

# ڤيرووس كورونا وعلامتك التجارية

إستراتيجية علامتك التجارية على  
مواقع التواصل الاجتماعي خلال أزمة  
كورونا Corona virus



01. حان الوقت للتواصل مع عملائك

02. الاتجاهات السلوكية للعملاء والجمهور

03. ما الذي يجب أن أنشره على وسائل التواصل الاجتماعي الآن؟



مع تزايد عدد الأشخاص الذين يعملون من المنزل ، حان الوقت الآن لجعل حسابات التواصل الاجتماعي الخاصة بك فاعلة

ستكون وسائل التواصل الاجتماعي أفضل طريقة للتواصل مع عملائك مباشرةً ، وتمنحك أفضل فرصة للترويج لعلامتك التجارية.

نظراً لحجم هذه الأزمة الصحية وتأثيرها على الأشخاص والشركات في جميع أنحاء العالم ، فمن الطبيعي أن تشعر بعدم التأكد من مكان تواجد علامتك التجارية عبر الإنترنت خلال هذه الأوقات الصعبة.

مع بدء عالمنا في الاستجابة لأزمة ، COVID-19 من المهم أن تفعل علامتك التجارية الشيء نفسه. سيكون عليك تغيير وجود وسائل التواصل الاجتماعي لعلامتك التجارية من خلال الرسائل والمعلومات والمحتوى المناسب والمناسب. سيكون هذا مفيداً لجمهورك وعلامتك التجارية وحتى موظفيك.

هل تدير  
قنوات وسائل  
التواصل  
الاجتماعي  
الخاصة  
بعلامتك  
التجارية؟

# حان الوقت للتواصل مع عملائك كما لم يحدث من قبل وليس للانفصال عنهم.

نعم ، هذه أوقات صعبة للجميع. ولكن لا يزال نشاطك التجاري مزدهراً إذا كنت على استعداد لتجربة نهج جديد وعدم التراجع عن التسويق خلال فترة حرجة لشركتك لإظهار التعاطف والتعاطف.



## قم بتقييم حملاتك الحالية

قيّم حملاتك الحالية؛ يجب إعادة تخصيص الميزانيات التسويقية ودراسة اذا هناك حملات لم تعد ذات صلة يمكن إيقافها مؤقتاً؟

## اشرح تأثير COVID-19 على صناعتك

وضح التجهيزات التقنية التي تسمح لكم بالعمل عن بعد و الاستمرار في العمل كالمعتاد.. إنشاء صفحة مدونة Covid19 محددة. سيساعد ذلك على تخزين أي معلومات خلال هذا الوباء ، ويمكن إزالتها بسهولة بمجرد الضرورة

## أنشر الاجراءات التي تم إتخاذها

ابدأ مجموعة Facebook أو LinkedIn حتى يتمكن متابعيك من الانضمام للحصول على تحديثات ومناقشات مستمرة. سوف يمنحهم ذلك الراحة لعلمهم بوجود تواصل بشري وراء العلامة التجارية يتعاملون مع نفس التحديات التي يواجهها الجميع.

## استمع إلى جمهورك

أخبر جمهورك أنك متواجد من أجلهم خلال هذا الوقت ، فترة الأزمة هي أفضل فترة لبناء الثقة مع عملائك ؛ فخلال الأزمات يكتشف العميل جوهر الشركة عن حق.

## حدد تأثير الأزمة لمعالجة المشكلة

مراقبة وقراءة الأحداث المحيطة والظروف العالمية بانتظام، يساعدهم على التنبؤ بالأزمات المحتملة، وليس أزمة فيروس كورونا فقط، وتعديل خططك التسويقية وتوعية الموظفين والعملاء من التأثيرات السلبية الطارئة..

مع التباعد الاجتماعي الذي يبقي الكثير من الناس في المنزل، نشهد أيضاً تحولات كبيرة في الاتجاهات السلوكية.

## مصادر موثوقة

عاد المستهلكون إلى البحث التليفزيوني والكابل ومصادر إعلامية متميزة للحصول على معلومات موثوقة

# 01

## الترفيه المنزلي

يبحثون أيضاً عن المزيد من وسائل الترفيه وطرق لتمضية الوقت وتحميل تطبيقات الألعاب

# 02



## التواصل الرقمي

قضاء المزيد من الوقت على وسائل التواصل الاجتماعي والرسائل النصية، والاشتراك في قنوات بث الأفلام.

# 03

## العمل عن بعد

ترتيبات العمل عن بعد والدورات والمحاضرات التي يتم بثها مباشرة والتعليم الجامعي، نقوم باختبار النطاق الترددي لمنازلنا في عالم ما قبل G.5

# 04



# أكثر سؤال يطرح مؤخراً هو "ما الذي يجب أن أنشره على وسائل التواصل الاجتماعي الآن؟"

في الوقت الذي يتكيف فيه الناس حول العالم مع الوضع الطبيعي الجديد للتباعد الاجتماعي ، يتدافع أصحاب الأعمال الصغيرة ومديرو وسائل التواصل الاجتماعي على حملات محورية وضبط تقاويم المحتوى والخروج بأفكار إبداعية جديدة لتسويق منتجاتهم أو خدماتهم.

استمر في النشر .. هذا يوفر لك فرصة فريدة لتعميق علاقتك مع جمهورك. انشر محتوى تعليمياً وغنياً بالمعلومات . يتذكر الناس الشيء الجيد الذي يقوم به عملك. مثلاً تقدم العديد من الشركات الآن خدمات مدفوعة كخيارات مجانية ، بما في ذلك بعض موارد تطوير الذات والترفيه.



قم بإلغاء جميع منشورات وسائل التواصل الاجتماعي المجدولة. ليس الوقت مناسباً الآن لضخ الكثير من الرسائل حول البرنامج التعليمي القادم أو تدشين مشروع أو مشاركة مدونة حديثة.



أعد التفكير في جمهورك المستهدف من خلال تقسيمهم إلى مجموعات أصغر وإرسال عروض أكثر تخصيصاً لكل واحد منهم.



يستخدم الناس حساباتهم على وسائل التواصل الاجتماعي أكثر من أي وقت مضى. قم بتجميع قائمة بالإجابات على الأسئلة الأكثر شيوعاً وقم بتضمينها في رسائل البريد الإلكتروني الخاصة بالتواصل أثناء الأزمات.



سيتساءل الناس عما إذا تم إلغاء الأحداث ؛ إذا كان لا يزال بإمكانهم شراء منتجك. يمكنك أن تسبق موجة الأسئلة من خلال مشاركة المعلومات ذات الصلة والتحديثات على حسابات التواصل الاجتماعي و معلومات حول كيفية الوصول إلى خدمات الشركة عن بعد



استخدم التريند او الهاشتاجات Trends ذات الصلة. شارك في محادثات أكثر من خلال متابعة الموضوعات الرائجة على مواقع التواصل الاجتماعي و اربط علامتك التجارية بالمحادثة الحالية



# بغض النظر عن المجال الذي تعمل فيه أو أين أنت في حياتك المهنية ، فقد حان الوقت لمشاركة قصصك ووجهات نظرك على LinkedIn



## تحدث عن تجاربك

يمكن أن كتابة منشور عن قصصك الشخصية ملهم ومساعد للآخرين ، وهناك العديد من الطرق التي يمكنك من خلالها القيام بذلك. بداية فكرة رائعة لمشاركتك التالية هي السؤال "ما الذي ساعدني حقاً؟" تحدث عن شيء تهتم به وتوجه إليه مثل محادثة قد تجريها مع زميل أو صديق. نشر مشاركة على خلاصتك حول كيف يبدو يوم عملك الأول عن بعد. هل انتهيت للتو من اجتماع أونلاين عبر Zoom؟ شارك بعض من النصائح والنقاط التي تعلمتها خلال هذه التجربة في حالة أنه يساعد الآخرين الذين قد يمرون بنفس الشيء. ببساطة نشر سؤال ، مثل – "كيف أرفع معنويات الفريق؟" – هي أيضاً طريقة رائعة للحصول على الرؤى التي تحتاجها ، وإبراز وجهات النظر الأخرى التي لم تفكر فيها ، ومساعدة الآخرين وتكوين اتصالات جديدة.



## كن نفسك وأنفرد وجهة نظرك الفريدة

لا يجب أن يكون ما تشاركه على LinkedIn دائماً حول العمل. تأتي بعض أكثر المشاركات نجاحاً من المحترفين الذين يناقشون الدروس التي تعلموها من حياتهم الشخصية ، ويظهرون التقدير لفريقهم ، أو يشاركون كلمات التشجيع . إذا كنت ترغب في شكر مديرك أو زميلك في العمل الرائع الذي يقومون به ، فشارك قصصك ومديحك. إذا كنت تواجه صعوبة في التكيف مع روتينك الجديد في العمل عن بعد ، فاطلب من شبكتك نصائحهم. عند النشر على LinkedIn ، لا تفرط في التفكير فيه. المفتاح هو أن تكون أصلياً ، مما يجعلك أكثر سهولة وتعكس من أنت حقاً. لا تنس استخدام علامات التصنيف والهاشتاق المناسب التي ستساعد على زيادة ظهور مشاركاتك.



## تفاعل مع المنشورات في المواضيع التي تهتم بها

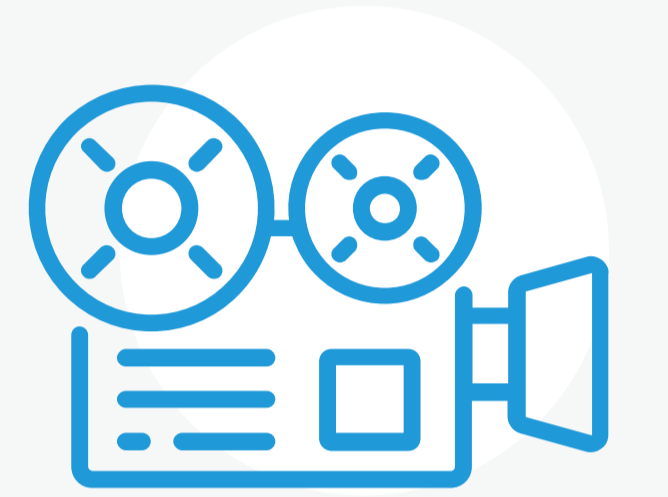
بالإضافة إلى نشر المحتوى الخاص بك ، هناك طريقة رائعة لمشاركة أفكارك من خلال العثور على معلومات ومنشورات حول الموضوعات التي تهتمك وتفاعل معها. البحث عن علامات التصنيف هي طريقة سريعة للقيام بذلك. إذا اكتشفت مؤخرًا اختراقاً لمؤتمرات الفيديو ساعد فريقك في الحصول على اجتماعات أكثر كفاءة ، فابحث عن # videoconference وقم بالتعليق على المشاركات مع نصيحتك. هل وجدت طريقة فعالة لإبقاء أطفالك مشغولين أثناء تلقي مكالمة عمل؟ شارك قصصك ووسم زملاء العمل أو العلاقات الوثيقة التي قد تحتاج إلى نصيحة مماثلة. يمكنك متابعة المحادثات والانضمام إليها حول المواضيع على LinkedIn بمجرد البحث عن علامة التصنيف والضغط على "متابعة".

# أفكار حملات مفيدة ومسلية

فرصة مناسبة لتصنع انطباعاً إيجابياً دائماً لعلامتك التجارية و لتحسين الانطباعات التي يحملها عملاؤك عن منتجاتك وخدماتك وتعزيز الشعور بالبقاء على تواصل لدى المجتمع.

## 01 انشر الفرح بين عملائك

- بينما يعاني الجميع من التباعد الاجتماعي ، يبحث الأشخاص عن طرق للتواصل مع الآخرين من خلال القنوات الرقمية. اجعلهم يجتمعون فعلياً عن طريق إنشاء مساحة مخصصة على موقع الويب الخاص بك أو صفحة Facebook لجمع مقاطع الفيديو الجميلة مثل: الغناء على الشرفة، ومساعدة بعضهم البعض من أجل البقالة، وما إلى ذلك.
- تخيل مسابقة فيديو مسلية "جيراني الأفضل" والتصويت لمقطع الفيديو المفضل لديهم. كافئ الفيديو الأكثر شعبية بجائزة.



## 02 أظهر الدعم لمجتمعك

- اجعل عملاءك يشعرون بالتقدير والاهتمام. لدعمهم خلال هذا الوقت ، أعطهم نصائح ومحتوى مفيداً لمساعدتهم على قضاء الوقت. لماذا لا يتم إطلاق "تحدي هيئة الحجر الصحي" بتنسيق التقويم؟ كل يوم ، قم بدعوة مجتمعك للعودة إلى قنواتك لاكتشاف سلسلة جديدة من التمارين. إذا كان جمهورك المستهدف من الأطفال ، فيمكنك القيام بنفس الشيء من خلال إطلاق لعبة جديدة أو تلوين كل يوم.
- سلسلة ندوات عبر الإنترنت أو صفحات جديدة على موقع الويب الخاص بك



## 03 فعاليات مشتركة لمجتمعك

- إنشاء محتوى مرح وترفيهي لا يرتبط مباشرة بالفيروس التاجي. تخيل ، على سبيل المثال ، اختبار الشخصية "أي نوع من الأشخاص أنت أثناء الحجر الصحي؟" ، "ما الكتاب الذي يجب أن تقرأه أثناء الحجر الصحي؟" أو حتى "ما الفيلم الذي يجب أن تشاهده؟".
- بناءً على إجابات المشاركين ، يمكنك عرض ملف شخصي مطابق يمكنهم مشاركته على وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بهم.



## 04 التسويق عبر البريد الإلكتروني

- طريقة رائعة للتواصل مع جمهورك. إنها أداة يمكن استخدامها لتحقيق النجاح على المدى الطويل. استمر في إرسال الرسائل الإخبارية بالبريد الإلكتروني واستغرق هذا الوقت في رعاية العملاء.
- شارك المعلومات والنصائح ، إذا كنت تستضيف ندوة مجانية على الويب ، قم بتضمينها في النشرة الإخبارية. يشترى المستهلكون من العلامات التجارية التي يثقون بها.





لمتابعة تدوينات إدارة العلامة التجارية خلال  
الأزمات تفضل بزيارة المدونة

[www.mahagfx.com](http://www.mahagfx.com)

—   in mahagfx —

