

نايف القزنان

مدونة شخصية



Menu ≡

الاطار الرقمي السعودي - SDF



نايف القزنان

أغسطس 3, 2018

حسنا، في التدوينة السابقة أشرنا الى السؤال الذي لا إجابة له بشكل مباشر (تعرف أحد كوييس في [الديجيتال؟](#))، هذا السؤال الذي شغلني لفترة طويلة بسبب عدم وجود إجابة مفصلة له تناسب السوق المحلي، هناك الالاف من المقالات والكتب والنشرات البريدية ولكن بين هذا وذاك:

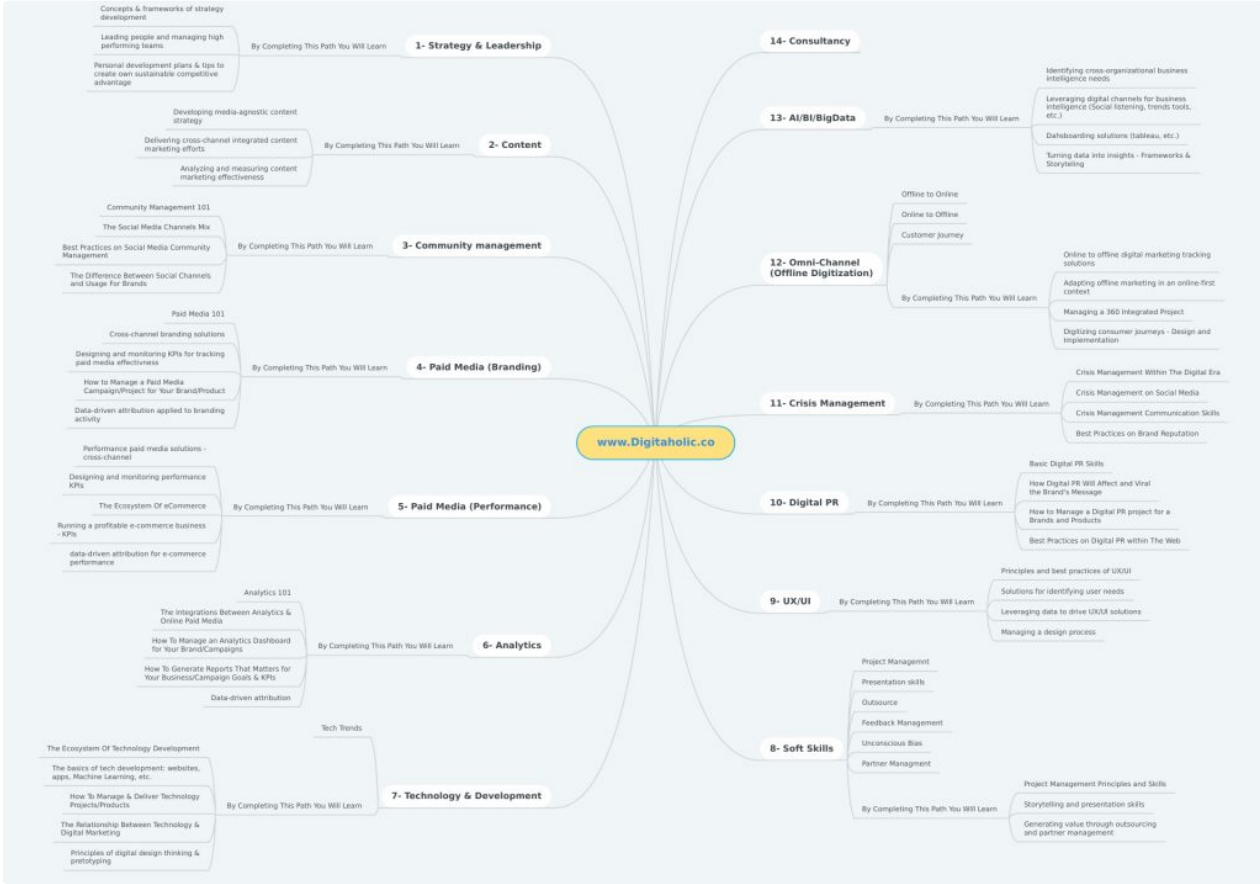
- ماهو المناسب للسوق السعودي؟
- شاب سعودي مهتم بالديجيتال، كيف يبدأ؟

لنجيب على هذا الاسئلة نحتاج الى جزئين:

- نظرة عامة على ماهية الديجيتال.

● تفصيل لكل محور من المحاور في تدوينة مستقلة.

قمت ببناء نموذج بسيط (حمّله بصيغة PDF) أسميته Saudi Digital Framework أو اختصارا - SDF- وفق خبرتي المتواضعة في هذا المجال مكون من 14 محورا، سأستعرضها بشكل بسيط هنا ومن ثم سأخصص تدوينة مستقلة لكل منها للحديث عن بشكل مستفيض.



1. Strategy & Leadership الاستراتيجية والقيادة: رغم أن هذا العنصر متقدم جدا ومن غير المفروض أن يبدأ به المهتم بحقل الديجيتال إلا أنني أضفته أولا لإبراز أهمية ان يكون هناك استراتيجية للشركة او المنظومة التي ستعمل بها، الجهات التي تعمل دون استراتيجية واضحة للديجيتال لا تحقق اهدافها المرجوة بشكل صحيح.

2. Content المحتوى: ملك الاتصال والتواصل، نقطة البداية وأحد أهم العناصر في التسويق والاتصال، له تفرعات كثيرة في الديجيتال (بانر - انفوغراف - فيديو - نص - او حتى محتوى انتجته من جوال) سنتطرق لها لاحقا.

3. Community management إدارة مواقع وحسابات التواصل الاجتماعي: أحد أكثر الانواع شيوعا وطلبا في التوظيف بسبب سهولة البدء والانخراط فيها وعدم حاجتها لخبرة كبيرة في البداية، لكنها فن قائم وأساسي جدا في الديجيتال.

4. Paid Media (Branding) الاعلان المدفوع بغرض الترويج: وهو الاعلان عن محتوى الشركة او المنظمة بغرض رفع معرفة المستهلكين بالشركة او المنتج او الخدمة المقدمة، يشمل ذلك الاعلانات المرئية من بانرات في المواقع والتطبيقات، والتغريدات والمنشورات المرجة في مواقع التواصل الاجتماعي ومنصات الفيديو اضافة الى الاعلانات في محركات البحث.
5. Paid Media (Performance) الاعلان المدفوع بغرض البيع: وهو كسابقه لكنه يركز على ان يقوم العميل او المتلقي بتنفيذ خطوة لاحقة كشراء منتج او خدمة من متجر عادي او تحميل تطبيق او الشراء من موقع الكتروني أو تعبئة نموذج معين بغرض التواصل لاحقا.
6. Analytics الاحصائيات: مهارة مهمة جدا لمعرفة هل انت في الاتجاه الصحيح ام لا؟ سواء كان ذلك من خلال معرفة زوار موقعك وماذا يفعلون هناك، او نسبة التفاعل معك في شبكات التواصل الاجتماعي، او مقدار ما تدفعه وتحصل عليه في الاعلانات المدفوعة، حلول الاحصائيات كثيرة ومتشعبة جدا وتتداخل مع اغلب محاور الديقيتال بلا استثناء.
7. Technology & Development التقنية والتطوير: رغم أنه قد يبدو من اختصاص المطورين إلا أن الفهم العام في هذه المنطقة مفيد جدا للتعامل مع المطورين ولابتكار حلول جديدة في حال لم يتوفر حل عام لمشكلة او لاقتناص فرصة بيعية، في الغالب لن تحتاج الى ان تكون مطورا ولكن يجب ان تعرف كيف تكتب طلبا مفصلا لمطور يقوم بتنفيذه، كما أنه من المهم اطلعك على اخر تقنيات وحلول التقنية في المجال الذي تعمل فيه من أدوات Tools وخدمات مدفوعة SaaS وغيرها.
8. Soft Skills مهارات عامة: ادارة المشاريع ومهارات التقديم والتعامل مع مطورين مستقلين كلها مهارات يجب اتقانها اذا كنت تعمل في هذا المجال، لنا وقفة مفصلة مع مواد و تدريبات جيدة لتعلم هذه المهارات.
9. UX/UI تجربة المستخدم وواجهة المستخدم: اذا كان لديك موقع او تطبيق فيجب عليك ان تعرف بالضبط سلوك زوار موقعك او تطبيقك وانسب السبل لتحويل هذا السلوك الى رغبة في الشراء او التفاعل مع منتجك سواء بتغيير التجربة نفسها او بالتعديل على واجهة المستخدم، المجال متشعب ويتداخل كثيرا مع علم النفس ولكنه منظم جدا ويمكنك دائما الحصول على معلومة عبر تكنيكات متعددة ابسطها A/B Testing.
10. Digital PR العلاقات العامة الرقمية: كيف تدير علاقتك مع الجمهور والجهات الاعلامية في عصر الديقيتال؟ رغم ان هذه النقطة تحديدا ليست متطورة بما يكفي في السوق السعودي الا ان فهمها اساسي ولو في مرحلة متقدمة من عملك في الديقيتال.
11. Crisis Management إدارة الأزمات: اذا قررت منظمك او شركتك الولوج الى عالم الديقيتال

فلتترقب مشاكل اكثر وأزمات أكبر على أتفه الأسباب، لذا يجب على العاملين في الديجيتال معرفة الاساسيات في التعامل مع الازمات وادارتها بروية وحكمة وفق اسس سنتطرق لها بالتفصيل، والامثلة كثيرة ويومية في السوق السعودي على تويتر تحديدا.

12. Offline Digitization رقمنة المتاجر التقليدية: ويقصد بهذا المحور المنظمات او الشركات التي لها فروع كثيرة على الارض ولها وجود كبير على منصات الديجيتال، وماهي انسب الطرق لربط تجربة العميل او المستخدم بين هذه المنصات بشكل سلس، موضوع مهم ولكن التركيز عليه يكاد يكون محدودا بشركات بسيطة في السوق السعودي.

13. AI/BI/BigData البيانات الكبيرة والذكاء الاصطناعي: مجال متقدم ولا يرى الكثيرون أنه احد فروع الاتصال الرقمي ولكن فهمه يساعد العاملين على ترجمة الكثير من البيانات التي يحصل عليها العاملون في الديجتال الى معلومات مفيدة او ربطها مع البيانات التي تمتلكها المنظمة او الشركة.

14. Consultancy الاستشارات: عندما تكون ملما بأغلب المحاور اعلاه فإنني أدعوك لتعلم المزيد عن الاستشارات في عالم الديجيتال وهي مجال جديد بدأت الشركات الاستشارية الكبرى بالتركيز عليه وهو يضيف بعدا اخر لخبرتك في هذا المجال ويقويك في جوانب اخرى في البنس كالمالية والتفكير المنطقي وغيرها.



كتبها نايف القزلان

عرض جميع تدوينات نايف القزلان

< تعرف أحد كوييس في الديجيتال؟

لماذا SDP من stc؟ >

www.Digitaholic.co

1- Strategy & Leadership

By Completing This Path You Will Learn

Concepts & frameworks of strategy development

Leading people and managing high performing teams

Personal development plans & tips to create own sustainable competitive advantage

2- Content

By Completing This Path You Will Learn

Developing media-agnostic content strategy

Delivering cross-channel integrated content marketing efforts

Analyzing and measuring content marketing effectiveness

3- Community management

By Completing This Path You Will Learn

Community Management 101

The Social Media Channels Mix

Best Practices on Social Media Community Management

The Difference Between Social Channels and Usage For Brands

4- Paid Media (Branding)

By Completing This Path You Will Learn

Paid Media 101

Cross-channel branding solutions

Designing and monitoring KPIs for tracking paid media effectiveness

How to Manage a Paid Media Campaign/Project for Your Brand/Product

Data-driven attribution applied to branding activity

5- Paid Media (Performance)

By Completing This Path You Will Learn

Performance paid media solutions - cross-channel

Designing and monitoring performance KPIs

The Ecosystem Of eCommerce

Running a profitable e-commerce business - KPIs

data-driven attribution for e-commerce performance

6- Analytics

By Completing This Path You Will Learn

Analytics 101

The Integrations Between Analytics & Online Paid Media

How To Manage an Analytics Dashboard for Your Brand/Campaigns

How To Generate Reports That Matters for Your Business/Campaign Goals & KPIs

Data-driven attribution

7- Technology & Development

By Completing This Path You Will Learn

Tech Trends

The Ecosystem Of Technology Development

The basics of tech development: websites, apps, Machine Learning, etc.

How To Manage & Deliver Technology Projects/Products

The Relationship Between Technology & Digital Marketing

Principles of digital design thinking & prototyping

14- Consultancy

13- AI/BI/BigData

By Completing This Path You Will Learn

Identifying cross-organizational business intelligence needs

Leveraging digital channels for business intelligence (Social listening, trends tools, etc.)

Dahsboarding solutions (tableau, etc.)

Turning data into insights - Frameworks & Storyteling

12- Omni-Channel (Offline Digitization)

- Offline to Online
- Online to Offline
- Customer Journey

By Completing This Path You Will Learn

Online to offline digital marketing tracking solutions

Adapting offline marketing in an online-first context

Managing a 360 Integrated Project

Digitizing consumer journeys - Design and Implementation

11- Crisis Management

By Completing This Path You Will Learn

Crisis Management Within The Digital Era

Crisis Management on Social Media

Crisis Management Communication Skills

Best Practices on Brand Reputation

10- Digital PR

By Completing This Path You Will Learn

Basic Digital PR Skills

How Digital PR Will Affect and Viral the Brand's Message

How to Manage a Digital PR project for a Brands and Products

Best Practices on Digital PR within The Web

9- UX/UI

By Completing This Path You Will Learn

Principles and best practices of UX/UI

Solutions for identifying user needs

Leveraging data to drive UX/UI solutions

Managing a design process

8- Soft Skills

- Project Managemnt
- Presentation skills
- Outsource
- Feedback Management
- Unconscious Bias
- Partner Management

By Completing This Path You Will Learn

Project Management Principles and Skills

Storytelling and presentation skills

Generating value through outsourcing and partner management

www.Digitaholic.co

1. 14- Consultancy

2. 13- AI/BI/BigData

2.1. By Completing This Path You Will Learn

2.1.1. Identifying cross-organizational business intelligence needs

2.1.2. Leveraging digital channels for business intelligence (Social listening, trends tools, etc.)

2.1.3. Dashboarding solutions (tableau, etc.)

2.1.4. Turning data into insights - Frameworks & Storytelling

3. 12- Omni-Channel (Offline Digitization)

3.1. Offline to Online

3.2. Online to Offline

3.3. Customer Journey

3.4. By Completing This Path You Will Learn

3.4.1. Online to offline digital marketing tracking solutions

3.4.2. Adapting offline marketing in an online-first context

3.4.3. Managing a 360 Integrated Project

3.4.4. Digitizing consumer journeys - Design and Implementation

4. 11- Crisis Management

4.1. By Completing This Path You Will Learn

4.1.1. Crisis Management Within The Digital Era

4.1.2. Crisis Management on Social Media

4.1.3. Crisis Management Communication Skills

4.1.4. Best Practices on Brand Reputation

5. 10- Digital PR

5.1. By Completing This Path You Will Learn

5.1.1. Basic Digital PR Skills

5.1.2. How Digital PR Will Affect and Viral the Brand's Message

5.1.3. How to Manage a Digital PR project for a Brands and Products

5.1.4. Best Practices on Digital PR within The Web

6. 9- UX/UI

6.1. By Completing This Path You Will Learn

6.1.1. Principles and best practices of UX/UI

6.1.2. Solutions for identifying user needs

6.1.3. Leveraging data to drive UX/UI solutions

6.1.4. Managing a design process

7. 8- Soft Skills

7.1. Project Management

7.2. Presentation skills

7.3. Outsource

7.4. Feedback Management

7.5. Unconscious Bias

7.6. Partner Management

7.7. By Completing This Path You Will Learn

7.7.1. Project Management Principles and Skills

7.7.2. Storytelling and presentation skills

7.7.3. Generating value through outsourcing and partner management

8. 7- Technology & Development

8.1. Tech Trends

8.2. By Completing This Path You Will Learn

8.2.1. The Ecosystem Of Technology Development

8.2.2. The basics of tech development: websites, apps, Machine Learning, etc.

8.2.3. How To Manage & Deliver Technology Projects/Products

8.2.4. The Relationship Between Technology & Digital Marketing

8.2.5. Principles of digital design thinking & prototyping

9. 6- Analytics

9.1. By Completing This Path You Will Learn

9.1.1. Analytics 101

9.1.2. The Integrations Between Analytics & Online Paid Media

9.1.3. How To Manage an Analytics Dashboard for Your Brand/Campaigns

9.1.4. How To Generate Reports That Matters for Your Business/Campaign Goals & KPIs

9.1.5. Data-driven attribution

10. 5- Paid Media (Performance)

10.1. By Completing This Path You Will Learn

10.1.1. Performance paid media solutions - cross-channel

10.1.2. Designing and monitoring performance KPIs

10.1.3. The Ecosystem Of eCommerce

10.1.4. Running a profitable e-commerce business - KPIs

10.1.5. data-driven attribution for e-commerce performance

11. 4- Paid Media (Branding)

11.1. By Completing This Path You Will Learn

11.1.1. Paid Media 101

11.1.2. Cross-channel branding solutions

11.1.3. Designing and monitoring KPIs for tracking paid media effectiveness

11.1.4. How to Manage a Paid Media Campaign/Project for Your Brand/Product

11.1.5. Data-driven attribution applied to branding activity

12. 3- Community management

12.1. By Completing This Path You Will Learn

12.1.1. Community Management 101

12.1.2. The Social Media Channels Mix

12.1.3. Best Practices on Social Media Community Management

12.1.4. The Difference Between Social Channels and Usage For Brands

13. 1- Strategy & Leadership

13.1. By Completing This Path You Will Learn

13.1.1. Concepts & frameworks of strategy development

13.1.2. Leading people and managing high performing teams

13.1.3. Personal development plans & tips to create own sustainable competitive advantage

14. 2- Content

14.1. By Completing This Path You Will Learn

14.1.1. Developing media-agnostic content strategy

14.1.2. Delivering cross-channel integrated content marketing efforts

14.1.3. Analyzing and measuring content marketing effectiveness