

التحليلات الرقمية هي قياسات كمية لأداء المحتوى عبر الإنترنت، بما في ذلك الحملات الإعلانية ووسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية. وهذا يعني أن التحليلات الرقمية توفر معلومات من مصادر رقمية حول كيفية استجابة العملاء للمحتوى والحملات التسويقية أو التفاعل معها. تعد التحليلات الرقمية مهمة لمساعدتك في تقييم نجاح الحملة واستجابات الجمهور، مما يوفر لك التفاصيل التي تحدد استراتيجية التسويق الخاصة بك.

فيما يلي بضعة أمثلة على التحليلات الرقمية والمعايير التي يجب مراعاتها لكل منها:

- **الزيارات للموقع الإلكتروني:** عدد مشاهدات الصفحة، الزوار غير المتكررين، النقرات، معدل الخروج، معدل الارتداد، زمن البقاء على الصفحة
- **الجلسات:** زيارات الموقع الشاملة
- **معلومات المنتج:** عدد مشاهدات صفحة المنتج، جذب الاهتمام للإعلان، المبيعات
- **تحسين محرك البحث (SEO):** ترتيبات الكلمات الرئيسية، وحجم البحث بالكلمات الرئيسية، ومشاركة البحث، وزيارات البحث
- **جذب الاهتمام على وسائل التواصل الاجتماعي:** التعليقات، والإعجابات، والمشاركات
- **مصدر الزيارات:** الإحالات من نتائج البحث والإعلانات ووسائل التواصل الاجتماعي وما إلى ذلك
- **الحفاظة على العملاء:** عدد الزوار الجدد والزوار المكررين والمتسوقين المتكررين ومعدل التحويل
- **تعليقات العملاء:** الشكاوى واستطلاعات الرأي بعد الشراء والتقييمات

بناء استراتيجية التحليلات الرقمية

يبدأ بناء استراتيجية التحليلات الرقمية بالنظر إلى المعايير الخاصة بك. إن تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية الخاصة بك هو الخطوة التالية لضمان توصيل تحليلاتك بشكل صحيح للمعايير التي تريد تعديلها أو تحسينها. يمكنك صقل تحليلاتك الرقمية من خلال معالجة النقاط المرتفعة والمنخفضة في معايير، والاستفادة من المناطق ذات الأداء المتفوق وتقليل المناطق ذات الأداء الضعيف، على سبيل المثال. هناك طريقة أخرى لتحسين استراتيجية التحليلات الرقمية الخاصة بك وهي دمج العروض المخصصة، وهو اتجاه تجاري رئيسي في عام 2022. وفقًا لـ Data Axle و eMarketer، فإن غالبية المستخدمين على الإنترنت في الولايات المتحدة يريدون عروضًا مخصصة بناءً على المشتريات السابقة.

هناك العديد من التقنيات المختلفة لدمج المعلومات في التحليلات الرقمية في الإعلانات، اعتمادًا على موقع حملاتك أو كميتها أو مدى وصولها. تقدم Amazon Ads العديد من الأدوات والحلول لقياس أثر الماركة التي يمكن أن تساعدك في قياس فعالية إعلاناتك. على سبيل المثال، تتضمن معايير الماركة من Amazon Ads ميزة "العائد على جذب الاهتمام"، التي تعرض متوسط المبيعات على مدى 12 شهرًا بعد تفاعل العملاء مع الماركة، لفهم تأثير التسوق على المدى الطويل بشكل أفضل. تشمل خيارات المنتجات الأخرى Amazon Marketing Cloud، التي تسمح لك باستكشاف قياس أثر الحملة وتحليل الجمهور، و Sizmek Ad Suite، التي يمكن أن تقدم رؤى قيمة مع معايير لتحسين الحملة وتخطيط الوسائط الإعلامية. أيضًا، تعرّف على كيفية استخدام رؤى Amazon للانتساب لقياس مدى تأثير استراتيجيات التسويق غير التابعة لـ Amazon عبر

البحث العضوي والبحث المدفوع، وشبكات التواصل الاجتماعي، وإعلانات العرض، والفيديو، والبريد الإلكتروني - على أنشطة التسوق وأداء المبيعات على Amazon. وهو يغطي مجموعة من الرؤى عبر البحث العضوي والمدفوع، والتواصل الاجتماعي، والعرض، والفيديو، والبريد الإلكتروني.

التحليلات الرقمية هي عملية تحليل البيانات الكمية والنوعية الرقمية من مصادر مثل مواقع الويب وتطبيقات الأجهزة المحمولة وقنوات الوسائط الاجتماعية لتقديم صورة أوضح لما يبحث المستخدمون عن العناصر وكيف يبحثوا عنها، وكيفية تحسين تجربة العملاء والاستراتيجيات. تساعد هذه التحليلات عبر القنوات المشتقة من مصادر متعددة في توفير رؤى بشأن أفضل رحلة للعميل لإكمال التحويل.

التحليلات الرقمية، التي تشمل تحليلات الموقع، هي جزء من النطاق الأوسع لـ التحليلات السلوكية الذي يوفر رؤى تستند إلى جميع تفاعلات العميل مع عملك.

فهم أهم خمس فوائد

يوفر تتبع التحليلات الرقمية الخاصة بك العديد من الفوائد بشكل عام:

1. البيانات عالية المستوى التي توفر رؤى حول اكتساب مستخدمين جدد، بالإضافة إلى فهم احتياجاتهم، لتجربة مستخدم مركزة تتطور إلى علاقات طويلة الأمد / زوار عائدون.
2. المساعدة في تحسين إنتاجية العمليات، بالإضافة إلى تحسين العمليات التنظيمية المصممة خصيصًا لاحتياجات عملك ومتطلبات المستخدم.
3. التعرف على الاتجاهات التي تحرك خارطة طريق التسويق الاستراتيجي لأشياء مثل الخدمات والميزات والمنتجات الجديدة.
4. فرص لتجربة مستخدم مخصصة من خلال رؤى في بيئة متعددة القنوات.
5. الحد من الاحتيال لضمان الاستجابات في الوقت المناسب لعمليات الكشف عن التهديدات في الوقت الفعلي، والتنبيهات الآلية، والإبلاغ الفعال عن الاحتيال وجهود إدارة المخاطر

تمنح التحليلات الرقمية فريقك الفرصة لتحسين استراتيجيتهم الرقمية من خلال رؤى قابلة للتنفيذ، مما يمنح المستخدمين تجربة سلسلة ومخصصة في كل مرة.

أنواع التحليلات الرقمية

نظرًا لأن أداة التحليلات الرقمية قادرة على عرض كامل تجربتك عبر الإنترنت، يمكنك الحصول على صورة أكبر لجمهورك، والوصول إلى التقارير لكل قناة من قنواتك لمعرفة مكان المستخدمين، وما يستجيبون له على أنظمة أساسية مختلفة، وكيف يجب أن تركز استراتيجيات التسويق الخاصة بك لتحقيق أقصى عائد على الوقت والموارد. في حين أن هناك العديد من الفئات الفرعية للتحليلات الرقمية التي تتراوح من الوسائط الاجتماعية إلى CRM والفوترة، فقد تشمل بعض جوانب عملك التي يمكنك تحليلها:

- **المستخدمون**. تحقق من عدد زوار موقع الويب وسلوك المستخدم ومعدل الارتداد والتحويلات ورحلات العملاء.
- **مواقع الويب**. يمكنك عرض فهرس رؤية موقعك، وتحسين محرك البحث على الصفحة (SEO)، وتحليل الروابط الخلفية ومراقبتها.
- **التسويق والتجارة الإلكترونية**. تتبع التحويل وحملات البريد الإلكتروني وحملات البيع العابر.
- **الإعلان والتسويق**. قم بعرض تتبع الحملة، بالإضافة إلى تتبع الروابط التابعة عبر جهود التسويق عبر القنوات المتعددة.

التحليلات الرقمية مقابل التسويق الرقمي

قد يبدو أن الحصول على جميع نقاط البيانات المتاحة لك أمر جيد، ولكن قد يكون هذا أمرًا صعبًا بالنسبة لفريق ضعيف للتعامل معه. يجب أن تكون قادرًا على تحليل مجموعات البيانات الفرعية الصحيحة، لأنها توفر الوضوح بشأن ما سيحتاج فريقك إلى تحسينه من خلال النتائج التي قاموا بجمعها، للتحضير لاستراتيجية التسويق التي سيتم تنفيذها. يحدث هذا عادةً لثلاثة أسباب:

1. محاولة تبسيط التحليلات المهمة عن طريق الليزر في نقاط بيانات محددة.
2. عدم مطابقة أهداف العمل مع الإحصائيات المتاحة، وبالتالي، عدم ربط أهدافك بالقياسات حتى لا يصل عملك إلى مسار ناجح.
3. عدم فهم كيفية قياس بياناتك واحتسابها.

تأخذ التحليلات الرقمية البيانات التي جمعتها، وتحدد المعايير الأساسية، وتحلل تلك المعلومات لمساعدتك على فهم رغبات العملاء واحتياجاتهم. يسمح لك التسويق الرقمي ببناء استراتيجيات المحتوى والتسويق التي تستهدف المستخدمين بأبحاث السوق ودكائه، وتخصيص جهودك التسويقية لضمان النجاح. لا يمكن لأحد أن يتواجد بدون الآخر - بعد استخدام أداة التحليلات الرقمية الخاصة بك لتحويل تلك البيانات إلى رؤى قابلة للتنفيذ، سيساعد التسويق الرقمي في تشكيل استراتيجيات التسويق التي ستحتاج إليها لإجراء تحويلات ناجحة.