلة الواجب الإجابة عليها في عمل استراتيجية تسويق المحتوى</li><li>• عرض المدرب/ة امثلة على أنواع المحتوى التسويقي</li><li>• من خلال الأمثلة في البند السابق يناقش المتدربين إيجابيات وسلبيات كل نوع من أنواع المحتوى التسويقي وطبيعة المخاطبين به من فئات مستهدفة.</li><li>• يستنتج المتدربون أنواع</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• مناقشة</li><li>• وعرض</li><li>• عصف ذهني</li><li>• تعلم ذاتي</li><li>• عمل</li><li>• مجموعات</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• أجهزة عرض وتقديم</li><li>• قلب تشارت</li><li>• مختبر حاسوب</li><li>• مع انترنت</li></ul> |

|                                                                                                                            |                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                         |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
|                                                                                                                            |                                                                                          | <p>المحتوى التسويقي</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• تقسيم المدرب/ة المتدربين الى مجموعات للقيام بالمطلوب في الموقف التعليمي</li> <li>• يضع المدرب/ة خيارات لمنتجات وخدمات لشركات فلسطينية بالإضافة أنواع المحتوى التسويقي بحيث تقوم كل مجموعة باختيار منتج او خدمة ونوع المحتوى التسويقي للقيام بإعداده على المنتج او الخدمة بالشكل المناسب</li> </ul>                                                                     |                         |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• أجهزة عرض وتقديم</li> <li>• قلب تشارت</li> <li>• مختبر حاسوب مع انترنت</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• عمل مجموعات</li> <li>• نقاش</li> </ul>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• تخطط كل مجموعة لتنفيذ طلب السيد مراد وتوزع الأدوار فيما بين أعضائها</li> <li>• مناقشة المدرب/ة خطة العمل مع كل مجموعة مرشدا وموجها للمجموعات بالأدوات والتطبيقات التي يمكن استخدامها في انتاج المحتوى المطلوب</li> <li>• يراعي المدرب/ة توزيع الأدوار في اعداد المحتوى التسويقي لمنتج او خدمة</li> <li>• مساعدة المدرب/ة المجموعات في عملية التخطيط لتنفيذ الطلب في الموقف التعليمي</li> </ul> | التخطيط واتخاذ القرارات |
|                                                                                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• عمل مجموعات</li> <li>• زيارة ميدانية</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• تقوم كل مجموعة بالالتزام بمخططها لتلبية الطلب في الموقف التعليمي</li> <li>• يشرف المدرب/ة على تنفيذ المجموعات لمخططها</li> <li>• تناقش كل مجموعة نتائج تنفيذ خطتها</li> <li>• مساعدة المدرب/ة المجموعات في مواجهة التحديات خلال تنفيذ الخطة</li> </ul>                                                                                                                                         | التنفيذ                 |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                            |                                                                                           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | وخلال تعلمهم استخدام الأدوات اللازمة في القيام بالمهمة                                                                                     |                                                                                           |
| التحكم                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• يتابع المدرب/ة المجموعات في تنفيذ خطة العمل</li> <li>• تأكد المدرب/ة من التزام المجموعات بالوقت المخصص لها</li> <li>• تأكد المدرب/ة من قيام المجموعة بما هو مطلوب منها بالشكل المناسب وبإتقان</li> <li>• تأكد المدرب/ة من التزام كل مجموعة بالخطة التي تم تحديدها من قبلهم.</li> <li>• توفير المدرب/ة الدعم لكل مجموعة ويساعدها في مواجهة التحديات اثناء تنفيذ الموقف التعليمي.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• الملاحظة</li> <li>• التغذية</li> <li>• المراجعة</li> <li>• طرح أسئلة ومناقشة المجموعات</li> </ul> |                                                                                           |
| التوثيق والتقديم                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• توثق كل مجموعة نتائج العمل.</li> <li>• تعرض كل مجموعة نتائج عملها</li> <li>• تجيب كل مجموعة على أسئلة المدرب/ة والمتدربين</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• عرض ومناقشة</li> </ul>                                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• أجهزة عرض وتقديم</li> <li>• قلب تشارت</li> </ul> |
| التقييم وإبداء الرأي                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• يقارن المتدربون النتائج التي توصلت اليها المجموعات</li> <li>• مناقشة المتدربون النتائج</li> <li>• يقيم المتدربون النتائج.</li> <li>• تقديم المدرب/ة التغذية الراجعة للنتائج</li> <li>• يلخص المتدربون النتائج</li> </ul>                                                                                                                                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• النقاش الجماعي</li> <li>• المقارنة والتحليل</li> <li>• تغذية راجعة</li> </ul>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• أجهزة عرض وتقديم</li> <li>• قلب تشارت</li> </ul> |
| <p>الأسئلة الرئيسة:</p> <p>السؤال الأول: ناقش/ي: يعتبر تحديد الزبائن وفهم طبيعتهم أحد الخطوات الرئيسة في إعداد محتوى تسويقي فعال؟</p> <p>السؤال الثاني: كيف يمكن إنتاج محتوى تسويقي مبدع ومتقن؟</p> <p>السؤال الثالث: لو طلب منك إعادة القيام بالمهمة ما هي الأدوات التي ستقوم/ين باستخدامها أو تجنب استخدامها؟ ولماذا؟</p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                            |                                                                                           |

## أنواع المحتوى التسويقي

### أنواع المحتوى التسويقي:

يمكننا تقسيم المحتوى التسويقي في قسمين رئيسيين:

**1- المحتوى الموضوعي Topical content:** ويعرف بأنه ذو أهمية إخبارية وحساسة للوقت، وهو مرتبط بموضوع، وكذلك فإنه الأنسب لحظة معينة أو حدث معين. أي بمعنى آخر بأنه مرتبط بما يحدث في العالم، ومن المهم ملاحظة بأن هذا النوع من المحتوى ولأنه مرتبط بالزمن، فأن له عمراً قصيراً. ومن الأمثلة على هذا النوع من المحتوى نصوص قصيرة، تغريدات ومشاركات على وسائل التواصل الاجتماعي، مقاطع الفيديو والصور.

**مثال توضيحي 1:** ما قامت به شركة كوكاكولا عندما أنشأت محتوى تسويقي موضوعي في وقت قريب من إعصار هارفي، وتحديث عن استراتيجية المسؤولية الاجتماعية للشركة لغايات التبرع بمليون دولار لصندوق الصليب الأحمر الأمريكي للإغاثة من الإعصار.

**مثال توضيحي رقم 2:** أنشأت شركة Specsavers وهي علامة تجارية متخصصة في البصريات، محتوى تسويقي موضوعي، وقامت باستخدام فستان وكان هذا الفستان ظاهرة على وسائل التواصل الاجتماعي والذي أثار نقاشات عديدة، هل الفستان في الصورة أزرق وأسود، أم أبيض وذهبي، وقد كان هذا الإعلان بمثابة طريقة رائعة للتفاعل مع موضوع ذات صلة وأدى إلى إشهار هذه العلامة التجارية بشكل كبير.

2- المحتوى الدائم Evergreen content: وبعبارة أخرى بأنه المحتوى الذي يمكن استخدامه في

مراحل مختلفة من رحلة حياة العميل " رحلة المشتري"

يتمتع هذا النوع من المحتوى بأن له عمراً ومدة أطول وذات قيمة بشكل عام.

ومن الأمثلة على استخدام هذا النوع من المحتوى دروس الفيديو video tutorials، أدلة المبتدئين

beginner's guides، الأسئلة الشائعة FAQs، دراسة الحالات case studies.

استراتيجية تسويق المحتوى:

تعرف بأنها الخطة دائمة التطور والتي تحدد أهداف تسويق المحتوى والجمهور المستهدف.

والتي تهدف إلى :

1- تحديد احتياجات المحتوى للجمهور المستهدف.

2- تحدد رحلة حياة العميل "المستخدم"، تنسيقات المحتوى، وتصميم المحتوى التسويقي.

3- تتماشى مع أهداف العمل وتتكامل مع خطة التطوير للمشروع التجاري.

4- تحدد كيف يتفاعل الزبائن أو الفئات المستهدفة مع المحتوى التسويقي وأية تعديلات أو تغييرات تطرأ

عليه.

تعد استراتيجية تسويق المحتوى وتطويرها عملية دورية ومتغيرة والتي تتطور عندما تشير البيانات إلى أنك

بحاجة إلى تعديل أو تكيف المحتوى التسويقي بك فيما يتعلق بأهدافك الاستراتيجية.

ولغايات عمل استراتيجية تسويق محتوى يجب أن يتم عدة أسئلة ومنها:

- 1- أي نوع من أنواع المحتوى التسويقي يجب أن يتم إنشاؤه؟
- 2- لماذا يتم إنشاء المحتوى التسويقي وما هدفه في خدمة المشروع التجاري؟
- 3- كم مساعدة هذا المحتوى التسويقي الذي تم تحديده وعمله في تحقيق أهداف المشروع التجاري؟

### أنواع المحتوى التسويقي:

هناك العديد من أنواع المحتوى التسويقي والتنسيقات التي يمكن استخدامها ومنها ما يلي:-

- 1- **مقاطع الفيديو Videos:** تعد مقاطع الفيديو هي المحتوى التسويقي الأول على منصات التواصل الاجتماعي والمنصات الالكترونية، حيث يتم عرض غالبية هذه الفيديوهات على الهواتف النقالة من قبل الجمهور المستهدف، كما أن معدل الانتباه أو الاهتمام قصيرة جدا نظرا لوجود عدد كبير من المنافسين الذين يقدمون فيديوهات تسويقية، لذلك يجب الانتباه إلى أن تكون مقاطع الفيديو قصيرة ويمكن مشاركتها وتجذب الانتباه، وكذلك تتضمن تنسيقات ملفقة مثال على الفيديو إعلان شركة كوكاكولا وشركة جوال على سبيل المثال والموضحة في الرابط التالي:

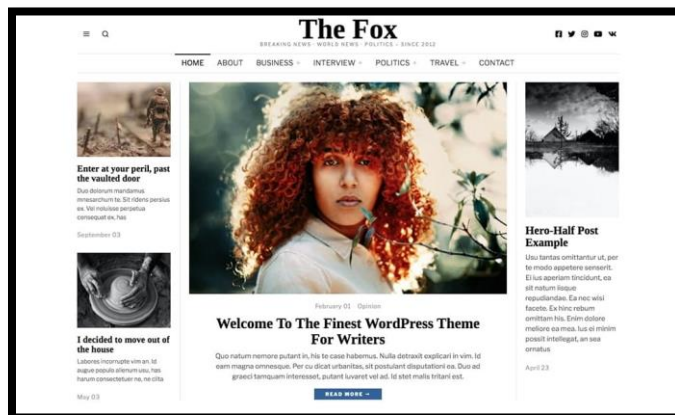
<https://www.youtube.com/watch?v=YzcyHMONIGQ>

<https://www.youtube.com/watch?v=WcxU7xdZ7T8>

2- الرسوم البيانية **Infographics** : تسمح الرسوم البيانية بأخذ مجموعات كبيرة من البيانات وتحويلها إلى قصة مرئية ملفتة وجذابة، ويمكن عرض عدد المشترين للمنتجات أو الخدمات على شكل رسوم بيانية، أو بيان الفرق الذي أحدثته الشركة والتغيرات التي طرأت على الجمهور من جراء استخدام أو شراء منتج أو خدمة معينة يقدمها المشروع التجاري.

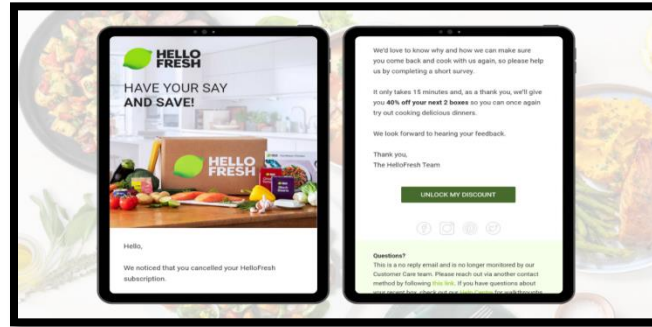


3- المدونة أو التدوين **Blogging**: وهي إحدى الأدوات الفعالة التي تسمح للمشروع التجاري بنشر المحتوى الكتابي أو الصور، الرسوم، أو التصميم، وعادة ما يتم استخدامها على مواقع الويب.



#### 4- المحتوى التفاعلي Interactive content: وهو المحتوى الذي يشجع المستخدمين على اتخاذ

اجراء أو التفاعل على الصفحة والذي قد يتضمن مقاطع فيديو، صور، أو استطلاع الرأي.



#### 5- المقالات : وهي واحدة من طرق المحتوى التسويقي التي تسمح بمشاركة بوست على مواقع

التواصل الاجتماعي مثلاً، وإظهار الخبرة والمعرفة في مجال معين، وعادة ما تركز المقالات على

موضوع معين وذلك لغايات زيادة المشاركة من قبل الجمهور المستهدف والمشاركة في التعليقات

وعادة ما يتضمن في هذه المقالات صور ورسوم بيانية توضيحية.



6- الندوات عبر الانترنت **Webinars** : توفر الندوات عبر الانترنت التواصل مع الجمهور المستهدف وذلك من خلال الاتصال الصوتي أو الفيديو مع الجمهور ويمكن تخصص هذه الندوات عن المنتجات ، أو الخدمات، عن المشروع التجاري، ويمكن من خلال هذه الندوات تثقيف الجمهور المستهدف وبيان فوائد وانواع المنتجات أو الخدمات التي يقدمها المشروع التجاري.



بالإمكان استخدام واحدة أو أكثر من أنواع المحتوى التسويقي " مزيج المحتوى التسويقي" والذي له عدة فوائد وهي: -

- 1- زيادة الوعي بالعلامة التجارية للمشروع التجاري من خلال استخدام أكثر من نوع من أنواع المحتوى.
- 2- زيادة الاهتمام والانجذاب إلى المنتجات أو الخدمات.
- 3- الوصول إلى جمهور أوسع باستخدام أكثر مزيج المحتوى التسويقي.

## قائمة المصطلحات

| اللغة الإنجليزية     | اللغة العربية            |    |
|----------------------|--------------------------|----|
| Awareness            | التوعية                  | 1  |
| Interest             | الاهتمام                 | 2  |
| Consideration        | النظر والبحث             | 3  |
| Conversion           | التحويل                  | 4  |
| Retention            | الاحتفاظ                 | 5  |
| relevant             | الارتباط                 | 6  |
| personalized         | موجه / شخصي              | 7  |
| valuable             | محتوى ذات قيمة           | 8  |
| addresses needs      | يعالج الاحتياجات         | 9  |
| call-to-action (CTA) | اتخاذ القرار / اتخاذ فعل | 10 |
| Presents solution    | يقدم الحل                | 11 |
| Topical content      | المحتوى الموضوعي         | 12 |
| Evergreen content    | المحتوى الدائم           | 13 |
| video tutorials      | دروس الفيديو             | 14 |
| beginner's guides    | أدلة المبتدئين           | 15 |
| FAQs                 | الأسئلة الشائعة          | 16 |
| case studies         | دراسة الحالات            | 17 |
| Videos               | مقاطع الفيديو            | 18 |
| Infographics         | الرسوم البيانية          | 19 |
| Blogging             | المدونة أو التدوين       | 20 |
| Interactive content  | المحتوى التفاعلي         | 21 |
| Webinars             | الندوات عبر الإنترنت     | 22 |