

## الترويج والتسويق لمركز تكنولوجيا المجتمع

يعد هذا القسم الركيزة رقم 4 في الخطة التنفيذية. الإطار الزمني لاستكمال هذا القسم هو أسبوعين.

بنهاية هذا القسم سوف تستكمل ما يلي:

- ◀ استراتيجية التسويق
- ◀ أسلوب جذب المشاركات
- ◀ الإعلان والترويج

### قبل أن تبدأ . . .

عند هذه النقطة في عملية التخطيط تكون قد اتخذت قرارات بشأن مركز تكنولوجيا المجتمع الخاص بك، وهيكل المركز، ومنافسيك، وقطاع تدريب تكنولوجيا المعلومات، وتشغيل المركز، والمعدات اللازمة لنجاح المركز. وجميع هذه القرارات مفيدة للغاية لاستدامة نجاحك.

أما الجزء التالي فهو عبارة عن إعداد خطة للتأكد من معرفة المشاركات بنوعية الخدمات التي تقدمها وكيف يجدونك.

يوجد فرق كبير بين مصطلح "تسويق" ومصطلح "إعلان". فالتسويق يشمل مجموعة كبيرة من فرص التشبيك بما في ذلك الإعلان، والنشر، ووسائل ترويجية أخرى، ولكنه يتضمن أيضا:

- ◀ التواصل مع الآخرين لمساعدتهم على فهم رسالة مركز تكنولوجيا المجتمع الخاص بك وكيفية استفادة المشاركات من خدماتك
- ◀ وضع علامة تجارية لمركز تكنولوجيا المجتمع الخاص بك لجعله مميّزا في السوق
- ◀ إعداد خطة للوصول إلى الجمهور المستهدف الذي ترغب في اجتذابه

بنهاية هذا القسم ستحتاج إلى التفكير فيما يلي:

- ◀ كيف سيتم وضع علامة تجارية لمركز تكنولوجيا المجتمع الخاص بنا؟
- ◀ كيف يمكننا أن نحافظ على روية ووعي المشاركات المحتملات؟
- ◀ ما هي أفضل الاستراتيجيات (مع معرفة حدود الموازنة والحد الأقصى للموظفين) التي يمكن أن نتخذها بفعالية لاجتذاب المشاركات إلى مركز تكنولوجيا المجتمع؟
- ◀ ما هي الطرق التي نستطيع من خلالها توفير أفضل الخيارات للمشاركات اللاتي نقدم لهن الخدمات حتى يرغبن باستمرار في العودة لنا للحصول على خدماتنا وإخبار الآخرين عن مركزنا؟

← دعنا نبدأ

### استراتيجية التسويق

إن الخطوة الأولى للتفكير في أحد استراتيجيات الأنشطة التسويقية هي إدراك أهمية التوافق بين "مظهرك" وبين "رسالتك". "فالمظهر" هو ما يُعرف بالعلامة التجارية. وعندما تقوم بوضع علامة تجارية لمركز تكنولوجيا المجتمع الخاص بك فإنك تخلق رسالة شكلية تتماشى مع هذا المظهر حتى يتسنى للناس الذين يقرؤون ما يُكتب عنك أو يرون اسمك الاتصال بمركز تكنولوجيا المجتمع الخاص بك على الفور للحصول على الخدمات التي تقدمها.

لا بد أن تدرك أن مركز تكنولوجيا المجتمع الخاص بك يمكنه ابتكار علامة تجارية خاصة به بحيث تغزو السوق المحلي بسهولة التعرف عليها. لذا عندما تبدأ في ابتكار العلامة التجارية الخاصة بك فكر في رمز يدل مباشرة على خدمات المركز. فكر في الألوان التي سوف تستخدمها ثم استخدمها بشكل متناسق. هل هناك أشكال معينة يمكنك استخدامها لمساعدة الناس على الاتصال الفوري بمركز تكنولوجيا المجتمع الخاص بك؟

### تحليل الموضوعات

✓	لمساعدتك في تحديد العناصر المناسبة لاختيار علامة تجارية أجب عن الأسئلة الآتية:
1.	ما هي الرسالة التي ترغب أن يقدمها مركز تكنولوجيا المجتمع الخاص بك؟ وهل تتضمن كلمات، أم أشكال، أم مزيج منهما؟
2.	هل يوجد ألوان معينة تعكس رأيك العام وتساعدك على ابتكار علامتك التجارية؟
3.	إذا كانت الإجابة بنعم، فما هي هذه الألوان ولم اخترتها؟
4.	هل سيكون الرمز قيد المناقشة مكلفا أو يصعب طباعته أم أنه يسهل طباعته في شكل عدة وسائط. على سبيل المثال هل يبدو جيدا إذا قمت بطباعته باللونين الأبيض والأسود في الجرائد أو المجلات أو على الأقلام الحبر أو على المواد الترويجية الأخرى، الخ؟
5.	كيف تضمن أن استخدام أشخاص من داخل المؤسسة لعلامتك التجارية يتوافق مع استخدام الأطراف الخارجية لها؟

أما الخطوة الثانية عند التفكير في استراتيجية التسويق هو أن تفهم أن ليس كل استراتيجيات التسويق تصلح لجميع المؤسسات. فعلى سبيل المثال قد لا يعمل أحد المطاعم لفترة طويلة جدا إن فتح في أحد الأزقة المظلمة البعيدة عن الشارع الرئيسي. وربما كان سيحقق نجاحا لو أنه فتح في أحد الأماكن المرئية حيث يشعر الزبائن بالأمان. غالبا ما تحصل بعض المؤسسات – مثل المؤسسات التي تقدم الخدمات المهنية – على صفقاتها من إحالات الآخرين (قيام مشاركات سابقات بالبرامج بإرسال أصدقائهن إلى المركز للحصول على برامج تدريبية). لذلك فإن فهم الاستراتيجية الصالحة لمركزك يعد أمرا حساسا بالنسبة لنجاحك.

بالإضافة إلى ذلك يعد التفكير في أشكال الأنشطة التسويقية المناسبة لمركزك من أهم الأشياء بالنسبة لمركز تكنولوجيا المجتمع الخاص بك. فعلى سبيل المثال إذا كنت تعتقد أن الإعلان سيحقق نجاحا فما هو شكل الإعلان الذي سيحقق أكبر عائد مقابل الدولارات التي ستنتفقا؟ وهل سيكون إعلانا مطبوعا، أم إعلانا تليفزيونيا أم إذاعيا؟ وهناك نوع آخر من الإعلان يكون دائما مجانا وهو الدعاية. وتتكون الدعاية من الإصدارات الصحفية، والقصص المكتوبة، وإجراء مقابلات شخصية، الخ.

وتستخدم العديد من المؤسسات المواد الترويجية كأحد الوسائل لزيادة تعريف الناس بالخدمات التي تقدمها. وفي العديد من الأحيان لا تكلف الأنشطة الترويجية الكثير، غير أنه بإمكانها خلق اهتمام لدى الناس وذلك بمحاولة تجربتهم لخدماتك. يمكن أن تشمل الأنشطة الترويجية حفلات التعارف، وعروض تجارية، وتسويق من خلال التليفون، وتقديم عروض، الخ. ما هي الاستراتيجيات التي تعتقد أنها ستنتج بالنسبة لمركز تكنولوجيا المجتمع الخاص بك؟

### تحليل الموضوعات

لمساعدتك في تحديد الاستراتيجية المناسبة للتسويق أجب عن الأسئلة الآتية:	✓
هل يلعب موقع مركز تكنولوجيا المجتمع الخاص بك دورا كبيرا في نجاحه؟ إذا كانت الإجابة بنعم فما هو نوع الموقع الذي تعتقد أنه سيجذب معظم المشاركات؟	1.
هل يلعب مظهر مركز تكنولوجيا المجتمع وإحساس الناس به دورا في نجاحه الكلي؟ إذا كانت الإجابة بنعم ماذا يمكنك عمله لتعزيز الحضور المادي لمركز تكنولوجيا المجتمع الخاص بك؟	2.
هل تعتقد أن معظم المشاركات سوف يعرفن مركز تكنولوجيا المجتمع الخاص بك من خلال إحالات الآخرين أم من خلال الوسائل الإعلانية والترويجية الأخرى؟	3.
إذا كنت في حاجة لعمل إعلان فما هي أفضل الأساليب بالنسبة لمركز تكنولوجيا المجتمع الخاص بك كي تصل إلى معظم المشاركات المحتملات؟ (تذكر أن موازنة المركز تلعب دورا واضحا في التكلفة التي يمكنك تحملها لعمل الإعلان، ولكن هناك طرق أخرى مجانية للدعاية.) ما هي أشكال الإعلان التي سوف تستخدمها؟ ما هي أشكال الدعاية التي سوف تستخدمها؟ ما هي أشكال الترويج التي سوف تستخدمها؟	4.

## الانتقال إلى التنفيذ

بمجرد قيامك بالإجابة عن هذه الأسئلة وتحليل الاستراتيجيات التي تعتقد أنها الأفضل انتقل إلى قالب خطة العمل واكتب الجزء الخاص باستراتيجية التسويق في خطتك. اكتب بوضوح تفاصيل العلامة التجارية من خلال وصفها أو حتى إدراج الرمز الخاص بها وشكلها في الخطة. قم أيضا بتحديد الاستراتيجيات التي تعتقد أنها سوف تساعدك أكثر من غيرها في اجتذاب المشاركين إلى المركز. إذا كنت ستقوم بالإعلان فعليك تحديد التكاليف الخاصة به، وكيف ستوفر هذه التكاليف من موازنة مركز تكنولوجيا المجتمع الخاص بك.

قم أيضا بتحديد الفترة الزمنية اللازمة لتقديم استراتيجياتك التسويقية إلى السوق، وأيضا خطتك في ذلك. فعلى سبيل المثال إذا كنت ستأتي باستراتيجية تجمع بين الإعلان والدعاية وبعضا من الأنشطة الترويجية. فما هي المواد التي سوف تستخدمها؟ ما هي مجموعة الأنشطة التي ستحاول تقديمها؟

اكتب هذه الاستراتيجية بالتفصيل وتذكر أنه بمجرد أن تبدأ في العمل الفعلي قد تجد أن بعض الأجزاء في حاجة إلى تعديل أو إلغاء، وهذا أمر طبيعي جدا. قم بإجراء التعديلات وفكر في أساليب أخرى إلى أن تجد مزيج الأنشطة الأفضل بالنسبة للمركز ولموازنتك ولسوقك المستهدف.

## أسلوب جذب المشاركين

سوف تحتاج في هذا القسم إلى التفكير في كيفية اجتذاب المشاركين إلى مركز تكنولوجيا المجتمع الخاص بك، وفي نوع الخبرة التي ترغب في تقديمها لهم بمجرد أن يقررن استخدام خدماتك.

وتحتاج المشاركات إلى معرفة أنك تقدرهن. لذا فكر في كيفية اجتذابهن إلى أبواب المركز وكيفية استمرارهن وعودتهن وأيضا توصية معارفهن باستخدام خدمات المركز.

من المؤكد ارتباط أساليب جذب المشاركات بالأنشطة التسويقية لذا عليك اختيار هذه الأنشطة بحرص بحيث تناسب موقعك وجمهورك المستهدف. هل المشاركات المحتملات يقرأن الصحف؟ هل يحصلن على المعلومات من المطويات الدعائية (النشرات الإعلانية)؟ هل تعد الإذاعة أفضل وسيلة؟ هل يوجد مؤسسات أخرى في منطقتك على استعداد لنشر رسالتك؟ هل يوجد مدارس وجامعات يمكنها تقديم يد المساعدة في عملية جذب المشاركات؟

وأخيرا فأنت في حاجة إلى إعطاء المشاركة خبرة جيدة حتى تنتطوع المشاركات الممتازات بإحالة أخرين إلى المركز. كما يعدن بأنفسهن مرة أخرى للحصول على مزيد من الخدمات الجديدة التي تقدمها.

تحليل الموضوعات

لمساعدتك في تحديد الأساليب المناسبة لجذب المشاركات لمركز تكنولوجيا المجتمع الخاص بك أجب عن الأسئلة الآتية:	√
ما هي الاستراتيجيات التي سوف تستخدمها للحصول على مشاركات لتجربة الخدمات التي يقدمها مركز تكنولوجيا المجتمع الخاص بك؟	.1
من المسؤول في مركز تكنولوجيا المجتمع عن أنشطة جذب المشاركات؟	.2
ما هي المعايير التي سوف تستخدمها لقياس نجاحك في الأنشطة التي تقوم بتجربتها؟	.3
كيف ستخلق تجربة ممتازة لدى المشاركات عند استخدامهن لخدمات مركز تكنولوجيا المجتمع الخاص بك؟	.4

الانتقال إلى التنفيذ

بمجرد قيامك بالإجابة عن هذه الأسئلة وتحليل الأسلوب الأفضل لجذب المشاركات انتقل إلى قالب خطة العمل ثم اكتب الجزء الخاص بأساليب جذب المشاركات في خطتك. اكتب بالتفصيل كيفية قياسك لنجاح الأنشطة التي اخترتها حتى يمكنك تقييم خطتك وتعديل أنشطتك إذا لم تسفر الأنشطة الحالية لجذب المشاركات عن تشغيل كاف للمركز.

### الإعلان والترويج

رأيت فيما سبق وسائل متعددة لإعداد حملتك التسويقية. إذ قمت بتحديد مزيج الأنشطة التي ترغب في توظيفها لاجتذاب المشاركات اللاتي لديهن اهتمام بخدمات مركز تكنولوجيا المجتمع الخاص بك واستمرارهن كمشاركات للمركز. وإذا كان الإعلان والترويج جزء من خطتك الاستراتيجية إذن استثمر هذا الوقت لكتابة مزيد من التفاصيل عن أنواع الإعلان التي سوف تستخدمها، وما هي الوسائل التي ستقوم باختيارها، وما هي التكاليف المصاحبة لاختيارتك، الخ.

قد تفكر في عمل حملة إعلانية. والحملة الإعلانية هي سلسلة من الأحداث أو الأنشطة تقدم باستمرار رسالة واحدة أو عدة رسائل متميزة لعروض خدماتك وحث الناس على الحصول على هذه الخدمات.

وغالبا ما تبتكر المؤسسات شعارات أو عبارات تلازم حملاتها الدعائية.

فكر في رسالة هامة ترغب في أن يربطها الناس بمركز تكنولوجيا المجتمع الخاص بك. ما الذي يولد لدى الناس شعورا جيدا تجاه مؤسستك وخدماتها، وما الذي سيدفعهم إلى المجئ إلى مركز تكنولوجيا الخدمة الخاص بك للمشاركة في برامجك؟

### تحليل الموضوعات

لمساعدتك في تحديد الأنشطة الإعلانية والترويجية أو الحملة الإعلانية المناسبة أجب عن الأسئلة الآتية:	✓
هل يوجد رسالة كلية أو عبارة (شعار) ترغب في استخدامها مع رمز مركز تكنولوجيا المجتمع الخاص بك؟	1.
هل يوجد حملة معينة ترغب في إدارتها لفترة ما؟ فمثلا أنت قد بدأت العمل بالفعل ما هو أفضل نوع للأنشطة الإعلانية والترويجية التي تقدم من خلالها مركز تكنولوجيا المجتمع الخاص بك إلى السوق؟	2.
كيف ستقوم بقياس نجاح الحملة الإعلانية أو عدم نجاحها؟	3.

إذا كانت الحملة الإعلانية ناجحة فكم عدد المشاركات اللاتي يستطعن حضور البرامج في كل مرة؟ وإن كان عدد محدود فكيف سيكون تصرفك بالنسبة لتوقيت الأنشطة الإعلانية والترويجية حتى لا يتكدس مركز تكنولوجيا المجتمع الخاص بك بالمشاركات؟	.4
ما هو الإطار الزمني الذي سوف تضعه لاستراتيجيات إعلانك وتسويقك؟	.5



المستهدف

يمكنك إعداد إطار زمني يشمل تفاصيل كل نشاط. وبالنظر إلى كيفية تداخل الأنشطة يمكنك التنسيق بطريقة أفضل للحصول على أحسن نتيجة.

إذا كانت موازناتك محدودة فإن وضع إطار زمني يمكن أن يساعد مركز تكنولوجيا المجتمع الخاص بك لتوازن أنشطته التسويقية حتى لا تتسبب في خلق أعباء مالية.

### الانتقال إلى التنفيذ

بمجرد قيامك بالإجابة عن هذه الأسئلة وتحليل أفضل الاستراتيجيات انتقل إلى قالب خطة العمل واكتب الجزء الخاص بالإعلان والترويج في خطتك. اكتب بالتفصيل الإطار الزمني والوسائل المحددة التي سوف تضعها لتحقيق رسالتك.