

ما هي أفضل الاستراتيجيات المستخدمة للتسويق على التيك توك.

المقدمة:

يعد تيك توك من منصات التواصل الاجتماعية الرائدة التي ظهرت مؤخّرًا واستقطبت عشرات الملايين من المستخدمين حول العالم خلال أشهر قليلة. إن كنت تفكر في التسويق عبر تيك توك واستثمار ساحة التواصل المميزة هذه في الترويج لمنتجك أو خدمتك فأنت بحاجة إلى استراتيجية متماسكة تمكّنك من حصد نتائج مرضية من حملتك التسويقية. وفي هذا المقال سنقدّم لك استراتيجيات وخطوات ذهبية لضمان حملة تسويقية فعّالة وناجحة.

جدول المحتويات:

1. ما هو تطبيق التيك توك.
2. بماذا يختلف تطبيق التيك توم عن غيره من التطبيقات؟
3. أهم الطرق المستخدمة في التسويق عبر التيك توك.
4. ما هي أفضل الاستراتيجيات المستخدمة للتسويق على التيك توك.

1.ما هو تطبيق التيك توك, وما هي ميزاته؟

تيك توك TikTok هو تطبيق تواصل اجتماعي متخصص في نشر وعرض ومشاركة الفيديوهات القصيرة، أطلق لأول مرة عام 2016 بنسخته الصينية المعروفة باسم دوين Douyin، وما لبث أن صمّم المبرمجون نسخة أخرى موجهة للمستخدمين حول العالم باسمه الحالي "TikTok" عام 2017. ولم يكن متاحًا للمستخدمين حتى خريف عام 2018 عندما اندمج التطبيق مع خدمة تواصل اجتماعي صينية أخرى هي Musical.ly.

الشركة المالكة لكل من النسختين الصينية "دوين" والعالمية "تيك توك" هي شركة صينية

معروفة باسم بيت دانس "ByteDance". يمكن لمستخدمي التيك توك نشر ومشاركة الفيديوهات القصيرة، والتي تتراوح مدتها بين 15 ثانية إلى ثلاث دقائق، والتي تتنوع في طبيعتها من الفيديوهات المضحكة والترفيهية إلى المقاطع التعليمية أو التوعوية.

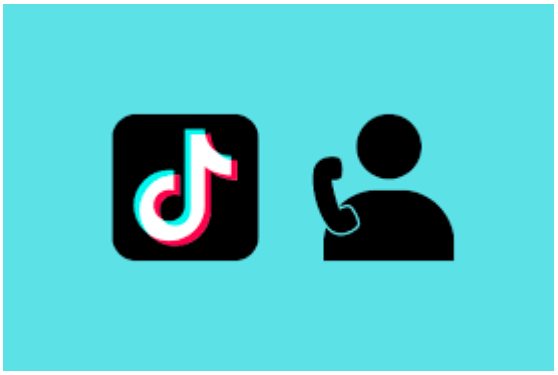
إليك بعض الإحصاءات المثيرة للاهتمام التي قد تشجعك على استثمار هذا التطبيق بطريقة ناجحة وصحيحة:

- هناك ما يزيد على 690 مليون مستخدم نشط شهريًا في التطبيق، وهو رقم هائل يشير إلى الشعبية الكبيرة التي حصدها التطبيق خلال السنوات القليلة الماضية.
- 6 مليارات عملية تحميل لتطبيق التك توك على كل من متجري الآب ستور و جوجل بلاي حتى أواخر عام 2020.
- 18% من المستخدمين حول العالم الذين يتصلون بالإنترنت بشكل دوري يستخدمون تطبيق تيك توك، وتتراوح أعمارهم بين 18-64 سنة؛ وهذا يعني أن لديك شريحة واسعة من العملاء لاستهدافها إن كنت تريد التسويق عبر تيك توك لمنتجاتك أو خدماتك.
- بلغت إيرادات التطبيق عام 2020 فقط حوالي مليار دولار أمريكي، وتقدّر القيمة الإجمالية للتطبيق 50 مليار دولار أمريكي.

2.بماذا يختلف تطبيق التيك توم عن غيره من التطبيقات؟

يقدم التطبيق جملة من الخدمات والمميزات التي جذبت هذا الكم الكبير من المستخدمين إليه، لعل أبرز المميزات التي قدمها التطبيق لمستخدميه, قد يهمك الاطلاع على التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

- قاعدة المستخدمين الضخمة، إذ ستتاح لك الفرصة للوصول إلى أكثر من 500 مليون مستخدم حول العالم، وهذه بحد ذاتها ميزة ذهبية لكل من يريد الترويج عبر تيك توك وعرض خدماته أو منتجاته للعملاء.
- إمكانية استثمار التسويق عبر الفيديو إلى أبعد حد، إذ أن المادة الأساسية التي تعتمد عليها خدمات تيك توك هي الفيديوهات القصيرة. لذلك بإمكانك التركيز جيدًا في هذا المجال من التسويق.
- توفر خدمات ترويج ودعاية مميزة داخل التطبيق، لعل أبرزها خدمات Brand takeover وBiddable Ads وBranded lenses وغيرها من الأدوات الفريدة التي يوفرها تطبيق تيك توك.
- خوارزميات البحث والاقتراحات البسيطة المتوفرة تجعل عملية البيع من خلال تيك توك والوصول للعملاء المستهدفين أمرًا بسيطًا بخلاف الخوارزميات المعقدة نسبيًا والتي تُبنى عليها سائر وسائل التواصل الاجتماعية، مثل فيسبوك وإنستقرام وتويتر.



3.أهم الطرق المستخدمة في التسويق عبر التيك توك.

عندما يأتي الأمر إلى استراتيجيات التسويق فإن تطبيق تيك توك لا يتخلّف عن منافسيه الكبار، مثل يوتيوب وفيسبوك، فهناك العديد من الطرق التي يمكنك أن تعتمد عليها. تشمل توجهات التسويق على تيك توك ثلاث توجهات رئيسية, قد يهمك الاطلاع على ما هي عوامل نجاح المتجر الالكتروني.

1.التسويق عبر قناتك الخاصة:

يميل معظم أصحاب المشاريع ممن يرغبون في التسويق على تيك توك إلى إنشاء قناتهم الخاصة التي تحمل اسم علامتهم التجارية. قناتك ستكون ملعبك الخاص الذي يمكنك عبره نشر أي فيديوهات تسويقية أو تحفيزية تستهدف جمهور العملاء لشركتك.

تحتاج قناة التيك توك إلى إدارة جيدة والتزام وتفانٍ في توليد المحتوى وتطويره. إليك بعض النصائح الذهبية التي ستساعدك على جذب أكبر عدد من المتابعين والمعجبين:

- يجب أن تستهدف جمهور العملاء المهتمين بمنتجك أو خدمتك، ما الفائدة التي ستجنيها من مائة ألف متابع لقناتك معظمهم غير مهتمين بما تقدمه شركتك؟ كيف يمكنك جذب قاعدة المتابعين الصحيحة؟ حسنًا عليك ببساطة أن تصنع محتوى يثير فضولهم.
- احرص على توليد المحتوى باستمرار، ولا تنقطع عن متابعيك، التفاعل المستمر مع المتابعين يرسخ علامتك التجارية أو فكرة مشروعك ويحفزهم على تجربة المنتج أو الخدمة التي تستمر في تقديمها في فيديوهاتك.

2.التسويق عبر المؤثرين في تيك توك:

يعد التسويق عبر المؤثرين إحدى الاستراتيجيات التي أظهرت نجاحًا كبيرًا خلال السنوات القليلة الماضية، وأبرز توجهات التسويق التي تنتهجها الشركات في وسائل التواصل الكبيرة، مثل يوتيوب وفيسبوك. يعتمد هذا الأسلوب على تسويق المنتجات أو الخدمات من خلال الصفحات أو الأشخاص الذين يمتلكون قاعدة كبيرة من المتابعين أو المعجبين.

ضمن منصة تيك توك يمكنك أن تطلب من المؤثر استعراض منتجك أو التلميح له أو اقتراحه للمتابعين من خلال الفيديوهات التي يشاركها معهم ضمن صفحته. بالطبع إن أردت الحصول جرعة الفائدة الأعظم من هذه الاستراتيجية التسويقية يجب أن تختار المؤثّر المناسب. إليك بعض النقاط الذهبية التي سوف تسهل عليك توظيف هذه الطريقة وتضمن لك حملة تسويقية ناجحة عبر TikTok:

- احرص على أن يكون جمهور المتابعين للشخص المؤثر الذي اخترته يتضمن جمهور العملاء المستهدفين من خدمتك أو منتجك، لأن الغاية الأساسية من التسويق عبر المؤثرين هي التفاعل مع هذه الشريحة وإغرائها لشراء المنتج من خلال الأفراد المؤثرين.
- لا تفرض على المؤثر أسلوبًا معينًا في عرض منتجك، فهم يعرفون تمامًا كيف يقدمون الإعلانات التسويقية عبر قناتهم، ولهم أسلوبهم الخاص الذي يحببهم لدى جماهيرهم. لذا الأفضل أن تدع المؤثر يختار الطريقة التي يراها مناسبة في عرض منتجك أو خدمتك.
- إن أردت من المؤثر استعراض المنتج من خلال استخدامه، فيجب أن يكون المنتج جزءًا يستخدمه المؤثر أو يعتمد عليه بصورة تقليدية، وإلا سوف يبدو منتجك وكأنه مقحم ودخيل على الفيديو، ولن تجذب انتباه المتابعين.
- قد تبدو الفيديوهات الترويجية الاحترافية ذات مستوى المونتاج العالي لفكرة الأمثل لاستعراض أي منتج. حسنًا، هذا لا ينطبق على منصة تيك توك، فمعظم المتابعين يحبون الفيديوهات البسيطة، لأن جوهر المنصة قائم على هذه الفكرة. لذا دع الأمر للمؤثرين فهم يعلمون الأسلوب الأمثل لعرض الفيديوهات من خلال قناتهم.

3.استخدم الاعلانات المدفوعة:

بدء تطبيق تيك توك باستخدام بعض الإعلانات المدفوعة على شكل فيديوهات قصيرة دعائية منذ عام 2019. الآن أصبحت المنصة تمتلك نظام إعلانات ممولة رسمي بحيث يتسنّى للمستخدمين، أفرادًا وشركات، التسويق عبر تيك توك ووضع إعلاناتهم الخاصة.

أنواع الإعلانات التي أدرجتها الشركة ضمن القائمة المقبولة لديها تشمل ما يلي:

- استحواذ العلامة التجارية Brand takeover: ومعنى هذا المصطلح هو المادة الدعائية التي تشابه طبيعة المنصة التي تُنشر عليها، وفي حالة TikTok ستقتصر على الفيديوهات القصيرة.
- الإعلانات الأصلية In-feed native video: ويشير هذا النوع إلى نشر فيديوهات ترويجية للشركات من قبل الشركة المالكة للتطبيق واقتراحها على المستخدمين، بأسلوب مشابه لما تفعله فيسبوك ويوتيوب.
- الهاشتاج المشهور Branded hashtags: وهو النوع الأشهر والذي تعتمده الكثير من الشركات وأصحاب المشاريع الذين يريدون التسويق على تيك توك، ويتضمّن ترويج منتج أو خدمة معيّنة من خلال نظام التحدّيات الشهير "تحدي الهاشتاج" ضمن التطبيق.



4.ما هي أفضل الاستراتيجيات المستخدمة للتسويق على التيك توك.

كما ذكرنا فإن هناك ثلاث توجهات أو طرق أساسية من أجل الترويج عبر تيك توك. بالطبع لست ملزمًا باختيار واحدة من الطرق، فهناك العديد من الشركات التي توظّف الطرق الثلاث من أجل الترويج للعلامة التجارية عبر تيك توك, , قد يهمك الاطلاع على كيفية التسويق عبر المؤثرين.

أيًا كانت الطريقة التي ستختارها لإدارة حملتك التسويقية فعليك أن تتقنها وأن تفهم مفاتيح النجاح فيها، وفيما يلي سنسرد لك أبرز الاستراتيجيات الذهبية لضمان نتائج مرضية من التسويق باستخدام برنامج TikTok:

1.توليد المحتوى التفاعلي:

كما أشرنا فإن الغالبية العظمى من مستخدمي تطبيق تيك توك هم من الجيل الذهبي، أو كما يسمّونه، الجيل Z، وهذا الجيل بالتحديد يحب الأمور التفاعلية ويحب التحديات ويستجيب للمحتوى التفاعلي بشكل أكبر بكثير من المحتوى التقليدي.

لذا يجب عليك أن تفكر في كيفية تحفيز هذا الجمهور الكبير من العملاء المحتملين، والطريقة الأساسية التي ستضمن لك تفاعلًا واسعًا هي عبر إنتاج فيديوهات تشجع العملاء على التفاعل مع منتجاتك أو خدماتك.

من التجارب المميزة على سبيل المثال أحد المطاعم في الصين الذي قدم ضمن قائمة الطلبات المتاحة طلبًا بعنوان "طلبك المميز" وفيه يمكن للعميل طلب أي مزيج من الأطعمة يريده. عندها بدأ العملاء يطلبون طعامهم الخاص ويصورونه وينشرونه على حساباتهم على TikTok، وما لبث أن أصبح هذا المطعم بسبب هذا الخيار مشهورًا ليس فقط على المستوى المحلي بل والعالمي أيضًا.

2.استخدام الهاشتاج الصحيح من أجل الـ SEO:

لا يخفى عليك أن عمليات البحث التي يجريها المستخدمون، سواءً على محركات البحث أو من خلال محرك البحث ضمن وسائل التواصل، هي المصدر الأساسي للإعجابات والمتابعات. لذلك فإن مراعاة عنصر السيو في الهاشتاج الذي تربطه بالفيديوهات الخاصة بك ذو أهمية بالغة لجذب المتابعين جدد إلى قناتك.

كيف يمكنك تحسين السيو للفيديوهات على تيك توك؟ حسنًا الأمر بسيط كل ما عليك فعله هو اختيار الهاشتاج المشهور للمحتوى الذي تعرضه. إن لم يكن لديك أدنى فكرة عن الهاشتاجات المناسبة للمحتوى الخاص بك فبإمكانك بكل بساطة استخدام محرك بحث تطبيق تيك توك وكتابة أي كلمة ذات صلة بمحتوى الفيديو وستظهر لك الهاشتاجات المشهورة في هذا السياق.

ليس هناك عدد محدد للهاشتاجات التي يمكنك إدراجها مع الفيديو ولكن هناك حدًا أعلى للأحرف التي يمكنك كتابتها في منشور الفيديو وهو 100 حرف.

التسويق بالهاشتاج أمر أساسي لذا يجب عليك التركيز على اثنين أو ثلاثة من الهاشتاجات المشهورة والمتداولة بكثرة حول موضوع الفيديو، مع ترك مجال لكتابة وصف مناسب وشيّق للفيديو. لا تملأ وصف الفيديو بالهاشتاجات بدون أي عبارات لأن ذلك سيكون تقليديًا جدًا ولن يميّزك عن غيرك من المسوقين.

3.كن سريعًا في مواكبة التطورات:

نقصد هنا بالتطورات الترندات "Trends" وهي المواضيع التي يتم تداولها وتنتشر بكثرة خلال وقت قصير في أوساط المستخدمين. هذه الاستراتيجية مهمة للغاية لا سيما في حال ظهور ترندات تتعلق بالمنتج أو الخدمة التي تستهدفها من خلال حملة التسويق عبر تيك توك.

كأن تظهر تحديات جديدة حول نشاط معين يلعب فيه الجهاز أو الأداة أو المنتج الذي تتبناه دورًا أساسيًا أو حتى فرعيًا في إنجازه. في هذه الحالة ستكون بين يديك ورقة تسويقية ذهبية لا يجب أن تضيعها أبدًا. وضع في حسبانك أن الترندات تكون سريعة الظهور ومفاجئة وسريعة الزوال كذلك، لذا يجب أن تكون سريعًا ومتجاوبًا.

4.حافظ على وتيرة تفاعل مستمرة:

عليك ربط متابعيك بصورة دائمة بقناتك إن أردت كسر ذلك الحاجز النفسي لديهم تجاه منتجك أو خدمتك. الأمر يحتاج إلى كثير من الإصرار والصبر لكسب العملاء، لا سيما العملاء الأوفياء. لذا عليك أن تدير قناتك بالشكل الصحيح. حاول أن تنشر فيديوهات بشكل منتظم، واحرص على التنوع ولا

تجعل دأب قناتك نوعًا واحدًا من الفيديوهات.

النصيحة الثانية هنا هي أن تحرص على أن يكون المحتوى الذي تنشره عبر قناتك تفاعليًا. لا يكفي أن تثير إعجاب المتابعين؛ إذ يمكنك الحصول على أكثر من ذلك، كيف؟ حسنًا، المحتوى التفاعلي يدفع المتابعين إلى مشاركة الفيديوهات مع الآخرين والتفاعل عبرها، وهذا سيجلب أفواجًا من المتابعين لمصدر المحتوى الأساسي، ألا وهو قناتك.

5.استعن بمسوقين محترفين:

إذا لم تكن ترغب في دخول عالم التسويق عبر تيك توك وتعلم الاستراتيجيات الصحيحة لتوظيف ناجح لهذه المنصة، فالحل الأمثل لك هو الاستعانة بمسوقين محترفين ومديري محتوى مختصين بالتسويق الإلكتروني ونشر المحتوى الاحترافي والمدروس في وسائل التواصل الاجتماعي.

على الرغم من أن التسويق عبر تيك توك ما يزال في ريعان شبابه ولم يصل إلى مستوى منافسيه العمالقة مثل يوتيوب وفيسبوك، إلا أن النجاحات التي تحرزها الكثير من الشركات وأصحاب المشاريع من خلال الترويج للعلامة التجارية عبر تيك توك توحي بمستقبل واعد جدًا لمجال التسويق باستخدام منصة TikTok.

الخاتمة:

إذا 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 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:

الفرق بين تطبيقات الويب ومواقع الويب

ما هو مفهوم صيانة البرمجيات Software Maintenance

اهمية الشعار و الهوية البصرية

(SEO) وما هي فائدته لموقعك ؟ما هو السيو

ما هو التسويق الداخلي- INBOUND MARKETING

أهمية تجربة المستخدم على ترتيب في محركات البحث

© 2021 Digitsmark. All Rights Reserved.