

ثانيا: برمجيات تسويق بمحركات البحث

1- تعريف محركات البحث: تتيح محركات البحث للمستخدم بالحصول على المعلومات التي يريد بها بكل سهولة من شبكة الانترنت، ومن أهم أنواع محركات البحث نجد Google, Yahoo, Bing وأشهر هذه المحركات هو غوغل، وهي نوعان: تحسين محركات البحث SEO، التسويق عبر محركات البحث SEM ويعتبر التسويق عبر SEO نوع من أنواع التسويق باستخدام محركات البحث ويختلف عن SEM في كون الأول مجاني تماما، بينما الثاني يحتاج لدفع أموال من أجل تحقيقه، وكلاهما يميلان لكفة واحدة، وهي التسويق للموقع الالكتروني من خلال زيادة ترتيب صفحاته في محركات البحث، والهدف دائما هو الظهور في الصفحة الأولى وزيادة عدد الزيارات إليه.

أ- تحسين محركات البحث SEO: تحسين أو ضبط محركات البحث SEO هو عملية ضبط وضوح وترتيب نتائج البحث للمواقع الالكترونية على الويب عن طريق محركات البحث ومن خلال نتائج البحث الطبيعية او غير المدفوعة، حيث كلما ظهر الموقع مبكرا ومتكررا او كان على رأس القائمة صفحة نتائج البحث فسوف تكون فرصة أكبر في الحصول على عدد أكبر من الزائرين مستخدمي محركات البحث، وتستهدف هذه العملية: البحث عن الصور، البحث المحلي، البحث عن فيديو، البحث الاكاديمي، محركات البحث العمودية (متخصصة في التركيز على شريحة معينة من محتوى الانترنت، البحث عن الاخبار).

ب- تحسين محركات البحث SOM: هو شكل من أشكال التسويق عبر الانترنت عن طريق ترويج المواقع الالكترونية بزيادة تواجدها في صفحات نتائج محركات البحث من خلال استخدام المواضيع المدفوعة واعلانات المحتوى والإدراجات المدفوعة. ومن أكبر الشبكات التي توفر خدمة التسويق عبر محركات البحث SEM نجد Google AdWords و Microsoft AdCenter و Yahoo Search Marketing

2- الأدوات الرئيسية للتسويق عبر محركات البحث:

أ- دراسة وتحليل كلمة البحث الرئيسية:

- التأكد من أن المواقع يمكن فهرستها في قوائم محركات البحث
- إختيار كلمات وعبارات البحث بحيث تكون مناسبة للموقع وللمنتج السياحي المعروض والتي تتسم بالشعبية والسهولة

- استخدام كلمات وعبارات البحث في الموقع بالطريقة المثلى التي تؤدي إلى توليد وتحويل الحركة إليه

ب-تشبع الموقع الالكتروني وشعبيته:

- تشبع الموقع الالكتروني يعني مدى وجوده على محركات البحث من خلال عدد صفحات الموقع التي يتم فهرستها على كل محرك بحث

- شعبية الموقع الالكتروني تعني عدد المرات التي ربط الموقع من قبل المواقع الأخرى، وعموما فتواجد الموقع بكثرة على محركات البحث يجعله من السهولة العثور عليه من قبل المستخدمين، كما ان وجود كلمات البحث التي يبحث عنها المستخدمين في مرتبة أعلى على فهرس محرك البحث تجعل من السهولة العثور على الموقع واستدعائه.

ج- الأدوات الخلفية والمتمثلة في الأدوات التحليلية للويب يمكن أن تساعد على فهم ما يحدث في الموقع الإلكتروني وقياس مدى نجاحه

د- ما هي الأدوات والتي تساعد على اظهار من يملك ويقوم بإدارة لموقع الالكتروني وتوفير المعلومات الخاصة بحقوق المؤلف والعلامة التجارية والأدوات الهامة التي تشمل المصدر واسم النطاق وغيرها

3- تخطيط للتسويق عبر محركات البحث:

- عمل الدراسات المتعلقة بتحديد الجمهور المستهدف
- تحديد الأهداف المتعلقة بالتسويق عبر الانترنت ومؤشرات الأداء الرئيسية
- إنشاء قائمة أولية لكلمات البحث الرئيسية والتي تعبر عن المحتوى الخالي وذات الصلة بموضوعه
- وكذلك المحتوى المحتمل
- التحقق من كلمات البحث عن طريق الاختيار باستخدام الأدوات الخاصة باستخدام كلمات البحث الرئيسية
- اختيار الترتيب الحالي لكلمة أو كلمات البحث
- تحسين وضبط الموقع الالكتروني عن طريق تحسين تصميم وبنية ومحتوى صفحات الويب متابعة إنشاء الروابط والشرابات
- محاولة الانتشار في شبكة الانترنت من خلال النشر والتعميم في المدونات ومواقع الصور والفيديو
- نشر الاخبار في المواقع باستخدام وسيلة لتمكين البرمجيات والنظم المختلفة من نشر الأعمال التي يتم تحديثها ومتابعة ما تنشره النظم الأخرى، ومن تطبيقاتها تمكين القراء من متابعة اخبار المواقع
- القيام بتحميل برامج تتبع ومتابعة وتحليل الأداء لتحقيق نتائج أفضل

من أهم البرمجيات: GOOGLE ADS, YAHOO, Microsoft

برمجيات التسويق عبر محركات البحث

1- برنامج SEMrush:

أ- تعريفه: برنامج SEMrush يُعد من أقوى وأشمل الأدوات في مجال التسويق الرقمي، ويُستخدم خصوصًا في تحليل أداء المواقع، الإعلانات، والمنافسين في محركات البحث، هو برنامج تحليلي شامل للتسويق عبر الإنترنت ((Search Engine Marketing Tool))، يُستخدم من قبل الشركات والمسوقين لتحسين أداء مواقعهم وإعلاناتهم في محركات البحث مثل Google و Bing. تم تطويره سنة 2008، وأصبح من أكثر الأدوات استخدامًا في العالم بفضل دقته وسهولة استخدامه.

SEMrush هو منصة متكاملة للتحليل الرقمي تساعدك على: تحسين ظهور موقعك في محركات البحث (SEO). تطوير الإعلانات المدفوعة (Google Ads و Bing Ads) تحليل المنافسين واكتشاف فرص جديدة في السوق. مراقبة الأداء وقياس النتائج التسويقية. تُستخدم من طرف المسوقين، الشركات الناشئة، ووكالات الإعلانات لأنها تجمع بين التحليل، التخطيط، والتنفيذ في مكان واحد.

SEMrush هو منصة متكاملة للتحليل الرقمي تساعدك على: تحسين ظهور موقعك في محركات البحث (SEO). تطوير الإعلانات المدفوعة (Google Ads و Bing Ads) تحليل المنافسين واكتشاف فرص جديدة في السوق. مراقبة الأداء وقياس النتائج التسويقية. تُستخدم من طرف المسوقين، الشركات الناشئة، ووكالات الإعلانات لأنها تجمع بين التحليل، التخطيط، والتنفيذ في مكان واحد.

يقوم SEMrush عند إدخال عنوان موقع مثلاً (www.hotelalger.com) ب: جمع البيانات من محركات البحث (Google، Bing) تحليل الزيارات والكلمات المفتاحية التي تجلب الزوار إلى هذا الموقع. مقارنة الموقع بمواقع منافسة في نفس المجال. اقتراح تحسينات عملية لزيادة الظهور والأداء.

ب- المهام التي يقوم بها SEMrush:

✓ البحث عن الكلمات المفتاحية: القيام بادخال كلمة مثل: "فندق في الجزائر". هنا يقوم بتزويد أصحاب المنشأة السياحية بما يلي: عدد الأشخاص الذين يبحثون عنها شهريًا. مستوى المنافسة عليها. تكلفة النقرة في (Google Ads (CPC). اقتراحات كلمات مشابهة مثل: "إقامة سياحية في الجزائر"، "فنادق رخيصة بالجزائر العاصمة". الهدف من هذه العملية هو: اختيار أفضل الكلمات التي يستخدمها جمهورك.

- ✓ **تحليل موقع إلكتروني:** يظهر البرنامج كل ما يتعلق بالموقع: عدد الزيارات الشهرية. أكثر الصفحات زيارة. البلدان التي يأتي منها الزوار. الكلمات المفتاحية التي تجلب أكبر عدد من الزيارات. أداء الموقع في الإعلانات. الهدف من هذه العملية هو: معرفة قوة موقعك مقارنة بالمنافسين.
- ✓ **تحليل المنافسين:** يُتيح البرنامج معرفة: من ينافسك على نفس الكلمات المفتاحية. ما الإعلانات التي يستخدمها. كم يدفع تقريبًا في Google Ads. ترتيب موقعه مقارنة بموقعك. الهدف من هذه العملية هو: استلهام استراتيجيات المنافسين وتطوير حملتك الخاصة.
- ✓ **تحليل الإعلانات المدفوعة:** اذ يمكن البرنامج من: رؤية الإعلانات النصية التي يستخدمها منافسوك في Google Ads. معرفة نصوص الإعلانات الفعالة لديهم. الاطلاع على الكلمات المفتاحية التي يشترونها. الهدف من هذه العملية هو: تصميم إعلانات جذابة مبنية على بيانات واقعية.
- ✓ **تدقيق الموقع:** يقوم بفحص شامل لموقع على الإنترنت: سرعة الصفحات. مشاكل SEO مثل غياب الوسوم Meta أو Alt للصور. توافق الموقع مع الهواتف الذكية. الهدف من هذه العملية هو: جعل الموقع تقنيًا جاهزًا للظهور في الصفحات الأولى لنتائج البحث
- ✓ **تحليل الروابط الخلفية:** عرض كل المواقع التي تضع روابط نحو الموقع (أو موقع المنافس). يقيس جودة هذه الروابط وتأثيرها على ترتيب الموقع في Google. الهدف من هذه العملية هو: بناء شبكة روابط قوية تُحسّن ترتيب الموقع.
- ✓ **تتبع ترتيب الكلمات:** يمكنك إدخال كلمات معينة (مثل "فنادق تلمسان") ومتابعة: هل الموقع يتقدم أم يتراجع يوميًا في نتائج Google. مقارنة ترتيب الموقع بترتيب المنافسين. الهدف من هذه العملية هو: معرفة مدى نجاح إستراتيجية SEO التي اعتمدها.

2- برنامج Ahrefs

- أ- **تعريفه:** برنامج Ahrefs هو برنامج تحليلي متكامل يُستخدم في مجالات تحسين محركات البحث SEO والتسويق عبر محركات البحث SEM
- Ahrefs هو برنامج (منصة إلكترونية مدفوعة) مخصص لتحليل مواقع الويب ومراقبة أدائها في محركات البحث. تم تطويره سنة 2010 في سنغافورة، ويُعتبر اليوم من بين الثلاثة الأوائل عالميًا إلى جانب SEMrush و Moz Pro. ويُستخدم اليوم من قبل الشركات والمسوقين لتحسين ظهور مواقعهم في نتائج البحث (Google خصوصًا).

يتيح Ahrefs جمع وتحليل كم هائل من البيانات حول: الكلمات المفتاحية، الروابط الخلفية، ترتيب الصفحات في نتائج البحث، المنافسين في السوق الرقمية، أي أنه أداة تساعدك على معرفة كيف يرى محرك البحث موقعك ومواقع منافسيك.

ب- الوظائف التي يقوم بها Ahrefs:

✓ **تحليل الروابط الخلفية:** يتيح معرفة عدد ونوعية المواقع التي تضع روابط تؤدي إلى موقعك. يساعد على تقييم قوة موقعك وجودة روابطه. يمكنك اكتشاف الروابط المفقودة أو الضارة وإصلاحها. الهدف منه هو: أن محركات البحث تعتبر الروابط الخلفية “تصويت ثقة” للموقع، مما يؤثر مباشرة على ترتيبه.

✓ **تحليل الكلمات المفتاحية:** يقدم بيانات دقيقة حول حجم البحث الشهري، صعوبة الكلمة، وتكلفة النقرة، يمكنك إدخال كلمة معينة، فيعطيك قائمة طويلة من اقتراحات الكلمات المرتبطة. كما يتيح المقارنة بين عدة كلمات لتحديد الأفضل للموقع الإلكتروني

✓ **تحليل المنافسين:** يتيح إدخال موقع منافس للحصول على تقارير حول: عدد زيارته التقديرية، الكلمات المفتاحية التي تجلب له الزيارات، روابطه الخلفية القوية، الصفحات الأعلى أداءً لديه، هذه المعلومات تساعد في تحديد الفرص والاستراتيجيات المنافسة.

✓ **تحليل الموقع:** يقوم Ahrefs بمسح شامل للموقع لاكتشاف الأخطاء التقنية مثل: الروابط المعطلة، الصفحات غير المؤرشفة. مشاكل السرعة أو المحتوى المكرر. ثم يقدم تقريرًا شاملًا لتصحيحها وتحسين جودة الموقع.

✓ **تحليل الترتيب:** يمكن تتبع ترتيب الموقع يوميًا أو أسبوعيًا في نتائج البحث لكلمات معينة. يعرض التطور الزمني في الأداء حسب الدولة أو الجهاز (موبايل/كمبيوتر). مفيد جدًا لقياس نتائج الموقع الإلكتروني على المدى الطويل.

ج- المزايا:

-قاعدة بيانات ضخمة تغطي أكثر من 12 تريليون رابط خلفي.

-تقارير دقيقة ومفصلة.

-واجهة سهلة الاستخدام.

-تكامّل مع أدوات أخرى مثل Google Data Studio.مناسبة للمؤسسات الكبيرة والوكالات الرقمية.

د- العيوب:

-مدفوع بالكامل (لا توجد نسخة مجانية).

-النسخ الاحترافية مكلفة (تبدأ من 99 دولار شهريًا).

-يحتاج المستخدم إلى خبرة تحليلية لفهم بعض المؤشرات التقنية.

-بعض البيانات (مثل عدد الزيارات) هي تقديرية وليست حقيقية تمامًا.