

الفصل العاشر

طرق (وسائل) التسويق الإلكتروني المستخدمة

يشمل التسويق الإلكتروني مجموعة من الطرق التي يمكن استخدامها للنجاح في الترويج لأي سلعة أو خدمة مع ضرورة الانتباه إلى النقاط التالية:

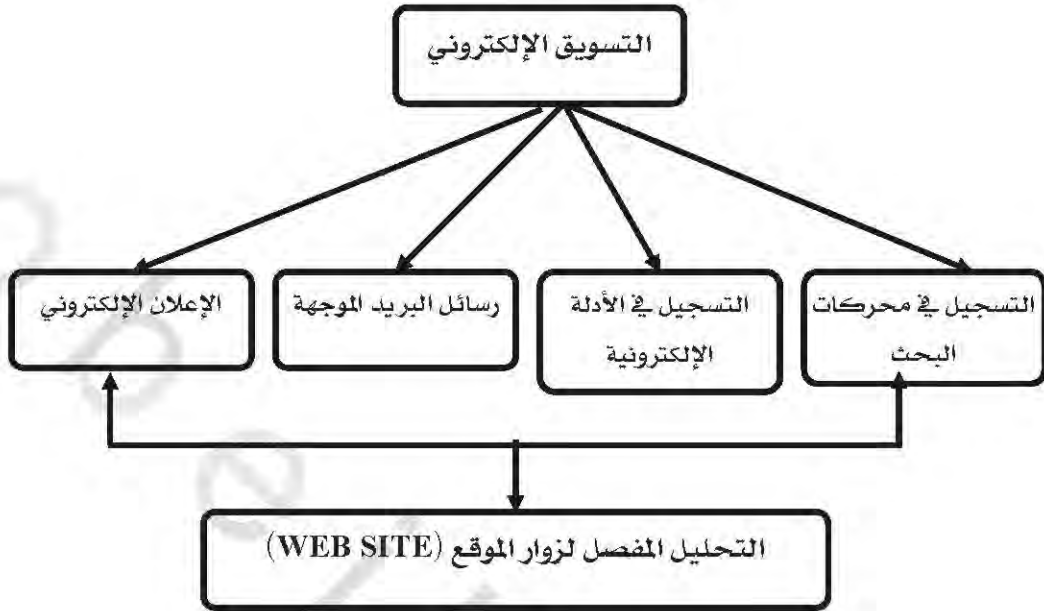
يمكن اعتماد بعض أو جل هذه الطرق في عملية التسويق للمنتج وبظل الفاصل في تحديد أكثر الطرق ملائمة هو المنتج في حد ذاته.

- الميزانية المحددة لعملية التسويق والمبالغ المالية المرصودة للبدء في الحملات الدعائية للمنتج إذ أن بعض هذه الطرق غير مجانية.
- الخبرات الشخصية للمسوق نفسه في التعامل مع الآليات والبرمجيات المختلفة للعملية التسويقية وبيئة التسويق الرقمي عموماً.

أهم الطرق المعتمدة في التسويق الإلكتروني هي كالتالي:

التسويق الإلكتروني عن طريق محركات البحث Search Engine Marketing

١. التسويق من خلال الإعلانات Display Marketing
٢. التسويق باستخدام الرسائل الإلكترونية E-mail Marketing
٣. التسويق من خلال البرامج الفرعية أو الوكيل Marketing Affiliate
٤. التسويق باستخدام الدعاية التفاعلية Interactive Marketing
٥. التسويق الفيروسي Viral Marketing



تعتبر الطرق السابقة أهم الطرق المتبعة في عملية التسويق على شبكة الإنترنت وسنأتي على شرحها وتوضيح آلياتها بالكثير من التفصيل في الفقرات التالية.

التسويق الإلكتروني عن طريق محركات البحث

Search Engine Marketing

محرك البحث : (search engine) :

هو برنامج يُتيح للمستخدمين البحث عن كلمات محددة ضمن مصادر الإنترنت المختلفة ويتألف محرك البحث من:

برنامج العنكبوت (spider program)

برنامج المفهرس (indexer program)

تعتبر محركات البحث أحد المصادر المهمة لزيادة عدد الزوار لموقعك، وبالتالي فإن وضع هذه الحقيقة ضمن الاعتبار في المراحل المختلفة لتصميم وبناء موقعك الإلكتروني يعني النجاح (إلى حد ما على الأقل) في الحصول على أكبر عدد

ممكّن من الزوار باستخدام هذه التقنية.

من منظور التسويق الإلكتروني تعتبر محركات البحث أحد الركائز المهمة لنجاح العملية التسويقية لأي منتج أو خدمة على شبكة الإنترنت، فإذا كان ٨٥٪ من متصفحي الإنترنت يعتمدون على محركات البحث للوصول إلى ما يبحثون عنه، فلك أن تتصور عدد الزوار الذين يمكن أن يستقطبهم موقعك وحجم المبيعات التي يمكن أن تحققها في حال اعتمادك للتقنيات الصحيحة في عالم محركات البحث. بالإضافة إلى ذلك يجب التأكيد على أن مثل هذه المهمة (وأقصد بذلك تعديل وتحوير صفحات موقعك للحصول على أفضل النتائج من خلال محركات البحث) ليست بالمهمة اليسيرة فتقنيات فهرسة المواقع وتحديد تراتيب ظهورها في نتائج البحث على هذه المحركات تتميز بالحركية والتغير بشكل كبير، أي أنها عملية غير ثابتة وهذا في رأيي يعود لسببين:

السبب الأول هو في طريقة عمل محركات البحث نفسها، إذ أن متطلبات الوصول بمحرك البحث إلى درجة عالية من الأداء والفاعلية تتطلب دوام مراجعة وتحديث خوارزمياته وتعديل ما يلزم منها من قبل القائمين عليه لتجاوز أو سد الثغرات فيه ومنع ما يسمى بتقنيات القبعة السوداء **Black Hat SEO** من تحقيق نتائج جيدة ضمن إطار هذا المحرك ونتائجه.

السبب الثاني هو آليات عمل الخوارزميات في هذه المحركات، مثل هذه البرمجيات هي في حالة تقييم مستمر لأداء أي موقع ومتابعة أي تحديثات فيه وتعديل أي بيانات مفهرسة عن هذا الموقع لينعكس ذلك إما سلباً أو إيجاباً على صفحات نتائج البحث ضمن هذا المحرك.

أهم الخطوات التي من شأنها تحسين مستوى أداء الموقع على بعض محركات البحث للحصول على أفضل النتائج من خلالها.

ولا يفوتني أن أؤكد على أنه يمكن النظر إلى مجموعة التقنيات المدرجة في هذا البحث على أنها قائمة مبدئية من التقنيات والطرق التي يمكن الشروع في تطبيقها خطوة بخطوة ومرحلة تلو الأخرى ومن وقت إلى آخر مع إمكانية تسجيل

نتائج تطبيق هذه التقنيات وتعديل ما يلزم وصولاً للنتيجة المطلوبة.

يمكن وصف محركات البحث على أنها نوع خاص من المواقع تم تصميمها للمساعدة في العثور على معلومات تم تخزينها في مواقع مختلفة على شبكة الإنترنت.

طرق محركات البحث: search engine methods :

تتعدد الطرق التي تعمل بها محركات البحث غير أنها تؤدي في الغالب ثلاث مهام محددة:

- الزحف عبر المواقع المختلفة على شبكة الإنترنت **Crawling** لجمع أكبر قدر ممكن من البيانات عن هذه المواقع ومحتوياتها تمهيداً لتحليلها ومعالجتها لاحقاً.
- معالجة البيانات وفهرستها **Indexing** وفقاً لخوارزميات **Algorithms** معينة لتحليل المحتوى وفهرز الكلمات المفتاحية والعديد من العمليات المعقدة الأخرى ومن ثم تخزينها.
- عرض وتقديم المعلومات التي تم تخزينها للباحثين عنها من خلال نتائج البحث في هذه المحركات.

تتفاوت محركات البحث في نوع العمليات والمهام التي تقوم بها وما يهمنها في هذا المقام هو التعرف إلى تلك العمليات المتعلقة بالبحث والفهرسة وانعكاساتها السلبية أو الإيجابية على موقعنا، وعلى اعتبار أن العثور على أي صفحة من صفحات أي موقع على نتيجة البحث هو رهن في المقام الأول بعثور محرك البحث في الأساس على هذه الصفحة فإننا في حاجة ماسة لمعرفة الكيفية التي تتم بها عملية العثور على هذه الصفحات من قبل محركات البحث.

تعتمد محركات البحث في عملية فهرسة الصفحات **Indexing** على برمجيات خاصة ومعينة تسمى **Robots or Crawlers** - حيث تقوم هذه البرمجيات (وكما يوحي اسمها) بالزحف والتنقل بين الصفحات المختلفة على شبكة الإنترنت وجمع

معلومات معينة من هذه الصفحات وعناوينها URLs كما أنها تقوم بتتبع الروابط الموجودة في كل صفحة في حالة وجودها لتعود بأدق التفاصيل الممكنة عن هذه الصفحات تمهيداً لفهرستها.

تبدأ بعد ذلك المرحلة الثانية وهي مرحلة الفهرسة **Indexing** وتتم في هذه العملية معالجة وتخزين البيانات التي تم العثور عليها في العملية الأولى ضمن قاعدة بيانات هذا المحرك وبالتالي يصبح بالإمكان الاستفادة منها في عمليات البحث.

المواقع الإلكترونية وخوارزميات محركات البحث:

تعتمد هذه المواقع في عمليات الفهرسة التي تقوم بها على برمجيات تعرف بال **Spiders** أو **Robots** أو **Crawlers** وهي برمجيات تعمل بطريقة آلية حيث تجوب شبكة الإنترنت بحثاً عن المواقع لتقوم فيما بعد بفهرستها وتصنيفها وفقاً لعدة خوارزميات أخرى مصممة خصيصاً لهذا الغرض، هذه الخوارزميات هي المسؤولة بصورة مباشرة عن تقدير أهمية المواقع وترتيب عرضها في صفحات نتائج البحث ومن أهم المعطيات التي تقيمها هذه الخوارزميات هي :

- كثافة الكلمات المفتاحية.
- نوع المحتوى ومدى تفردّه وعدم تكراره في مواقع أخرى أو في نفس الموقع من جهة وكثافة الكلمات المفتاحية وتطابقها مع هذا المحتوى من جهة أخرى.
- طريقة تصميم الموقع وطريقة ربط الصفحات داخل الموقع.
- عدد المواقع التي تشير أو ترتبط بهذا الموقع ونوع محتوى هذه المواقع.
- خلو الموقع من أي أخطاء في التصميم أو في كتابة شفرة HTML أو أخطاء في عملية ربط الصفحات ببعضها البعض.
- إحتواء الموقع على صفحات ساكنة Static HTML Pages أو صفحات ديناميكية Web Pages Dynamic تعتمد على أحد لغات البرمجة.
- معدل تحديث محتويات الموقع.

كل هذه العوامل وغيرها تقاس من قبل هذه الخوارزميات لتقديم أفضل النتائج في عملية البحث ولعل دقة هذه العمليات وتعقيدها هو الذي يحكم في

الحقيقة على كفاءة أداء أي محرك بحث ونجاحه في كسب ثقة الباحثين وهي كذلك نفس العوامل التي تميز محركاً عن آخر.

برنامج محرك البحث

و يوجد عدد كبير من محركات البحث التي تنتشر على شبكة الإنترنت نذكر منها على سبيل المثال **Lycos , Excite , Google , AltaVista** وتختلف محركات البحث عن بعضها في أسلوب العمل، مما يؤدي إلى اختلاف نتائج وشكل ودقة نتائج البحث الظاهرة للمستخدم.

محركات البحث العربية:

ظهر مؤخراً بعض محركات البحث التي تدعم البحث باللغة العربية، ويعزو تأخرها في هذا المضمار إلى التقنيات المعقدة التي يحتاجها البحث باللغة العربية، وذلك لكون اللغة العربية لغة صَرفية (morphological)، بينما الإنجليزية لغة لصقية (affix able) ومن هنا كان لا بد للشركات التي تطرح محركات بحث عربية قوية أن تمتلك التقنيات اللازمة لمعالجة اللغة العربية آلياً.

أدلة البحث : (Directories)

يُعدُّ دليل الويب (Web directory)، وسيلةً أخرى للبحث عن المعلومات في شبكة الويب العالمية. وخلافاً لمحركات البحث، يحوي دليل الويب - وهو موقع على الويب - روابطَ مُنظمة ومُرتبة (تنظم عادة حسب مواضيع عامة وأخرى فرعية) تُؤدي إلى مصادر المعلومات. وتُشَيِّ هذه الأدلة من قِبَل بعض الجهات أو المؤسسات أو الأفراد، ثمَّ يجري تحديد مصادر المعلومات التي ستشير الروابط إليها، وتُجمع، وتُراجع، وتُنظم، وتُصنّف لتوضع في النهاية في أدلة الويب.

ما أهمية محركات البحث لموقعي؟

الإجابة ببساطة: ما فائدة أن يكون لك موقع لا يعرفه أحد؟ أكدت الأبحاث أن حوالي ٩٠٪ من مستخدمي الشبكة في العالم يستخدمون محركات البحث في إيجاد البيانات التي يبحثون عنها. لذلك، عندما تقوم بإنشاء موقعك على الشبكة فإن محركات البحث تقوم بدور أساسي لإيجاد أكبر عدد من المستخدمين

المستهدفين من قبلك لزيارة موقعك وبالتالي سيؤدي ذلك إلى إمكانية وجود عملاء محتملين لمنتجاتك وخدماتك بشكل سهل.

ما المقصود بخريطة الموقع؟ وما هي أنواعها؟ وما هو الاستخدام الأمثل لها؟
تتعدد الطرق والتقنيات التي يتم بها تصميم المواقع على شبكة الإنترنت، لكنها عموماً تندرج تحت هذين النوعين:

مواقع ساكنة Static Web Sites:

وهي المواقع التي يتم تصميمها باستخدام شفرة HTML فقط والتي لا تعتمد في حفظها للبيانات على قواعد بيانات وهي التي نضطر لأجراء عمليات التحديث فيها إلى إعادة تحريرها وتحميلها مرة أخرى إلى خادم الموقع.

مواقع ديناميكية Dynamic Web Sites :

وهي المواقع التي تعتمد في عملها على صفحات ويب مبرمجة بإحدى لغات البرمجة مثل ASP أو PHP وتعتمد في عمليات حفظ البيانات واستدعائها على قواعد البيانات، وفي كل مرة يتم فيها تحديث الموقع فإن البيانات الجديدة تظهر بصورة مباشرة وسريعة على الموقع دون الحاجة إلى إعادة تحرير أو كتابة هذه البيانات إلى صفحات العرض.

عند استعمال الأسلوب الأول فإن عملية استدعاء صفحات هذا الموقع تتم في الغالب بصورة سريعة وبسيطة وفي العادة فإن هذه الصفحات تكون بالامتداد **htm** أو **html** ومثل هذا النوع من الصفحات لا تجد محركات البحث أي مشكلة في فهرستها وإدراجها ضمن قواعد بياناتها.

المشكلة تظهر في بعض الأحيان في فهرسة صفحات النوع الثاني من قبل محركات البحث، حيث تأخذ الصفحات المصممة وفق النوع الثاني امتدادات تختلف عن النوع الأول مثل **php** أو **asp** أو غير ذلك، لكن لا تتوقف تسميات مثل هذا النوع عند هذا الحد بل يضيف إليها المبرمجون في بعض الأحيان ما يعرف ب **Query String** وهي في الغالب مجموعة من المتغيرات أو العوامل **Parameters**

تضاف إلى الاسم الأصلي للملف ليكون شكلها النهائي كالتالي:

category=c&Articles.php?artid=10

مثل هذه التسميات ضرورية في بعض الأحيان لكن كما ذكرت سلفاً قد لا تستطيع بعض محركات البحث العثور عليها وفهرستها (بعض محركات البحث لا تجد صعوبة على الإطلاق في فهرسة ملفات من هذا النوع مثل Google).
إذاً ما هو الحل لهذه المشكلة، وكيف نضمن فهرسة هذه الصفحات من قبل أكبر عدد ممكن من محركات البحث؟ الحل يكمن ببساطة في إضافة ما يعرف بخريطة الموقع.

ما هي خريطة الموقع وكيف يمكن استخدامها:

الحل ببساطة يمكن أن يكون على هيئة صفحة من النوع الساكن Static يمكن تسميتها بخريطة الموقع وتدرج فيها أسماء الصفحات التي يضمها الموقع مع وصف دقيق لهذه الصفحات كلما أمكن ذلك، وبهذه الطريقة يمكن لمحركات البحث العثور على صفحات موقعك وفهرستها دون عناء كبير أو دون الخوف من إمكانية عدم العثور برمجيات محركات البحث على صفحات موقعك.

أنواع خرائط الموقع:

خرائط الموقع تؤدي في الحقيقة غرضاً واحداً هو التعريف بصفحات موقعك وتسهيل إمكانية الوصول إليها، غير أن أنها تتفاوت أو تختلف من حيث الشكل أو التصميم وسأذكر فيما يلي بعض هذه القوالب أو الأشكال:

١. صفحات ويب Html Web Page :

هذا القالب هو الأكثر شيوعاً بحيث يمكن إضافة هذه الصفحات للموقع لتكون ذات فائدة كبيرة للتعريف بموقعك لكل من زوار الموقع بحيث يمكنهم ببساطة العثور على أي صفحة من الصفحات وكذلك مهمة بالنسبة لمحركات البحث ولتسهيل عملية فهرسة هذه الصفحات من قبلها.

تتم كتابة هذه الصفحات بلغة **html** لتكون بذلك مثل أي صفحة من

صفحات موقعك ويتم فيها إدراج كل صفحات الموقع مع إمكانية تخصيص أكثر من صفحة لهذا الغرض إذا كان عدد صفحات الموقع كبيراً حتى لا يعتبرها محرك البحث نوعاً من أنواع الصفحات المؤدية لموقعك ويتم تجاهلها (يفضل محرك البحث Google على سبيل المثال أن يكون عدد الروابط في الصفحة الواحدة أقل من ١٠٠).

٢. ملفات نصية Text Files:

القالب الثاني الذي يمكن أن تكون عليه خريطة الموقع هو الملفات النصية العادية بالامتداد txt على أن يضاف عنوان واسم كل صفحة في سطر ليسهل بذلك قراءة هذا الملف من قبل محركات البحث.

٣. ملفات XML:

مثل هذا النوع من الملفات يحتاج إلى بعض الخبرة في عملية التحرير ويتطلب خلوه من الأخطاء للتمكن برمجيات محركات البحث من قراءته بصورة صحيحة. يمكنك تحرير هذا النوع من الملفات باستخدام بعض البرامج المعدة لذلك. كما يمكنك تحريره يدوياً ويمتاز هذا النوع من الملفات عن باقي الملفات باحتوائه على العديد من التفاصيل المتعلقة بالصفحات المضافة إليه مثل تاريخ تحريرها وكذلك تاريخ تحديثها مع بعض التفاصيل المهمة الأخرى .

صفحات خريطة الموقع هي من الصفحات المهمة في موقعك فهي تضمن بشكل جيد فهرسة صفحات موقعك من قبل محركات البحث بحيث تتجاوز مشاكل نوع الملفات وصعوبة فهرستها من محرك بحث إلى آخر. هذا بالإضافة إلى كونها أداة جيدة لتعريف الزوار بمحتوى موقعك في أدق تفاصيله مع تسهيل إمكانية العثور على هذه الصفحات من قبل زوار موقعك فاحرص الآن وقبل أي وقت آخر على إضافة مثل هذه الصفحات إلى موقعك.

أربع نصائح للحصول على عدد أكبر من الزوار:

تعتبر محركات البحث واحدة من أهم الطرق للحصول على زوار لأي موقع

وبالتالي فإن التركيز على تصميم صفحات جيدة وإثراء هذه الصفحات بمحتوى جيد يمكن أن يعتبر أهم الخطوات للوصول إلى هذا الهدف.

هل تعتبر هذه الوسيلة الطريقة الوحيدة لزيادة عدد الزوار؟

الإجابة هي لا.

فمحركات البحث تمثل مصدراً مهماً للزوار لكنها بالتأكيد ليست المصدر الوحيد، فهناك طرق أخرى يمكن الحصول بها على زوار لكنني أردت في هذا المقال الحديث عنها فقط نظراً للأهمية التي تمثلها بالنسبة لأي موقع، ويرجع هذا بالأساس إلى بعض الإحصائيات التي توضح أن ٨٥ ٪ من متصفحي الإنترنت يستخدمون محركات البحث للوصول إلى ما يبحثون عنه.

١- الإهتمام بالمحتوى والكلمات المفتاحية ومعدل تحديث محتوى الموقع :

يعتبر المحتوى هو المكون الأكثر أهمية في بناء صفحات جيدة وناجحة على شبكة الإنترنت، فكلما حرص مدير الموقع على تقديم المفيد وابتعد عن الغث على موقعه مع اختيار جيد للكلمات المفتاحية أو الكلمات الدليلية كلما زادت فرص حصوله على ترتيب Rank جيد في نتائج البحث والذي يترجم بالتأكيد إلى زيادة في عدد الزوار إلى موقعه.

٢- الإهتمام بالنواحي التقنية في عملية التصميم :

يجب الحرص أثناء عملية تحرير صفحات الموقع على خلوه من الأخطاء البرمجية أثناء كتابة شفرات لغة HTML والحرص كذلك على تجنب أخطاء ربط الصفحات واختبار الروابط المختلفة على الموقع بما يضمن للزائر ومحرك البحث تتبع هذه الروابط والوصول إلى الصفحة المطلوبة بدقة.

مثل هذه الأخطاء تعطي الانطباع لكل من الزائر ومحرك البحث على مدى الحرفية التي تم بها تصميم هذا الموقع من عدمها.

٣- صفحات ساكنة أو ديناميكية الاختيار لك :

ينصح في كثير من الأوقات باعتماد لغة HTML فقط لتصميم وكتابة شفرات المواقع وسبب ذلك هو أن بعض محركات البحث تجد صعوبة في فهرسة المواقع الديناميكية (المواقع الديناميكية هي المواقع التي تعتمد على إحدى لغات البرمجة مثل asp أو php).

مع تطور هذه المحركات أصبح بالإمكان فهرسة مثل هذه الصفحات مع اعتماد الروابط القصيرة في ربط الصفحات أثناء عملية التصميم - مثال:

link=5&cat=c&http://www.mydomain.com/articles.php?id=3

تلاحظ في المثال السابق تعدد المتغيرات التي يتم إرسالها إلى الصفحة **articles.php** لعرض المقال رقم ٣ التابع للمجموعة **c** والرابطة رقم ٥.

يمكن لمحرك البحث Google فهرسة هذه الصفحة في حين يصعب ذلك على بعض المحركات الأخرى، والأفضل في كل هذه الأحوال هو تقليل عدد المتغيرات المرسلة إلى كل صفحة.

٤- الروابط الخارجية Inbound Links : سلاح ذو حدين :

تتظر محركات البحث المختلفة إلى الروابط الخارجية (وهي مجموعة الصفحات في المواقع الأخرى والتي تشير إلى صفحات في موقعك) نظرة في غاية الأهمية لمعرفة مدى أهمية موقع معين أو للتمييز بين موقع وآخر فكلما زاد عدد الروابط الخارجية كلما زاد تقدير هذا الموقع وإعطاؤه تراتيب أفضل في نتائج البحث.

لكن ما يجدر الإشارة إليه هنا هو أن المهم في هذه الروابط هو النوع وليس الكم، فكلما زاد التجانس بين محتوى هذه المواقع أو الصفحات الخارجية ومحتوى موقعك كلما زاد ذلك في فرص حصولك على تراتيب أفضل.

لذلك احرص دائماً على تبادل مثل هذه الروابط مع مواقع تكمل نوع الخدمة أو المنتج الذي تحاول تسويقه من خلال موقعك.

يتطلب تصميم وتحويل صفحات الموقع لتتوافق مع محركات البحث الكثير من الجهد والصبر والمتابعة بحيث قد تتساءل: هل يتطلب الأمر كل هذا العناء للحصول على عدد أكبر من الزوار باستخدام هذه الوسيلة؟
أعتقد أنك توافقني الرأي إيجاباً عندما تنجح في تطبيق مثل هذه التقنيات على موقعك لترى ذلك العدد من الزوار يتزايد يوماً بعد يوم لتحقيق من خلال تطبيق هذه التقنيات النجاح الذي طالما حلمت به.

٢- ما المقصود بالتبادل الإعلاني؟

هو أسلوب آخر لتسويق موقعك على الإنترنت، ويتم عن طريق تبادل وضع الشريط الإعلاني الخاص بك (البانر) مع المواقع الأخرى، حيث يتم تسجيل موقعك لدى المواقع الأخرى ووضع الكود الذي تحصل عليه بموقعك وبمقابل كل إعلان يظهر بموقعك تحصل على إعلان لك لدى المواقع المشتركة في هذه الخدمة. ويتم تزويدك بلوحة تحكم تقوم بتسجيل كل هذا، حيث يظهر لك عدد إعلاناتك التي ظهرت في كل يوم بالتفصيل وعدد الإعلانات التي ظهرت في موقعك في نفس اليوم وعدد الضغوطات من موقعك وعدد الضغوطات على إعلانك وأرقام IP لكل مستخدم قام بزيارة صفحتك. وتعتبر هذه إحصائيات عن عدد الصفحات المتصفح ومدة إقبال الزوار على موقعك وفي أي أيام يكون هناك زوار أكثر أو أقل.... بكل تأكيد هي إحصائيات مفيدة لتتبع مسار موقعك في طريق الشهرة .

البانر (Banner) :

الشريط الإعلاني هي الترجمة العربية لكلمة البانر **Banner** الإنجليزية، وهي إحدى الأدوات المستخدمة في التسويق الإلكتروني **Online Marketing** ، وغالباً ما يحوي البانر على وصلة **Link** لموقع أو صفحات أخرى وهذه هي الغاية من استخدام البانر كوسيلة من وسائل التسويق الإلكتروني.

أهمية التبادل الإعلاني :

التبادل الإعلاني من أشهر طرق التسويق ويرجع هذا إلى تمتعه بمزايا عديدة :

- رخص تكلفة الإعلان.
- جذب لقطاع كبير من شرائح المجتمع من مستخدمي الشبكة.
- الصورة الذهنية الإيجابية للمعلن لدى متصفح الشبكة عن طريق banners الإعلانات.
- تخطي حدود إعلانات المحلي.
- سهولة التحكم في الإعلان (يمكنك استخدام الصور الثابتة أو المتحركة أو الفلاش في الإعلان) والتحكم في اختيارك الفترة الزمنية المناسبة لطرح إعلاناتك .
- إذا كان لديك أكثر من موقع أو تريد توجيه زوار موقعك إلى أماكن محددة بموقعك يمكنك الاشتراك بعدد غير محدود من الحسابات.

٣- ما هي سباقات أفضل المواقع؟

تقوم عدد من المواقع بتنظيم هذه السباقات والتي تهدف إلى تحديد أفضل المواقع وفقاً لأعداد الزوار لهذا الموقع والتي تكون مؤشراً قوياً إلى نجاح الموقع ويتم تحديد الموقع الفائز شهرياً.

كيف تعمل هذه السباقات؟

وتتظم هذه السباقات عن طريق تصميم كود ترشيح خاص بالمواقع المنظمة للسباقات (قد يكون هذا الكود عبارة عن banner متحرك أو صورة أو رابط "Link") تضعه المواقع المشتركة لديها بالموقع حيث يقوم الزائرون بترشيح الموقع من خلال هذا الرابط، كما يوجد بالمثل banner إعلاني للمواقع المشتركة داخل مواقع السباقات ويتم احتساب عدد الترشيحات لكل موقع عن طريق لوحة تحكم خاصة تقوم بهذه العملية. وتختلف السباقات باختلاف موضوعاتها أو نوعيتها، فمنها الخاص بالمواقع الخليجية دون غيرها ومنها الخاص بمواقع الجغرافيكس وغيرها .. كذلك منها أفضل مائة موقع عربي، أفضل ألف موقع عربي

ما أهمية تسجيل موقعك بمواقع السباقات؟

مما لا شك فيه أن مواقع السباقات من أكثر المواقع التي يحرص مستخدمو الشبكة الدولية على زيارتها، حيث تشهد هذه المواقع سباقاً محموماً بين المواقع

المشاركة وتنافساً شديداً يحرص آلاف من المستخدمين على متابعته والتصويت من خلاله لمتابعة المواقع الفائزة.

والاشتراك في هذه السباقات يضمن لك الشهرة الواسعة بين مستخدمي الشبكة وخاصة إذا كان السباق لنفس محتوى موقعك.

٤- ما هو التسويق بواسطة البريد الإلكتروني؟

يتم إرسال رسائل إلكترونية إلى مستخدمي شبكة الإنترنت المستهدفين من قبلك والذين ترغب في وصول رسالتك الدعائية إليهم دون غيرهم .

أهميه هذه الوسيلة؟

تعتبر هذه الوسيلة من أنجح الطرق التسويقية على الإطلاق وأكثرها فاعلية وتأثيراً وأسرعها في نفس الوقت لأنها تصل إلى المستخدم مباشرة دون اللجوء إلى طرق ثانوية ، كما أنها تضمن وصول رسالتك الدعائية إلى أكبر عدد ممكن من المستخدمين المستهدفين من قبلك ، على سبيل المثال إذا كان منتجك يهتم بعالم الجرافيكس فما فائدة أن تصل رسالتك الدعائية إلى البريد الإلكتروني لطبيب أو محام أو رجل دين.

التسويق الفيروسي Viral Marketing

أحد المصطلحات المستخدمة في عالم التسويق الإلكتروني والتي يمكن أن تصادفك خلال تصفحك لبعض المواقع مصطلح التسويق الفيروسي **Viral Marketing** فما هو المقصود بهذا المصطلح وكيف يمكن الاستفادة منه في الترويج أو التسويق لموقعك على شبكة الإنترنت؟

ما المقصود بالتسويق الفيروسي Viral Marketing:

تخيل أن شخصاً ما للأسف قد أصيب بمرض فيروسي معد (أتمنى الصحة والعافية للجميع) - فما هي نسبة انتشار هذا المرض بين مخالطيه؟ بلا شك سينتقل هذا المرض من شخص إلى آخر وبسرعة كبيرة.

من هنا تمت استعارة الشكل الذي يأخذه هذا الانتشار ليصبح أحد التثنيات المعتمدة في مجال التسويق الإلكتروني.

لتوضيح مفهوم التسويق الفيروسي نورد المثال التالي:

هيب أنك تعلمت خبرة ما في مجال معين وأردت أن تُطبع كتاباً إلكترونياً تُشرح فيه هذه الخبرة. يمكنك أن تبدأ بوضع هذا الكتاب على موقعك كهدية مجانية. يمكنك لشراء الموقع تحميلها للاطلاع عليها ونشرها أيضاً على مواقعهم. بهذا الطريقة يمكنك لهذا الكتاب أن ينتشر بسرعة كبيرة ومن شخص إلى آخر، ولتحليل الشكل الذي يمكن أن ينتشر به هذا الكتاب نورد الشكل التالي:



يوضح هذا الشكل مفهوم التسويق الفيروسي

فوائد تطبيق تقنية التسويق الفيروسي:

- النتيجة الأكبر التي يمكن الوصول إليها من وراء اعتماد هذه التثنية كأحد تثنيات التسويق هي انتشار أكبر على شبكة الإنترنت، مما يعني:
- التعريف بموضوع المادة المدروسة على صفحات الكتاب والتعريف بصاحبه
- مما يطمئن للشخص المؤلف سمعة جيدة على شبكة الإنترنت - بمعنى آخر تعتبر هذه التثنية إحدى وسائل الرعاية والترويج للموقع.
- حصول الموقع على بعض الروابط الخارجية التي تشير إليه من قبل المواقع الأخرى إما كتركيبة وإتداه بالقيمة المعرفية التي يطرحتها هذا الكتاب أو كروابط خارجية لتحميل الكتاب، وفي جميع هذه الأحوال فإن هذه الروابط تعتبر

إضافة كبيرة للموقع للحصول على ترتيب جيد High Rank في محركات البحث.

• زيادة عدد الزوار الراغبين في الاطلاع على مزيد من المعلومات فيما يخص موضوع الكتاب.