نحو محتوى هادف في السوشيال ميديا

يسعى الكثير من مسوقي المحتوى الإلكتروني إلى اقتحام السوشيال ميديا وذلك بداعي الشهرة وجني المال ، إلا أن صناعة المحتوى الرقمي يحتاج إلى التعرف على المهارات الفنية والاجتماعية والإدارية التي تحيط بهذه الصناع .

ومحتوى السوشيال ميديا متعدد الأنواع وجميعها شكل قفزه وتطور اجتماعي رقمي ساعد على تعزيز التواصل الاجتماعي من خلال شبكات التواصل الاجتماعي .

والتسويق الإلكتروني من خلال السوشيال من أحدث وأهم طرق التسويق الرقمي المبتكرة والذي رفع مؤشرات معدلات المبيعات للشركات المنتجة وتجار التجزئة ، وأعتمد هذا التكتيك على استراتيجيته المقدرة على الوصول إلى شريحه كبيره من .الجمهور بأقل التكاليف المادية وأعلى قدر من قوة الدعاية والأعلام وسرعة توصيل المنتج للجمهور المستهدف بكل سهوله

وإدارة المحتوى التسويقي يمثل إدارة مشروع رقمي يتطلب وضع خطه مدروسة لاستدامته وتطويره بما يرفع مستوى التنافس على الصعيد المحلي والعالمي .

وأحدى الطرق الذكية في إدارة المحتوى الرقمي الاجتماعي على شبكات التواصل الاجتماعي اتقان استراتيجية بناء علاقه تفاعليه مع الجمهور تقوم على إخراج أعمال اجتماعية تحترم عقل وذوق المشاهد وترفع من مكانته الاجتماعية والإنسانية

ويتفاوت مسوقي المحتوى الرقمي الاجتماعي في السوشيال ميديا بين من يتقن إبراز محتوى اجتماعي راقي ومفيد يليق بالجمهور ويحترم ذوق المتلقي ، ومن يسوق أعمال اجتماعية الكترونية بطريقه ارتجاليه وعشوائية فيقدم محتوى هابط وهزيل ومتخبط وليس له قيمه تذكر وقد يتعدى إلى أن هذا المحتوى المنشور ربما يسئ إلى المسوق الإلكتروني نفسه اولا يمثل جمهوره المحلي الذي له سمعه مشرفه وعريقة في أوساط المجتمعات المحلية .

وحينما ينشر صانع المحتوى أعمال رقميه اجتماعيه ويصور شريحه من مجتمعه المحلي على أنهم أناس أغبياء وبسطاء الفهم فأن هذا المحتوى يرفضه الجمهور ولا يقبل به ولا يعكس حقيقة المجتمع المحلي وأطيافه الأصيلة من الكفاءات العلمية من الأدباء والمفكرين والمهندسين والمبدعين والذي يشكل السواد الأعم .

من هنا كان من الأجدر على المسوق الإلكتروني للمحتوى الاجتماعي أن يكون على مستوى من الوعي الاجتماعي والنضج المسؤول الذي يحتم عليه أن يساهم بإخراج أعمال اجتماعية هادفه ومحتوى يشرف جمهوره ومجتمعه المحلي و يعزز من مكانته الاجتماعية .