

استراتيجية رفع مستوى كفاءة وفاعلية حساب أحد الشركات على موقع التواصل

الاجتماعي

أولاً: مسح للصفحات الأكاديمية عبر منصة X

م	اسم المنصة	عدد المتابعين	رابط المنصة
١	منصة الأكاديميون السعوديون.	٩٠ ألف متابع	https://mobile.twitter.com/SaudiAcademics
٢	منصة هاشتاق أكاديمي.	٨٢ ألف متابع	https://mobile.twitter.com/Acad_Hash
٣	منصة أعضاء هيئة التدريس.	٩٢.٥ ألف متابع	mobile.twitter.com/saudi_dr
٤	منصة البحث العلمي.	٦٩ ألف متابع	https://mobile.twitter.com/ArabicResearch
٥	منصة البحث الأكاديمي - AR .	٤٩ ألف متابع	https://mobile.twitter.com/Acad_Research
٦	منصة الرابطة السعودية - بريطانيا (خاص بالمبتعثين).	٥٢ ألف متابع	https://mobile.twitter.com/SaudisUK
٧	منصة سعوديون في بريطانيا.	٩٠ ألف متابع	https://mobile.twitter.com/SaudiUK
٨	منصة مكسب وأبدع (مجموعة الأكاديميين السعوديين الباحثين (مكسب) وأكاديمية البحوث والدراسات العلمية (أبدع): مبادرة وطنية تطوعية لخدمة طلبية الدراسات العليا والمهتمين بالبحث.	١٤ ألف متابع.	https://mobile.twitter.com/academicres3
٩	منصة المكتبة الرقمية السعودية .SDL	٨٢ ألف متابع	https://mobile.twitter.com/SDL_sa
١٠	منصة #الدراسات_العليا.	٥٤.٥ ألف متابع	https://mobile.twitter.com/Studiesksu1
١١	منصة مبتعثي الجامعات.	١٣ ألف متابع	https://mobile.twitter.com/1sas0

https://mobile.twitter.com/jame3eyyon	٣٨ ألف متابع	منصة جامعيون.	١٢
https://mobile.twitter.com/mbt3th	٨٤ ألف متابع	منصة مبتعث.	١٣
https://mobile.twitter.com/Ba7thon	١٢ ألف متابع	منصة باحثون مبدعون.	١٤
https://mobile.twitter.com/ArabAcademia	٢٢ ألف متابع	منصة الأكاديميون العرب.	١٥
https://mobile.twitter.com/Rwaq	٢١٣ ألف متابع	منصة رواق.	١٦
https://mobile.twitter.com/ResearcherMate	١٤.٥ ألف متابع	منصة رفيق الباحث.	١٧
https://mobile.twitter.com/ksaresearcher	١٤ ألف متابع	منصة #الباحث_السعودي.	١٨
https://mobile.twitter.com/mobta3athon	٦٤.٥ ألف متابع	منصة مبتعثون.	١٩

ثانياً: استراتيجيات الاتصال الإلكتروني المباشر:

- استقطاب متابعي المنصات السابقة من خلال زر المتابعة.
- نشر خدمات الشركة من خلال إرسال رسائل خاصة بصفه دورية للمتابعين عن طريق تثبيت منشور يتم توزيعه عبر رسائل لجميع المتابعين.
- الانخراط مع المتابعين سواء في حالة التعليق على المنشورات أو إعادة النشر.
- استقطاب متابعين متفاعلين من خلال البحث عنهم ببعض الهاشتاجات التي تتعلق بطبيعة عمل الشركة مثل هاشتاجات #البحث_العلمي، #ترجمة، #مؤتمرات ، #أكاديمي، وغيرها.

ثالثاً: استراتيجيات الاتصال الإلكتروني الغير مباشر:

- نشر خدمات الشركة ووسائل التواصل معها (ايميل - رقم هاتف) مع كل تغريدة مع مراعاة ضرورة الالتزام بعدد محدد من الكلمات .
- تحديد أولويات المتابعين من خلال نشر تصنيفات متعددة لمصادر المعلومات (كتب - أطروحات - راوبط بحثية - مؤتمرات - منح دراسية وغيرها) لترتيب اهتمامات المتابعين والتركيز عليها ويتم معرفة اهتمامات متابعينا من خلال رابط تحليل البيانات عبر منصة X.
- استقطاب جمهور المنصات السابقة من خلال نشر خدماتهم بنفس الهاشتاج الذي يعتمدون عليه مع اضافة نقلا عن منصة كذا ... لضمان استقطاب متابعيهم.
- التركيز على النشر بطريقة الهاشتاج مع الاهتمام بالكلمات المفتاحية الدارجة لكل هاشتاج يهتم المتابعون بالبحث عنها لضمان وصولها لأكبر عدد من الجمهور (المتابعين وغير المتابعين)، ولكسب متابعين جدد، وهذا يعتمد على استخدام مواقع تحليل و تحسين الهاشتاج مثل مواقع:
[/https://keyhole.co](https://keyhole.co)
<https://analytics.google.com/analytics/web/provision/#/provision>
[/https://hashtagify.me](https://hashtagify.me)
- عمل تضمين Embed للمنشورات على الموقع الإلكتروني للشركة لتظهر هذه المنشورات على الموقع كما بالشكل التالي:



