

دورة تدريبية تعلم التسويق بالعمولة

محتويات الحقيبة

- أساسيات التسويق الإلكتروني
- مفاهيم التجارة الإلكترونية
- أدوات المسوق في أبواب
- استراتيجيات التسويق الفعّال
- تدريبات عملية

التسويق الإلكتروني

ما هو التسويق الإلكتروني؟

التسويق الإلكتروني هو عملية استخدام القنوات الرقمية لترويج المنتجات أو الخدمات، وجذب العملاء، وتحقيق المبيعات. يتميز بقدرته على الوصول إلى جمهور كبير باستخدام تقنيات وأدوات رقمية حديثة، مما يجعله عنصرًا أساسيًا لنجاح أي عمل تجاري في العصر الحالي.

مميزات التسويق الإلكتروني:

- الاستهداف الدقيق : يمكنك تحديد جمهورك المستهدف بناءً على العمر، الجنس، الموقع الجغرافي، الاهتمامات، وسلوكيات الشراء.
- قياس الأداء بسهولة : باستخدام أدوات تحليل مثل Google Analytics و Meta Ads Manager، يمكن تتبع نجاح الحملات الإعلانية ومعرفة العائد على الاستثمار (ROI).
- التكلفة الفعالة : بالمقارنة مع التسويق التقليدي، يُعتبر التسويق الإلكتروني أقل تكلفة وأكثر كفاءة.
- الوصول العالمي : يمكن للتسويق الإلكتروني أن يصل إلى جمهور في مختلف أنحاء العالم، مما يفتح أبوابًا للنمو الدولي.
- التفاعل المباشر : يتيح للعملاء التفاعل مع العلامة التجارية عبر وسائل التواصل الاجتماعي أو البريد الإلكتروني.

التسويق الالكتروني

أنواع التسويق الإلكتروني:

1. التسويق عبر محركات البحث (Search Engine Marketing - SEM):
يعتمد على تحسين ظهور الإعلانات أو المواقع في نتائج البحث.
مثال: إعلانات Google Ads التي تظهر عند البحث عن "أفضل مطاعم قريبة مني".
2. تحسين محركات البحث (Search Engine Optimization - SEO):
تحسين محتوى الموقع وتصميمه لزيادة ترتيبه في نتائج البحث العضوية.
مثال: كتابة مقال بعنوان "أفضل نصائح للعناية بالبشرة" يتصدر نتائج البحث.
3. التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي (Social Media Marketing):
استخدام منصات مثل فيسبوك، إنستغرام، وتويتر لترويج المنتجات.
مثال: نشر فيديوهات قصيرة توضح فوائد منتج معين على تيك توك.
4. التسويق بالمحتوى (Content Marketing):
إنشاء محتوى قيم (مقالات، فيديوهات، انفوجرافيك) لجذب العملاء وبناء ثقة معهم.
مثال: كتابة مدونة عن "كيفية اختيار العطور المناسبة".

التسويق الإلكتروني

أنواع التسويق الإلكتروني:

5. التسويق عبر البريد الإلكتروني (Email Marketing):

إرسال رسائل تسويقية مباشرة إلى العملاء لتقديم عروض أو تحديثات.

مثال: بريد بعنوان "خصومات تصل إلى 50% لفترة محدودة".

6. الإعلانات المدفوعة (Pay-Per-Click - PPC):

الدفع مقابل كل نقرة على إعلان معين.

مثال: إعلان يظهر عند البحث عن "أفضل أماكن الإقامة في دبي".

7. التسويق عبر المؤثرين (Influencer Marketing):

التعاون مع شخصيات مؤثرة لترويج منتج أو خدمة.

مثال: مؤثر يروج لمنتج تجميل على إنستغرام.

8. التسويق بالعمولة (Affiliate Marketing):

دفع عمولة للمسوقين عند إتمام عملية بيع باستخدام روابط خاصة.

مثال: مدون يروج لمنتج إلكتروني ويحصل على نسبة من كل عملية بيع.

9. التسويق عبر الرسائل القصيرة (SMS Marketing):

إرسال رسائل نصية مباشرة للعملاء.

مثال: "اشتر الآن واحصل على خصم 20% باستخدام الكود XYZ".



خطوات بناء خطة تسويق إلكتروني ناجحة

1. تحليل السوق والجمهور المستهدف:
دراسة احتياجات وسلوكيات العملاء المحتملين.
تحديد الفئة العمرية، الموقع الجغرافي، والاهتمامات.
2. تحديد الأهداف:
تحديد أهداف واضحة مثل زيادة المبيعات بنسبة 20% أو تحسين التفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي.
3. اختيار القنوات المناسبة:
اختيار الوسائل الرقمية التي يتواجد عليها الجمهور المستهدف.
مثال: استهداف الشباب عبر تيك توك وإنستغرام.
4. إنشاء محتوى جذاب:
كتابة محتوى يجذب العملاء ويميز قيمة المنتج أو الخدمة.
استخدام الصور والفيديوهات عالية الجودة.
5. إطلاق الحملة التسويقية:
بدء الحملة على المنصات الرقمية مع مراقبة الأداء.
مثال: حملة على فيسبوك تستهدف الأشخاص المهتمين بالرياضة.
6. قياس وتحليل النتائج:
متابعة الأداء باستخدام أدوات مثل Google Analytics لتحديد مدى نجاح

أدوات التسويق الإلكتروني

1. أدوات تحليل الأداء:

Google Analytics: لتتبع الزوار وتحليل سلوكهم.

Meta Ads Manager: لمراقبة أداء الإعلانات على فيسبوك وإنستغرام.

2. أدوات إدارة وسائل التواصل الاجتماعي:

Hootsuite و Buffer: لجدولة المنشورات وتتبع التفاعل.

3. أدوات تحسين محركات البحث:

Ahrefs و SEMrush: لتحليل الكلمات المفتاحية وتحسين ترتيب الموقع.

4. أدوات صناعة المحتوى:

Canva: لتصميم الصور والإنفوجرافيك.

Adobe Premiere: لتحرير الفيديوهات.

مفاهيم التجارة الإلكترونية

1. ما هي التجارة الإلكترونية؟

التجارة الإلكترونية هي بيع وشراء السلع والخدمات عبر الإنترنت، دون الحاجة إلى وجود متاجر تقليدية. تتضمن إنشاء متاجر إلكترونية، التسويق الرقمي، وخدمات الدفع والشحن. أمثلة واقعية:

أمازون : أكبر منصة تجارة إلكترونية عالمية.

نون و سلة في العالم العربي.

2. أهمية التجارة الإلكترونية للشركات:

الوصول لعدد كبير من العملاء في وقت قياسي.

توفير التكاليف مقارنة بفتح متجر تقليدي.

تحليل دقيق لسلوك العملاء باستخدام أدوات مثل Google Analytics.

نموذج عملي :

شركة صغيرة لبيع العطور تعتمد على متجر إلكتروني وتحقق مبيعات تفوق 20,000 ريال شهريًا.

3. أنواع التجارة الإلكترونية:

B2C (من الشركات للمستهلكين) : مثل بيع الملابس أو الإلكترونيات.

B2B (من الشركات للشركات) : بيع خدمات أو منتجات للشركات.

C2C (من المستهلك للمستهلك) : مثل مزادات eBay.

مقدمة عن التسويق بالعمولة

1. ما هو التسويق بالعمولة؟

التسويق بالعمولة هو نظام يتيح للمسوقين الترويج لخدمات أو منتجات شركة معينة مقابل الحصول على نسبة مئوية من الأرباح عند تحقيق مبيعات. لدينا في منصة أبواب تحصل على أكبر نسبة عمولة 30% من قيمة كل عملية بيع تتم باستخدام كودك الخاص أو رابطك الشخصي.

مثال توضيحي:

إذا كنت تروج لخدمة تصميم موقع إلكتروني وتسويق وباكج كامل فلنفترض ان السعر 12,000 ريال، ونجحت في جذب العميل واشترى الخدمة باستخدام كودك، فإنك تحصل على 3,600 ريال كعمولة مباشرة.

2. كيف يعمل نظام التسويق بالعمولة في أبواب؟

أنت: تشارك رابطك الخاص أو كود الخصم مع العملاء.

العميل : يستخدم الرابط أو الكود للشراء.

النظام : يسجل العملية ويوجه لك عمولتك بعد اكتمال البيع.

السحب : يتاح السحب عند تجاوز عمولتك 1000 ريال ويحول لك المبلغ بالطريقة التي تريدها

3. مزايا التسويق بالعمولة مع أبواب:

دخل إضافي مرّن بدون رأس مال.

حرية اختيار الطريقة التي تسوّق بها.

أدوات دعم جاهزة تساعدك في تحقيق المبيعات.

أدوات المسوق في أبواب

- رابط التسويق الشخصي : رابط خاص بك يُستخدم لتوجيه العملاء إلى خدماتنا. عند استخدام العميل للرابط، يتم تسجيل العملية باسمك. مثال: رابطك الشخصي : <https://aboab.com/ref/username> شاركه عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مثل الواتساب، تويتر، إنستغرام، أو حتى الإيميل.
- كود الخصم : كود فريد يُقدّم للعملاء خدماتنا ويُسجّل البيع باسمك. مثال: كودك: MOH21 شارك الكود مع شرح عن الخدمة مثل : "خصم خاص لك! استخدم كود MOH21 لتحصل على أفضل خدماتنا."
- مواد التسويق الجاهزة : توفر لك تصاميم وبوستات جاهزة للنشر تشمل: صور جذابة عن الخدمات، فيديوهات قصيرة تشرح مزايا كل خدمة. مثال عملي: تصميم يحتوي على عبارة: "ابدأ مشروعك مع أبواب واطلب خدماتك الآن وادفع بعدين!"
- لوحة التحكم الخاصة بك : تُمكنك من متابعة مبيعاتك: الاطلاع على الأرباح المتوقعة و تحليل أداء الحملات التسويقية.

استراتيجيات التسويق الفعّال

1. التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي : اختيار المنصات المناسبة: استخدم المنصات التي يتواجد فيها جمهورك المستهدف مثل إنستغرام، تويتر، أو سناب شات.
كتابة محتوى جذاب : اكتب محتوى يحفز العملاء للتفاعل، مثل: "هل تبحث عن طريقة سهلة لتطوير مشروعك؟ أبواب تقدم لك الحل! اطلب خدماتك الآن وادفع بعدين. استخدم كود MOHA21."
الاستفادة من التريندات: استخدم المواضيع الرائجة في وسائل التواصل وادمجها بخدماتنا.
مثال : تريند عن "تطور الشركات"، انشر بوست: "التطور يبدأ من خطوة! اطلب خدمات أبواب الآن لتأخذ مشروعك للمرحلة التالية."
- 2 . التواصل المباشر مع العملاء:
استخدم واتساب أو الإيميل للتواصل مع العملاء مباشرة.
قدم الخدمة بشكل مختصر مع عرض سريع للفوائد.
نص مثال للتواصل :
"السلام عليكم، أنا [اسمك]، مسوق مع منصة أبواب. حاب أوضح لك كيف تقدر تطور مشروعك بخدماتنا، ايش رأيك أشرح لك أكثر؟"
3. التسويق للشركات الكبرى :
ابحث عن الشركات المهتمة بخدماتنا مثل تصميم المواقع أو إدارة الحملات التسويقية.
تواصل مع مسؤول التسويق، وقدم عرضاً واضحاً عن خدماتنا.
مثال عملي :
"شركة تحتاج متجر إلكتروني؟ أبواب تقدم خدماتها بخبرة عالية ودفع مريح.
اطلب وادفع بعدين (مع العرض الخاص اليوم،

تدريبات عملية

1. كتابة بوست تسويقي:

تدريب المشاركين على كتابة بوست باستخدام كود الخصم.
مثال:

”تبي تبدأ مشروعك الرقمي؟ مع أبواب، اطلب خدماتك الآن وادفع بعدين! استخدم كود MOHA21. لا تفوت الفرصة!“

2. تمثيل سيناريو تسويقي:

محاكاة مكالمة مع عميل: “السلام عليكم، هل تبحث عن خدمات تسويقية مميزة؟ مع أبواب، نساعدك تطور مشروعك بأقل التكاليف وأعلى جودة.“

3. تحليل الأداء:

استخدام لوحة التحكم لتحليل أداء المسوقين.
تدريبهم على تحسين نتائجهم بناءً على البيانات.

التحفيز والمكافآت

1. تحفيز سفراء أبواب:

إذا حققت 10 مبيعات شهرياً، تحصل على مكافأة إضافية.
نظام تحديات بين المسوقين بجوائز شهرية.

2. برنامج المكافآت :

عمولة ثابتة 30%.

مكافآت تصل إلى 500 ريال لكل عميل مميز تجذبه.

#بداية_لكل_نجاح



a a b w a b b

شكراً لكم