التسويق الالكتروني
MARKETING DIGITAL
E-MARKETING

مزايا التسويق الالكتروني الناجح

Nawfal NEJJAR
Agence numérique – Maroc PME

نوفل النجار
الوكالة الرقمية - مغرب المقاولات

فهم مصطلح التسويق
UNDERSTANDING MARKETING

- **How can you define Marketing ?**
- Dr Philip Kotler defines marketing as follows, "Marketing is that function of the organisation that can keep in constant touch with the organisation's consumers, read their needs, develop products that meet these needs, and build a programme of communications to express the organisation's purposes". (Kotler and Levy, 1969: p 15).

الويكيبيديا

و مجموعة من العمليات أو الأنشطة التي تعمل على اكتشاف رغبات العملاء وتطوير مجموعة من المنتجات أو الخدمات التي تشبع رغباتهم وتحقق للمؤسسة الربحية خلال فترة زمنية مناسبة. ويمكن تعريف التسويق بأنه فن البيع، إلا أن المبيعات هي جزء من العملية

فهم مصطلح "الرقمية"
UNDERSTANDING DIGITAL

- People are not passive consumers; they are empowered as publishers, editors and commentators. The conversation is multi-directional and usually not started or controlled by brands. (new power balance)

فهم معنى التسويق الالكتروني أو التسويق الرقمي
UNDERSTANDING DIGITAL MARKETING

- **If marketing creates and satisfies demand, digital marketing drives the creation of demand using the power of the Internet, and satisfies this demand in new and innovative ways.**
- **The Internet is an interactive medium. It allows for the exchange of currency, but more than that, it allows for the exchange of value.**

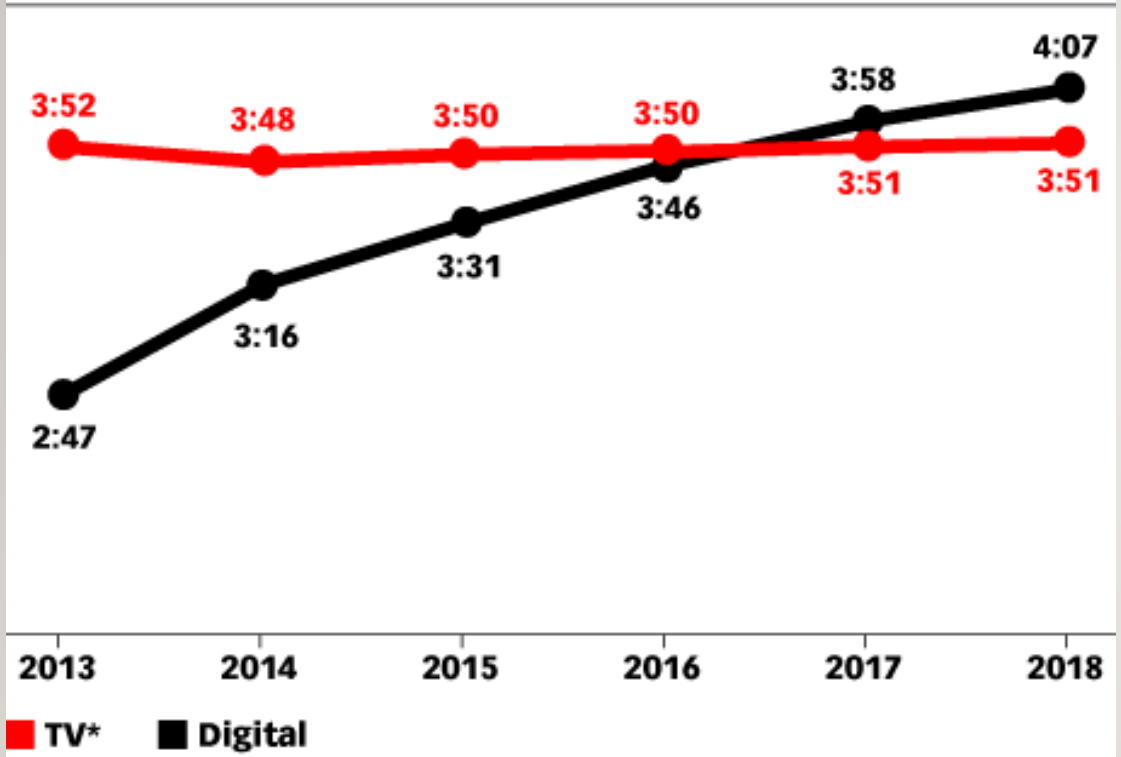
أول عملية تسويق إلكتروني
FIRST AD 1994

استراتيجية التسويق
MARKETING STRATEGY

1. Marketing Research
   - Gathering, Recording and Analyzing to create an Insight
   - Qualitative and Quantitative Research
2. Segmentation, Positionning
3. Marketing Mix
   - P…..
   - P…..
   - P…..
   - P…..
- Sales
- Audit

Average Time Spent per Day with TV* vs. Digital Media by Adults in France, 2013-2018

hrs:mins

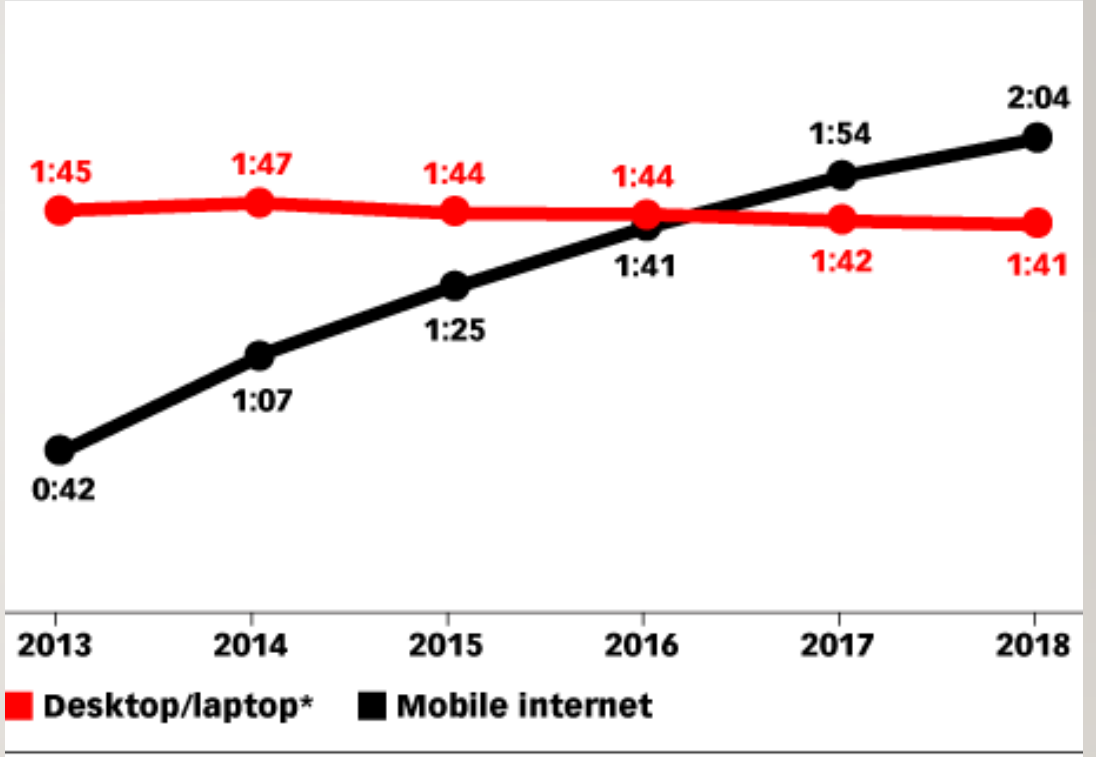


*Note: ages 18+; time spent with each medium includes all time spent with that medium, regardless of multitasking; for example, 1 hour of multitasking on digital media while watching TV is counted as 1 hour for TV and 1 hour for digital media; *excludes digital*
Source: eMarketer, Nov 2016

218586 www.eMarketer.com

Average Time Spent per Day with Desktop/Laptop* vs. Mobile Internet by Adults in France, 2013-2018

hrs:mins



*Note: ages 18+; time spent with each medium includes all time spent with that medium, regardless of multitasking; for example, 1 hour of multitasking on desktop/laptop while using the mobile internet is counted as 1 hour for desktop/laptop and 1 hour for mobile internet; *includes all internet activities on nonmobile devices*
Source: eMarketer, Nov 2016

218599 www.eMarketer.com

مزايا التسويق الالكتروني

التكلفة

تسويق تقليدي	تسويق الكتروني
تكلفة عالية	اقل تكلفة
حيث انه يستلزم استخدام وسائل الاعلام مثل (التليفزيون- الراديو- الجرائد والمجلات- المطبوعات)	لانه يكون عن طريق الانترنت باستخدام اعلانات مجانية او مدفوعة وسعرها اقل كثير جدا من الوسائل التقليدية

مزايا التسويق الالكتروني

التواصل

تسويق تقليدي	تسويق الكتروني
صعوبة التواصل مع العملاء	سهولة التواصل مع العملاء باستخدام البريد الإلكتروني ووسائل اتصال الانترنت الأخرى

مزايا التسويق الالكتروني

الطلب على المنتج

تسويق تقليدي	تسويق الكتروني
معلومات غير كافية عن المنتج	معلومات متوفرة على شبكة الانترنيت
لا يمكن طلب المنتج بشكل مباشر لأنه يكون عن طريق خدمة العملاء وغيره	يمكن طلب المنتج او الخدمة بشكل مباشر بإرسال طلب عن طريق الموقع الإلكتروني الخاص بالشركة

مزايا التسويق الالكتروني

استمرارية العملاء وآرائهم

تسويق تقليدي	تسويق الكتروني
عدم المحافظة على العملاء	جعل العملاء دائمين
صعوبة متابعة رد فعل العملاء نسبيا	سهولة متابعة رد فعل العملاء من خلال الموقع الإلكتروني , ايضا معرفة آرائهم عن المنتجات من خلال المواقع الاخرى خاصة المواقع الاجتماعية مثل الفيس بوك

مزايا التسويق الالكتروني

عدد العملاء

تسويق تقليدي	تسويق الكتروني
عدد العملاء قليل نسبيا لان التسويق محلى فقط وعلى نطاق ضيق	عدد العملاء كبير لان التسويق الإلكتروني يقوم بفتح اسواق جديدة لمنتجاتك عالميا وليس على مستوى الدولة أو المدينة فقط

مزايا التسويق الالكتروني

عرض المنتجات للمعاينة

تسويق تقليدي	تسويق الكتروني
صعوبة معاينة جميع منتجات الشركة لاحتياجها الى مكان كبير لعرضها	سهولة معاينة جميع منتجات وخدمات الشركة عن طريق عرضها على الموقع الالكترونى

مزايا التسويق الالكتروني

النتائج

تسويق تقليدي	تسويق الكتروني
ظهور نتائج في وقت طويل وكسب عملاء جدد ببطئ	ظهور نتائج في وقت قليل وكسب عملاء جدد في وقت سريع

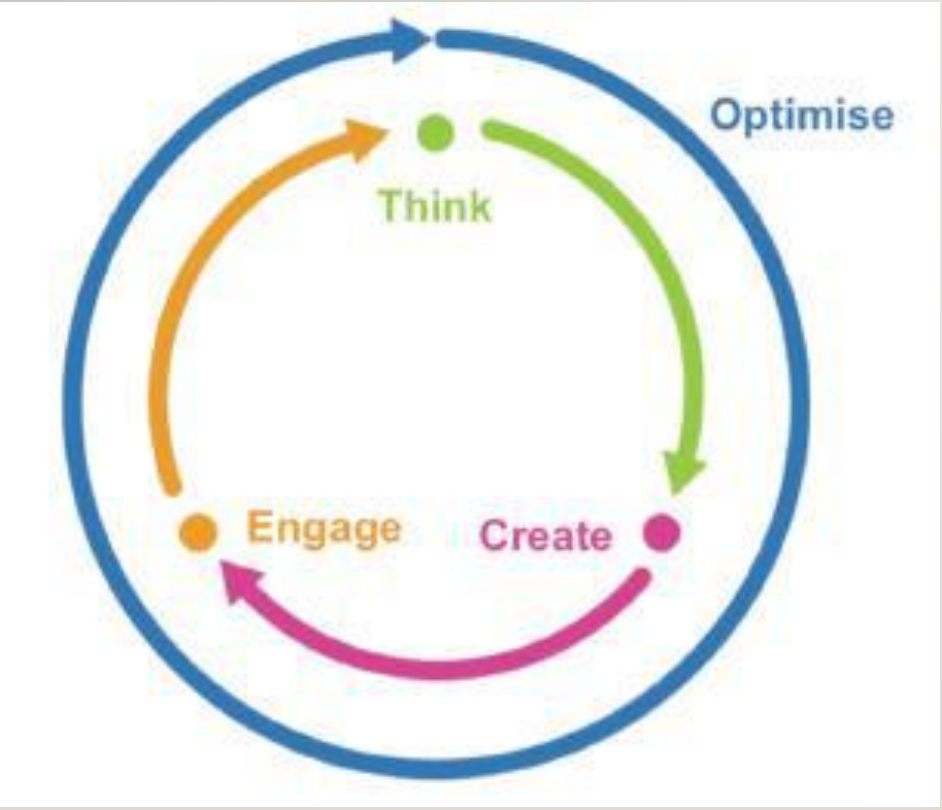
التسويق الالكتروني
MARKETING DIGITAL
E-MARKETING

توظيف أفضل للوسائل والأدوات المستخدمة في التسويق الالكتروني

Nawfal NEJJAR
Agence numérique – Maroc PME

نوفل النجار
الوكالة الرقمية - مغرب المقاولات

DIGITAL MARKETING APPROACH : THE TCEO MODEL



1. **Think**: Research, plan and strategise. Use the opportunities of digital to meet communication, market and product challenges. Plan assets and campaigns.

2. **Create**: Make beautiful assets, from websites and videos to banner adverts and applications.

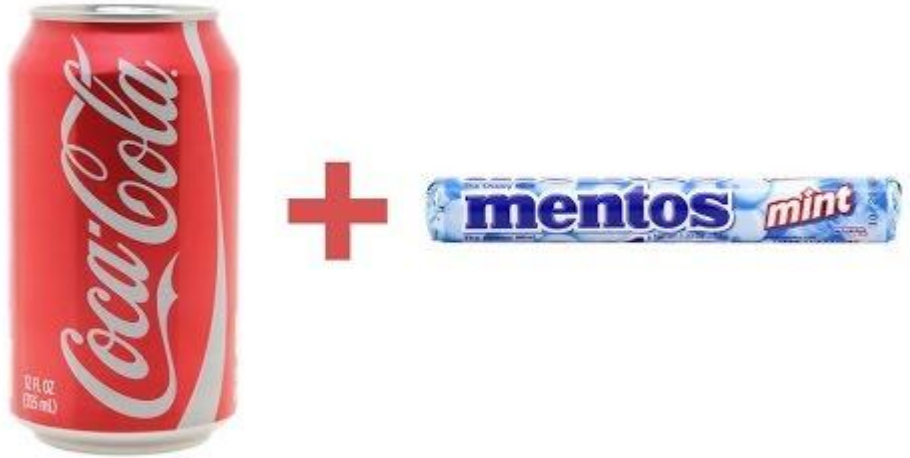
3. **Engage**: Use channels to drive traffic to those assets and build relationships with customers.

4. **Optimise**: Track and analyse to understand how assets and campaigns are performing. Derive insight to improve and test assets and campaigns.

E-REPUTATION
السمعة الرقمية

قصة رايبي جميلة

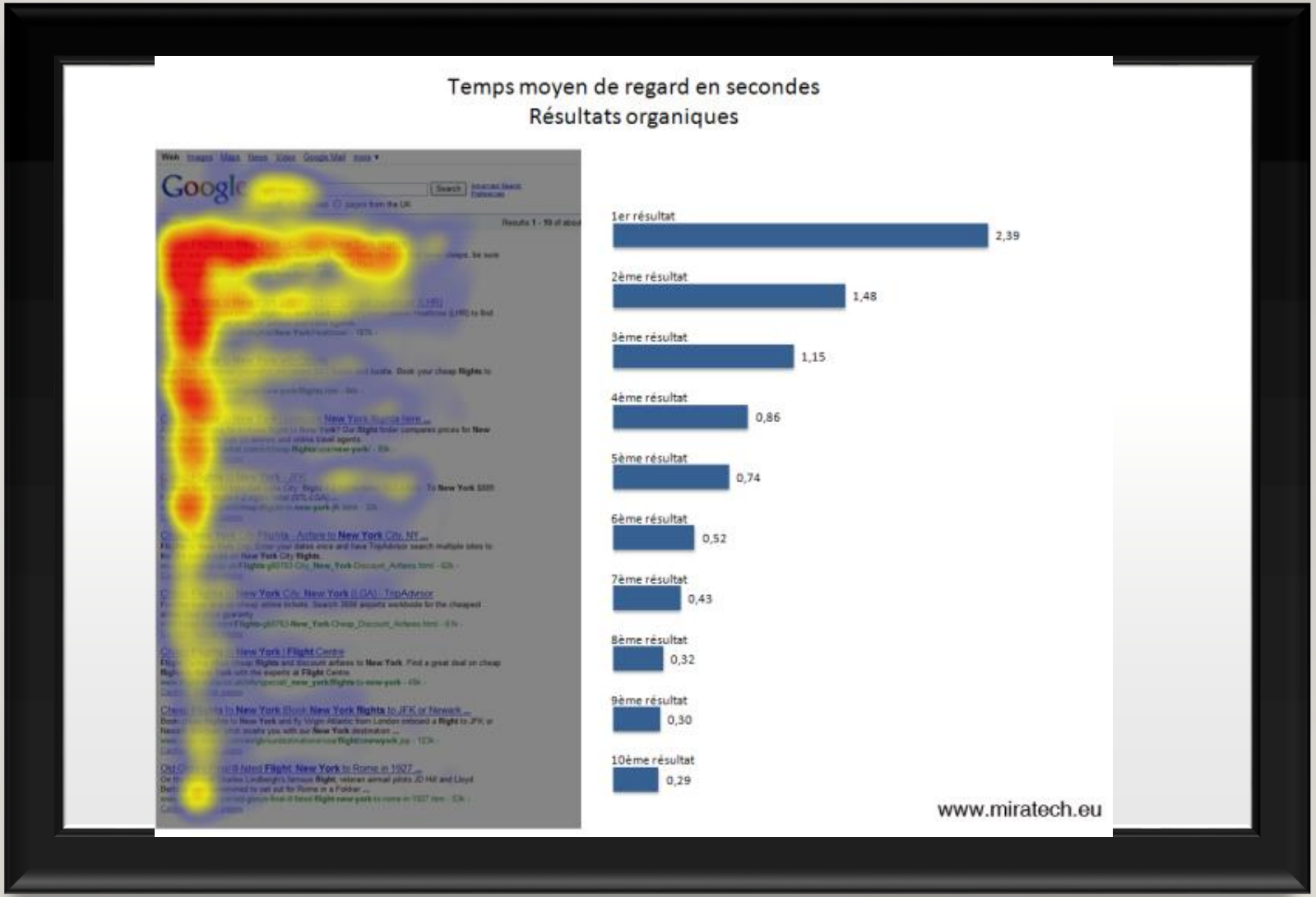
قصة كوكاكولا و منطوص



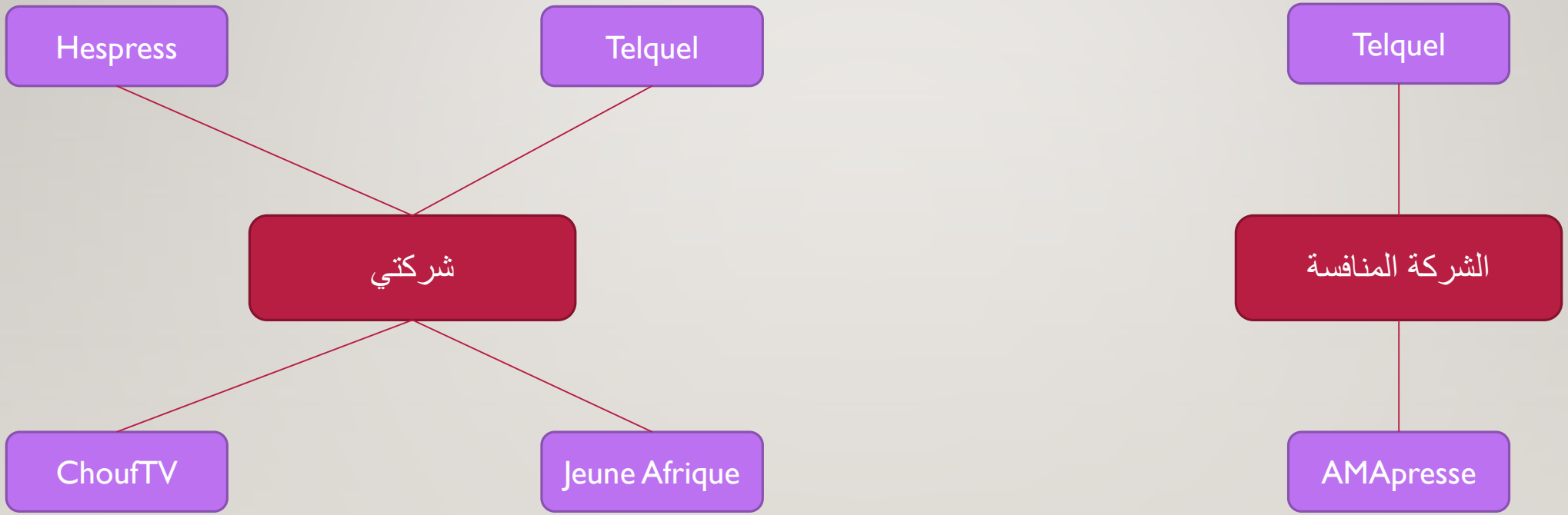
BRAND CONTENT
محتوى دو علامة تجارية

- Brand Content هو المصطلح الإنجليزي للمحتوى الذي يتم إنتاجه بشكل مباشر أو غير مباشر من طرف شركة أو علامة تجارية في إطار تسويق المحتوى
- Native Ads

SEO
تحسين محركات البحث



SEO
تحسين محركات البحث



SEO
تحسين محركات البحث

Contenu

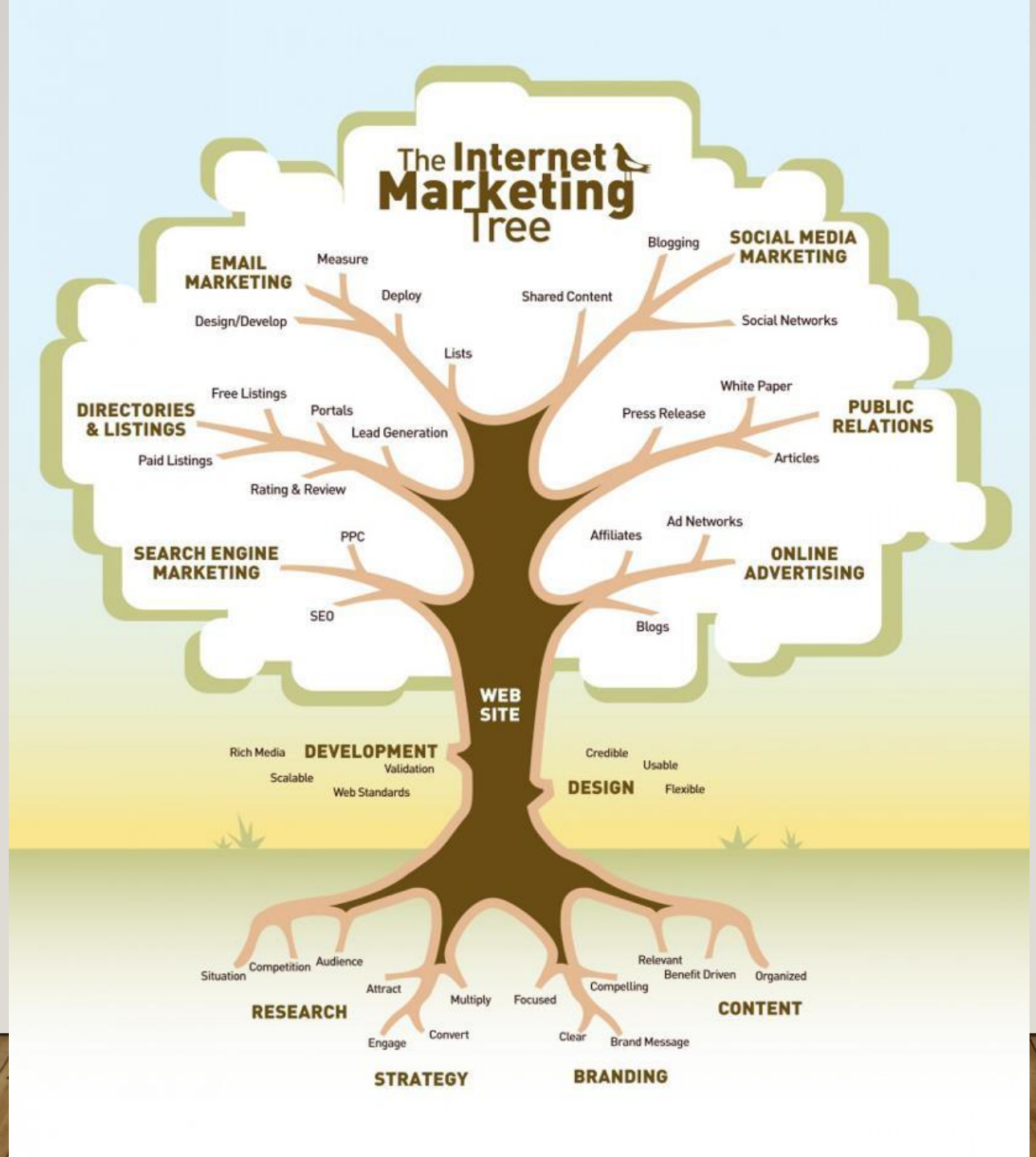
Optimisation

Régularité

Patience

Sécurité

SEM / ONLINE AD
الإعلانات المدفوعة الأجر


The Internet Marketing Tree
EMAIL MARKETING
Measure
Deploy
Design/Develop
Lists
Blogging
SOCIAL MEDIA MARKETING
Shared Content
Social Networks
DIRECTORIES & LISTINGS
Free Listings
Portals
Lead Generation
Paid Listings
Rating & Review
White Paper
Press Release
PUBLIC RELATIONS
Articles
SEARCH ENGINE MARKETING
PPC
SEO
Affiliates
Ad Networks
ONLINE ADVERTISING
Blogs
WEB SITE
Rich Media
DEVELOPMENT
Validation
Scalable
Web Standards
Credible
Usable
DESIGN
Flexible
Situation
Competition
Audience
RESEARCH
Attract
Engage
Convert
STRATEGY
Multiply
Focused
Clear
Brand Message
BRANDING
Compelling
Relevant
Benefit Driven
Organized
CONTENT