



يوم: 2026/01/13

اجابة امتحان السداسي الأول الدورة العادية في مادة الاتصال و التسويق الرقمي

*الجواب الاول: الشرح: (06 نقاط)

1/ التسويق بالمؤثرين (Influencer Marketing)

التعاون مع شخصيات مؤثرة (لديهم جمهور كبير ومتابعون أوفياء) على وسائل التواصل الاجتماعي أو المدونات للترويج لمنتجاتك/خدماتك. للاستفادة من ثقة الجمهور بالمؤثرين وتأثيرهم على قرارات الشراء. (1.5 ن)

2/ التسويق عبر فيسبوك: هو استراتيجية ترويج للأعمال التجارية عبر منصة فيسبوك لزيادة الوعي بالعلامة التجارية، جذب عملاء جدد، وتعزيز المبيعات. يشمل ذلك استخدام أدوات مجانية مثل إنشاء صفحة أعمال ومنشورات تفاعلية و بث مباشر، بالإضافة إلى الإعلانات المدفوعة لاستهداف جمهور أوسع بدقة. لتحقيق النجاح، يجب وضع استراتيجية تحدد الأهداف والجمهور المستهدف وتتضمن محتوى جذاباً وتفاعلاً مستمراً مع العملاء. (1.5 ن)

3/ التسويق عبر تحسين محركات البحث

هي عملية تحسين محتوى وهيك الموقع الإلكتروني ليظهر في مراتب متقدمة في نتائج البحث المجانية (العضوية). التقنيات تشمل استهداف الكلمات المفتاحية، وتحسين سرعة الموقع، وبناء الروابط الخارجية.

هو عنصر أساسي في التسويق الرقمي الناجح، حيث يلعب دوراً مهماً في زيادة الظهور على الإنترنت وتحقيق نتائج متميزة. تشمل

استراتيجيات SEO الحديثة اختيار الكلمات الرئيسية المناسبة، تحسين جودة المحتوى، وتطوير الروابط الخلفية، يمكن

استخدام أدوات تأشيريات الويب لتحليل حركة المرور وتفاعل الزائرين مع المحتوى. من المهم مراجعة الأداء بانتظام وضبط

الاستراتيجيات تبعاً لنتائج التحليل لتحقيق أقصى استفادة من تحسين محركات البحث. وهذه العمليات متكاملة لتحقيق أداء أفضل في محركات البحث. (1.5 ن)

* الجواب الثاني: (04 نقاط)

نعم، المحتوى المرئي ركيزة أساسية في التسويق الرقمي لأنه يجذب الانتباه بسرعة، يوصل المعلومات المعقدة ببساطة، يعزز التفاعل العاطفي مع الجمهور، ويسهل تذكر العلامات التجارية، مما يجعله حجر الزاوية في بناء الوعي وزيادة المبيعات في العصر الرقمي. فالمحتوى المرئي فهو أفضل أنواع المحتوى دون منازع وهو عبارة عن الصور ومقاطع الفيديو والجداول البيانية والعروض التقديمية أو لقطات الشاشة التي تساعد في تسهيل إيصال فكرتك إلى العملاء وشرحها لهم بأبسط الأشكال. (01ن)

جذب الانتباه: العقل البشري يستجيب أسرع للصور والفيديو من النصوص الطويلة، وهو ما يساعد في التميز في بحر المحتوى.

توصيل أسرع وأعمق: الفيديوهات والصور تنقل الرسائل بشكل فعال وتخلق ارتباطاً عاطفياً أعمق بالجمهور.

زيادة التفاعل: المحتوى المرئي يسهل المشاركة، التعليقات، والمشاركات على منصات التواصل، مما يوسع نطاق وصول العلامة التجارية. (01ن)

تحسين الفهم والتذكر: يساعد في تبسيط المعلومات المعقدة، مما يسهل على المستهلكين استيعابها وتذكرها لفترة أطول.

بناء التجربة والذاكرة: يخلق تجربة غنية ويشكل ذكريات تدوم في أذهان العملاء، مما يعزز الولاء للعلامة التجارية. (01ن)

أمثلة على أشكال المحتوى المرئي(01ن)

- مقاطع الفيديو القصيرة (Reels, TikTok) والفيديوهات التعليمية الطويلة.
- الرسوم البيانية (Infographics) والصور الجذابة.
- المحتوى التفاعلي مثل الاستبيانات والألعاب.
- البث المباشر (Live streams).

باختصار، دمج المحتوى المرئي (صور، فيديوهات، تصاميم) في الاستراتيجيات الرقمية لم يعد خيارًا، بل ضرورة لنجاح الحملات وزيادة تفاعل الجمهور وحصد النتائج

*الجواب الثالث: (06 نقاط)

يعتمد المسوقون على استراتيجية التسويق الفيروسي لنشر رسالتهم بسرعة وتكلفة منخفضة عبر مشاركات الجمهور، مما يساعد في بناء الوعي بالعلامة التجارية وتوليد المبيعات وزيادة الولاء، خاصة عبر منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتيك توك،..... عبر محتوى مبتكر وجذاب يحفز المستخدمين على مشاركته تلقائيًا مع أصدقائهم كأنه فيروس، مع ضرورة فهم سلوك الجمهور المستهدف لتحقيق الأهداف المرجوة. فهو يسمح بـ: (02ن)

- الانتشار التلقائي: يقوم الجمهور (المستهلكون) بنشر المحتوى التسويقي بأنفسهم، بدلاً من أن تقوم الشركة بذلك بشكل مباشر.
- التكلفة المنخفضة: يتم تحقيق انتشار واسع بأقل تكلفة ممكنة مقارنةً بالوسائل الإعلانية التقليدية.
- السرعة والكفاءة: تنتشر الرسائل بسرعة هائلة عبر شبكة الإنترنت، وتصل لشرائح واسعة.
- بناء الثقة: يكتسب المحتوى مصداقية أكبر لأنه ينتقل من شخص لآخر، مما يزيد من الثقة بالعلامة التجارية.

فوائد التسويق الفيروسي للمسوقين: (02ن)

- بناء الوعي: زيادة شهرة العلامة التجارية بشكل كبير.
 - زيادة المبيعات: التأثير المباشر على نية الشراء لدى المستهلكين.
 - كسب الولاء: تنمية الولاء المعرفي والعاطفي والسلوكي للعملاء.
 - وصول أوسع: الوصول إلى جمهور مستهدف كبير بكفاءة عالية.
- يتم ذلك عبر مجموعة من الأدوات والمنصات: مواقع التواصل الاجتماعي: مثل فيسبوك وتيك توك، تعتبر بيئة مثالية للانتشار الفيروسي، البريد الإلكتروني بحسب المحتوى المبتكر محتوى طريف، مميز، أو مفيد جدًا هو ما يدفع الناس للمشاركة.
- مثال: الانتخابات الرئاسية في أمريكا/ شركة هواوي (02ن)

*الجواب الرابع: (04 نقاط)

دراسة السوق الرقمي هي عملية بحث وتحليل تهدف إلى فهم بيئة السوق على الإنترنت، من خلال جمع وتحليل بيانات عن المنافسين، سلوك المستهلك، الاتجاهات الرقمية، وتحديد الفجوات والفرص المتاحة. (02ن)

وتشمل الدراسة الرقمية كل شيء: من تحليل المنافسين، إلى استخدام استبيانات السوق، وصولًا إلى تجزئة الجمهور بدقة للحصول على صورة متكاملة.

- لماذا ندرس السوق رقمياً؟

فهم احتياجات العملاء بدقة: من خلال التحليل والبيانات، يمكنك تحديد ما يبحث عنه جمهورك، وما المشكلات التي تواجههم، وكيف يمكنك تقديم حلول حقيقية. (0.5ن)

تقليل المخاطر واتخاذ قرارات مدروسة: بدلاً من التخمين، تعتمد قراراتك التسويقية على بيانات واقعية، مما يقلل من احتمالية الفشل في حملاتك أو إطلاق منتجات غير مناسبة. (0.5ن)

تحقيق ميزة تنافسية: معرفة نقاط ضعف وقوة المنافسين تساعدك على التميز وتقديم عروض أكثر ذكاءً. (0.5ن)

تحسين تجربة العميل والمحتوى: من خلال فهم الجمهور، يمكنك تخصيص المحتوى والتصاميم والرسائل لتناسب كل فئة بدقة .
(0.5ن)

تحليل المنافسين: بوابة لفهم السوق من الداخل: واحدة من أهم أدوات دراسة السوق الرقمي هي تحليل المنافسين.
فهم من ينافسك، وما يقدمه، وكيف يتواصل مع جمهوره، يساعدك على تحديد موقعك الاستراتيجي. (0.5ن)