5 نصائح لتحسين إستراتيجيات التسويق في 2020

كتبه لمى عبد البر | 2 ديسمبر ,2019

ترجمة وتحرير نون بوست

تتمثّل إحدى الخطوات الرئيسية في تطوير إستراتيجية تسويق رقمية مناسبة للمستقبل في الحفاظ على التوجهات القادمة في الصميم، لذا مع الاستعانة بخبراء صناعة الاستشارات وعمالقة السوشيال ميديا تقدم لكم شركتي "Talkwalker" و"Hubspot " أهم التوجهات في عام 2020، وإليكم 5 نصائح تساعدكم على الاستفادة من تلك التوجهات عند وضع خطة تسويق العام الجديد:

غيّر فكرتك عن الذكاء الاصطناعي

هناك مخاوف واسعة النطاق من الذكاء الاصطناعي، ووفقًا لبيانات "Talkwalker" فقد ذُكر الذكاء الاصطناعي 4.7 مليون مرة في النصف الأول من عام 2019، لكن 50% من المشاعر عنه كانت سلبية، من المفهوم أن الناس قلقون بشأن خسارة وظائفهم بسبب الأتمتة، لكن هذا التحدي يقدم لنا فرصة كبيرة، فإذا بدأ المسوقون في احتضان الذكاء الاصطناعي ودمجه في إستراتيجيات التسويق الخاصة بهم، فبإمكانهم توفير الكثير من الوقت الضائع في مهام شاقة وقضاء المزيد من الوقت في الأعمال التي ينفذها البشر بشكل أفضل.

فتفسير البيانات التي جمعها الذكاء الاصطناعي وقسمها قد يتسبب في نجاح أو فشل إستراتيجية التسوق، ومن خلال الفهم العميق لكيفية استخدام الذكاء الاصطناعي في تعزيز جهود التسويق، وإضافة اللمسة البشرية للاستفادة من البيانات ومشاركة المجتمعات باستخدام الروابط والتعبيرات البشرية، يستطيع المسوقون إثبات إستراتيجياتهم للمستقبل.

اجعل أولويتك الحفاظ على خصوصية العميل

لقد عانت وسائل التواصل الاجتماعي من مشكلات في الثقة خلال السنوات الأخيرة بسبب قضيتين رئيسيتين وهما: خصوصية البيانات والمعلومات المضللة، إذا عانت علامتك التجارية من مشكلة شبيهة فيجب أن تعالج إستراتيجية تسويقك في 2020 تلك المشكلة وتركز على إعادة بناء الثقة بعلامتك التجارية، وإذا لم تعان من تلك المشكلة فهذا لا يعني بالطبع أنه لا يجب أن تركز على خصوصية البيانات، انتبه للخط الفاصل بين خصوصية البيانات والشخصنة المفرطة.

تظهر قضية الخصوصية أن المستهلكين يثقون في العلامات التجارية بشكل أقل عندما يتعلق الأمر بخصوصية البيانات، لكنهم ما زالوا يقدمون البيانات للشركات في مقابل الحصول على خدمات مخصصة، لذا استفد من قوة الذكاء الاصطناعي والتحليل المتقدم عند بناء إستراتيجية وسائل التواصل الاجتماعي لاختيار بيانات ذات صلة التي سيكون لها صدى عند جمهورك بطريقة مفيدة وغير متطفلة.

عزّز تجربة المستخدم من خلال الواقع الافتراضي والواقع المعزز

يقول ماريانو بوزاس نائب رئيس قسم التحويل الرقمي في شركة كوكاكولا إن العلامات التجارية بحاجة لأن تكون مرتبطة بالأجيال التي لم تر الخط الفاصل بين عالم الإنترنت والعالم خارج الإنترنت وبين الواقع والواقع المعزز، في الحقيقة من المتوقع أن يجتاح الواقع المعزز والواقع الافتراضي عام 2020.

سيكون الواقع المعزّز عبارة عن تقنيات متكاملة لتعزيز تجارب البيع بالتجزئة التقليدية ومشاركة العملاء على أرض الواقع، كما سيكون الواقع الافتراضي ضروريًا لتعزيز تلك التجارب على الإنترنت، بالتأكيد يجب الاستثمار في تلك التكنولوجيا بطرق تتعلق بصناعتك وعلامتك التجارية.

تفهم أن جمهورك يتغير طوال الوقت

ما نجح معك العام الماضي ليس ضروريًا أن ينجح هذا العام، فالتغيرات التي حدثت في السوق والمشهد التكنولوجي غيّرت طريقة تفاعل الجمهور مع الإعلانات، وفقًا لشركة "Talkwalker" فبيانات المحادثات عن الإعلانات انخفضت بشكل بارز خلال العام الماضي، بينما ظهرت طرق جديدة مثل البحث الصوتي والتجارة الإلكترونية على وسائل التواصل الاجتماعي (حيث ذُكرا بمعدل 172 ألف مرة و226 ألف مرة على التوالي).

يجب أن تتكيف إستراتيجية تسويقك مع تلك التغيرات وتتغير معهم، هذا قد يعني التحويل من إعلانات محرك البحث إلى التسويق على وسائل التواصل الاجتماعي أو البحث الصوتي، وقد يعني أيضًا استخدام آخر التحديثات التي قدمتها منصات التواصل الاجتماعي مثل إنستغرام لتسهيل التسوق داخل التطبيقات.

شجّع مجتمعك على إنتاج محتوى

إنشاء مجتمع متفاعل عبر الإنترنت أول وأصعب خطوة، فالعلامات التجارية بحاجة إلى الاستفادة من هذا العمل الشاق من خلال تشجيع مجتمعها على إنشاء محتوى لها، فـ90% من قرارات الشراء يدفع بها محتوى أنشأه المستخدمون، فالمستهلك يثق بشكل أكبر في الشخص العادي الذي يستخدم المنتج أكثر من العلامة نفسها أو المشاهير الذين يروجون لها.

لذا ليس من المستغرب أن المحتوى الذي يكتبه المستخدمون يخلق تفاعلًا أكثر 6.9 مرة من المحتوى الذي تكتبه العلامة التجارية بنفسها، لذا عند وضعك إستراتيجية التسويق فكرّ في المكافآت التي ستقدمها لمجتمعك لتشجيعهم على صناعة محتوى، قد يكون خصم على المنتج أو جائزة أو دعوة خاصة لحدث ما، لا تنس استخدام هذا المحتوى بعد ذلك ومشاركته بفعالية لجذب الجمهور على الإنترنت.

المصدر: إنترينيور

رابط المقال : https://www.noonpost.com/35081/