

التسويق الإلكتروني هو مجال شاسع يشمل العديد من الاستراتيجيات والأدوات لزيادة وجود ورؤية العلامة التجارية على الإنترنت (تحسين محركات البحث) على (SEM تحسين محركات البحث) و (SEO وتحسين الوصول إلى الجمهور المستهدف. تأتي مفاهيم رأس القائمة. على الرغم من أن هاتين المفاهيمين تتعلقان بتحسين ظهور الموقع على محركات البحث، إلا أنهما تختلفان في وعلاقتهما بالتسويق SEM و SEO الأساليب والأهداف والاستراتيجيات التي يتبعانها. فيما يلي سنقدم مقالة توضح الفرق بين استراتيجية تسويقية تستهدف تحسين مركز موقع الويب في نتائج محركات البحث العضوية أو الطبيعية. SEO الإلكتروني. تعد هو زيادة ظهور الموقع على الصفحات الأولى من نتائج محركات البحث للكلمات المفتاحية ذات الصلة. يتم SEO الهدف من بشكل رئيسي على تحسين مرئية الموقع في النتائج العضوية دون SEO تحقيق ذلك من خلال تحسين هيكل ومحتوى الموقع، تركيز استراتيجية تسويقية تستهدف زيادة وجود الموقع على SEM تسويق محركات البحث) يعتبر SEM. الحاجة للدفع مقابل ذلك الإعلانات المدفوعة التي تظهر في نتائج البحث، وكذلك الإعلانات SEM محركات البحث من خلال الدفع مقابل الإعلانات. يشمل إلى زيادة حركة المرور SEM الإعلانات التي تظهر على صفحات الويب الأخرى والشبكات الاجتماعية. تهدف استراتيجية في التسويق SEM و SEO المستهدفة إلى الموقع عن طريق الاستفادة من المزايا التي توفرها الإعلانات المدفوعة. العلاقة بين يختلفان في الأساليب والاستراتيجيات التي يتبعانها، إلا أنهما يتعاونان معاً لتحقيق SEM و SEO الإلكتروني على الرغم من أن معاً لتحقيق أقصى قدر SEM و SEO أهداف التسويق الإلكتروني. إليك بعض النقاط التي توضح العلاقة بينهما: التكامل: يعمل لتوليد حركة مرور سريعة إلى الموقع عن طريق الإعلانات المدفوعة، في حين يعمل SEM من التأثير في النتائج. يمكن استخدام SEO على المدى الطويل لتحسين مركز الموقع في نتائج البحث العضوية. تحسين الكلمات المفتاحية: يمكن لاستراتيجية SEO لتحسين استهداف الكلمات المفتاحية وتحسين محتوى الموقع وهيكله. SEM أن تستفيد من بيانات البحث الدقيقة التي يوفرها لقياس ومراقبة أداء الحملات وتحليل SEM و SEO قياس الأداء: يمكن استخدام أدوات التحليل والإحصاءات المتاحة في كل من لاختبار فعالية الكلمات المفتاحية SEM تأثيرها على حركة المرور والتحويلات. توجيه الجمهور المستهدف: يمكن استخدام وتوجيه الجمهور المستهدف بشكل أكثر SEO والإعلانات والاستراتيجيات، ومن ثم استخدام البيانات والنتائج لتحسين استراتيجية لاستهداف الكلمات المفتاحية الأكثر فعالية SEO أن توجه جهود SEM دقة. يمكن للنتائج والبيانات التي يتم جمعها من حملات يمكن للعلامة، SEM و SEO والفئات الجغرافية والجمهور المستهدف. تعزيز الوجود الشامل: من خلال استخدام كل من التجارية تعزيز وجودها الشامل على محركات البحث وصفحات الويب الأخرى. بالاستفادة من الإعلانات المدفوعة ونتائج البحث، العضوية،