



استثمر ذاتك

# اللقاء التدريبي التسويق الضبابي

الكاتب وخبير التدريب الدولي

أنس أجود الحراكي



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## أنس أجود الحراكي

كاتب و خبير تدريب دولي محترف معتمد متخصص في قيادة الأعمال و التسويق الحديث و إعداد المدربين



- مدرب محترف معتمد بتوقيع شرفي للدكتور إبراهيم الفقي رحمه الله
- مدرب دولي معتمد من اتحاد بوسطن الدولي للتدريب
- مدرب دولي معتمد من منظمة الاعتماد الدولية " سفير همة "
- مدرب دولي معتمد من مركز كامبردج للتدريب والاستشارات - بريطانيا
- رئيس مجلس إدارة مؤسسات التدريب الإحترافي العالمية - G.P.T.I
- رئيس مجلس إدارة شركة طموح لأعمال الويب
- رئيس مجلس إدارة مؤسسة جود للذكور والإعلام
- مكرم ضمن أفضل الشخصيات الدولية التي لها بصمات سلام في الشرق الأوسط لعام 2018 من منظمة الأمم المتحدة للسلام العادل و الشامل - لبنان
- له العديد من المؤلفات في العديد من المجالات الأدبية و العلمية التدريبية منها : كتاب طريقك إلى الاحتراف كمسوق إلكتروني ناجح كتاب 90 فكرة لمحتوى قيمى متميز كتاب البداية هي ذاتك
- استفاد من تدريباته العديد من الجهات الحكومية والمؤسسات الخاصة في العديد من الدول منها : ( سوريا - مصر - لبنان - تركيا - الجزائر - السودان - تونس - السعودية - سلطنة عمان )
- حاضر و درّب أمام الآلاف في العديد من الدول ضمن تخصصاتها التدريبية
- يقدم إرشاد شخصي و قد استفاد من ذلك العديد من نواب رؤساء الدول والوزراء وأصحاب السمو و عدّة شخصيات حكومية و عامة

## ما هو التسويق الضبابي ؟

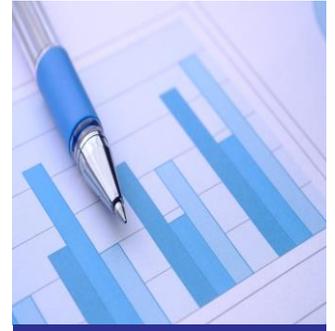
معلومات متخصصة في عمق التسويق الضبابي



الجزء الأول

## تطبيق التسويق الضبابي

آلية العمل و مزودة باستراتيجيات تسويقية تطبيقية



الجزء الثاني

عزيزي المشترك المبدع :

أهلاً و سهلاً بك في هذا البرنامج التدريبي و أرجوا من الله تعالى أن تحقق كل الفائدة التي تنتظرها و أكثر في هذا التدريب .

إن فكرة هذا البرنامج التدريبي تنطلق من أهمية إصلاح وضع أعمال التسويق القائمة عند كثير من الأفراد و الشركات و هي ممارسة الأساسيات بإحتراف دون التفكير في تطوير المهارات و القدرات و الإستراتيجيات و هي حالة من النجاح لا تستمر طويلاً ..

إن التسويق الضبابي هو منهجية شاملة وقابلة للتكيف تربط بين العلامات التجارية والعملاء الحقيقيين وتدفع نتائج الأعمال من خلال المزج بين الاستراتيجيات والإبداع والتكنولوجيا والتحليل.

سعت في هذا البرنامج التدريبي لأضع إستراتيجيات تسويقية رائعة و تساعدك على تطبيق تقنيات التسويق الضبابي بشكل ميسر و بسيط و منها تستطيع التمييز بين التسويق التقليدي و بين التسويق الحديث بل و تمارسه بإحتراف أيضاً

دعني أؤكد لك بأنني سأراك قريباً بين أهم المسوقين على مستوى عالي جداً شرط أن تمارس هذه الأساسيات بإتقان و إحتراف

و أخيراً أتمنى لك التوفيق و النجاح دوماً

أنس أجود المراكس

لماذا قررت حضور هذا البرنامج التدريبي ؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ما الفائدة التي تنتظرها من البرنامج التدريبي ؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ما الذي تنوي عمله بالمعلومات الجديدة داخل هذا البرنامج التدريبي ؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## الجزء الأول

# ما هو التسويق الضبابي ؟



أهم محتويات هذا الجزء :

- 1- ما هو التسويق الضبابي ؟
- 2- ما أهمية التسويق الضبابي ؟
- 3- ما أنواع التسويق الضبابي ؟



يُعد التسويق الضبابي وسيلة للتميز بالإعلان ، و صناعة الوعي بالعلامة التجارية من خلال الترويج باستخدام طرق غير تقليدية مصممة لإثارة الدهشة أو التساؤل أو الصدمة.

تم إنشاء المصطلح " تسويق حرب العصابات " في أوائل الثمانينيات من قبل كاتب الأعمال الراحل جاي كونراد ليفينسون ، الذي كتب عدة كتب عن تكتيكات حرب العصابات في عدد من المجالات المهنية. بالطبع ، في ذلك الوقت ، بدأ التسويق بشكل عام مختلفاً تماماً ، وبينما لا يزال تسويق حرب العصابات مستخدماً اليوم ، فإن المشهد الرقمي المتنامي باستمرار يغير شكله.

تسويق حرب العصابات

التسويق الغوريلا

التسويق الضبابي

عندما نسمع مصطلح "تسويق حرب العصابات" ، من الصعب ألا نفكر في حرب العصابات - وهذا أمر منطقي ، حيث حصل هذا النمط من التسويق على اسمه. لأنه وفي سياق الحرب ، تعتمد تكتيكات حرب العصابات إلى حد كبير على عنصر المفاجأة. فكر في: "الكمان ، التخريب ، الغارات"

## 1- زيادة الوعي بالعلامة التجارية :

يدور التسويق الضبابي حول خلق ضجة حول الشركة. الحملات الاستفزازية وغير التقليدية هي الحل المثالي لبناء الوعي بالعلامة التجارية

## 2- التمييز عن المنافسين :

تعمل إجراءات التسويق الضبابي والتي لا تُنسى بالإضافة إلى عرض قيمة فريد من نوعه فيما يتعلق بتمييز عملك عن المنافسين.

## 3- الارتباط العاطفي بالعلامة التجارية :

نظراً لأن التسويق الضبابي جيد في إثارة المشاعر ، يمكن لحملة واحدة إنشاء علاقة قوية بين العلامة التجارية والعميل. هذا الاتصال هو عبارة عن علاقات قوية وطويلة الأمد مع العملاء.

## 4- بناء الشراكات :

معظم حملات التسويق الضبابي هي مهام معقدة تتطلب التعاون بين العديد من الشركات أو المنظمات. وبالتالي ، يمكن أن يكون التسويق الضبابي هو القاعدة المثالية لإنشاء شراكات.

## 1- التسويق السري :

يتضمن هذا التكتيك تقديم عرض بيع خفي إلى عميل محتمل دون علمه بذلك. يهدف هذا التكتيك إلى خلق ضجة ومجتمع حول المنتج.

المثال الأكثر شهرة لمثل هذا النهج هو وضع المنتج في الأفلام أو البرامج التلفزيونية. ربما تكون قد رأيت شخصياتك المفضلة تشرب مشروباً من علامة تجارية معينة أو تميل لارتداء ملابس من قبل شركة أزياء شهيرة.

## 2- تسويق المحيط :

ربما يكون تسويق المحيط هو الشكل الأكثر شيوعاً للتسويق الضبابي . يشير المصطلح إلى وضع رسالة أو صور في مكان غير متوقع. ومن ثم ، فإن التسويق المحيط يحدث بالكامل في وضع عدم الاتصال.

## 3- التسويق التجريبي :

يتمثل جوهر التسويق التجريبي في خلق موقف يدخل فيه الجمهور المستهدف في موقف لا يُنسى ويتصل بشيء يرمز إلى علامتك التجارية. تهدف حملات التسويق التجريبية إلى بناء علاقة وثيقة بين شركتك وعملائها المحتملين.

التكتيك الأكثر وضوحاً هو عقد أو رعاية حدث ما ، مثل مؤتمر ، وما إلى ذلك



## 1- الابتكار الدائم :

يتطلب الأمر ابتكاراً مستمراً حيث يجب أن يكون كل إعلان مختلفاً بحيث يأتي الإعلان التالي بعد الإعلان الأخير بوقت قصير

## 2- الجانب الآخر :

إذا تم تنفيذها بشكل سيئ ، فقد تؤثر الهجمات سلباً على علامتك التجارية

أنارديس  
ANARDES  
استثمر ذاتك

## الجزء الثاني

# تطبيق التسويق الضبابي



أهم محتويات هذا الجزء :

- 1- كيفية إعداد حملة تسويق ضبابي ؟
- 2- استراتيجيات ونصائح تسويق حرب العصابات

### 1- معرفة جمهورك :

معرفة جمهورك هو أساس نجاح التسويق الضبابي . لإثارة المشاعر من خلال حملاتك التسويقية ، تحتاج إلى معرفة رغبات جمهورك ومخاوفهم ونقاط ألمهم.

لمعرفة المزيد عن جمهورك المستهدف ، استكشف عملائك الحاليين. على الأرجح ، يمكن لفرق المبيعات وخدمة العملاء أن تخبرك عن عملائك ، ولماذا يقدرّون منتجك أو خدمتك ، وما الذي يميزهم. يمكنك أيضاً العثور على المنتديات ومجموعات حيث يناقش عملاؤك المحتملون مشاكلهم.

### 2- تحديد الأهداف :

على الرغم من أن التسويق الضبابي ممتع للغاية ، تذكر أن مهمته الرئيسية هي تحقيق أهدافك. وبالتالي ، فأنت بحاجة إلى تحديد أهداف محددة وقابلة للقياس ودقيقة وموثوقة وفي الوقت المناسب لحملتك.

غالباً ما يهدف التسويق الضبابي إلى خلق ضجة وزيادة الوعي بالعلامة التجارية. ومع ذلك ، قد ترغب في استخدام حملاتك لزيادة المبيعات أيضاً. تأكد من أن هدف حملتك يتوافق مع أهداف عملك العامة .

أفضل طريقة لتعيين مؤشرات الأداء الرئيسية لحملة التسويق الضبابي الخاصة بك هي الاعتماد على النتائج السابقة. إذا كنت تبدأ من نقطة الصفر ، فقم بقياس أهدافك بنتائج منافسيك - ستمنحك نقطة بداية واضحة

### 3- تحليل بيئتك :

مهمتك التسويق الضبابي هي استقطاب العملاء في بيئة مألوفة. علاوة على ذلك ، عليك أن تفاجئهم وتسعدهم. وبالتالي ، لا يمكنك الاستمرار دون تحليل الاتجاهات المزدهرة.

ابدأ بمعرفة ما يتحدث عنه الناس في الوقت الحالي. هذا هو المكان الذي ستكون فيه أدوات الاستماع الاجتماعي مفيدة.

بصرف النظر عن استكشاف المواقف والاتجاهات الحالية ، تعرف على المزيد عن منافسيك. حاول أن تجد أمثلة على حملات التسويق الضبابي وقرم بتحليلها. يمكن أن توفر لك أفضل الممارسات وأسوأها رؤى قيمة حول كيفية تشكيل عملك الفريد المميز.

### 4- ابتكر تقنية :

إذا كنت مرتبك للعثور على تقنية لحملة التسويق الضبابي الخاصة بك ، فإن العصف الذهني الجيد يمكن أن يساعدك في صناعة النجاح . اجمع زملائك معاً وشجعهم على توليد بعض الأفكار. حدد الحدود الزمنية للجلسة وتأكد من أن الجميع يعلن اقتراحاتهم. القاعدة الأساسية هنا هي تجنب تقييم الأفكار أثناء التمرين - فهذا سيعيق العملية الإبداعية.

في المرحلة التالية ، تحتاج إلى تجميع الأفكار التي تم إنشاؤها من قبل وقياسها. اعتمد على تفضيلات عملائك و آرائهم ، وأهداف عملك ، والاتجاهات الحالية. ضع في اعتبارك الموارد التي لديك لإحياء الفكرة. لا فائدة من التوقف عند إنشاء الفيديو الفيروسي إذا لم يكن لديك فريق أو ميزانية لذلك.

#### 5- تنفيذ خطتك :

كما قلنا من قبل ، فإن حملة التسويق الضبابي هي مهمة معقدة. يتطلب منك ومن شركائك توحيد الكثير من الجهود. على سبيل المثال ، للإصاق ملصق في مكان عام ، تحتاج إلى تشكيل الملعب ، وإنشاء التصميم ، والطباعة ، ولصق الملصق. تأكد من أن كل مرحلة من مراحل العمل تتم بشكل صحيح وفي الوقت المناسب.

لإنقاذ حملتك من الفشل ، قم بإلقاء نظرة نقدية عليها قبل تنفيذها. فكر في الكيفية التي قد ينظر بها العملاء إلى رسالتك وكيف سيتفاعلون معها. حاول العثور على العيوب المحتملة وتوقع كيف ستؤثر على الحملة بشكل عام.

أخيراً ، هناك دائماً احتمال أن يسقط كل شيء. يجب عليك التفكير في الأمر ، وتوقع أسوأ سيناريو ممكن وإنشاء خطة بديلة في حالة حدوثها.

#### 6- قياس النتائج :

نظراً لأن حملات التسويق الضبابي تهدف في المتوسط إلى خلق ضجة ، فقد يبدو من الصعب قياس نتائجها. إذا كنت محتاراً بشأن كيفية تتبعها ، فإليك بعض التلميحات.

راقب ظهور علامتك التجارية في وسائل الإعلام. ستحصل الحملة الاستفزازية الناجحة دائماً على مجموعة من المنشورات.

إجراء بحث. يمكنك إجراء مسح لعملائك والأشخاص بشكل عشوائي لتسألهم عما إذا كانوا قد سمعوا عن الحملة وكيف يرون علامتك التجارية بعدها.

قارن بين "قبل" و "بعد". لتقييم تأثير حملة التسويق الضبابي على مبيعاتك ، قم بقياسها قبل بدء الإجراء وفي وقت ما بعده.

### 1- افتح متجرًا خارجياً :

المتجر الخارجي هو متجر مؤقت ، يمكن للشركات إنشائه وإزالته بسهولة. بشكل عام ، لا تُستخدم هذه المتاجر لتوليد المبيعات ولكن لجذب انتباه العميل إلى العلامة التجارية.

إذا كنت ترغب في استخدام هذا التكتيك ، فحاول التفكير خارج الصندوق واختر مكاناً غير معتاد ولكنه مألوف جيداً. على سبيل المثال ، يمكنك فتح متجر خارجي داخل متجر آخر أو في حدث كبير.

لتحقيق أهداف متجرك الخارجي ، عليك إطلاق حملة ترويجية. تسمح لك باحتضان جمهور أكبر بكثير. ضع في اعتبارك تجربة أنواع مختلفة من التسويق لجذب انتباه الجمهور. على سبيل المثال ، يمكنك توظيف أحد المؤثرين ليقوم لك بالتسويق .

### 2- استخدم ملصقاً :

الملصقات هي وسيلة تسويق ضبابي فعالة من حيث التكلفة. يمكنك تقديم ملصقات تحمل علامات تجارية لعملائك حتى يتمكنوا من إظهار علامتك التجارية للآخرين.

هناك طريقة أكثر فاعلية لاستخدام هذه الإستراتيجية وهي وضع ملصقاتك في الأماكن العامة ، مثل الجدران والأرصفة والمنحوتات وما إلى ذلك. يمكنك أيضاً الاستفادة من لصقها على أشياء متحركة ، مثل وسائل النقل العام.

كن حذراً مع هذا التكتيك. تأكد من أنك لا تنتهك القانون أو تزعج الجمهور بوضع ملصقاتك وملصقاتك هنا وهناك. لذا ، حاول أن تضع في اعتبارك هذا التكتيك وتجنب المشاكل .

### 3- قدم عينات :

تعتمد فعالية العينات على مبدئين. الأول هو أن الناس بشكل عام يحبون تلقي شيء جيد مجاناً. والثاني ، بعد استلامه ، يشعرون بأنهم ملزمون بشراء شيء ما. إنها تسمى المعاملة بالمثل - وهي ميزة أساسية في علم النفس التسويقي ، تدفع الشخص إلى تقديم خدمة لشخص ما إذا حصل على معروف مقدماً.

إذا قررت الاستفادة من مبدأ المعاملة بالمثل ، فتأكد من تقديم شيء ذي قيمة. يجب أن يشعر الناس بالسعادة والذبول بعد تلقي العينة الخاصة بك.

#### 4- كن مختصراً :

الرسائل المختصرة والمتسقة هي مفتاح النجاح في أساليب التسويق.

في التسويق الضبابي ، يكون الأمر أكثر أهمية لأن الحملات تفاجئ جمهورك وتثير استجابة فورية. لذلك ، قم بضبط رسالة حملتك حتى تصبح حادة وواضحة.

#### 5- ركّز على المجموعات الأصغر :

عادة ما يتكون الجمهور المستهدف من عدة مجموعات متميزة من العملاء. بدلاً من محاولة احتضانهم جميعاً بحملة التسويق الضبابي الخاصة بك ، ركز على شرائح أصغر.

سيساعدك هذا النهج في إنشاء حملات أكثر فاعلية تؤدي إلى نتائج ملموسة. والأفضل من ذلك ، أنه يسمح لك ببناء علاقات مستدامة مع العملاء بسهولة ورفع جمهور العلامة التجارية الخاصة بك .

لقد أثبتت هذه التكتيكات والنصائح فعاليتها. لمتابعتها والحفاظ على حملاتك شادة ، تحتاج إلى ممارستها .

أنارديس  
ANARDES  
استثمر ذاتك

عزيزي المسوق المتميز :

أهنئك على وصولك إلى ختام هذا البرنامج التدريبي و أرجوا الله سبحانه و تعالى أن أكون قد استطعت إيصال الفائدة المرجوة و أحمد الله على ذلك .

و أسأل الله أن تكون قد وجدت ما تريد و أكثر من معلومات و مهارات و إستراتيجيات لتكون مسوقاً محترفاً و مبدعاً

و يسرني أن نشكرك على تفاعلك الرائع و الذي أضاف قيمة كبيرة للقاء التدريبي و أتطلع إلى لقائك في دورات قادمة ..

و نتوجه بالشكر الجزيل لزملائنا في الأكاديمية العربية الكندية و منصة أناردس و مؤسسات التدريب الإحتراقي العالمية و لكل من ساهم في إنجاح البرنامج التدريبي على اهتمامهم و سعيهم في إنجاح و تنفيذ هذا الحدث على أعلى المعايير

أنس أجود الحرائر

