

أساسيات إستراتيجية التسويق علي وسائط التواصل الاجتماعي

The basics of marketing strategy on social media

أ.د/ جورج نوبار سيمونيان

أستاذ بقسم الطباعة والنشر والتغليف - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان

أ.د/ تامر عبد اللطيف

أستاذ بقسم الإعلان - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان

م/ شيرين جمال عبد المقصود عبد السلام

مصممة جرافيك

ملخص البحث:

تناول البحث أساسيات بناء استراتيجية التسويق علي وسائط التواصل الاجتماعي، وهناك العديد من النظريات التي نستطيع الإعتماد عليها لإنشاء الخطة التسويقية الرقمية للعلامة التجارية، ولكن نموذج الاستراتيجية SOSTAC للعالم PR Smith هو من أفضل النماذج التي تُلم بمُعظم جوانب الاستراتيجية بداية من مرحلة الإنشاء إلي مرحلة متابعة الأهداف والتطبيق، وهي ستة خطوات (تحليل الوضع - الأهداف - الاستراتيجية - الأساليب - الإجراءات - المراقبة)، وتم توضيح أساسيات عمل إعلان ممول علي Facebook، ثم تناول البحث جزء تطبيقي يبين كيفية إسقاط نظرية SOSTAC علي الاستراتيجية التسويقية لدار نشر ساوند علي موقع Facebook، وقد تم عمل أيضاً إعلان ممول، ورصد نتائجه ومقارنتها بالتسويق من خلال الإعلان المطبوع، وبناء عليها تم استنتاج أهمية وسائط التواصل الاجتماعي في زيادة فعالية تسويق المطبوعات.