

## 3 أسباب تجعل التسويق بالمحتوى اختيارًا جيدًا للشركات الناشئة في مراحلها الأولى

من أكبر المشاكل التي قد تعاني منها عند تأسيس شركتك الناشئة في التجارة الإلكترونية تحقيق الكثير من الإنجازات بموارد قليلة. ولكن حل المشكلة هذه يكمن في تركيز جهودك وتكثيفها قدر الإمكان، والتخلي عن تحقيق نطاق واسع مقابل تحقيق نطاق مُحدّد أكثر تخصيصًا.

النصيحة ذاتها يمكنك تطبيقها على جهودك التسويقية، حيث إنك ستجد العشرات من استراتيجيات التسويق التي تتبعها شركات التجارة الإلكترونية الناشئة، ولكن رغم كثرتها لن تستطيع تنفيذها كلّها بالفعالية نفسها؛ ولذا فإنّ المفتاح السحري للنجاح هنا سيكون باختيار أفضل الاستراتيجيات تأثيرًا في مشروعك.

لمساعدتك أكثر، سنُقدّم لك في مقالنا هذا واحدة من أهم استراتيجيات التسويق التي تستحق حتمًا وضعها بالحسبان في قائمة الاستراتيجيات المتبعة لتسويق مشروع التجارة الإلكترونية. لنتعرف معًا على أهم الأسباب والمميزات التي تجعلها في قائمة أولوياتك:

### أولاً - الميزانية المعقولة للتسويق بالمحتوى

قد يكون التسويق بالمحتوى مكلفًا للغاية، إذا كنت تنتج فيديو عالي القيمة، كما وقد يكون أيضًا غير مكلف للغاية إذا قررت كتابة محتوى لمدونتك أو ملفات تعريف الوسائط الاجتماعية. في هذه الحالة، ستكون التكلفة المباشرة الوحيدة هي وقتك.

في الحقيقة هذه الميزة رائعة للغاية لا سيّما في المراحل الأولى التأسيسية لمشروعك، حيث لن تكون مضطرًا لخسارة الكثير من الموارد المالية مقابل هذا النوع من التسويق. أنت بحاجة لاستثمار وقتك في الكتابة وصناعة المحتوى، والاستثمار في استراتيجية تسويق محتوى مدروسة جيدًا يمكن أن تدر أرباحًا لمشروع التجارة الإلكترونية على المدى الطويل.

يمكنك زيادة الموارد التي تستثمرها في تسويق المحتوى أثناء تطوير مشروعك ونموه بالتدريج، ابدأ بصناعة المحتوى بما يناسب طبيعة الموقع، ومن ثمّ يمكنك زيادة ميزانية التسويق بالمحتوى بعد ذلك لزيادة معدل نمو المشروع.

## ثانيًا: الاستفادة من تسويق المحتوى للتحقق من جدوى أفكارك

يعد المحتوى أحد أسرع الطرق للتحقق من صحة الأفكار في المراحل المبكرة جدًا من مشروع التجارة الإلكترونية. يمكنك الحكم على مدى تفاعل مشكلة العميل من خلال الكتابة عنها، وتوزيع المحتوى الخاص بك في سوق الجمهور المستهدف؛ حيث إنّ الاهتمام بصناعة المحتوى الخاص بمشروعك يساعدك في خلق المناقشات مع العملاء وزيادة مشاركاتهم، ما يساعدك في توليد رؤى قيمة للسوق الخاص بك. فضلًا عن ذلك، فإنّ إنشاء المحتوى الخاص بمشروعك يساعدك في كسب العملاء الأوائل المحتملين، والذي يساعدك حتمًا في بدء عمليات بيع منتجات أو خدمات مشروع التجارة الإلكترونية.

## ثالثًا: قابلية نمو مشروع التجارة الإلكترونية على نطاق واسع

أخيرًا؛ فإنّ السمة الأهم لتسويق المحتوى تمتعه بإمكانيات نمو عالية جدًا. أولاً، يمكن أن ينمو بثبات إذا كنت تقدّم قيمة للأشخاص الذين يستهلكون المحتوى الخاص بك، لاحتمالية التوصيك بك لأقرانهم. بدلاً من ذلك، يمكن أن تساعدك خوارزميات النظام الأساسي الذي تنشر عليه أيضًا في زيادة جمهورك إذا كان المحتوى الخاص بك يوفر للخوارزمية إحصاءات تفاعل جيدة.

ثانيًا، يمكن لأي محتوى على الإنترنت تقريبًا أن ينتشر بسرعة، ورغم صعوبة هندسة عملية الانتشار، في حين أنه من الصعب للغاية هندسة الانتشار، فإنّك ستحظى بالاهتمام المتناسب مع السوق المستهدف في حال قدمت محتوى متخصصًا ومستهدفًا، ما يمنحك ميزة تنافسيّة رائعة مقارنةً بغيرك من الشركات المنافسة في المجال ذاته.

ثالثًا، هناك بعض أنواع المحتوى التي تدوم مدى الحياة، ولكن عمومًا فإنّ تسويق المحتوى لا يترك أثرًا على المدى القصير، إلّا في حال كان مقترنًا بالحملات الإعلانية المدفوعة. والسبب في ذلك، أنّ صناعة المحتوى تحتاج لوقت طويل لبناء جمهور وحصد تصنيف عالٍ على محرك البحث جوجل. أمّا على المدى البعيد، فإنّ المحتوى المعطاء والمثمر يساعدك في جذب الانتباه إلى مشروعك ما دُمت تُقدّم محتوى قيمًا لعملائك.

في نهاية المطاف، عليك أن تدرك جيدًا أنّ استراتيجية التسويق بالمحتوى ستعكس إيجابًا على التسويق لمشروعك بشكل عام، وعلى الرّغم من أنّ هذه الاستراتيجية قد لا تكون الأنسب في بعض مشاريع التجارة الإلكترونية، إلّا أنّ ميزاتها تستحق النظر فيها ووضعها بالحسبان حتمًا.