7 توجهات ترسم خارطة التسويق في 2015

إعداد: وائل اللبابيدي - غرافيك: حسام الحوراني

كثيرا ما يقال إن التغيير هو الثابت الوحيد في عالم التسويق. ومع اقتراب عام 2015، يترقب المسوقون اتجاهات التسويق التي من المرجح أن تسود في 2015، بما فيها زيادة التركيز على استخدام البيانات التسويقية وزيادة التركيز على الهاتف المحمول.

وتتوقع دراسة لشركة «ويل هاوس» للاستشارات شملت 2000 شركة تسويق في أسواق مختلفة من ضمنها الشرق الأوسط أن يتجه المسوقون بشكل أكبر نحو التسويق الإلكتروني في 2015 بسبب سهولة إرسال العروض الترويجية الخاصة وانخفاض تكلفة التواصل مع العملاء ومتابعة شكاواهم ومقترحاتهم.

زيادة الاستحواذ على شركات برمجيات التسويق

60 % نمو الإيرادات المتوقع لصناعة برمجيات التسويق

زيادة تخصيص الرسائل التسويقية رسائل التسويق

14 % الالكترونية التخصصية تزيد عدد زوار الموقع المستهدف بنسبة 14 %

60 % 67 % من العملاء يقولون إن المحتوى التسويقي الموجه لهم شخصياً يساعدهم على اتخاذ قراراتهم الشرائية

ازدياد أهمية تسويق المحتوى:

67 % زيادة في العملاء المحتملين للشركات التي تملك مدونات

زيادة انتشار البيانات التسويقية

60 % الزيادة المتوقعة في الإنفاق على دراسات تحليل السوق

8 % حصة تلك الدراسات من إجمالي ميزانيات التسويق

زيادة استخدام المحتوى المرئي

75 % من التنفيذيين يشاهدون فيديوهات تسويقية

زيادة الإنفاق على الإعلانات الإلكترونية

48 % نمو الإعلانات على الأجهزة المحمولة في 2015

10 % سنوياً نمو معدل الإنفاق على الإعلانات الإلكترونية في العالم

زيادة التركيز على الهواتف المحمولة

42 % حصة التطبيقات الذكية في المبيعات الإلكترونية

2 مليار عدد مستخدمي الهواتف الذكية في 2015

المصدر: «ويل هاوس» للاستشارات