



# ملاحظات:

## ما هي المواد الأكثر رواجاً على الانترنت؟

صحيح أن مهارات الصحافة التقليدية مازال قابلةً للتطبيق على الصحافة رقمية، لكن الجمهور يتوقع تفاعلاً أكبر مع المحتوى الرقمي بطريقة مختلفة عن المطبوعات أو المرئيات.

### تتطلب البيئة الرقمية مقارنة تخصصية تشمل:

← محتوى تفاعلي يعكس الجمهور.

← تحليلاً مستمراً لحركة التصفح للموقع.

← محتوى ساهم في إنشائه الجمهور.

← موقعاً إلكترونياً تفاعلياً يجذب الزوار.

عليك إيجاد جمهورك والحفاظ عليهم على الإنترنت، إذ تتطلب الصحافة اليوم مهارة التسويق الإلكتروني. ولهذا فإن اختيار اختصاص محدد والتركيز عليه هو أكثر طريقة فعالة وسريعة لاستقطاب الجمهور.

يتوقع مستخدمو الإنترنت أن يروا تجسيداً لأفكارهم على الشبكة. 86% من الأشخاص يشاركون المواد بهدف تقديم صورة أفضل عن أنفسهم وعما يهتمون به.

يشارك المستخدمون المحتوى لأنه يمسهم. 69% من الأشخاص يقومون بالمشاركة لقناعتهم بأن القيام بهذا يجعلهم أكثر فعالية في قضايا العالم.

إشعار المستخدمين بأهميتهم يزيد من المشاركات.

### وكلما كان جمهورك محددًا أكثر، كلما أمكنك صياغة محتوى يخاطبهم مباشرةً، لذا، خذ بعين الإعتبار النقاط التالية:

← الديموغرافيات: الإحصائيات القابلة للقياس لجمهور محدد، كالعمر، أو الجنس، أو المهنة، أو الموقع الجغرافي، أو مستوى الدخل.

← الإحصائيات النفسية: المجموعات التي تتشارك بنفس الشخصية، أو القيم، أو الآراء، أو السلوكيات، أو الاهتمامات، أو أساليب الحياة.

← أهم المؤثرين على شريحتك المستهدفة، هل يمكن إشراكهم؟

آخر تحديث - كانون الثاني 2016