

التسويق الاتصالي هو ركيزة نجاح الجهات

هاني الغفيلي
مستشار ومختص بالإعلام الرقمي

أصبح التسويق اليوم أكثر أهمية من أي وقت مضى، وتحول من كونه مجرد عملية لترويج المنتجات والخدمات إلى نظام شامل يهدف إلى بناء علاقات قوية مع الجمهور، وتحليل سلوكهم، وتقديم تجارب مخصصة تعتمد على الذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة وإنترنت الأشياء.

وفي السعودية، يشهد "التسويق" تحولات جذرية في ظل رؤية 2030 والتحول الرقمي، ما يفرض على الجهات الحكومية والقطاع الخاص، وحتى الأفراد تبني وسائل اتصال وإعلام، ووفق إجراءات وقنوات ومعتمدة لضمان تواجدها وتأثيرها الفعال.

كما أصبحت استراتيجيات التسويق تعتمد بشكل رئيسي على قنوات الإعلام والاتصال الحديثة، وتلعب دورًا حيويًا في تحديد مسار الدول والجهات، وتوجيه استراتيجياتها نحو تحقيق النمو المستدام.

وتشمل أهمية التسويق:

- 1 تعزيز الحضور الرقمي**
يساعد التسويق للأفراد على تعزيز وجودها الرقمي، وهو أمر حيوي في عصر يظهر فيه سلوك الأفراد تواجداً مطوّلاً يوميًا على الإنترنت.
- 2 بناء سمعة العلامة التجارية**
من خلال الاستراتيجيات الإعلامية الموجهة، يساعد التسويق على بناء هوية قوية وشخصية مميزة للعلامة التجارية في أذهان الجمهور.
- 3 تحليل البيانات لتحسين الأداء**
من خلال استغلال البيانات الضخمة (Big Data)، يمكن للجهات تحليل سلوك المستهلكين وتطوير حملات تسويقية مخصصة وفعالة.

ويعتمد التسويق الناجح في هذا العصر الرقمي على مجموعة من الركائز التي تتكامل لتقديم استراتيجيات فعالة:

- 1 التواصل المتكامل (Integrated Communication)**
يعد الاتصال المتكامل أحد الركائز الأساسية في التسويق الحديث. تعتمد الجهات على منصات متعددة للوصول إلى العملاء، مثل وسائل التواصل الاجتماعي، البريد الإلكتروني، والإعلانات التفاعلية. وفقًا لتقرير Hootsuite لعام 2023، يستخدم حوالي 29.7 مليون شخص في السعودية منصات التواصل الاجتماعي، ما يعادل 82% من سكان المملكة.
- 2 الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence)**
أصبح الذكاء الاصطناعي عاملاً رئيسيًا في تحسين التجارب التسويقية. بفضل الذكاء الاصطناعي، يمكن للجهات تحليل سلوك العملاء، تقديم توصيات مخصصة، وتحسين تجربة المستخدم بشكل عام. وفقًا لتقرير Gartner، من المتوقع أن تعتمد 80% من استراتيجيات التسويق العالمي على الذكاء الاصطناعي بحلول عام 2025.
- 3 البيانات الضخمة (Big Data)**
تعد البيانات الضخمة محركًا أساسيًا لاستراتيجيات التسويق المتقدمة. من خلال تحليل كميات هائلة من البيانات، يمكن للجهات تحسين فهمها للاحتياجات العملاء وتخصيص الحملات بشكل أكثر دقة. على سبيل المثال، يشير تقرير McKinsey إلى أن الجهات التي تعتمد على البيانات الضخمة في استراتيجياتها التسويقية تزيد من كفاءتها بنسبة 23%.
- 4 إنترنت الأشياء (Internet of Things - IoT)**
يلعب إنترنت الأشياء دورًا متزايدًا في جمع البيانات وتحسين تجربة العملاء. على سبيل المثال، يمكن للأجهزة الذكية مثل الهواتف والمساعدات الافتراضية توفير معلومات حول أنماط استخدام العملاء، مما يساعد في تخصيص الحملات التسويقية بشكل أفضل. وفقًا لتقديرات IDC، من المتوقع أن يصل عدد الأجهزة المتصلة بإنترنت الأشياء إلى 55.7 مليار جهاز بحلول عام 2025.



آليات النجاح في التسويق الإعلامي والاتصالي:

- التحقق النجاح في السوق الرقمي، يجب على الجهات تبني آليات تسويقية حديثة تعتمد على التقنيات المتقدمة والابتكار:**
 - التسويق المخصص (Personalization):**
أصبح تخصيص التجربة التسويقية لكل عميل أمرًا حيويًا في بناء علاقات وثيقة مع الجمهور. تُظهر البيانات أن 91% من المستهلكين يفضلون العلامات التجارية التي تقدم عروضًا وتوصيات مخصصة بناءً على تفضيلاتهم وسلوكهم.
 - التحليل البياني (Data-Driven Marketing):**
تعتمد استراتيجيات التسويق الناجحة على تحليل البيانات للتنبؤ بالسلوكيات الشرائية وتخصيص الحملات. في السعودية، تُظهر الأرقام أن الجهات التي تستفيد من تحليلات البيانات الرقمية قد حققت زيادة في الإيرادات بنسبة 30% خلال العامين الماضيين.
 - التسويق عبر القنوات المتعددة (Omnichannel Marketing):**
تقديم تجربة متكاملة عبر جميع القنوات الرقمية والتقليدية أصبح من أساسيات النجاح. فالمستهلك يتفاعل مع العلامة التجارية عبر منصات متعددة مثل تطبيقات الهاتف، مواقع الويب، ووسائل التواصل الاجتماعي، ويتوقع أن تكون التجربة منسقة وسلسة.
 - التسويق بالمحتوى (Content Marketing):**
أصبح المحتوى الإعلامي ركيزة أساسية في بناء استراتيجيات التسويق الناجحة. من خلال إنتاج محتوى قيم وجذاب، يمكن للجهات تعزيز التفاعل مع الجمهور وزيادة الوعي بالعلامة التجارية. تشير التقارير إلى أن الجهات التي تعتمد على التسويق بالمحتوى تزيد من معدل التحويل بنسبة 6 مرات مقارنة بالجهات التي لا تستخدم هذه الاستراتيجية.

التحولات المستقبلية في مجالات التسويق

- 1. التسويق بالذكاء الاصطناعي:** بفضل الذكاء الاصطناعي، يمكن للجهات تحليل البيانات في الوقت الفعلي، تحسين تجربة المستخدم، وتقديم توصيات مخصصة. كما يمكن للذكاء الاصطناعي تحسين عمليات التواصل مع العملاء خلال روبوتات الدردشة (Chatbots) التي تقدم خدمات على مدار الساعة.
- 2. الواقع الافتراضي والمعزز:** يوفر الواقع الافتراضي والواقع المعزز تجارب تسويقية تفاعلية للعملاء، مما يزيد من تفاعلهم مع العلامة التجارية. يتوقع أن تلعب هذه التقنيات دورًا أكبر في صناعة التسويق خلال السنوات القادمة، خاصة في تقديم تجارب شراء مميزة.
- 3. الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية:** أصبحت قضايا البيئة والاستدامة في صدارة اهتمامات المستهلكين، ما يدفع الجهات إلى تبني استراتيجيات تسويقية تراعي الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية. على سبيل المثال، أظهر تقرير Nielsen أن 66% من المستهلكين في جميع أنحاء العالم يفضلون شراء منتجات من جهات تتبنى ممارسات مستدامة.

ختاماً، يعد التسويق اليوم عنصرًا حاسمًا لنجاح الجهات والأفراد في العصر الرقمي، حيث يتمحور النمو المستقبلي حول الابتكار الرقمي والاتصالات المتقدمة، ومع تبني استراتيجيات متقدمة تعتمد على الذكاء الاصطناعي، البيانات الضخمة، وإنترنت الأشياء، يمكن للجهات تعزيز تواجدها الرقمي، وتحقيق تواصل فعال مع الجمهور.

وفي السعودية، تزداد أهمية التسويق الإعلامي والاتصالي في ظل رؤية 2030، حيث نما سوق الإعلانات الرقمية بشكل ملحوظ، وتجاوز الإنفاق على الإعلانات الرقمية 3.5 مليار دولار في عام 2023، ويتوقع أن يستمر هذا النمو مع زيادة الاعتماد على الإنترنت.

أما عالميًا يشير تقرير eMarketer إلى أن حجم سوق الإعلانات الرقمية العالمي بلغ 600 مليار دولار في 2023، ومن المتوقع أن يصل إلى 876 مليار دولار بحلول عام 2027. مستشار ومختص بالإعلام الرقمي

Communication Marketing: The Cornerstone of Success

Hani AlGhofaily

Chairman of the Board of Digital Economy Center



In today's world, marketing is more important than ever. It has evolved from a purely promotional activity to a comprehensive strategy intended to establish relationships with customers and prospects. This strategy involves analyzing consumer behavior and delivering customized experiences driven by artificial intelligence, big data, and the Internet of Things.

The Saudi marketing sector is undergoing a radical transformation in line with Vision 2030 and digital transformation. Government agencies, the private sector, and individuals must adopt communication and media strategies, procedures, and channels to achieve effective presence and impact.

Furthermore, marketing strategies today heavily rely on modern media and communication channels. These channels play a pivotal role in setting the direction in which countries and organizations will go. These strategies aim to ensure the country's economic sustainability.

The importance of marketing includes:

1 Enhancing Digital Presence

Marketing is crucial in strengthening organizations' and individuals' digital presence, vital in a world where individuals spend significant amounts of time online. A strong online presence is essential for success.

2 Building Brand Reputation

Through targeted media strategies, marketing allows brands to establish a distinctive identity and personality in the minds of their consumers. Maintaining a positive reputation is essential to foster trust and loyalty among the audience.

3 Data-Driven Performance

Utilizing big data, organizations can analyze consumer behavior and develop tailored and effective marketing campaigns. This data-driven approach enables continuous improvement and enhances overall performance in terms of reaching and engaging target audiences.

Successful marketing today rests on several core pillars that work together to create impactful strategies:

Integrated Communication

Integrated communication is a fundamental pillar of modern marketing. Most organizations use multiple platforms to reach their customers, including social media, email, and interactive advertising. According to Hootsuite's 2023 report, approximately 29.7 million people in Saudi Arabia use social media or 82% of the population.

Digital Media

Digital media occupies a prominent place in contemporary marketing strategies. According to Statista, global spending on digital advertising will reach \$876 billion by 2027, illustrating the growing importance of digital ads as a key means of engaging audiences.

Big Data

Big data serves as a crucial driver for advanced marketing strategies. According to a McKinsey report, organizations that leverage big data in their marketing strategies can increase their efficiency by 23% by analyzing vast amounts of data.

Artificial Intelligence

AI has become a key player in enhancing marketing experiences. Organizations can leverage AI to analyze customer behavior, provide personalized recommendations, and improve user experiences. Gartner predicts that by 2025, 80% of global marketing strategies will rely on AI.

Internet of Things (IoT):

IoT contributes to data collection and enhances customer experiences, such as smart devices, smartphones and virtual assistants, enable marketing campaigns tailored to customer needs. A report by IDC estimates that the number of connected devices to the Internet of Things will increase to 55.7 billion by 2025.



A successful marketing strategy today requires a set of integrated pillars that work together to deliver optimum results:

To achieve success in the digital market, organizations must adopt modern marketing mechanisms that leverage advanced technologies and innovation:

● Personalized Marketing

Personalizing the marketing experience for consumers is essential for brands to build strong relationships with them. According to data, 91% of consumers prefer brands that offer tailored promotions and recommendations based on their preferences and behavior.

● Data-Driven Marketing

A successful marketing strategy relies on data analysis to predict purchasing behavior and tailor campaigns to consumers' needs. In Saudi Arabia, organizations utilizing digital data analytics have reported a 30% increase in revenue over the past two years.

● Omnichannel Marketing

A seamless experience across all digital and traditional channels is essential to success. Today's consumers interact with brands via various platforms, including mobile apps, websites, and social media, and they expect a consistent and smooth experience across all of them.

● Content Marketing

Content has become the cornerstone of successful marketing strategies. Organizations that utilize content marketing can achieve six times higher conversion rates by creating valuable and engaging content that engages their audience and increases brand awareness. Reports indicate that content marketing organizations can increase audience interaction and brand awareness by producing useful and engaging content.

Future Shifts in Marketing

Modern technology is rapidly transforming marketing, and organizations must embrace these changes in order to remain competitive. The following are some of the most notable changes:

- 1. AI-Powered Marketing:** With AI, organizations can analyze data in real time and provide users with personalized recommendations based on that data. Furthermore, AI improves customer communication by providing 24/7 support via chatbots.
- 2. Virtual and Augmented Reality:** Through virtual and augmented reality, brands can provide customers with interactive marketing experiences that increase customer engagement. These technologies are expected to play a more significant role in marketing over the next few years, particularly in delivering unique shopping experiences.
- 3. Sustainability and Social Responsibility:** As sustainability and environmental concerns have become a top priority for consumers, organizations have been encouraged to develop marketing strategies that reflect sustainability and social responsibility. According to a Nielsen report, 66% of consumers worldwide prefer products from companies that practice sustainable practices.

In conclusion, marketing is essential for organizations' and individuals' success in today's digital landscape. An organization's future growth will be determined by its ability to leverage innovative technologies such as AI, big data, and IoT, enabling it to enhance its digital presence and foster effective engagement with its customers.

There is an increasing recognition of the importance of media and communication marketing in Saudi Arabia, particularly under Vision 2030. In 2023, expenditures on digital advertising exceeded \$3.5 billion.

Globally, eMarketer reports that digital advertising revenue reached \$600 billion in 2023 and is projected to rise to \$876 billion by 2027. This highlights the crucial role digital marketing plays in shaping the future business landscape.