8 عناصر أساسية للنجاح في التسويق عبر سناب شات

يعمل سناب شات بطريقة مختلفة إلى حد كبير عن المنصات الاجتماعية الأخرى مثل: تويتر وانستقرام وفيسبوك. في حين تستهدف الأنشطة التجارية من وجودها على هذه المنصات الحصول على أكبر عدد من التفاعل مثل: المشاركات وتسجيلات الإعجاب والتعليقات، يستهدف سناب شات توصيل المحتوى إلى الجماهير المستهدفة باستخدام الخصائص المبتكرة والمرحة التي يتيحها التطبيق. لهذا يتطلب التسويق عبر سناب شات أساليب مختلفة إلى حد ما عن تلك التي تستخدم في التسويق على المنصات الاجتماعية الأخرى.

جدول المحتويات :

1. اللقطات التلقائية أفضل في سناب شات

2. المؤثر يسرّع وتيرة الانتشار

3. المحتوى الحصري ورقة رابحة

4. سرد القصة يحجز لك مكانا في أذهان المتابعين

5. الفيديو مكون أساسي في محتوى سناب شات

6. خطة المحتوى تجعل التسويق أكثر فعالية

7. التفاعل مع المتابعين يحافظ على علامتك التجارية

8. الاطلاع المستمر على الميزات الجديدة

1. اللقطات التلقائية أفضل في سناب شات

هل سألت نفسك يوما لماذا يجذب سناب شات (Snapchat) جيل الألفية؟ تشعر الغالبية العظمى من مستخدمي التطبيق ممن هم أقل من 25 عامًا بأن المحتوى الذي يتم مشاركته على التطبيق سهل الإعداد، يتطلب فقط أن تصنع لقطة بكاميرا سريعة الفتح، وتعدّل الصورة بإضافات مرحة ثم تطلقها، باختصار محتوى عابر سريع الزوال.

وعلى الرغم من أن المنصات الأخرى مثل: فيسبوك وانستقرام تهتم بعامل الشفافية في المحتوى، إلا أن سناب شات يتفوق عليهم في هذه الشفافية بدرجة كبيرة. إذ يتشارك فيه المستخدمون صورًا وفيديوهات قصيرة خفيفة بدون الحاجة إلى إعدادات مكلّفة. لذلك احرص على التقاط محتوى تلقائي غير مصطنع، ولا تقلق بشأن اللقطات التي لا يتم تصويرها بشكل مثالي.

2. المؤثر يسرّع وتيرة الانتشار

أسرع طريقة لتنمية حساب علامتك التجارية على منصة سناب شات هو التعاون مع المؤثرين، والمؤثر هو شخص لديه عدد كبير من المتابعين على حسابه. يملك سناب شات جيشًا خاصًا من المؤثرين ممن لديهم القدرة على مشاركة قصص جذابة بسرعة، وهذا بالضبط ما تحتاج إليه لكي ينمو حسابك بوتيرة جيدة.

استخدم المؤثرين من نجوم سناب شات بوصفهم مصدرًا رائع لمشاركة محتوى حول علامتك التجارية ونشر الوعي عنها، ولا تعتمد في اختيارك على السعر فقط، بل راقب المؤشرات التالية لكي تصل إلى أفضل اختيار:

- **تفاعلات الجمهور:** لا تعتمد على عدد المتابعين فقط. ورغم أنه عامل مهم، لكنه ضمن مجموعة من المؤثرات الأخرى على رأسها مدى التفاعل المنتظم للجمهور مع محتوى المؤثر.

- **طبيعة الجمهور:** اختر المؤثر الذي يتابعه جمهور تستهدفه أو ذو صلة بصناعتك، أو من

الشريحة العمرية والجغرافية التي تسعى إلى الوصول إليها.

عندما تعثر على المؤثر المناسب اطلب منه أن يضيف إلى المحتوى الذي سيشاركه عنك؛ دعوة إلى اتخاذ إجراء مقنعة وواضحة، كأن يضيف رابطًا لموقعك أو دعوة إلى الاشتراك في نشرتك البريدية، أو يستخدم نصوصًا ترويجية على الصورة أو يكرر عبارات معينة أو يطلب من الجمهور أخذ لقطة شاشة للرجوع إليها لاحقًا.

3. المحتوى الحصري ورقة رابحة

بسبب قِصر عمر المحتوى على سناب شات، تنتشر في بيئة التطبيق أجواء الاستعجال "شاهد قبل أن يختفي" ويتواتر المستخدمون على فحص التطبيق أكثر من مرة يوميًا، لذلك على العلامات التجارية الاستفادة من هذا الشعور التلقائي بوجوب التصرف الآن في تحفيز المستخدمين على اتخاذ أي إجراء في حملتها التسويقية.

يمكن عمل ذلك عبر نشر محتوى حصري لا تقدمه على أي منصة أخرى يجذب انتباه المتابعين ويشجعهم على الاستفادة من العروض الحصرية. على سبيل المثال عرضت Warby Parker نظارات شمسية للبيع حصرًا على سناب شات، وأعلنت عبر حسابها على إنستقرام عن رابط شراء النظارة ذات الكمية المحدودة على سناب شات في أسلوب تسويقي محترف من أساليب التسويق عبر سناب شات.

تتعدد الطرق الأخرى التي يمكن استخدامها لمشاركة محتوى حصري مثل: المسابقات والهدايا، ومبيعات الفلاش، ومحتوى ما وراء الكواليس كالمنتجات الجديدة التي يجري الإعداد لها ولقطات من داخل المكتب. كذلك الأسئلة والأجوبة التي يطرحها الجمهور ليجيب عنها أحد أفراد الفريق، والإعلان عن حدث مرتقب، أو الاحتفال بذكرى تأسيس الشركة.

إضافة إلى أكواد الخصم التي تُعد طريقة مميزة لقياس التفاعل على سناب شات، إذ يمكنك معرفة عدد الأشخاص الذين استخدموا رمز الخصم بالفعل. امزج بين أشكال المحتوى السابقة على مدار الأيام لكي تحافظ على المتابعين منجذبين إلى محتواك المتجدد وليسهل عليك التسويق لهم مرة بعد أخرى.

4. سرد القصة يحجز لك مكانا في أذهان المتابعين

مشاركة القصة واحدةٌ من الطرق الهامة التي تحجز مكانا خاصًا لعلامتك التجارية في أذهان المتابعين. غير أن المهمة ليست دائما سهلة، حيث تنخفض احتمالات إكمال مشاهدة القصة بنسبة 36% عند الوصول إلى اللقطة الرابعة منها، لذلك ينبغي بناء القصة بحيث تتضمن بداية ووسط ونهاية.

قد لا تتجاوز المدة الزمنية لقصتك دقيقة أو اثنتين غير أن سردها على شكل بداية ووسط ونهاية سيجعلها أكثر تشويقًا، لذلك إذا كنت مبتدئا في التسويق عبر سناب شات ولم تتمرس بعد على إضافة القصص، استخدم طريقة اللوح القصصي "story board" من أجل التخطيط لقصتك جيدًا قبل النشر.

ثم ابدأ القصة بلقطات تجذب اهتمام المشاهدين وتثير فضولهم إلى معرفة المزيد، وحدّث القصة ثلاث مرات يوميًا كل أربع أو خمس ساعات، وفي الختام أنهِ القصة بالوصول إلى نتيجة نهائية أو دعوة المشاهدين إلى اتخاذ إجراء مثل: متابعة حساباتك الاجتماعية الأخرى، أو أخبرهم عن المرة التالية التي ستضيف فيها محتوى جديد على سناب شات، ومن أبسط الطرق لإنهاء قصتك إضافة كلمة النهاية.

5. الفيديو مكون أساسي في محتوى سناب شات

يستحق عصرنا اليوم لقب عصر التسويق بالفيديو بجدارة، إذ يتمحور كل شيء حول الفيديو، في البداية كان يوتيوب ثم فيسبوك "Watch" ثم انستجرام بالإضافة إلى سناب شات. يمنحك سناب شات 10 ثوان لكي تنشئ مقطع فيديو تستطيع من خلاله أن تجعل المشاهدين يرون علامتك التجارية بأنفسهم بدلاً من أن تخبرهم عنها.

يتميز الفيديو بجذب حواس أخرى كالصوت إلى جانب الصورة، وقد تتمكن من إجراء لقاء معهم بطريقة أكثر حيوية ودفئًا. سناب شات تطبيق مرح، ومن أكبر العوائق التي تواجه المسوقين الجدد على سناب شات هو الخجل أو الملل، الخجل المقصود هنا هو التردد الذي يصيبك قبل الإقدام على تنفيذ أفكارك أمام الكاميرا، أما الملل فهو نشر المحتوى بذهنية كالتي تستخدمها عند التسويق في المنصات الاجتماعية الأخرى مثل إعادة استخدام الصور المنمقة واختيار مدى زمنى طويل للعرض (يتجاوز 7 ثوان).

استمتع باستخدام فلاتر وعدسات التطبيق في صورك وفيديوهاتك، فالمشاهدون لا يرغبون في الشعور بأنهم يشاهدون إعلانًا كالذي يرونه في أي مكان آخر، لذلك أنت بحاجة إلى إنشاء محتوى تفاعلي مرتبط بأجواء الابتكار والمرح على المنصة، ولأجل ذلك استخدم مزايا مثل الرسم على السناب، وكتابة تعليق، إدراج معلومات مثل التاريخ والوقت ودرجة الحرارة، أو إضافة استطلاع رأي، واستخدام مرشحا أو أكثر، بالإضافة إلى استخدام العدسات.

ويمكنك الذهاب إلى ما هو أبعد من ذلك وتخصيص جزء من ميزانيتك التسويقية لإنشاء مرشح خاص بعلامتك التجارية يتم تصميمه بواسطة مصمم فوتوشوب أو إليستريتور ثم إرساله إلى سناب شات ليتم مراجعته ونشره في غضون ساعات.

6. خطة المحتوى تجعل التسويق أكثر فعالية

يتطلب التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي إعدادا مسبقًا وتنظيمًا للأهداف والأنشطة، لذلك لا غنى عن وضع خطة واضحة لمحتوى التسويق عبر سناب شات قبل البدء، من أجل ضمان أكبر قدر ممكن من الفعالية لجهودك التسويقية. ومن أجل رسم ملامح خطة المحتوى بوضوح عليك أولا أن تحدد أهدافك التي تسعى إلى تحقيقها من التسويق عبر سناب شات ووضَعْ المقاييس التي ستختبر بها مدى نجاحك في تحقيق الأهداف، ثم ابحث عن منافسيك في الصناعة ولاحظ ممارساتهم التسويقية الفعالة على التطبيق.

يلي ذلك التفكير في شخصية علامتك التجارية التي ستظهر في محتوى سناب شات بحيث تكون متسقة في مظهرها مع الحسابات الاجتماعية الأخرى. وفي الأخير عليك وضع جدول لنشر المحتوى بحيث يتضمن شكل المحتوى وتاريخ نشره وكم من الوقت المخصص للتفاعل مع متابعيك. ولا تنس أن التسويق عبر سناب شات يبدأ من خلال الترويج عبر حساباتك الأخرى.

المكون البديهي لنجاح جهودك في التسويق عبر سناب شات هو المتابعون، لن يتعرف المتابعون على حسابك الجديد من الفراغ بالطبع، لذلك عليك أن تحاول استهداف متابعيك على الحسابات الاجتماعية الأخرى. إذا كنت أنشأت حسابك الجديد للتو فلا مفر من أن تستفيد من جمهورك الحالي وتخبرهم عن حسابك الجديد بطرق مختلفة:

- أضف رابط حسابك في الوصف الشخصي (Bio) لحساب انستقرام.
- أضف رمز الحساب إلى شاشة النهاية في فيديوهات اليوتيوب الخاصة بك.
- أدرج رمز أو رابط الحساب إلى أدواتك التسويقية المختلفة (موقع الويب-النشرة البريدية-توقيع البريد الإلكتروني).

7. التفاعل مع المتابعين يحافظ على علامتك التجارية

لنفترض أن مجموعة من المتابعين الجدد فور ضغطهم على زر المتابعة أرادوا التعرف على حسابك للمرة الأولى، في سناب شات وعلى خلاف المنصات الأخرى مثل تويتر وانستجرام لن يتمكن المشاهدون من متابعة محتواك القديم الذي اختفى بعد مرور 24 ساعة، وبالتالي في حالة عدم وجود محتوى حديث منشور على حسابك ستكون فقدت فرصة مهمة لكسب اهتمام المتابعين.

من هنا تكمن أهمية الاستمرارية في إضافة المحتوى للتفاعل مع المتابعين الجدد، خاصة عندما

يضيفك عدد كبير من المستخدمين دفعة واحدة بعد نشر رمز السناب على مواقع التواصل الاجتماعي أو ظهوره لدى حساب أحد المؤثرين، في هذه الأحوال سيكون مناسبًا أن تنشر سريعا قصة مختصرة تعرّف المتابعين الجدد على نشاطك التجاري. ومن بين الطرق الأخرى التي تعمق من التفاعل بينك وبين المتابعين أن تستخدم ميزتي (Swipe Up to Call) و (Swipe Up to Text) لكي تجعل من السهل على المشاهدين التواصل معك بسحبة واحدة.

يفصل سناب شات بين محتوى الأصدقاء ومحتوى العلامات التجارية في واجهة الاستخدام، وبسبب هذا التقسيم ستكون بحاجة إلى التفاعل مع متابعيك لكي تحافظ على وجود علامتك التجارية نصب أعينهم. ويعني التفاعل على المنصة أن تشاهد الصور والفيديوهات التي ينشئها الآخرون، وتتابع حسابات المستخدمين الآخرين، وتتعاون مع العلامات التجارية الأخرى، بالإضافة إلى مشاهدة الرسائل التي تصلك من المتابعين والرد عليها.

8. الاطلاع المستمر على الميزات الجديدة

تطبيق سناب شات تطبيق مبدع بغرابة، يستمر مطوروه في إضافة مزايا جديدة بدأب. لذلك من المهم أن تكون مطلعًا على أحدث الميزات التي تضاف دوريًا لتكتشف منها ما يناسب علامتك التجارية ويجعل أنشطتك في التسويق عبر سناب شات مواكبة للتطويرات. من بين المزايا الجديدة نسبيا التي أطلقها سناب شات:

- **خريطة سناب (Snap Map):** التي تسمح للمستخدمين بمشاركة موقعهم الجغرافي وتتيح لهم أيضا البحث عن الأنشطة التجارية المعروفة لدى المستخدمين الآخرين في نطاق جغرافي معين.

- **نظام الكاميرا ثلاثية الأبعاد (3D Camera Mode):** تجعل هذه الميزة الصورة نابضة بالحياة عبر إضفاء البعد الثالث عليها، فعندما يهز المستخدم الهاتف يظهر هذا التأثير المجسم. قد تكون هذه الميزة مفيدة للأنشطة التجارية أثناء إعلانها عن منتجات جديدة أو لعرض المنتج بطريقة غير تقليدية تبرز جوانبه المختلفة بوضوح أكبر.

في الختام تذكر أن الغاية الرئيسية من التسويق عبر سناب شات هي تحويل المتابعين إلى عملاء، وبما أن قياس درجة إعجاب المشاهدين بمحتواك هو أمر غير ممكن على المنصة، فينبغي تشجيع المتابعين على اتخاذ إجراء ونقلهم إلى المكان الذي سيعمق صلتهم بعلامتك التجارية.

سواء كان هذا الإجراء هو رابط شراء المنتج أو رابط لقراءة مقالات المدونة أو الاشتراك في النشرة البريدية.

ذا كنت ترغب في الاستعانة بأي من شركات التسويق الإلكتروني و إعلانات سوشيال ميديا المحترفة يمكنك التواصل مع فريق بصمة محارف

حيث نقدم لكم مجموعة من المتخصصين في خدمات تصميم المواقع الإحترافية وخدمات السوشيال ميديا والسيو، و العديد من خدمات التسويق الرقمي المتنوعة.

سارع بالتواصل معنا عبر منصاتنا الرقمية المختلفة، أو قم بزيارة موقع بصمة محارف الرسمي على الإنترنت.

مقالات قد يهمك الاطلاع عليها عبر مدونتنا:

حملات Google ADs

تصميم بزنس كارت الكتروني وأهميته في وقتنا الحاضر

تحسين الظهور على محركات البحث SEO

إنشاء وإدارة حملات التسويق الالكتروني

© 2021 Digitsmark. All Rights Reserved.