

انعكاس اعلانات مواقع التواصل الاجتماعي على القرار الشرائي للمستهلك

ساره محي الدين محمد^١

إن إدارة التسويق كباقي الإدارات الأخرى تسعى إلى تبني المفاهيم الحديثة، التي تتضمن أحدث الوسائل والتقنيات التي تساعد على تنفيذ الأنشطة بشكل فعال وكفء، ويُعدُّ الإعلان الإلكتروني من المفاهيم الحديثة التي تساهم، في تحقيق الاتصال ونشر المعلومات للمستهلكين على مستوى السوق المحلية والدولية وبتكاليف منخفضة مقارنةً مع الإعلان التقليدي^٢.

وهذا ما يميّز الإعلان الإلكتروني، في الوقت الحاضر، باعتباره من الأنشطة الترويجية التي تُساهم بشكل فعال في تحقيق الاتصال ونشر المعلومات، وهذا الاتصال لا يقتصر فقط على المنظمات الكبيرة، وإنما يشمل المنظمات بـمُختلف أحجامها وإمكانياتها المالية، فقد مكّن المنظمات الصغيرة من الخروج من السوق المحلية إلى السوق الدولية فأصبحت تنافس المنظمات الكبيرة^٤.

بخلاف الإعلان المطبوع، وحتى الإعلان الإذاعي أو التلفزيوني، يبدو الإعلان الإلكتروني على شبكة الإنترنت صناعة مختلفة جملة وتفصيلاً. أوضحت اليوم تجارة عالمية تقودها «غوغل» -كبرى آليات البحث الإلكتروني- وتجنّي معظم أرباحها^٥.

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي من أهم المواضيع الساخنة التي لاقت انتشار قوي على ساحة المواضيع التكنولوجية الحديثة، وذلك لما تتيحه من إمكانيات ووظائف اتصالية جديدة^٦.

• الاعلان الاليكتروني :-

يعتبر الاعلان الاليكتروني وسيلة فاعلة :- ويقول العديد من الخبراء والمتخصصين إن العالم يشهد طفرة كبيرة في سوق الإعلانات الإلكترونية، متوقعين أن تنتقل هذه الطفرة إلى العالم العربي قريباً بعد أن تأكد العالم من فاعلية هذه الوسيلة في الترويج للمنتجات والأعمال. وأكد الخبير في التجارة الإلكترونية المدير التنفيذي السابق لموقع

^١ مدرس مساعد بقسم العلاقات العامة والاعلان كلية الاعلام وتكنولوجيا الاتصال
^٢ عبد الرحمن محمد سليمان حسن ٢٠١٤. أثر الإعلان الإلكتروني على السلوك الشرائي للمستهلك الأردني للسيارت (دراسة تطبيقية على فئة الشباب في محافظة عمان/الأردن . رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الدراسات العليا - جامعة الزرقاء- الأردن

^٤ نفسه: ص ٢٢

^٥ <http://qafilah.com/ar/> فادي خوري ٢٠٠٩ . الإعلان الإلكتروني . بحث منشور في مجلة القافة . عدد ٤١ . متاح على

^٦Richard Bird and Victoria White,2014, false and misleading advertising on social media in Hong Kong and China, Available online URL <http://www.ebscohot.com>

"بيت دوت كوم"، أن تطبيقات الهواتف الذكية أسهمت في الطفرة التي يعيشها سوق الإعلان الإلكتروني،" إلا أنه أشار إلى أن هذا ليس السبب الوحيد وإنما ثمة العديد من الأسباب التي دعمت الإعلان عبر الإنترنت، ورفعت من أسعاره.^٧

● شبكات التواصل الإجتماعي:-

تعتبر شبكات التواصل الإجتماعي من أهم المواضيع الساخنة التي لاقت انتشار قوي على ساحة المواضيع التكنولوجية الحديثة، وذلك لما تتيحه من إمكانيات ووظائف اتصالية جديدة، ومن بين التعاريف التي تطرقت إلى مفهوم شبكات التواصل الإجتماعي نذكر ما يلي (تعريف الشبكات الاجتماعية) (social networking service) خدمة إلكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء وتنظيم ملفات شخصية لهم، كما تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين.^٨

ويشكل المتواصلون على موقع الفيس بوك مجتمعا افتراضيا أكثر سهوله وراحة من حالة المتواصلين في المجتمعات الحقيقية ففي هذه المجتمع الافتراضي يستطيع الشخص اختيار من يريده من الاصدقاء ليتعرف عليهم ويتواصل معهم ولا يجد نفسه مضطرا للتعامل مع اشخاص لا يرغب في التعامل معهم.^٩

● طبيعة مواقع التواصل الاجتماعي وشبكة الانترنت :-^{١٠}

من المهم ادراك كيفية التعامل مع الانترنت ومعرفة القواعد الاساسية لفهم التطبيقات الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي وفهم الاساسيات الخاصة بذلك ويرجع ذلك لتعدد مواقع التواصل الاجتماعي ولكل موقع تقنية مختلفة عن الاخرى حيث بعض مواقع التواصل الاجتماعي تعتمد على الفيديوهات مثل يوتيوب والآخر على الصور مثل انستغرام والتغريدات التي يقدمها تويتر

وتتسم هذه المواقع بالتفاعلية حيث بمجرد الضغط على اي لينك او الضغط اعجاب او مشاركة تعتبر ذلك تفاعلية لذلك فان فهم طبيعة استخدام الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي تسهل عملية التفاعلية والمشاركة بين مستخدميهم.

هناك الكثير من أنواع الإعلانات الإلكترونية التي يمكن من خلالها ترويج أعمالك عن طريق الانترنت، من أهم هذه الإعلانات الإلكترونية:

يمكننا الإشارة إلى أنواع الإعلان الإلكتروني على النحو الآتي :-^{١١}

- الإعلان النصي.

^٧ نفسه ص ١٤٥

^٨Richard Bird and Victoria White,2014, false and misleading advertising on social media in Hong Kong and China, Available online URL <http://www.ebscohot.com>

^٩ على خليل "الإعلام الجديد" شبكات التواصل الاجتماعي دار اسامه للنشر والتوزيع . الاردن - عمان . الطبعة الاولى ٢٠١٤ ص٦٤-٦٥

^{١٠}Jermy Hunsing " The Social Media handbook". Bruns.A,Bahnisch,M(2009) . P 5-6

^{١١} عبد الرحمن محمد سليمان حسن ٢٠١٤. أثر الإعلان الإلكتروني على السلوك الشرائي للمستهلك الأردني للسيارات (دراسة تطبيقية على فئة الشباب في محافظة عمان/الأردن . رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الدراسات العليا - جامعة الزرقاء- الأردن

- الإعلان الصوري.
- الإعلانات المنبثقة.
- إعلانات الفيديو.
- إعلانات محركات البحث.
- إعلانات الشبكات الاجتماعية.
- إعلانات البريد الإلكتروني
- اعلان الهاتف الجوال.

• الإعلان عبر مواقع التواصل الاجتماعي :-

تقودنا التكنولوجيا في الأيام الحالية الى مواقع التواصل الاجتماعي والتي يتابعها عدد هائل من المستهلكين وتعتبر الاداة الامثل للتسويق لانها تعتبر اداة وصل بين العلاقات التجارية والمستهلكين حيث إن الادوات والمداخل للتواصل مع المستهلكين تتغير وفق نوعية لوسيلة المستخدمة من وسائل التواصل الاجتماعي لذلك فإن أصحاب الشركات يجب ان يتعلمو كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لوضع خطة الأعمال الخاصة بشركاتهم...و من ناحية أخرى فإن وسائل التواصل الاجتماعي تساعد في معرفة تأثير الإعلانات على إتجاهات المستهلكين مما يساعد اصحاب الاعلانات في تسويق منتجاتهم .^{١٢}

وتتحدد العناصر الأساسية لإعلانات مواقع التواصل الاجتماعي في اربعة عناصر أساسية :-١٣

- ١- معرفة العلامة التجارية
- ٢- معرفة اتجاهات المستهلكين
- ٣- استخدام اكبر وافضل محتوى
- ٤- تغيير الإعلانات على نطاق واسع.

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي منهج جديد لإعلان الشركات عن منتجاتها وإستخدام موقع الفيس بوك بشكل خاص ويقدم للمستخدمين أو المستهلكين فرصة للتعرف على الإعلانات على صفحاتهم ويسمح لهم بالإعجاب لها أو مشاركتها Share لباقي الاصدقاء للتعرف علي الاعلان ومن ثم يعجبون به او يشاركونه ايضا ، وبالرغم من ان مميزات الاعلان علي مواقع التواصل الاجتماعي تزداد يوميا بالتحديد في توثيق العلاقة بين المستخدم او المستهلك . ومن خلال هذه العلامة يمكن التنبؤ بمدى استجابة المستهلك لاستراتيجيات الإعلان علي مواقع التواصل الاجتماعي والرسالة المقدمة ، ومن ناحية أخرى فإن طبيعة الإعلان علي مواقع التواصل الاجتماعي تتضح في العملية التي تشمل المشاركة والأدراك والمشاركة الشخصية ورجع الصدى الناتج عن تعرض المستهلك للإعلان ومن ثم ايضا يجب ان ينتهي العملية الاعلانية على مواقع التواصل الاجتماعي تقييم المستهلك للإعلان . ١٤

¹²Holly Paquette.2013."Social Media as a Marketing Tool: A Literature Review." MAJOR PAPERS BY MASTER OF SCIENCE STUDENT.

¹³ Ibid. p. 6

¹⁴Milad Dehghani.2013"The Role of Social Media on Advertising: A Research on Effectiveness of Facebook Advertising on Enhancing Brand Image ,Submitted to the Institute of Graduate

تساعد وسائل التواصل الاجتماعي في قطاع الأعمال الآتية :-

١- مشاركة ونشر منتجاتهم .

٢- تساعد المستهلكين في مساعدة بعضهم البعض

٣- من ناحية اخرى من مزايا التواصل الاجتماعي سهولة توصيل العلامة التجارية للمستهلك وتغير اتجاهاته .^{١٥}

توجد أربعة أسباب رئيسية قبل مواقع التواصل الاجتماعي لها دور مهم في الاستراتيجيات الاعلانية للشركة :^{١٦}

١- الوصول لأكثر عدد من المستهلكين حيث وصل المتابعين لكلا من موقع الفيس بوك واليوتيوب الى ١٦١ مليون زائر في الولايات المتحدة فقط ويعتبر كلا من الفيس بوك واليوتيوب من اكثر المواقع متابعه من قبل المستخدمين تعتبر ايضا هذه المواقع الاكثر انتشارا واستخدام ان اصحاب الشركات والوصول للمستهلكين.

٢- التكلفة : حيث ان الاعلان على مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بوسائل الاعلام التقليدية تكون التكلفة اقل بالاضافة انه يعطى امكانيه للشركة لجمع جماهيري اكبر من خلال تحرير وتصميم الاعلانات واستخدام تقنيات مختلفه ويوجد مواقع حققت اكبر نجاح في مجال الاعلانات والتسويق هما الفيس بوك واليوتيوب.

٣- قضاء الوقت امام مواقع التواصل الاجتماعي يقضى معظم مستخدمين الانترنت وقت كبير خاصة على مواقع التواصل الاجتماعي مما يساعد المعلنين من خلال الاعلانات معرفة اهتمامات المستخدمين ويسمح لهم بتسويق اعلاناتهم .

٣- التقنيات الحديثه: ان اصحاب الشركات لديهم اكثر من طريقة لتطوير الأساليب الإعلانية وتطوير قاعدة البيانات الخاصة بهم على الفيس بوك واليوتيوب حيث يقوم أصحاب الشركات الاعلانية من خلال تطبيقات مختلفة بعرض الاعلان بطريقه تجذب انتباه المشاهد.

• لماذا إعلانات مواقع التواصل الاجتماعي مؤثره:-^{١٧}

مثل اي اعلان إن تأثيرات إعلانات مواقع التواصل الاجتماعي تعتمد على استخدام الوسيلة بشكل صحيح وفي حالة مواقع التواصل الاجتماعي يجب التعرف على المشاهد والمشاركة بالمحادثات ويفضل معظم الافراد إعلانات مواقع التواصل الاجتماعي لأنها تشمل محتوى مرئي وتعبيرات مختلفة و مشاركة لهذا المحتوى .

- ويوجد عدة اسباب تجعل مواقع التواصل الاجتماعي من اكثر أدوات الاعلان تأثيرا في قطاع الاعمال :-

Studies and Research in partial fulfillment of the requirements for the Degree of PHD. Eastern Mediterranean University

¹⁵Ms. Sisira Neti 2011." SOCIAL MEDIA AND ITS ROLE IN MARKETING "International Journal of Enterprise Computing and Business Systems Vol. 1 Issue 2

¹⁶Yoram Wind.2008"Advertising on Social Networking Websites". *Scholarly Commons journal.5-1.*

¹⁷SOCIAL MEDIA ADVERTISING Tips for Running Successful Paid Social Campaigns 2015 ,Available at <https://hootsuite.com/products/social-ads>, "International Journal of Enterprise

- تحديد الأهداف : يقوم المعلن على مواقع التواصل الاجتماعي بتحديد اهدافه من الاعلان على هذه المواقع اى تحديد الجمهور المناسب وتحديد الاسلوب والطريقه المقدم بها الاعلان واستخدام تقنيات مختلفة تعمل على جذب الانتباه ،كما يقوم المعلن بتحديد طريقة الحصول على المنتج المعلن عنه من خلال كتابة كافة البيانات عن الشركة صاحبة المنتج .
- السعر: تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من الوسائل الاعلامية الاقل تكلفة وخصوصا موقع الفيسبوك اكثر من المواقع الاخرى .
- المرونة : ويقصد بها ان الاعلان يمكن ان يوجد من خلال الصفحة الشخصية للمستخدم او تقوم الشركات المنتجه بانشاء صفحات خاصة بها تعرض عليها كل اعلاناتها ويمكن للمستخدمين الوصول لهذه الصفحات بسهولة.

قائمة المراجع:-

- ١- عبد الرحمن محمد سليمان حسن ٢٠١٤. أثر الإعلان الإلكتروني على السلوك الشرائي للمستهلك الأردني للسياحة (دراسة تطبيقية على فئة الشباب في محافظة عمان/الأردن . رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الدراسات العليا - جامعة الزرقاء- الأردن.
- ٢- علي خليل "الإعلام الجديد " شبكات التواصل الاجتماعي دار اسامه للنشر والتوزيع . الاردن - عمان . الطبعة الاولى ٢٠١٤.
- ٣- فادي خوري ٢٠٠٩ . الإعلان الإلكتروني . بحث منشور في مجلة القافة . عدد ٤١.
- 4- Holly Paquette.2013."Social Media as a Marketing Tool: A Literature Review." Major Papers by master of science student.
- 5- Jermy Hunsing " The Social Media handbook" Bruns.A,Bahnisch,M(2009)
- 6- Milad Dehghani.2013"The Role of Social Media on Advertising: A Research on Effectiveness of Facebook Advertising on Enhancing Brand Image ,Submitted to the Institute of Graduate Studies and Research in partial fulfillment of the requirements for the Degree of PHD. Eastern Mediterranean University.
- 7- Ms. Sisira Neti 2011." SOCIAL MEDIA AND ITS ROLE IN MARKETING "International Journal of Enterprise Computing and Business SystemsVol. 1 Issue 2
- 8- Richard Bird and Victoria White,2014, false and misleading advertising on social media in Hong Kong and China, Available online URL <http://www.ebscohot.com>.
- 9- Social media advertising Tips for Running Successful Paid Social Campaigns 2015 ,Available at <https://hootsuite.com/products/social-ads>, "International Journal of Enterprise
- 10- Yoram Wind.2008"Advertising on Social Networking Websites". Scholarly Commons journal.