

# الدليل الشامل للتسويق عبر تيك توك



الخميس 30 سبتمبر 2021 06:47 م

تمكنت منصة تيك توك منذ ظهورها في عام 2017 من تحقيق نجاح كبير جعل الكثير من المنصات الأخرى تحاول تقليدها

ومع ذلك تظل تيك توك منفردة عن غيرها من المنصات بمئات الملايين من الزيارات الشهرية وملايين صناع المحتوى الحصري لها

ويقدر عدد المستخدمين النشطين في تيك توك بأكثر من 800 مليون مستخدم نشط حتى يومنا هذا، كما أن التطبيق الخاص بالمنصة يعتبر أكثر التطبيقات تحميلًا عبر مختلف متاجر التطبيقات، وذلك ما يجعل التسويق عبر تيك توك مفيدًا للغاية للشركات والمستخدمين على حد سواء

بداية تيك توك

بدأت المنصة نموها الكبير في نهاية عام 2017، حيث قامت الشركة المسؤولة عنها بشراء منصة Music.ly لمشاركة المقاطع الموسيقية

وقامت الشركة بحذف Music.ly تمامًا ودمج أدواتها مع تيك توك، وذلك ما قدم إمكانيات كثيرة للمنصة من ناحية تعديل المقاطع، وإضافة المقاطع الموسيقية إليها

وجذبت هذه الخطوة الكثير من المستخدمين حول العالم وتحديداً من الشباب والمراهقين، وذلك ما جعل المنصة تنتشر بسرعة كبيرة وتتعتمد المنصة على مشاركة المقاطع القصيرة والسريعة، حيث لا تتجاوز مدة المقطع فيها 3 دقائق، ولكن تفضل المنصة المقاطع التي لا تتجاوز الدقيقة

وتمتلي المنصة بأنواع مختلفة من المحتوى مثل التعليمي أو الترفيهي أو خدع الحياة والمقابل المضحكة بالإضافة إلى مقاطع الرقص والغناء

تواجه العلامات التجارية واهتمام المسوقين

تسبب العدد الكبير لمستخدمي المنصة في جذب اهتمام الكثير من المسوقين حول العالم بالإضافة إلى الكثير من العلامات التجارية الكبيرة

ولا يقتصر التسويق عبر المنصة على بيع منتجات التجميل أو المنتجات التي تهم الشباب تحديداً، بل يتسع لتسويق كافة أنواع المنتجات المختلفة والتعاون مع صناع المحتوى عبر المنصة

ويعتبر الهدف الرئيسي للتسويق عبر المنصة هو جذب الاهتمام والانتباه إلى علامتك التجارية، بالإضافة إلى نشرها بسرعة بين المستخدمين

وقد تمكنت الكثير من الشركات التي توجهت إلى المنصة مبكراً من الحصول على حجم كبير من التفاعل والاهتمام عبر المنصة

وذلك مثل جريدة واشنطن بوست التي اهتمت بالمنصة في بداية ظهورها وأصبحت اليوم تمتلك أكثر من مليون متابع و43 مليون مشاهدة

وبدأت المنصة تهتم بعملية التسويق الإلكتروني عبرها، وذلك عبر إضافة مميزات جديدة مثل متجر وروابط تظهر في المعلومات التعريفية

ولكن لازال هذا الإهتمام في بدايته، كما بدأت المنصة في عرض الإعلانات المدفوعة وسط الإعلانات ومشاركة صناع المحتوى في الأرباح

وتعمل هذه المشاركة بطريقة تشبه يوتيوب، حيث تظهر الإعلانات بين المقاطع المختلفة ويحصل صانع المحتوى على نسبة من الإعلان

كما تستطيع العلامات التجارية التنسيق مع صناع المحتوى مباشرة والعمل على حملة دعائية كبيرة ومستمرة عبر المنصة

وقامت شركة Denim سابقاً بعمل مثل هذه الحملة والتي استمرت 6 أيام متواصلة تقريباً، وحصلت على 10.5 مليون مشاهدة

بالإضافة إلى نسبة تفاعل تصل إلى 14.3٪ عبر مختلف الحسابات التي شاركت في الحملة مع زيادة عدد متابعين هذه الحسابات

أنواع المحتوى المحبوب للمنصة

تختلف تيك توك عن باقي منصات صناعة ومشاركة المحتوى في أنها تعتمد على الفيديوهات الجديدة، حيث تظهر مقاطع وتحصل على ملايين المشاهدات في نفس اليوم قبل أن تختفي تماماً

وتساعد خوارزميات الذكاء الاصطناعي الخاص بالمنصة في هذا الأمر، حيث يمكن لأي مقطع أن ينتشر حتى وإن لم يكن من صانع محتوى مشهور

ولا تأخذ المنصة عدد متابعي صانع المحتوى في الحسبان عندما تقرر نشر المقطع وجعله يحصد الملايين من الزيارات

لذلك تعتبر الفرصة متساوية بين جميع المستخدمين في الحصول على ملايين المشاهدات والوصول إلى الشهرة

كما أن اعتماد المنصة على المقاطع الصوتية والأغاني يجعلها مناسبة للموسيقيين تحديداً، حيث تظهر المقاطع المميزة والتي تحصل على الشهرة عبر المنصة كثيراً في مختلف المقاطع وبالتالي تجد المقطع الصوتي ينتشر بسرعة كبيرة

العوامل التي تؤثر على إنتشار المقطع في تيك توك

تختلف طريقة عمل تيك توك عن باقي منصات التواصل الاجتماعي ومشاركة المحتوى، ولكن تظل هناك قواعد عامة للمحتوى الناجح

وتعتمد هذه القواعد بشكل عام على جودة المحتوى المقدم، حيث تزداد فرصتك في النجاح كلما كان محتواك مميزاً

ويعمل الذكاء الاصطناعي بشكل مختلف قليلاً هنا، حيث لا يأخذ في الحسبان حجم المشاهدات والمشاركين في المقاطع السابقة

وذلك لأن المنصة تعتمد بشكل كبير على نجاح كل مقطع على حدة دون الاهتمام بباقي المقاطع والمشاركين

ولذلك إن كنت لا تمتلك أي متابع وقمت بتقديم مقطع أعجب الكثيرين، فإن تيك توك تعرض هذا المقطع كثيراً

ولكن بالطبع كلما زاد عدد متابعيك كلما كانت فرصة المقطع في الظهور أكثر أفضل، حيث يظهر المقطع للمشاركين الخاصين بك حتى يبدو اعجابهم به وبعد ذلك يبدأ نشره مع باقي المشاركين

ولا يكفي أن يظهر المحتوى للكثيرين، بل يجب أن يتفاعلوا معه بطريقة إيجابية، وكلما زاد التفاعل الإيجابي كلما تحسنت فرصته في الظهور

وتعتمد المنصة على التوزيع الجغرافي للمقاطع، ويعني هذا أن المنصة تعرض المقاطع أولاً في الأماكن المحيطة بها قبل نشرها عالمياً

ويساعد ذلك صناع المحتوى المحليين في الحصول على فرصة مناسبة للظهور قبل وصول المقاطع العالمية

وتمثل الفيديوهات الجديدة جزءاً هاماً من عملية التسويق في تيك توك، حيث تحتاج إلى المشاركة في أحدث التحديثات والرقصات

كما يجب أن تستخدم الأصوات الحديثة والتي تحصل على الكثير من الإهتمام العالمي والمحلي بدلاً من المقاطع المجهولة

وتذكر دائماً أن تستخدم الوسوم والتاجز حتى تتمكن من جذب الملايين من المستخدمين، وذلك لأن المنصة تعتمد عليهم كثيراً