

كيف يمكن للمؤسسات التعليمية ومراكز التدريب إنشاء صفحة مبيعات ناجحة؟

مقدمة:

تعتمد المؤسسات التعليمية ومراكز التدريب على استراتيجيات تسويقية فعّالة لجذب الطلاب وتسجيلهم في برامجهم. يمكن أن تكون صفحة المبيعات المصممة جيدًا أداة قوية لعرض قيمة برامجك وتحويل زائري الموقع إلى عملاء محتملين وتعزيز أعداد التسجيل في النهاية.

إليك خطوات عملية حول كيفية إنشاء صفحة مبيعات تحقق نتائج ملموسة لمؤسستك التعليمية أو مركز التدريب الخاص بك:

من هم جمهورك الذي تبحث عنهم؟

من هو المشترك المثالي؟

حدّد مواصفات الطالب المثالي لمؤسستك التعليمية أو المشترك الذي ترغب به في دورتك التدريبية:

ماهي اهتماماتهم؟

مثال: تبحث عن جمهور يهتم بالتكنولوجيا لتقدم له دورة تدريبية حول أدوات الذكاء الاصطناعي الجديدة.

ماهي أهدافهم المهنية؟

مثال: جمهور يطمح للحصول على وظيفة في دولة أوروبية، تقدم لهم دورتك أو مؤسستك تعليم اللغات الأجنبية.

ما لمميز الذي ستقدمه لهم مؤسستك التعليمية أو دورتك؟

مثال: تعلم لغات مطلوبة في سوق العمل، شهادات معتمدة، تدريب في شركات ضخمة، أنشطة ترفيهية مختلفة (مسرح، موسيقى، رسم، روبوتيك، مسابقات محلية وعالمية...).

ابحث حول المنافسين

ابحث عمّا يقدّمه المنافسون وتعلم من نجاحاتهم، مثلاً لو قدم منافسك عرض تخفيض بـ20% على دورة ما أو تسجيل في المؤسسة التعليمية، قدم أنت عرضاً أفضل مثل تخفيض بـ30%، أو تسجيل مع هدية مجانية (يمكن أن تكون كتاب أو تسجيل مجاني في دورة أخرى لك).

ركّز على الحلول

اجعل عروضك مصممة خصيصا لمعالجة التحديات التي يواجهها جمهورك المستهدف:

مثال:

التحدي:

يواجه جمهورك نقص المعرفة والمهارات في أساسيات التسويق الرقمي وعدم القدرة على إنشاء حملات تسويق رقمي فعالة.

الحل:

قدم لهم دورة شاملة في أساسيات التسويق الرقمي والحملات التسويقية:

- ❖ تقديم مقدمة شاملة لجميع مفاهيم التسويق الرقمي الأساسية، بما في ذلك تحسين محركات البحث (SEO) ، وإعلانات محركات البحث (SEM) ، والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي ، والتسويق عبر البريد الإلكتروني ، والتسويق بالمحتوى ، والتحليلات.
- ❖ تقديم خدمات استشارية فردية أو جماعية لمساعدة الأفراد والشركات على تطوير وتنفيذ حملات تسويق رقمي فعالة.
- ❖ صياغة استراتيجيات الحملة بناءً على احتياجات العميل، باستخدام نهج قائم على البيانات لقياس وتحسين النتائج.
- ❖ تقديم ورش عمل وندوات عبر الإنترنت بانتظام للحفاظ على تحديث العملاء بأحدث اتجاهات التسويق الرقمي وتقنياته.
- ❖ تقديم الدعم والتوجيه المستمر للعملاء أثناء تنفيذ استراتيجيات التسويق الرقمي الخاصة بهم.
- ❖ استضافة فعاليات ومنتديات الشبكات لربط العملاء بالمهنيين الآخرين ومشاركة أفضل الممارسات.

كيف تجذب انتباه جمهورك؟

أسلوب التشويق:

اجعل عروضك التسويقية مشوقة تجعل العميل ينتظر المفاجأة مثلا:

"سجل في دورة تعلم اللغة الصينية اليوم واحصل على مفاجأة في نهاية الدورة"، المفاجأة ستكون مثلا كتاب حول مفردات اللغة الصينية أو خصم مخصص للدورة القادمة.

"اجتاز اختبار دورة التصميم بنجاح واحصل على مكافأة غير متوقعة"، يمكن أن تكون المكافأة نشر تصميم باسمه على مواقع السوشيال ميديا الخاصة بك.

الخلاصة: لا تكن شديد الوضوح في عروضك التسويقية، اترك مجالاً للغموض والتشويق لجذب انتباه عملائك، الناس يحبون المفاجآت والمكافآت، تماماً مثل إقبالهم على شراء منتج ما (حتى لو كانوا لا يستحقونه الآن) فقط لأن معه منتج (مجهول) هدية، الفضول يحركهم فقط لمعرفة ماذا سيكون المنتج الهدية. استغل هذا الأسلوب التسويقي للمنتجات الاستهلاكية في تسويق محتواك التعليمي.

استخدام عامل الوقت

استخدم العروض التسويقية المحددة بأجل معين، مثل تقديم خصم ينتهي في غضون 24 ساعة أو مكافأة مجانية مع عمليات التسجيل التي تتم قبل تاريخ معين. استخدم عبارات مثل "الفترة محدودة فقط" أو "لا تقوّت الفرصة" أو "سجّل الآن". هذا النوع من العروض يشجّع العملاء على اتخاذ إجراء فوري. مثال: "خصم 20% على دورة تعلم البرمجة لفترة محدودة فقط."

العروض الحصرية

اجعل العملاء يشعرون بأنهم مميزون من خلال تقديم عروض حصرية مثل باقات الاشتراك الماسية أو (VIP). يمكنك استخدام عبارات مثل "عرض حصري" أو "لأعضاء الباقة الماسية فقط" لتسليط الضوء على مميزات هذه العروض.

مثال: "عرض حصري للمشاركين بالباقة الماسية: تخفيض 50% على كل الدورات التدريبية لهذا الشهر"

أدمج عناصر الألعاب والمسابقات

لزيادة التفاعل حول عروضك التسويقية وتشجيع عملائك على الاشتراك في مؤسستك الخاصة أو دورتك التدريبية، أشعل حماسهم بالتحديات والمسابقات، مثل الحصول على مكافآت عند إتمام مهمة معينة في الدورة أو إحالة عدد معين من الأصدقاء للاشتراك بها.

مشاركة شهادات العملاء وقصص النجاح

لبناء ثقة مع جمهورك، شاركهم آراء العملاء الذين جربوا دورتك التعليمية أو مؤسستك، وشاركهم أيضا كيف تطورت معرفة عملائك من خلال ما قدمه لهم محتواك التعليمي، أيضا لو ساعدت دورتك في توفير فرص مهنية لهم اذكرها.

التجارب الإنسانية الواقعية هي أكثر ما يشد الناس لمحتواك ويجعلهم يبنون معك علاقة وطيدة مؤسسة على الثقة، الاحترام، المصداقية والتفاعل.

أبرز القيمة الفريدة وفوائد دورتك أو مؤسستك

لماذا سيختار الناس دورتك أو مؤسستك؟ عليك أن تجيب على هذا السؤال من خلال تقديم ما لمميز في دورتك أو مؤسستك في عروضك التسويقية مثل:

- ❖ الحصول على شهادات معتمدة من وزارة التعليم
- ❖ فرص تدريب في أكبر الشركات
- ❖ فرص عمل بالخارج
- ❖ خطة تسويقية مجانية لمشروع العميل
- ❖ الإرشاد والتوجيه

مشاركة الكواليس

امنح عملائك المحتملين نظرة خاطفة على عالم دورتك أو مؤسستك من خلال تقديم معاينات حصرية أو محتوى وراء الكواليس، يمكن أن يشمل ذلك:

- مقاطع الفيديو
- الجولات الافتراضية
- دروس نموذجية
- صور للفصول الدراسية أو المختبرات أو الأنشطة الطلابية

أو من خلال الوصول المبكر إلى المواد:

يمكنك جعل هذا المحتوى متاحًا فقط لأولئك الذين يشتركون في قائمة بريدك الإلكتروني أو يتابعون قنوات التواصل الاجتماعي الخاصة بك أو لأولئك الذين يسجلون مسبقًا في دورتك أو يشتركون في تجربة مجانية، مثل:

- المحاضرات النموذجية
- أدلة دراسية
- بيانات خاصة

▪ احصائيات

سيمنحهم هذا نظرة شاملة عن محتوى وأسلوب التدريس في دورتك أو مؤسستك التعليمية.

العروض التوضيحية التفاعلية

استنصف عروضًا توضيحية أو ندوات عبر الإنترنت تفاعلية مباشرة أو مسجلة مسبقًا تعرض ميزات وفوائد دورتك أو مؤسستك، قد يشمل ذلك:

- جلسات أسئلة وأجوبة مباشرة
- تمارين تفاعلية
- جولات افتراضية في مرافقك

يمكنك تقديم الوصول الحصري إلى العروض التوضيحية أو الندوات عبر الإنترنت لأولئك الذين يسجلون مسبقًا أو يلبون معايير معينة، مثل الحصول على خلفية أكاديمية أو اهتمام محدد.

المساعدة على التوظيف

يمكنك القيام بذلك من خلال:

- **اعرض سجلك الحافل:** إذا كان لديك سجل قوي في مساعدة الخريجين على العثور على وظائف، فقم بإبرازه.
- **تعاون مع أصحاب العمل:** تعاون مع الشركات لتقديم فرص التدريب الداخلي أو التوظيف.
- **قدم التوجيه المهني:** قدم ورش عمل أو استشارات أو موارد لمساعدة الطلاب على التحضير لبحثهم عن عمل

شارك الخبرة

اعرض خبراتك ومؤهلاتك لتبني الثقة مع جمهورك ولتعزيز المصداقية:

- **قدم نفسك والمدرسين الذين معك:** اعرض بإيجاز مؤهلاتهم وخبراتهم ذات الصلة بموضوع الدورة.
- **شهادة التقدير:** اعرض ردود الفعل الإيجابية من الطلاب السابقين الذين استفادوا من برنامجك.
- **الجوائز أو التقدير:** أدرج أي إنجازات تضيف ثقلًا إلى خبرتك.

صمّم دعوة إلى الإجراء (CTA) واضحة:

كن واضحاً و مباشر في عروضك التسويقية:

- أخبر عملائك بالضبط ما تريد منهم القيام به بعد ذلك (التسجيل، المشاركة، التفاعل، إلخ).
- خلق شعور بالإلحاح بعروض محدودة الوقت أو مواعيد التسجيل النهائية (استخدمها باعتدال).
- اجعل من السهل اتخاذ الإجراء مثل توفير تعليمات واضحة و زر CTA بارز

قدم خدمة عملاء ممتازة:

كن سريعاً في الرد على الاستفسارات ومعالجة المخاوف على الفور لتكسب ثقة وتفاعل عملائك.

خصيات هامة يجب أن تتوفر في صفحتك مبيعاتك

لتكون صفحة مبيعاتك جذابة وقوية لجلب العملاء عليك الأخذ بعين الاعتبار النقاط التالية:

- ❖ **تصميم جذاب ومميّز:** يجب أن تكون الصفحة جذابة بصرياً وسهلة الاستخدام. استخدم الصور عالية الجودة والألوان المناسبة للمؤسسة أو المركز. يجب أيضاً أن تكون واجهة المستخدم سهلة الاستخدام ومتوافقة مع الأجهزة المختلفة. يمكنك الاستعانة بأدوات الذكاء الاصطناعي لتوليد الأفكار التصميمية، فكلّ دائماً خارج الصندوق وابتكر تصميماً فريداً من نوعه يمثل رسالة مؤسستك أو مركزك التدريبي.
- ❖ **تحسين محركات البحث (SEO):** يجب تحسين محركات البحث لصفحتك لزيادة الظهور عبر الإنترنت. استخدم الكلمات الرئيسية ذات الصلة بالتعليم والتدريب في عناوين الصفحة والوصف والمحتوى.
- ❖ **التحديث المنتظم:** يجب تحديث الصفحة بانتظام بمعلومات جديدة حول البرامج والأحداث والعروض الترويجية وأي تغييرات أخرى تتعلق بالمؤسسة أو المركز.

أو يمكنك ببساطة عدم الانشغال بكل هذه الأمور التقنية والاشترك في [منصة مساق](#) التي توفر لك صفحات هبوط مميزة ومنصات جاهزة يمكنك استخدامها وتعديلها حسب رغبتك واحتياجاتك.

من أين تبدأ تسويق محتواك التعليمي؟

أولاً: إنشاء موقعك الخاص

كما ذكرنا سابقاً، موقعك الخاص الذي يمثل محتواك التعليمي سيكون هو صفحة مبيعاتك، لذلك اختر تصميماته بعناية أو يمكنك الاشتراك [بمساق](#) للحصول على منصتك الخاصة التي يمكنك من خلالها تقديم محتواك بشكل جذاب ومميز بفضل الأدوات الفعالة و الذكية التي تقدمها مساق، كما أنه لديك مئات التصميمات الجاهزة التي تستطيع من خلالها تصميم منصتك بما تراه مناسب.

ثانياً: حسابات التواصل الاجتماعي

أصبح من الضروري اليوم أن يكون لمؤسستك أو مركزك التدريبي حساب على وسائل التواصل الاجتماعي ليتمكن الناس من التعرف على محتواك والتفاعل معه. إليك بعض النقاط التي عليك أخذها بعين الاعتبار:

- انشر بشكل مستمر وصمم استراتيجية للنشر (مثل نشر تغريدتين يوميا و منشور على الانستغرام و منشور على اللينكدان)
- اجعل محتواك مختلفا ويقدم فائدة
- ركز على المنصة التي يكون فيها عملائك المستهدفين بكثرة
- التفاعل مع الحسابات الأخرى في نفس مجالك لإظهار نفسك
- يمكنك التعاون مع الصفحات الكبيرة لينشروا إعلانات عنك و عن خدماتك

ثالثاً: الإعلانات المدفوعة

بعد قيامك بالخطوتين السابقتين، يمكنك التوجه للإعلانات المدفوعة المخصصة للحصول على أكثر عملاء يتعرفون على محتواك و يشاركون فيه، ولكن كن دقيقاً في كتابة نص الإعلان (اجعله بسيط، قصير، مباشر و مشوق)

رابعاً: النشرات البريدية

جهّز قائمة بريدية بالعملاء المحتملين و أرسل لهم نشرات بريدية حول محتواك و ما الذي سيجدونه مميزاً للاشتراك به.

تقييم محتواك التعليمي

يمكن أن نقول أن هذه الخطوة هي محطتك الأخيرة لمعرفة ما يحتاجه جمهورك حقاً وكيف يمكنك تحسين محتواك ليوافق احتياجاتهم، إليك بعض التقنيات التي يمكن أن تساعدك في ذلك:

طريقة السؤال:

اسأل جمهورك عن رأيهم في محتواك من خلال تخصيص شات للأسئلة في موقعك أو من خلال فقرة أسبوعية تنشرها على وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بك تسميها مثلا "بريد الأسبوع"، أو ببساطة من خلال الاستبيانات، واسألهم أيضا عن ماذا كانوا يفتنون أن يفتونه في مؤسستك أو مركزك لتتمكن من إضافته في محتواك القادم.

طريقة المشاركة في اتخاذ القرار:

اطلب من جمهورك اختيار موضوع الدورة القادمة مثلا، أو الاختيار بين خصم للتسجيل في المؤسسة أو الحصول على مجموعة كتب بشكل مجاني أو إعطاء اقتراحات لحفلة التخرج. مشاركة جمهورك في محتوى دورتك أو عرضك سيجعلهم يشعرون أنهم جزء لا يتجزأ من هذا المشروع وسيشعرون لنجاحه.

خاتمة:

نرجو أن يكون هذا الكتيب قد أفادكم بشكل مبسط في كيفية التسويق لمحتواكم التعليمي خاصة مع غزو التسويق الرقمي للمنتجات الاستهلاكية لجميع منصات التواصل الاجتماعي، العبرة هي في تسويق محتوى مميز، ذو فائدة وتسويقه أيضا بشكل مميز يجذب الانتباه.

لأي استفسارات أو استشارات حول خدمات مساق في مساعدتكم لإبراز محتواكم التعليمي و إنجاحه، نرجو التواصل معنا على:

الإيميل:

الهاتف: