

10 مهارات ضرورية لإدارة حسابات شبكات التواصل الاجتماعي

من بين ما يزيد على 3 مليار مُستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي، هناك أكثر من مليار ونصف شخص يستخدمونها بغرض البحث عن المنتجات وشراؤها عبر الإنترنت. ومع هذا الارتفاع المضطرد للمستخدمين ظهر التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي باعتباره أسرع طريق لنجاح العلامات التجارية عبر الإنترنت. لذا، إن كنت لا تستفيد من حسابات شبكات التواصل الاجتماعي في **الترويج لأعمالك**، فأنت تفقد فرصة مميزة لها تأثير كبير على معدل نجاح مشروعك. لكن ما هي المهارات التي تمكنك من إدارة حسابات **شبكات التواصل** الاجتماعي باحترافية؟

ما هي إدارة حسابات شبكات التواصل الاجتماعي؟

إدارة حسابات شبكات التواصل الاجتماعي هي عملية إنشاء وجدولة وتحليل ومشاركة المحتوى المتنوع على شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة مثل: فيس بوك، تويتر، إنستغرام، وغيرها. بشرط أن تتفق أهدافها مع الأغراض الأساسية من المشروع. وذلك بهدف تعريف الجمهور المستهدف بالعلامة التجارية، وتوفير وجهات نظر جديدة تساعد على تطوير المحتوى وترويجه، وزيادة المبيعات.

أما عن مسؤول شبكات التواصل الاجتماعي، فهو الشخص الذي يقوم بمهمة إدارة الحسابات من خلال نشر المحتوى المتنوع (نصوص، صور، مقاطع فيديو.. إلخ) ومتابعة وتحليل الأداء، والرد على استفسارات وتعليقات المتابعين. ويقوم أيضا بوضع **استراتيجيات لحملات التسويق الإلكتروني**، وتنفيذها وجمع وتحليل نتائج البيانات من تلك الحملات.

يمكن القول أنه يُعد بمنزلة ممثل رسمي للعلامة التجارية، يشارك أفكارها وقيمتها وما تقدمه للجمهور المستهدف؛ بهدف **زيادة الوعي بالعلامة التجارية**، واستقطاب المزيد من العملاء الجدد، وتقديم خدمة مميزة للعملاء الحاليين، ناهيك عن الترويج لخدمات أو منتجات العلامة التجارية ورفع نسب المبيعات. وبغض النظر عن حجم المشروع تتطلب إدارة شبكات التواصل الاجتماعي عدد من المهام الأساسية هي:

- إنشاء حسابات تحمل اسم العلامة التجارية على شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة، والعمل على تطوير هذه الحسابات، وتوضيح الهدف من إنشائها عبر إضافة تفاصيل المشروع بشكل واضح ومفهوم للجمهور المستهدف.
- وضع خطط ترويجية تؤثر إيجابياً على نسب وصول الحسابات إلى عدد أكبر من العملاء؛ ما يساعد على تحقيق هدف إنشائها.

ما هي مهارات إدارة شبكات التواصل الاجتماعي؟

تتطلب مهام إدارة شبكات التواصل الاجتماعي أن يتسم المسؤول عنها بشخصية مميزة؛ فيجب أن يكون صاحب عقلية إبداعية مبتكرة يستطيع تقديم الأفكار بأساليب مميزة، ولديه فضول علمي يدفعه إلى التعلم المستمر، والبحث في مجال عمله، ومتابعة أحدث التطورات فيه من أجل تطوير أدائه، ويستطيع التكيف مع ضَغْط العمل بحسب متطلباته في أي وقت. تتعدد مهارات إدارة وسائل التواصل الاجتماعي لكن أبرزها:

1- وضع خطة استراتيجية

التخطيط الاستراتيجي هو بناء رؤية عملية للمشروع من خلال تحديد ما يهدف إليه العمل بحسب الأولوية، وتحديد الخطوات والإجراءات التي يجب اتخاذها، ومعرفة الوسائل والعوامل التي تُساعد على تحقيق هذه الأهداف على مواقع التواصل. يحتاج مسؤولو إدارة شبكات التواصل الاجتماعي إلى أن يكونوا قادرين على تحليل الأهداف تفصيليًا وتقييمها، من حيث إمكانية التنفيذ.

ثم وضع خطة عمل واقعية يُراعي فيها عدة عوامل، مثل: التكاليف التنفيذية والدعائية، والفترة الزمنية المحددة، ومدى تناسبها مع تحقيق الغرض المستهدف. لذا عليك تحديد الهدف من إنشاء حسابات التواصل الاجتماعي، و**تحديد المنصات الاجتماعية** التي تتناسب مع هذا الهدف، وتساعد على تحقيقه ويجب أن تكون منصات معروفة ولها جمهور كبير حتى تجلب لك أكبر نسب نجاح.

بعد تحديد الهدف يجب تحديد العميل المستهدف، وهو العميل الذي يتناسب معه المحتوى المقدم من حيث اللغة والمرحلة العمرية والوظيفة، والاهتمامات والأهداف، فالكثير من مُديري الحسابات فشلوا بسبب استهداف العملاء بشكل عشوائي، مما أدى لظهور المحتوى للعملاء غير مستهدفين به. يأتي بعد ذلك دور المحتوى المُقدم، والذي يجب أن يكون جذابًا ومميزًا، كُتب بصيغة غير تقليدية مميزة وجذابة.

لكي يتحقق النجاح عبر المحتوى، يجب معرفة الوقت المناسب للنشر، واختيار أوقات تفاعل الأشخاص على المنصات. من جهة أخرى؛ ينبغي الاستعداد لمواجهة العقبات المتوقعة أثناء تنفيذ **خطة المحتوى**. من خلال وضع عدة حلول بديلة في حال حدوث أي عقبة. فالأمر يحتاج إلى المرونة في مواجهة أية توقعات سلبية تؤثر على سير الخطة، كما يجب وضع خطط تحسين وتطوير لسير العمل على المدى البعيد.

2- تطوير حسابات شبكات التواصل الاجتماعي

يُقصد بتطوير حسابات مواقع التواصل إعدادها بشكل متكامل وتقديم محتوى مُميز وواضح للجمهور المستهدف. بهدف التفاعل وظهور الخدمات المُقدمة لأكثر عدد من الأشخاص. تُعد إضافة كل البيانات المطلوبة هي الخطوة الأولى في تطوير الحساب، تشمل هذه البيانات: اسم المشروع، وتصنيفه، وإضافة وصف دقيق لأهداف الصفحة، وإدراج وسائل التواصل الخارجي، والربط بين الصفحات وبعضها البعض عن طريق إضافة أزرار للانتقال بين المواقع المختلفة من حساب للحساب الآخر.

الأسلوب غير التقليدي هو الذي يجعل الحساب أكثر جذبًا للعملاء، ولن يحدث ذلك إلا بتقديم محتوى مميز وبأسلوب غير تقليدي. ويجب أن يكون المحتوى يبرز الكلمات الرئيسية في وصف المنتج؛ لتسهيل وصوله إلى الجمهور وتسهيل البحث عنه فيما بعد.

المحتوى التفاعلي هو المحتوى الأكثر جذبًا، لذلك يجب تطوير الحساب بطرح أفكار مختلفة على العملاء مثل: تنظيم مسابقات بجوائز من منتجات العلامة التجارية الخاصة بك، وكذلك استفتاء الجمهور فيما يرغبون في مشاهدته على الحساب فيما بعد، فهذا العنصر يجعلهم أكثر فاعلية وسيشعرون وكأنهم شركاء في تطوير هذه الحسابات ونجاحها.

3- حماية حسابات التواصل

يتجاهل مديرو حسابات مواقع التواصل الاجتماعي خطوة تأمين الحساب، رغم أنها الأكثر أهمية في إدارة الحسابات. فمع وجود حسابات للعلامات التجارية على شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت المعلومات هي الهدف الأول للقراصنة، من أجل السيطرة على الحساب وسرقة الهوية، أو الاستفادة من تفاعل الحساب وتغيير نشاطه وأهدافه. إليك عددًا من النصائح لتأمين حسابات شبكات التواصل الاجتماعي من القرصنة:

- غير كلمة المرور شهريًا: يجب أن تكون كلمة المرور عشوائية وتتنوع بين الأرقام والحروف والرموز، على ألا تحتوي اسمًا معروفًا أو رقم هاتف أو تاريخ ميلاد أو أي معلومة شخصية.
- فعل خاصية المصادقة عبر خطوتين: فهي من أكثر الخواص التي توفر الأمان على مواقع التواصل. وذلك من خلال ربط كلمة السر بخطوة ثانية، حتى يتم الدخول إلى الحساب، وتُنفذ الخطوة الثانية عبر تفعيل رمز نصي يتم إرساله إلى الهاتف المحمول، أو إلى البريد الإلكتروني.
- نشط التفاعل على الحسابات: تُعد الحسابات غير النشطة هي الأكثر تعرضًا للاختراق، لذا يجب إضافة منشورات بانتظام وبصيغ مميزة ومُتنوعة، حتى لا يسهل اقتباسها واحتيال الشخصية إذا تم الاستيلاء على الصفحة. ويجب متابعة التعليقات والرسائل وحظر أي حساب وهمي أو غير موثوق به.
- ابتعد عن الروابط غير المعروفة: معظم ثغرات الاختراق تتم عبر الروابط، ويحدث الاختراق بمجرد الضغط عليها. لذلك يجب توخي الحذر عند مشاهدة أي رابط، ثم حذف التعليق أو الرسالة المرفق بها، وحظر المُرسل من الحساب.

إن لم يكن لديك الوقت الكافي لإدارة حسابات شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بمشروعك بنفسك، أو لا تمتلك الخبرة الكافية لحماية حساباتك من الاختراق، يمكنك دائماً الاعتماد على [خدمات التسويق الإلكتروني](#) عبر شبكات التواصل الاجتماعي التي يقدمها المحترفون على خمس، بأسعار تنافسية للغاية قد تبدأ من 5 دولار أمريكي.

4- تحليل البيانات

تحليل البيانات هو قياس تأثير الحملات والمبادرات التسويقية التي تتم على الحسابات وتحديد عائد الاستثمار منها، وذلك عبر إعداد التقارير الخاصة بهذه البيانات، لمتابعة مدى تقدمها أو تأخرها من وقت لآخر. ومن ثم تحديد درجة نجاح الخطة المتبعة على شبكات التواصل الاجتماعي. ومن جانبها توفر شبكات التواصل الاجتماعي عدة أدوات لقياس [وتحليل البيانات](#) على نطاق واسع، عبر قياس التفاعل القائم على المحتوى المُقدم من إعجابات وتعليقات ومحادثات ومشاركات.

تطوّر تحليل البيانات لشبكات التواصل الاجتماعي، فلم يعد يقتصر على قياس تفاعل الجمهور فقط، حيث يمكنك متابعة سير العمل من خلال العديد من التطبيقات المُخصصة لتتبع عمليات الشراء والبيع، وتستخدم هذه التطبيقات أيضاً في تصنيف تقييمات العملاء وإظهار الكلمات الأكثر استخداماً في التقييمات السلبية، بالإضافة إلى خدمة قياس نسبة تواجدهم الجمهور المستهدف على موقع التواصل، وتنبيه المسؤول في أوقات الذروة التي ينصح بالنشر فيها.

قد لا تكون الأرقام دليلاً قطعياً على النجاح أو الفشل، ولكن بشكل عام يُساعد تحليل البيانات على تحسين سير العمل، سواء كان على الخطة نفسها أو بخطة جديدة، وكذلك تطوير الأهداف. فمثلاً، إذا كان الهدف في البداية هو الوصول إلى الجمهور المستهدف، بعد الوصول للجمهور، يتم تطوير الهدف إلى زيادة نسبة هذا الوصول، ثم زيادة نسبة المبيعات وهكذا، فكلما كان الهدف أكبر احتجنا لتعديل الخطة وتكثيف العمل.

5- التسويق

[التسويق](#) لخدمات العلامة التجارية أو منتجاتها هو الهدف الأساسي من إنشاء حسابات على منصات التواصل الاجتماعي. وللقيام بحملات [تسويقية ناجحة](#) يتطلب الأمر متابعة حالة السوق على شبكات التواصل الاجتماعي باستمرار، من خلال الاطلاع على الحملات الإعلانية للمنافسين، ومراقبة درجات تفاعل الجمهور معها، ومعرفة نوع المحتوى الأكثر جذباً للجمهور سواء كان مكتوباً أو مرئياً. يمكن لمتابعة الأحداث الرائجة والاتجاهات المتصدرة على مواقع التواصل أن تصنع [محتوى تسويقياً ناجحاً](#) ويحقق نسب وصول عالية.

6- البحث

مهارة البحث من المهارات المؤثرة في نجاح المحتوى ووصوله إلى عدد كبير من الجمهور المستهدف. فإجادة البحث من المهارات الأساسية لإنشاء محتوى مميز تتنافس عليه العلامات التجارية التي تطمح للتوسع

والسيطرة على السوق. وفي عصر المحتوى الزائف يجذب الجمهور إلى الحقائق الصحيحة، مما يستدعي منك بحثًا مكثفًا للوصول إلى المصادر الموثوقة التي توفر المحتوى المناسب.

يتطلب الأمر إجادة التعامل مع **محركات البحث** العامة والمحركات المتخصصة، وتحديد الهدف البحثي بدقة، والبحث عن **الكلمات المفتاحية** والكلمات الأكثر رواجًا، وذلك للوصول إلى المحتوى الموثوق بسهولة. كما يجب الاطلاع الدائم على المصادر التي تقدم معلومات السوق العامة التي تخص المنتج أو المحتوى الذي تعمل على تسويقه سواء كانت أبحاث وإحصائيات وتقارير استقصائية من المواقع الموثوقة.

7- خدمة العملاء

تُعد خدمة العملاء عبر شبكات التواصل الاجتماعي بمنزلة نظام لتقديم الدعم للعملاء من خلال التفاعل معهم والرد على استفساراتهم وشكواهم، وتلبية طلباتهم، وتغطية خدماتهم أولاً بأول. أكثر من ثلث مستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي بمعدل 1 بين كل 3 أشخاص يُفضلون تلقي الخدمات من المسؤولين عن العلامات التجارية عبر مواقع التواصل.

تعود **خدمة العملاء** عبر شبكات التواصل الاجتماعي بنفع كبير على الحسابات من حيث زيادة التفاعل وتحقيق وصول أكبر للعملاء، حيث أن 75% من العملاء يقومون بتقييم إيجابي للحسابات بمجرد تفاعل مسؤول الصفحة معهم، وتزداد نسب تفاعلهم على الحساب من 20% إلى 40%، كما يقومون بالترويج للمحتوى بشكل تلقائي بين معارفهم.

لذلك يحتاج المسؤول إلى مراقبة التفاعل على الصفحة على مدار اليوم، وأخذ آراء العملاء بالحُسبان، ومتابعة محادثاتهم، والرد على استفساراتهم. حيث أن وقت الاستجابة يُؤثر على رضا العملاء، لذلك ينبغي أن يحرص مسؤول شبكات التواصل الاجتماعي على الاستجابة السريعة قدر الإمكان، مع تفعيل نظام الرد التلقائي في حالة عدم وجود المسؤول، **فترقية خدمة العملاء** عامل أساسي في الحفاظ عليهم.

8- إدارة الوقت

مهام مسؤول حسابات شبكات التواصل الاجتماعي لا تنتهي، وأحياناً يقوم بأكثر من مهمة في وقت واحد، لذلك يجب وضع خطة زمنية عملية وتنفيذها لإنجاز المهام المحددة. كذلك يجب التخطيط لكل حساب على حدى، فلا يُفضل التواجد على أكثر من حساب في وقت واحد، حيث يؤثر ذلك على إنجاز مهام كل منهم، من المهم في هذه المرحلة تحديد وقت زمني مخصص لكل حساب على حسب أولوية العمل لكل منهم.

الهدف من **إدارة الوقت** ليس مجرد إنجاز المهام في الوقت المحدد، بل العمل على رفع الكفاءة الإنتاجية وزيادة فاعلية الأداء، فمهام الإدارة على شبكات التواصل الاجتماعي كثيرة، ولذلك يجب الأخذ في الحسبان استراتيجيات **إدارة الأزمان**، من خلال إضافة ساعات عمل احتياطية أسبوعية في التقويم الزمني الذي تُحدد

فيه ساعات العمل، كما يجب متابعة تلخيص المهام اليومية المنجزة ونتائجها في جدول للتحديثات اليومية. وذلك لتجنب تطور حجم المهام وتضاعفها بشكل مفاجيء بناءً على نتائج العمل.

9- كتابة المحتوى

كتابة المحتوى هي إحدى المهارات الجوهرية للتسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي، فالأسلوب الجيد في صياغة المحتوى يحتاجه كل مدير حسابات على مواقع التواصل، للقيام بعدة مهام أساسية بداية من ملء البيانات وتطوير الصفحة وإعداد المحتوى، وانتهاءً بالرد على استفسارات الجمهور والمتابعين.

- اختيار اللغة هو العامل الأول المؤثر في المحتوى المكتوب، ويُحدد بناءً على الجمهور المستهدف، وفي كل الأحوال يجب أن يُكتب المحتوى بأسلوب بسيط مفهوم وسهل القراءة، وخالٍ من الأخطاء اللغوية.
- تتطلب كتابة المحتوى العلم بمهارة اختيار عناوين المنشورات، و**كتابة محتوى بصيغة إعلانية** جذابة على أن تكون قصيرة ولا تحتوي على عبارات طويلة، وتوظيف ذلك في الوصول إلى الجمهور بأفضل الطرق، مع ترك فرصة لتفاعل الجمهور، من خلال طرح سؤال أو استفتاء في آخر المنشور يستدعي التعليق.

يجب أن يكون **المحتوى المكتوب** متناسباً مع الاتجاهات التفاعلية على شبكات التواصل الاجتماعي، وعلى المسؤول التركيز على الكلمات الأكثر بحثاً وتصدراً كل يوم، فذلك يُساعد على استهداف أكبر عدد من المستخدمين.

10- مهارات التواصل

أحد الأهداف الرئيسية لشبكات التواصل الاجتماعي هو تعزيز الاتصال المباشر بين الأشخاص وبين العلامات التجارية وبعضها، حيث أن شبكات مواقع التواصل هي المكان المناسب للتواصل مع أكبر عدد من العملاء. بجانب التواصل المكتوب، تتوفر خاصية البث المباشر على مواقع التواصل، والتي تمكن مديرو الحسابات من التواصل الصوتي أو المرئي مع الجمهور والمتابعين للرد على استفساراتهم مباشرة ومشاركة أي تفاصيل أو جديد يخص العلامة التجارية.

تلك هي المهارات الأساسية التي تحتاجها لتدير حساباتك على شبكات التواصل الاجتماعي باحترافية. في رأيك ما هي المهارات الأخرى التي تعتقد أنها مهمة لمسؤولي حسابات التواصل الاجتماعي؟

رابط المقال: <https://blog.khamsat.com/social-media-skills>