

التسويق عبر محركات البحث SEO & SEM:

أهميتها وفوائدها وطريقة عملها واستراتيجياتها ومدى موافقتها مع الشريعة الإسلامية

عماد أحمد سالم مبارك الرواس

*طالب دكتوراه قسم الشريعة والإدارة، أكاديمية الدراسات الإسلامية، جامعة مالايا

vipoman@gmail.com

&

أ.د. إلهامي عبد الغني

د. عيسى خان

قسم الشريعة والإدارة

أكاديمية الدراسات الإسلامية

جامعة مالايا

amieazmi@um.edu.my

issa@um.edu.my

الملخص

يعد التسويق عبر محركات البحث من أحدث الوسائل للتسويق الإلكتروني في العصر الحديث كما يعرف بمصطلح (Search Engine Optimization) حيث تعتبر من الطرق الجديدة كلياً التي يقوم بها المسوقون عبر استخدام الأدوات الرقمية الحديثة وذلك للوصول إلى العملاء ويكون الهدف الأساسي منه سهولة الارتباط ما بين الشركات المسوقة والمستخدمين من خلال قيام أي شخص بالبحث عبر محركات البحث فيظهر له الرابط أو الفيديو أو الصور التسويقية في أعلى نتائج البحث مما يساعدهم لاتخاذ قرار بالدخول وربما الشراء وبالتالي كلما كانت صفحاتك تظهر بشكل أفضل في نتائج البحث، زاد احتمال جذب الانتباه وجذب العملاء المحتملين والحاليين إلى عملك، حيث تشير التقارير أن في عام 2019 ما تم إنفاقه يفوق 55 مليار دولار أمريكي على التسويق عبر محركات البحث، وتشير الدراسات والتوقعات بأنه من الممكن أن يتجاوز الإنفاق 86 مليار دولار أمريكي بحلول عام 2023 وهو رقم هائل ومؤشر قوي جداً لأهمية التسويق الإلكتروني للمشاريع الصغيرة. (A, 2020)

وتتبع الدراسة الحالية المنهج الوصفي من خلال بيان ووصف طرق وبرامج وأهم استراتيجيات التسويق عبر محركات البحث حيث تكمن أهمية البحث من خلال تقديم مادة علمية تبرز أهمية الوسائل التسويقية الحديثة لتعزيز أداء المؤسسات وتطوير أعمالها وبيان حكمها الشرعي.

ومن أهم النتائج النظرية للدراسة أن عمليات تحسين محرك البحث (SEO) له نتائج إيجابية كبيرة عبر التأثير على عدد زيارات المستخدمين لمواقع الشركات الصغيرة والمتوسطة، وارتفاع متوسط مدة زيارات المستخدمين، فضلاً عن المبيعات الإجمالية للشركة والإيرادات المتحققة.

الكلمات المفتاحية: التسويق الإلكتروني - التسويق عبر محركات البحث SEO & SEM - المؤسسات الصغيرة والمتوسطة - الكلمات الرئيسية لمحركات البحث - التعليم الآلي.

THE MARKETING THROUGH SEARCH ENGINES SEO&SEM: IMPORTANCE, BENEFITS, METHOD OF WORK AND STRATEGIES

Imad Ahmed Salem Mubarak Al-Rawas

**Corresponding Author*, PhD student, Department of Sharia and Management, Academy of Islamic Studies, University of Malaya
vipoman@gmail.com

&

Ihaamie Abdul Ghani Azmi (PhD)

Assoc. Prof. Dr, Department of Sharia and Management, Academy of Islamic Studies, University of Malaya
amieazmi@um.edu.my

Issa Khan (PhD)

Senior Lecturer Department of Sharia and Management,
Academy of Islamic Studies
University of Malaya
issa@um.edu.my

Abstract

Search engine marketing is one of the latest means of e-marketing in the modern era, as it is known by the term (SEO) Search Engine Optimization, one of the completely new ways that marketers use through the use of modern digital tools in order to reach customers, and the main goal of it is to facilitate the link between marketing companies and users. When anyone searches through search engines, the link, video, or marketing images appear to them at the top of the search results, which helps them to decide to enter and possibly buy, and therefore the better your pages appear in the search results, the more likely it is to attract attention and attract potential and existing customers to your business. As reports indicate that in 2019, more than \$55 billion was spent on search engine marketing, and studies and projections indicate that spending could exceed \$86 billion by 2023, which is a huge number and a very strong indicator of the importance of e-marketing for small businesses. The current study follows the descriptive approach by explaining and describing methods, programs, and most important marketing strategies through search engines, where the importance of the research lies in presenting scientific material that highlights the importance of modern marketing methods to enhance the performance of institutions, develop their work, and explain their legal ruling. One of the most important theoretical results of the study is that search engine optimization (SEO) has significant positive results by influencing the number of user visits to small and medium-sized companies' websites, increasing the average duration of user visits, as well as the company's overall sales and revenues generated.

Keywords: E- Marketing, SEO, SEM, SMEs, Rank Brain.

المقدمة

تسعى معظم المشاريع الصغيرة للمنافسة والحصول على حصة سوقية لكسب العملاء وبالتالي تحقيق المبيعات فالأمر ليس بالسهولة بل يتطلب الأمر عمل وجهد من قبل أصحاب الأعمال لكسب ولاء الزبائن وتحقيق الأرباح، حيث يعتبر التسويق عبر محركات البحث نوعاً من التسويق الرقمي الذي يستخدم في نطاق واسع من الأنشطة التسويقية المختلفة، مثل الترويج المدفوع والترويج الذاتي، عليه يتطلب العمل معرفة كيفية الوصول إلى المستهدفين ومن بين أهم الوسائل الحديثة اليوم هي SEO أو ما يعرف بالتسويق عبر تحسين محركات البحث على أنه نوع من الاستراتيجيات التسويقية الرقمية التي يتم استخدامها لزيادة الظهور في مواقع الانترنت وكذلك على صفحات نتائج محركات البحث (SERPs) والذي يكون الهدف من هذا النوع من التسويق هو تحسين مستوى الظهور في الموقع الإلكتروني في أعلى صفحات محركات البحث المختلفة، أشهرها جوجل وياهو وغيرها من المحركات. (علوني، 2020)

يعتمد التسويق عبر محركات البحث على استخدام المعلومات الموجودة في محركات البحث المعروفة مثل Bing و Google وذلك للعثور على المنتجات والخدمات التي يبحث عنها العملاء ويتم تحديد نتائج البحث من خلال التعليمات التي تدخلها الشركات في ملفات التعريف الخاصة بها، والتي يتم عرضها في النتائج المدرجة في الصفحة الرئيسية للمحركات الشعبية.

وللقيام بالتسويق عبر محركات البحث بنجاح، يجب أن يكون المحتوى الخاص بالشركة موثوقاً ومفيداً للعملاء، ويجب أن يتم تحديد الكلمات الرئيسية المعروفة بحيث أن يتم ترتيب الصفحات الخاصة بالشركة لتظهر في نتائج البحث عندما يبحث العملاء عن منتجات أو خدمات مشابهة وذلك للحصول على نتائج أفضل، يمكن للشركات الاستخدام الترويج المدفوع لتعريف المنتجات والخدمات الخاصة بها للعملاء. (السيد، 2019)

علاوة على ذلك، يمكن للشركات استخدام محركات البحث لتحسين مراجعة المحتوى الخاص بها وللعملاء التقديم على المنتجات والخدمات الخاصة بها حيث يعد التسويق عبر محركات البحث نوعاً من التسويق الرقمي الذي يعطي الشركات الفرصة للوصول إلى العملاء الجدد ولترويج منتجاتها وخدماتها في نطاق واسع. (الشرق، 2022)

وهذه الدراسة تسعى لإبراز أهمية وفائدة استخدام وسائل التسويق الإلكترونية الحديثة ومن أهمها التسويق عبر محركات البحث سواء كانت مجانية عبر مواقع مثل جوجل أم مدفوعة عبر برمجيات وتطبيقات تقدم مثل هذا النوع من الخدمات وذلك لأهميتها في الظهور للعملاء وإمكانية البيع من خلال المواقع أو الروابط عبر الانترنت.

المنهجية

أتبعت الدراسة المنهج الوصفي لإنجاز هذه الدراسة باعتبارها تتناسب مع أهداف ومتغيرات الدراسة وذلك لوصف وبيان أهمية ودور وسيلة التسويق عبر محركات البحث وأهم طرقها واستراتيجياتها ومدى توافقها مع الشريعة الإسلامية وتمت الدراسة عبر الرجوع إلى المصادر ذات الصلة والادبيات المختلفة والمواقع الإلكترونية على اعتبار بأن الموضوع حديث نوعاً ما فيما يتعلق بكيفية التسويق للأعمال عبر محركات البحث المختلفة سواء المجانية والمدفوعة وأهمية استخدامها من قبل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

المناقشات

الهدف الأساسي من هذه الدراسة هو إبراز دور وأهمية وسيلة التسويق عبر محركات البحث سواء المجانية أو المدفوعة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة كون هذه المؤسسات أو المشاريع الصغيرة عرضه لكثير من التقلبات والصعوبات في البقاء في السوق وخير مثال على ذلك برزت أهمية العمل والبيع من خلال الانترنت عبر

الوسائل التقنية والبرامج المختلفة خلال جائحة كورونا واضطرابها للأغلاق، كما أن التأثير على الأعمال الصغيرة يعود الى قلة مواردها اللازمة للتكيف مع الازمات وعدم وجود وسائل ترويجية أو تقنية تساعد على البيع وتخطي الازمة.

وقام مركز التجارة الدولية بمسح مجموعة من الأعمال الصغيرة لقياس مدى لتأثير كوفيد19- عليها وذلك للحصول على أدلة على كيفية تأثير الوباء على 4,467 شركة صغيرة في 132 بلداً حول العالم وكانت النتائج تشير الى تأثر الأعمال الصغيرة بشدة بنحو 55% وتعرضها لخطر الاغلاق. (مركز التجارة الدولية 2020)

ما هو التسويق عبر محركات البحث SEM والفرق بينه وبين SEO

يعد التسويق عبر محركات البحث (SEM) نوع أو استراتيجية من التسويق الإلكتروني بشكل عام بحيث تستخدم لإبراز ظهور موقعك على صفحات نتائج محركات البحث وعند السؤال عن الفرق بينه وبين التسويق عبر تحسين محركات البحث (SEO) (Localiq, 2022) يعد خاطئ كون SEO جزء من التسويق عبر محركات البحث SEM حيث أن التسويق عبر محركات البحث، أو ما يعرف باختصار SEM، واحدة من أكثر الطرق فعالية لتطوير نشاطك في سوق تنافسية بشكل متزايد ومع وجود العدد الهائل من الأنشطة التجارية التي ترغب في الظهور للعملاء وتقديم الخدمات وتنافس للحصول على ظهور أفضل على محركات البحث كان لا بد من التميز عن المنافسين عبر الإعلانات المدفوعة والتي تظهر نشاطك في أعلى محركات البحث وهو الذي يكسب المستخدم ثقة أكثر للشراء أو التعامل مع النشاط، كما أن التسويق عبر محركات البحث SEM يشمل كل من SEO و PPC معا وهما رئيسيين لاستراتيجيات التسويق عبر محركات البحث وهو الظهور المدفوع والفرق الرئيسي ما بين النوعين هو أن SEM هي استراتيجية مدفوعة وأن SEO هي استراتيجية مجانية. (الخوراني، 2018)

كما أن التسويق عبر محركات البحث SEM تكون النتائج سريعة وتظهر في العادة أعلى صفحات البحث كذلك تستخدم في كل المواقع فيما التسويق عبر محركات البحث المجانية SEO تتطلب وقت أطول للحصول على النتائج وتستخدم في مواقع معينة مثل جوجل وياهو. (منتصر، 2017)

أهمية التسويق عبر محركات البحث

تكمن أهمية تحسين محركات البحث (SEO) كونه جزءاً أساسياً من التسويق الإلكتروني وذلك لقيام الكثير من الأشخاص ملايين المرات من عمليات البحث في كل دقيقة، ويكون القصد في الغالب بهدف تجاري وذلك للعثور على مزيد من المعلومات حول المنتجات والخدمات وغالباً ما يكون البحث عبر الانترنت هو المصدر الأساسي للحركة الرقمية للعلامات التجارية ويكمل قنوات التسويق الأخرى كونه الأسرع والأسهل للوصول إلى البيانات والمعلومات حول المنتجات والخدمات وحتى التواصل مع الشركات ويؤدي ذلك إلى زيادة الظهور والترتيب في نتائج البحث أعلى من منافسيك يمكن أن يكون له تأثير مادي على أرباحك وبناءً على ذلك تطورت نتائج البحث خلال السنوات القليلة الماضية لمنح المستخدمين المزيد من الايضاحات والمعلومات المباشرة التي من المرجح أن تبقي المستخدمين على صفحة النتائج بدلاً من توجيههم إلى مواقع الويب الأخرى ومن الملاحظ أيضاً أن مميزات مثل النتائج المنسقة ولوحات المعرفة في نتائج البحث يمكن أن تزيد من الرؤية وتوفر للمستخدمين مزيداً من المعلومات حول شركتك مباشرة في النتائج.

(Search Engine Land Team, 2019)

كما تكمن أهمية التسويق عبر محركات البحث بأنه يجمع بين تقنية ال SEO أو ما يعرف بتحسين محركات البحث وفي العادة تكون مجانية وبين التسويق عبر ال SEM والتي تكون إعلانات مدفوعة الأجر، فكلًا منهما يدعم الآخر ويدعم هدفك في الوصول إلى عملائك وجني الأرباح، ويعمل التسويق عبر محركات البحث

بآلياته المختلفة على الترويج لنشاطك التجاري سواء كان خدمة ما أو منتج أو فكرة، ومساعدتك في الوصول والتفاعل مع عملائك الذين يسعون على الجانب الأخرى في الوصول إليك. (ناصر، 2020)

فوائد التسويق عبر محركات البحث

يعتبر التسويق الإلكتروني عبر محركات البحث إحدى أهم الوسائل المهمة للشركات والعملاء على حد سواء حيث تتحقق العديد من المزايا والفوائد لتسويق عبر محرك البحث حيث يساعد المؤسسات على الظهور ضمن نتائج البحث عبر الإنترنت ويعتبر من أهم أنواع التسويق الإلكتروني التي يمكن أن تقوم بها الشركات لمواقعها ومواقع العملاء لديها كذلك لأن ظهور الموقع في أعلى نتائج البحث يعني قدوم زيارات كبيرة جداً على هذا الموقع، وعليه يمكن الشركات من الاستفادة في الربح من أكثر من مصدر مثل: جوجل أدسنس أو قد يتحول جزء من هؤلاء الزوار إلى عملاء تقوم هذه الشركات ببيعهم منتجاتها أو أن يشتركوا في الخدمات التي تقدمها وتشير التقارير بأن ما نسبته 90% من المستهدفين لزيارة مواقع الشركات على الإنترنت من خلال محركات البحث (MA GLOBAL, 2020)، لذلك تهتم الكثير من الشركات المتخصصة في التسويق بجانب التسويق عبر محرك البحث وتعطيه أهمية كبيرة في عملها وتسعى لأن تكون متقدمة فيه بشكل دائم، كما يساهم التسويق عبر محرك البحث في توفير التكاليف المالية على الشركات التي تقوم به فمن الممكن أن تستثمر القليل من المال.

في هذه العملية وتحصل على عدد زوار جيد ويبقى مستمر لفترة معينة، ثم تعاود الشركات الإعلان مرة ثانية في محركات البحث.

كما يمكن تلخيص بعض الفوائد للتسويق عبر محركات البحث ونذكر منها ما يلي:

- تقوم محركات البحث برفع مستوى الوعي والاهتمام بالعلامات التجارية أو المنتجات.
- الظهور أمام المستهلكين في مواقع شهيرة في أعلى صفحات البحث عبر الإنترنت.
- تساعد محركات البحث في الوصول إلى الجمهور المستهدف والمكان المناسب للتسويق مما يحقق نتائج إيجابية للشركات.
- تسويق المنتجات والسلع عبر الإنترنت بشكل سريع جداً ويكون مجاني مما يكون الاهتمام والاقبال كبير جداً على هذا النوع من التسويق.
- لا يوجد وقت محدد للعمل أو حاجة لانتظار الزبائن كون الإنترنت عبارة عن عالم مفتوح ومتاح في كل الأوقات. (شوا، 2020)

كيفية عمل التسويق عبر محركات البحث؟

مع الحجم الهائل من البيانات والمعلومات عبر الإنترنت كان من الصعوبة بمكان الوصول إلى المعلومة أو ما تبحث عنه بسرعة وسهولة فكان إنشاء محركات البحث عبر الإنترنت مفتاحاً ووسيلة سهلة من البحث والحصول على البيانات المحددة مع كثرة المواقع والمعلومات في شبكة الإنترنت وتستخدم محركات البحث أنواعاً من الخوارزميات المعقدة التي تمكن المستخدم في الحصول على نتائج أكثر صلة بعملية البحث، كذلك تستخدم خاصية الموقع الجغرافي والمعلومات الأخرى المتاحة وذلك لإظهار أقرب النتائج من عمليات البحث للمستخدمين وتؤدي محركات البحث بشكل أساسي ثلاث مهام وهي: (ابراهيم، 2021)

1. عمليات البحث في شبكة الويب العالمية باستخدام كلمات أو عبارات محددة.

2. يقومون بفهرسة النتائج التي توصلوا إليها ومواقعها.

3. وصول المستخدم إلى هذا الفهرس والقدرة على البحث فيه باستخدام مجموعات من كلمات أو عبارات من اختيارهم. تُجري محركات البحث اليوم ما يصل إلى عشرة ملايين استفسار كل يوم، وهي باستمرار في نطاق عملية تطوير وإعادة اختراع خدماتهم لتحقيق التوازن بين احتياجات مواقع الويب والمستخدمين. (منتدى مساعدة "مجموعة خدمات بحث Google"، 2020)

ومن جوانب تسويقية فإن محركات البحث مهمة جداً لإبراز الأنشطة التجارية ومواقعها في أعلى النتائج في صفحات البحث مما يضيف أهمية وقيمة بالنسبة للمستخدم حيث هناك الإعلانات المدفوعة على محركات البحث والتي في العادة تظهر في أعلى صفحات نتائج محرك البحث وفي جانبها للحصول على ظهور أفضل من النتائج الطبيعية (المجانية). (أحمد، 2019)

التسويق عبر محركات البحث CEO يعد نوع من أنواع التسويق عبر الإنترنت الذي يهتم بالترويج عبر مواقع الويب من خلال زيادة نسبة ظهورها للمستخدم في أعلى صفحات نتائج محرك البحث (SERP). الهدف النهائي هو الحصول على ترتيب أعلى في صفحات نتائج البحث، وتحقيق رؤية أفضل واكتساب المزيد من الزيارات لموقعك أو متحرك الإلكتروني بالإضافة إلى ذلك إمكانية الاحتفاظ بالعملاء السابقين، لقد أصبح CEO سوقاً ضخماً في حد ذاته حيث في أمريكا الشمالية وحدها ما تم إنفاقه حوالي 19 مليار دولاراً أنفقها المعلنون على الإنترنت في عام 2012 وتعد Google AdWords و Baidu و Bing و Ads أكبر موردي التسويق عبر محركات البحث عبر الإنترنت حيث بدأت الكثير من وكالات الإعلان في التخصص في التسويق عبر محرك البحث لأنه كان الشكل الأسرع نموًا للتسويق عبر الإنترنت بل وتجاوزت بعض الأشكال التقليدية للإعلان على الرغم من أن معظمها تتم تنفيذها من خلال حملات من خلال البائعين والوكالات. (eMarketing Institute، 2018)

خطوات تحسين محركات البحث SEO

من أجل الحصول على نتائج جيدة من خلال التسويق عبر تحسين محركات البحث وكسب المزيد من الزيارات لموقعك الإلكتروني هناك مجموعة من الخطوات المهمة وهي كما يلي:

1. الكتابة للأشخاص المناسبين باستخدام الكلمات الرئيسية المستهدفة Target Keywords

2. التركيز على وضوح وسهولة قراءة المحتوى Readability.

3. جعل المحتوى ذو قيمة وأهمية للمتلقي.

4. تحسين من سرعة تصفح الموقع الخاص بك.

5. الاهتمام بشكل كبير في المحتوى البصري.

6. مصداقية المحتوى لكسب ثقة المستخدمين.

7. تضمين المحتوى لقصاصات مميزة. Featured Snippets

8. جعل عمليات البحث أصلية. Original Research (تسعة خطوات عن كيفية تحسين تسويق محتوى SEO، 2020).

لماذا الاهتمام بتحسين محركات البحث؟

يبحث الأشخاص كل يوم عن إجابات لأسئلتهم عبر محركات البحث، والتي تقوم أيضاً بأرشفة وترتيب المحتوى المنشور على الإنترنت على أمل أن يحصل المستخدمون على أفضل الإجابات على أسئلتهم. من ناحية أخرى، سيستفيد الزوار من الحصول على إجابات مفيدة تأتي إليهم أولاً، وسيستفيد Google ومحركات البحث الأخرى من خلال توفير أفضل تجربة مستخدم لجمهورهم. إذن، ما الذي تحصل عليه، سواء كنت صاحب مشروع أو مسوقاً رقمياً؟ (منتدى مساعدة من جوجل، 2022)

● جذب الجمهور المستهدف:

يمكن أن يكون الهدف الرئيسي من الاعتماد على استراتيجية تحسين محركات البحث هو الظهور أمام جمهورك المستهدف عندما يبحثون عن أي شيء متعلق بالخدمة أو المنتج الذي تبيعه. غالباً ما يستخدم العملاء محركات البحث للبحث عن معلومات حول منتج معين أو للبحث عن أفضل مطاعم للغداء القريبة منك، وما إلى ذلك. هذه فرصة رائعة لك لتحقيق أهدافك التسويقية (Web First rank، 2022)

● البقاء في الصدارة:

عند تحسين موقعك لمحركات البحث، فإن التقدم الذي تحرزه لا يقتصر على تحسين ترتيبك في النتائج، بل يعني هذا التقدم على منافسيك أيضاً. فكلما تقدمت في ترتيب محركات البحث حصلت على عدد أكبر من النقرات عن باقي المنافسين. هدف تحسين محركات البحث هو تحسين ترتيب موقعك في صفحة نتائج البحث لتحصل على أعلى الزيارات المباشرة، وفي أحسن الأحوال تحويل الزائرين إلى عملاء محتملين. (حمدي، 2019)

● من السهل قياس النتائج:

على عكس طرق التسويق التقليدية، والتي يمكن قياسها من خلال المبيعات المتولدة، يمكن قياس كل جانب من جوانب نتائج محرك البحث على موقع الويب الخاص بك. هناك العديد من الأدوات للمساعدة في تقييم النتائج وقياسها، ومعرفة الاستراتيجيات التي لها أكبر تأثير على تحقيق أهدافك، ثم الاستثمار في تلك الاستراتيجيات.

● استثمار مجاني:

لا تحتاج إلى شراء مساحة إعلانية لتحسين محركات البحث عبر الإنترنت حيث إن معظمها مجانية ومن أشهرها محرك بحث جوجل، ولكنك تحتاج إلى استراتيجية ضد خوارزميات محرك البحث التي تركز على تقديم أفضل تجربة للمستخدم. نتائج البحث العضوية لا تدفع أي أموال مقابل أن يحتل موقع الويب الخاص بك مرتبة عالية في نتائج البحث.

استراتيجيات تحسين محركات البحث

تطور العمل بالتقنيات الحديثة كثيراً الأمر الذي يتطلب أكثر من مجرد بناء الروابط وإنشاء المحتوى وضعه بالكلمات المفتاحية، حيث شهدت محركات البحث تغيرات كبيرة وجديدة في سياساتها وأدواتها وكذلك استراتيجياتها كالاتجاهات الناشئة مثل: البحث الصوتي والتطورات التكنولوجية كالنقل الآلي أو (Rank Brain) والغرض الأساسي منها هو التحسين في ترتيب نتائج البحث الطبيعية وذلك من اجل ضمان افضل تجربة للمستخدمين والعمل على زيادة ظهور نشاطك التجاري بما يتوافق معها، وبالتالي يمكن القول بأن تحسين محركات البحث من خلال عدة استراتيجيات أهمها: (مدونة غوفاييرال، 2022)

1- الكلمات المفتاحية:

الكلمات الرئيسية أو المفتاحية هي أهم استراتيجية لنجاح التسويق عبر محركات البحث حيث عند استخدام الكلمات المناسبة ذات الدلالة بالنشاط التجاري أو العلامة التجارية سيؤدي الى الحصول على مزيد من الزيارات والتفاعل لموقعك الالكتروني وذلك عبر محرك البحث وتكمن أهمية ذلك لأن الكلمات المفتاحية هي أول ما يجب أن تتعامل معه عند البدء في تحسين محركات البحث (SEO)). فأن كنت مشغولاً بالكتابة في المدونة لفترة من الوقت فمن المحتمل أنك لاحظت حصول بعض مقالاتك على عدد من زيارات محركات البحث، وذلك لاحتواها على كلمات مفتاحية محددة، وهو الأمر الذي ساهم في جعل هذه المقالات تنصدر نتائج البحث دون غيرها. (دليل: عمليات تحسين محركات البحث SEO، 2019)

هناك العديد من الوسائل المتوفرة اليوم التي تساعدك في اختيار الكلمات المفتاحية المستهدفة وذلك لطبيعة نشاطك التجاري أو علامتك التجارية ومنها SEMrush & Google بحث & مخطط الكلمات المفتاحية Keyword Planner & Ahrefs Keyword Explorer & LongTailPro.

2- بناء الروابط:

تكمن أهمية بناء الروابط كونها تسير جنباً إلى جنب مع خطة المحتوى الخاصة بك حيث أن المحتوى والروابط التشعبية هما أول عاملين من عوامل الترتيب لذلك، وبالتالي من المنطقي أن يكون بناء الروابط جزءاً أساسياً من استراتيجية تحسين محركات البحث (SEO) ومن أهم أنواع الروابط التي يجب أن تركز عليها ما يلي:

- روابط التحرير: هي الروابط التي تكسبها إذا كان المحتوى الخاص بك متميز ويعد هذا النوع من الروابط أكثر أنواع الروابط الخلفية أهمية.

- الروابط المكتسبة: عندما تقرر اتباع استراتيجية الرابط الخلفي، تأكد من اتباعك للقواعد، وذلك بسبب أنه يوجد عدد لا يحصى من المواقع على الإنترنت التي ستبيع لك روابط خلفية، وإذا اعتمدت على ذلك الأسلوب بدلاً من بناء محتوى قوي فإنك حينها تعرض ترتيب موقعك للخطر. (تحسين محرك البحث، دليل المبتدئين، 2022)

3- تحسين المحتوى لمقتطفات جوجل المميزة:

قامت جوجل في الآونة الأخيرة من إضافة مزايا مهمة لمحرك البحث الخاص بها مما وفرت خدمة جديدة تسمى بتحسين المحتوى لمقتطفات جوجل المميزة والتي هي عبارة عن إجابات شارحة ومفصلة لاستفسارات جميع العملاء. (فارس، 2022)

4- نظام Rank Brain:

نظام Rank Brain وهي عبارة عن خوارزمية قامت شركة جوجل بتطويرها لتساعد على معالجة الطلبات التي تتم من خلال البحث والقيام بمطابقتها مع المحتوى الخاص بك، وقد قالت الشركة العملاقة جوجل أن هذا النظام يعد ثالث أهم عامل في خوارزمية الترتيب إلى جانب الروابط والمحتوى. (Lhnida, 2021)

5- فهرسة الجوال **Mobile-First Index**:

مع الأهمية الكبيرة لتوافق المحتوى مع أجهزة الجوال قامت العديد من الشركات بفهرسة الجوال والتي تعطي أهمية وأفضلية لأجهزة الجوال والتي هي أن شركة جوجل تسعى لاستخدام مزايا التوافق مع نسخة الجوال كونه أحد أهم العوامل للظهور في أعلى الترتيب في نتائج البحث لهذا قامت باستحداث طريقة لإعداد موقعك لفهرسة المحمول من خلال تزويده بتصميم متفق مع الهواتف المحمولة وتستخدم أداة Mobile Friendly Test من شركة جوجل للتأكد أن موقعك متوافق مع الشاشات الأصغر حجمًا بشكل جيد. (Montti, 2019)

6- صفحات جوجل المسرعة **AMP**:

تعد ما يعرف بصفحات الجوال المسرعة Accelerated Mobile Pages أو باختصار بـ AMP من أهم العوامل المؤثرة في تحسين نتائج البحث خلال الاعوام الماضية حيث تساعد هذه الميزة في إعطاء مزايا لمستخدمي الهاتف المحمول وتقدم له تجربة استخدام أفضل وذلك عبر متصفح البحث العالمي جوجل، حيث تتجه شركة جوجل إلى التركيز على الصفحات التي تكون سهلة الاستخدام وسريعة التحميل لعرضها في صفحة النتائج ونتيجة لذلك قدمت هذه الخدمة المميزة التي تساعد المستخدمين على تحسين خيارات البحث عبر موقع جوجل. (Bakaus, 2019)

7- البيانات المنظمة **Structured Data**

البيانات المنظمة والتي يطلق عليها أيضًا Schema mark-up وهي لغة خاصة بمحرك البحث التي تستخدم ما يعرف بالمفردات الدلالية الفريدة semantic vocabulary وهي تقوم على تقسيم الجملة إلى أجزاء مختلفة وذلك لتوضيح وتسهيل لأجهزة الكمبيوتر التعامل معها لذلك تستخدم schema mark-up ذات المفردات الدلالية على لغة الكمبيوتر لفصل مفردات الجملة حتى تستطيع محركات البحث فهم ما يريده المستخدم وتساعد هذه الخاصية في الحصول على نتائج أكثر دقة وتفصيل. (HAMMOUD, 2015)

8- البحث الصوتي:

تتعدد الوسائل المستخدمة للوصول إلى المعلومات عبر شبكة المعلومات ولما كان محركات البحث من أهمية يتم تطوير الطرق الكفيلة بسهولة وصول العملاء للموقع عبر محركات البحث حيث إن ما نسبته 50% من إجمالي العمليات التي تتم عبر محركات البحث من الممكن أنما ستتم عن طريق الصوت بحلول عام 2020م وبالتالي إذا لم يتم بتحسين موقعك الإلكتروني للبحث الصوتي، فهذا هو الوقت المناسب لبدء تنفيذ استراتيجيتك الصوتية للوصول إلى موقعك بكل سهولة من قبل المستخدمين. وتكمن أهمية البحث الصوتي كوسيلة تسهل عملية البحث عن المعلومات بحيث تكون أكثر سهولة والوصول إلى البيانات المطلوبة عبر محركات البحث وخلال الأعوام الأخيرة فأن البحث عبر الصوت تعد من أهم الوسائل المميزة للمستخدم وذلك لسهولتها ولا يكاد موقع إلكتروني أو تطبيق معين أو وسيلة عبر الانترنت إلا وتجد هذه الخاصية. (Abood, 2022)

مدى توافق استخدام وسائل التسويق الإلكتروني مع الشريعة الإسلامية

في ظل تسابق وتنافس الكثير من الشركات والمؤسسات لكسب المزيد من العملاء وبالتالي تحقيق زيادة في المبيعات والارباح وذلك باستخدام كل الوسائل الممكنة لتحقيقها وبالتالي قد يقوم متخصصي التسويق الإلكتروني ببعض الممارسات المنافية للشريعة من خلال عملية خداع المستهلك ومحاوله التأثير عليه بالعروض والتخفيضات والأسعار من أجل إقناعه بعملية اتخاذ القرار والشراء ولكن قد يكون هناك خلل في جودة وحجم المنتج التي لا يظهرها من خلال عملية الترويج حيث أنهم دائماً ما يبرزوا المزايا ويخفوا العيوب وهذه أحد إشكاليات التسويق الإلكتروني كون السلع والمنتجات المعروضة غير ملموسة ولكن بالمقابل الكثير من الشركات والمواقع الموثوقة لديهم الشفافية والمرونة للاسترجاع والتبديل في حالة عدم القناعة بالمنتج. (حريري، 2020)

ومن هنا كان من الضرورة معرفة مدى مشروعية القيام بهذه الوسائل التسويقية الرقمية وهل هي مباحة أم محرمة حيث ركز الدين الإسلامي على مبدأ الأخلاق في التعامل والتجارة وعدم استغلال حاجة الناس وعدم معرفتهم بالحيل والخداع الترويجية حيث قال تعالى ﴿وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِيَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ﴾. (سورة البقرة، 188)

التسويق عبر محركات البحث من منظور إسلامي

يعد التسويق عبر محركات البحث في الإنترنت من أحدث الوسائل التسويقية الجديدة التي تحقق نتائج وظهور للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وذلك يعود الى اهتمام الناس اليوم بالبحث عن المعلومات والمنتجات والسلع والخدمات عبر الإنترنت، ولعل محرك بحث جوجل واحد من أشهر هذه المحركات وأكثرها استخداماً حيث تعد هذه الوسيلة مرجعاً ومصدراً للمعلومات للكثير من الأفراد والشركات واليوم تتسابق المؤسسات للحصول على عملاء جدد والتسويق لمنتجاتهم وخدماتهم على حد سواء والخيار أصبح أسهل وقد يكون أوفر ويحقق نتائج إيجابية للوصول بالرؤية والرسالة التي تريد المؤسسات إيصالها للمتلقين. (Hetler, 2022)

وعند النظر لمحرك البحث جوجل فأنها قامت بتوفير العدد من المزايا والخيارات للأشطة التجارية للظهور في أعلى محركات البحث وخدمات الخرائط التي يستخدمها العديد من المستخدمين للحصول على مواقع وعناوين وذات مقابل مبالغ رمزية سواء بشكل شهري أو سنوي وبالإمكان تحديد الفئات المستهدفة والبلد أو الإقليم والجنس وتحديد الميول للعملاء المستهدفين وذلك للوصول الى نتائج أكثر دقة وفعالية وتحقيق الأهداف التسويقية المرجوة، والهدف الرئيسي من التسويق عبر محرك البحث هو تعزيز ظهور موقع الويب وذلك عن طريق عمليات البحث المدفوع والإعلانات السياقية وتصنيفات البحث المجاني، ويشتمل التسويق عبر محرك البحث كلاً من تحسين محركات البحث (SEO) و PPC معاً بمعنى آخر إنها استراتيجية تسويقية تتضمن إدارة التواجد الكلي للعلامة التجارية أو موقع الويب في محركات البحث. (المنجد، 2009)

وما يهمنا في هذا السياق مدى مشروعية العمل بهذه النوعية من التسويق؟

من خلال البحث عن الرأي الشرعي حول استخدام التسويق عبر تحسين محركات البحث وهل هي مباحة أم لا، لم نجد فتوى أو رأي شرعي عن هذا النوع من التسويق بشكل مباشر ويحتاج لهذا النوع من التسويق المزيد من الآراء الفقهية لليقين حول استخدامها من قبل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ولكن تم إيجاد هذا الفتوى حول استخدام الخدمات الإلكترونية في التجارة والتسويق وكانت الإجابة التالية:

" أن أدوات الخدمات الإلكترونية هي أدوات " محايدة "، أي أنها لا توصف بالحل أو الحرمة لنفسها، وإنما بحسب الغايات التي تستعمل لأجلها، فمن استعملها في الظلم والإثم والأذى كانت محرمة عليه، ومن استعملها في النافع والمفيد والمباح كانت جائزة ومباحة". (المنجد، 2009)

أدوات التسويق عبر محرك البحث (SEM)

1-SEMRush: تعتبر واحدة من أقوى أدوات SEM و SEO ، حيث تتيح لك أداة SEMRush إجراء بحث شامل للكلمات الرئيسية وترتيب الكلمات الرئيسية ومراجعات مواقع الويب وتحليل حركة المرور، وهي أداة رائعة لاكتساب فرص جديدة لترتيب مصطلحات البحث الطويلة ، ولكن بعد ذلك ، يمكنك استخدام الأداة كجزء من عملية SEM الخاصة بك على سبيل المثال ، يمكنك استخدام SEMRush لمعرفة مصطلحات البحث الرئيسية التي يركز عليها الشركات المنافسة وتحليل موقعهم الجغرافي لمعرفة مقدار ميزانية التسويق التي تحتاج إلى إنفاقها على هذه الكلمات الرئيسية كما يمكنك من اكتشاف المنافسين المدفوعين من خلال أداة SEMRush ، وفهم الكلمات الرئيسية التي يستخدمونها في حملاتهم ، والبحث عن تركيبة إعلاناتهم حيث أن هذه المعلومات مهمة ومفيدة للغاية عند تطوير استراتيجية تسويق مدفوعة عبر محركات البحث. (السواس، 2021)

2-Google Trends: وهي تعتبر من الأدوات المفيدة في معرفة معدل البحث للكلمات الرئيسية محددة حسب منطقة معينة أو لغة، مما يمكنك من تعيين عبارات البحث التي يتواجد عليك الاستعانة بها للوصول الى نتائج مهمة حيث المستخدم الذي قام بدفع مبلغ لا يرغب في الحصول على كلمات غير مفيدة ومتناقضة مع الحملة الاعلانية التي يقوم بها، فهذه أداة مفيدة جداً للتسويق عبر SEM الخاصة بك للوصول الى نتائج إيجابية، كما هي أداة مهمة للأشخاص اللذين يعملون في التجارة الإلكترونية ، فإن القدرة على قياس الاهتمام بمنتجاتك أو خدمتك في منطقة جغرافية معينة تعتبر بلا شك قوية لضمان تخصيص جهودك المدفوعة لمواقع محددة ، مما يوفر لك المال على المدى الطويل. (KUENN, 2013)

3-Keywordtool.io: يمكن أن يكون العثور على الكلمة الأساسية الصحيحة واستهدافها مهمة شاقة بدون الأدوات المناسبة في تناول يدك. لحسن الحظ، باستخدام أداة مثل Keywordtool.io، سيكون كل ما تحتاجه والمزيد لتكون اليد العليا في تحسين محركات البحث. ومن أكثر المميزات في أداة Keywordtool.io للكلمات المفتاحية هي قدرتها على عرض معدلات البحث من Google و Bing و YouTube و Amazon وغيرها الكثير من المنصات ، حتى تتمكن من تقسيم عملك على منصات تسويقية مختلفة واستهداف أفضل المنصات التي تناسبك.

بالإضافة إلى ذلك، يمكنك استخدام الأداة لتحليل اتجاهات البحث على Google، لضمان زيادة شعبية كلماتك الرئيسية المطلوبة وسوف تستمر في خدمتك على المدى الطويل. (Ghose, 2022)

4-Google Ads Keyword Planner: يُعد مخطط الكلمات الرئيسية من AdWords أداة فعالة ومفيدة للغاية للبحث عن الكلمات الرئيسية، وهي مدمجة في واجهة AdWords، وهي تجمع بين اثنتين من أكثر أدوات إعلانات Google السابقة شيوعاً، وهما أداة Google Keyword Tool ومقدّر حركة المرور في AdWords، وتضيف إليها أداة تشبه المعالج سير عمل متكامل لتوجيه المستخدمين خلال عملية البحث عن الكلمات الرئيسية لإنشاء مجموعات إعلانية أو حملات جديدة. نظراً لأن Google هي المكان الذي ترغب في ظهور إعلاناتك فيه، فمن المنطقي أن تفكر في استخدام Google Ads Keyword Planner للبحث في الكلمات المفتاحية ذات الصلة بنشاطك التجاري، وتتبع كيفية تغيير احجام البحث بمرور الوقت حيث ستساعدك أداة "Google Ads Keyword Planner" في تضيق نطاق الكلمات الرئيسية الممكنة لضمان اختيار الكلمات الأكثر تأثيراً على عملك.. (Kim, 2021)

نصائح مهمة لنجاح التسويق عبر محركات البحث

للوصول الى نتائج مرضية ونجاح عملية التسويق عبر محركات البحث يتطلب تنفيذ العديد من الخطوات والخبرة في التعامل مع المواقع الإلكترونية، ايضاً قد يتطلب منك دفع رسوم معينة خاصة الظهور في أعلى صفحات البحث كون معظم الشركات وخاصة التي لديها علامات تجارية قوية دائماً ما تسعى للظهور بشكل مستمر وتدفع مبالغ كبيرة لتحسين محركات البحث وهنا نذكر بعض النصائح المهمة لنجاح عملية التسويق عبر محركات البحث منها ما يلي:

1. الإعلان عبر محركات البحث عملية شاقة ومجهدّة، وبالتالي لا بد من الصبر والعمل بشكل يومي لإبراز هويتك عبر المواقع الإلكترونية والاستعانة بخبراء في نفس المجال للظهور.
2. اختيار الكلمات الرئيسية بعناية وقم بدراسة موقعك وعملائك بدقة.
3. من المهم استهداف عملائك في محيطك الجغرافي لتصل للعملاء المحتملين بسرعة أكبر.
4. لا بد من تحديد الكلمات السلبية التي تقلل من ظهور إعلانك عند بحث العملاء بها وتجنبها.
5. ضرورة تضمين الدعوة لاتخاذ إجراء CTA مهمة جداً في إعلانات محركات البحث.
6. أهمية تجربة وتقييم مختلف أنواع إعلانات محركات البحث.
7. مراجعة الإعلانات التي قمت بها وتقييمها من أجل تحسين الاداء مستقبلاً. (12 نصيحة لتحسين ظهور موقعك على محركات البحث SEO، (2016)

أهم أخطاء التسويق عبر محركات البحث SEO:

عندما يتعلق العمل في مجال SEO، فإن العمل بطبيعة الحال متطور وفي بيئة متسارعة ومتغيرة باستمرار فالأمر يؤدي الى حدوث أخطاء دون أن يلاحظه أحد. وقد لا تعلم في الأساس بأنك تقوم بشيء خطأ حيث هنالك الكثير من الأخطاء التي قد ترتكبها، مثال نسيان إضافة الكلمة المفتاحية المستهدفة في عنوان الصفحة أو بناء روابط خلفية بجودة منخفضة وبالتالي لا بد من تجنبها بقدر المستطاع وذلك للظهور بالموقع أو صفحات موقعك في أعلى محركات البحث وهنا نذكر أهم الأخطاء الممكن حدوثها:

- 1- إنشاء بنية روابط داخلية ضعيفة وذلك بسبب ارتفاع حجم بعض المواقع.
- 2- نشر عدد كبير من صفحات البحث وتكون ذات جودة رديئة وعادة تتعلق بالمواقع الكبيرة.
- 3- تكرار المحتوى بحيث يكون متشابه في عدة صفحات.
- 4- استخدام الكلمات المفتاحية الخاطئة مما يقلل من الزيارات للموقع والتفاعل. (Adel، 2022)

عيوب التسويق عبر محركات البحث

على الرغم من أهمية وفوائد التسويق الإلكتروني عبر محركات البحث لكن هناك بعض من العيوب التي يمكن لمحركات البحث أن تؤدي إليها في التسويق نذكر منها ما يلي:

1. محدودية الترتيب: في العادة، يتم عرض النتائج التي تم العثور عليها في محركات البحث في ترتيب من الأكثر توافقاً مع البحث إلى الأقل توافقاً، وبالتالي يمكن للمنتجات التي تحصل على الترتيب الأعلى في نتائج البحث أن تحصل على العديد من المشاهدات والمبيعات. ولكن هذا يعني أن المنتجات الأخرى التي ليست في المركز الأول قد لا تحصل على نفس المبيعات والإشهار. (السعو، 2018)

2. التكلفة: يمكن للتسويق عبر محركات البحث أن يكون عند الحد الأعلى من التكلفة، خاصة إذا كان المنتج الذي تريد التسويق له في المرتبة الأعلى في نتائج البحث، فيجب عليك دفع كمية كبيرة من المال للحصول على نصب كلمات مفتاحية كبيرة وترتيب نتائج البحث الأعلى. (Barney, 2022)

3. الحماية والأمان: يمكن للمحركات البحث أن تكون معرضة للعديد من التهديدات الأمنية مثل الهجمات الإلكترونية والاختراق في البيانات المقدمة عبر بعض المواقع الغير آمنة. (Barney, 2022)

4. عدم التحليل الدقيق: في البعض الأحيان، قد لا يتم عرض نتائج البحث الأكثر توافقاً مع البحث في المرتبة الأعلى، ولكن في المرتبة الثانية أو الثالثة، وهذا يعني أن المستخدمين قد لا يحصلون على النتائج الأكثر توافقاً مع ما يبحثون عنه، وهذا يعني أنه لا يتم العثور على المنتجات الأكثر ملاءمة لهم. (Sirotkin, 2012)

5. الاعتماد على محركات البحث: يعتمد العديد من الشركات على محركات البحث كأداة في التسويق الرقمي، ولكن هذا يعني أن هناك قلة التنوع في الطرق التي يستخدمها العملاء للعثور على منتجاتها. ويمكن أن يؤدي هذا إلى عدم التعرف على المنتجات الأخرى التي تقدمها الشركة. (Localiq, 2022)

نتائج الدراسة

بناءً على ما سبق يمكن استخلاص مجموعة من النتائج النظرية المرتبطة بموضوع الدراسة ومن أهمها ما يلي:

- 1- فائدة وأهمية وسيلة التسويق عبر محركات البحث لتطوير الاعمال للمشاريع الصغيرة والمتوسطة.
- 2- سهولة استخدام وسيلة التسويق عبر محركات البحث من خلال خطوات وطرق سهلة عبر المواقع العالمية مثل جوجل وبنج.
- 3- تعدد وسيلة التسويق عبر محركات البحث من الوسائل التي تحقق نتائج جيدة للأعمال وكذلك التكاليف بها نوعاً ما أقل من الطرق الأخرى.
- 4- من خلال البحث والتقصي لا توجد فتوى أو رأي شرعي عن هذا النوع من التسويق بشكل مباشر ويحتاج لهذا النوع من التسويق المزيد من الآراء الفقهية ولكن يمكن استخدامها في النافع والمفيد وتجنب الشك والحرم.

التوصيات

ومن بين اهم التوصيات التي انتجتها الدراسة ما يلي:

- 1- ضرورة تعلم طرق وبرامج التسويق عبر محركات البحث للأعمال الصغيرة والمتوسطة.
- 2- أهمية وجود دراسة فقهية أو فتاوى حول طرق وبرامج التسويق عبر محركات البحث على اعتبار أنها حديثة ومتجددة باستمرار.
- 3- أهمية تضمن الجهات الرسمية الداعمة برامج تدريبية وخطط لتوجيه المؤسسات لاستخدام التسويق عبر محركات البحث.
- 4- القيام بمزيد من الأبحاث والدراسات حول وسائل التسويق الحديثة.

الخاتمة

وبناء على ما تقدم تظهر أهمية وفائدة التسويق عبر محركات البحث سواء المجانية أو المدفوعة لتطوير الأعمال وزيادة المبيعات والزيارات للمواقع ومنصات البيع الإلكترونية حيث توصلت دراسة Tomasi and Li (2015) إلى نتائج مفاده أن تحسين محرك البحث (SEO) له نتائج إيجابية كبيرة التأثير على عدد زيارات المستخدمين لمواقع الشركات الصغيرة والمتوسطة، وارتفاع متوسط مدة زيارات المستخدمين، فضلاً عن المبيعات الإجمالية للشركة والإيرادات المتحققة، بالإضافة إلى ذلك، توصلوا إلى استنتاج مفاده أن عوامل نجاح الشركات الصغيرة والمتوسطة في تحسين محركات البحث هي تحديد محسنات محركات البحث للمساعدة في الحملات الاعلانية ولتحديد ما إذا كان العملاء يأتون إلى أعمالهم بناءً على نتائج محرك البحث أم لا.

كما أظهرت الدراسة أن الشركات الصغيرة والمتوسطة قد تحسن أداء مواقع الويب وتعزز الدخل باستخدام الإنترنت للتنافس مع الشركات الكبرى، وإهم يحتاجون فقط إلى مساعدة إدارية ومقاييس تسويق تحسين محركات البحث وذلك بسبب ندرة الأبحاث التجريبية حول تحسين محركات البحث والآثار التجارية على الشركات الصغيرة والمتوسطة، حيث إن نتائج هذه الدراسة مهمة لتعزيز ثقة الشركات الصغيرة والمتوسطة وتعزيز اهتمامهم في تحسين محركات البحث حتى إذا لم تكن الشركات الصغيرة والمتوسطة على دراية بـ SEO، فيجب عليهم طرح الأسئلة وتقديم الاقتراحات ويجب أن تساعد هذه الدراسة المؤسسات الصغيرة وتفهم الشركات المتوسطة الحجم معايير الأداء التي تشير إلى النجاح عبر تحسين محركات البحث (Tomasi, SEO, 2015).

إضافة إلى ذلك، توصلت دراسة Ochoa (2012) إلى عدد من النتائج بعد إجراء تحقيق متعمق في التأثير الذي أحدثته تطبيق تحسين محركات البحث على خوارزمية البحث في Google أنه بعد تنفيذ SEO، كان موقع الويب التجريبي ارتفاع في عدد الزوار بنسبة 353٪ وزيادة في عدد مشاهدات الصفحة بنسبة 234٪. مما يبرز المكانة العالية في محرك بحث جوجل. (Ochoa, 2012).

وبناء على ما سبق، نستطيع القول بأن أصبحت قضايا التسويق عبر محرك البحث والأنشطة التسويقية في محركات البحث على الإنترنت جزءاً لا يتجزأ ومهماً من استراتيجيات التسويق للموسوقين في جميع أنحاء العالم من أجل تحقيق الاستثمارات المتزايدة في مجال التسويق عبر الإنترنت وهي دليل مهم على أهمية التسويق عبر الإنترنت حيث أن شعبية وزيادة استخدام محركات البحث وكذلك كسب المستخدمين الثقة في هذه الخدمات تجعلها شكلاً جذاباً للإعلان المدفوع. كما نود أن نشير إلى أن مسألة التسويق عبر محرك البحث، وتحديدًا البحث المدفوع تهيمن عليها إعلانات الدفع بالنقرة وهو جزء لا يتجزأ من التسويق عبر الإنترنت، ولا شك في أن أهمية هذه الأدوات في الوقت الحالي وتوضح الأهمية الحالية لهذه القضية من خلال العديد من التحليلات والدراسات المختارة من قبل المنظمات الشهيرة مثل Forrester Research توقعات التسويق التفاعلي (Schwartz) 2014 (Lannen, 2016, 2015).

كما تجدر الإشارة إلى أنه في ضوء عادات المستخدم المتغيرة فيما يتعلق باستخدام التقنيات الحديثة عبر الإنترنت والتقدم المستمر في تكنولوجيا المعلومات، وسوف ينمو الاهتمام بهذا المجال من التسويق دون أدنى شك في ظل التطورات المستمرة في هذا المجال مدفوعة بمقدمي الخدمات أنفسهم الذين يستفيدون بدورهم منها المهتمين بالتسويق الإلكتروني، كما يتم تحفيز الموسوقين بدورهم من خلال التكاليف المنخفضة نسبيًا وفرص التحسين في حملاتهم وخصائصهم التحليلية.

وما يهمننا مدى مشروعيتها حيث دائما ما ينظر الى الوسائل الإلكترونية في الأدوات المستخدمة والهدف من عملها وبالتالي إن كانت عملياتها تشوبها الشك والخداع وسرقة أموال الناس فهي حرام وأن كانت وسيلة مساعدة لتطوير الاعمال والجوانب التسويقية التي تحقق فائدة لجميع الأطراف سواء البائع او المشتري فهي بلا شك جائزة، وفي رأينا على الرغم من أهمية وفائدة التسويق عبر محركات البحث سواء SEM المدفوعة و SEO المجانية الى أن إمكانيات محركات البحث لم يتم استغلالها بالكامل حتى الآن حيث إننا نرى ونشاهد التغيرات الكبيرة الحاصلة في العالم من ابتكار وخلق أدوات تسويقية مميزة لتحقيق مكاسب عدة وسيكون من المثير للاهتمام أن نرى كيف سيتطور هذا المجال التسويقي الطموح في المستقبل.

REFERENCES

- A, G. (2020). Search ad spend worldwide 2009-2019. <https://www.statista.com/statistics/267056/paid-search-advertising-expenditure-worldwide/>
- A, Guttman, (2020, Apr, 7) Search ad spend worldwide 2009-2019, <https://www.statista.com/topics/1538/social-media-marketing/>
- Alex Chris, (2022, Nov, 10) What Is SEO and Why Is It Important? Reliable soft. <https://www.reliablesoft.net/what-is-search-engine-optimization-and-why-is-it-important/>
- Al-Munajjid Muhammad Salih,(2009), The Ruling on Electronic Marketing, The Islam Question and Answer website, Question No. 135514. <https://islamqa.info/ar/answers/135514/>
- Amanda Hetler, (2022, Sep, 29), 8 ways to improve your search engine ranking, Tech target Network, <https://www.techtarget.com/whatis/feature/8-ways-to-improve-your-search-engine-ranking>
- Amanda Scheldt, (2022, May,9) SEO - search engine optimization". Webopedia. Archived from the original. <https://www.webopedia.com/definitions/seo/>
- Bakaus, P. (2019, May 1). AMP as your web framework. Retrieved from AMP: <https://blog.amp.dev/2019/05/01/amp-as-your-web-framework/>
- Barney, N. (2022, DEC). Search engine marketing (SEM). Tech Target Network, <https://www.techtarget.com/searchcontentmanagement/definition/Search-engine-marketing-SEM>
- Beshoy Adel. (2022). The most common SEO mistakes even experts make. Retrieved from SEO Stars: <https://www.seo-stars.com/worst-seo-mistakes/>
- Chris Sherman, (2007, Feb, 8), The State of Search Engine Marketing, Third Door Media, Inc. <https://searchengineland.com/the-state-of-search-engine-marketing-2007-13580>
- Danny Sullivan, (2010, Mar,4), Does SEM = SEO + CPC Still Add Up? Search Engine Land, <https://searchengineland.com/does-sem-seo-cpc-still-add-up-37297>
- Edgar Damian Ochoa, (2012), An Analysis Of The Application Of Selected Search Engine Optimization (SEO) Techniques And Their Effectiveness On Google's Search Ranking Algorithm. Unpublished Master Of Science In Computer Science Dissertation, California State University, Northridge, 120- 121.
- E-Marketing Institute. (2018). Free Digital Marketing Certification Courses. eMarketing Institute. <https://www.emarketinginstitute.org/>

- First Market, (2022), Search Engine Marketing (SEM), <https://www.firstmarkets.com/>
- Ghose, J. (2022). Keywordtool.io Review (Features, Pricing, Alternatives. Retrieved from Startup Voyager:<https://startupvoyager.com/keywordtool-io/#:~:text=Keywordtool.io%20is%20a%20web,users%20complete%20their%20searches%20faster.>
- History of Search Engines (2017): From 1945 to Google Today.[http://www.searchenginehistory.com/.](http://www.searchenginehistory.com/)
- José Gabriel Navarro, (2019), Search ad spend worldwide, Statista.
<https://www.statista.com/topics/990/global-advertising-market/>
- Karan Sharma, (2018, Jul, 3) “How SEO And Content Marketing Work Together To Fuel Your Online Success,” Forbes Agency Council,
<https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2018/07/03/how-seo-and-content-marketing-work-together-to-fuel-your-online-success/?sh=7aa5c7aa16bf>
- Kim, L. (2021, Nov 19). AdWords Keyword Planner Explained: How to Use Keyword Planner. Retrieved from Word Stream: <https://www.wordstream.com/blog/ws/2013/04/25/keyword-planner>
- KUENN, A. (2013, Aug 14). <https://contentmarketinginstitute.com/articles/use-google-trends-punch-up-content-creation/>
- Lannen, M. (2016, Mar 20). What the Internet Looks Like in 2016. *ETERNITY*. Retrieved from <https://eternitymarketing.com/blog/what-the-internet-looks-like-in-2016>
- Localiq,(2022). Retrieved from Word Stream:
<https://www.wordstream.com/blog/ws/2022/11/18/how-to-use-google-data-studio>
- Montti, R. (2019, Dec 26). 7 Ways a Mobile-First Index Impacts SEO. Retrieved from <https://www.searchenginejournal.com/technical-seo/mobile-first-index/>
- Mohamed Abood. (2022, April 6,). What is voice search and how do you use it to boost your business and increase your sales? Retrieved from Expand Cart: [https://expandcart.com/en/.](https://expandcart.com/en/)
- Navarro, José Gabriel, (2019), Search ad spend worldwide 2019. *Advertising & Marketing, Statista.*
<https://www.statista.com/statistics/262926/box-office-revenue-of-the-most-successful-movies-of-all-time/>
- Search Engine Marketing (SEM), (2022), First Market, [https://www.firstmarkets.com/.](https://www.firstmarkets.com/)
- Schwartz, S. E., Rhodes, J. E., Liang, B., Sánchez, B., Spencer, R., Kremer, S., & Kanchewa, S. (2014). Mentoring in the digital age: Social media use in adult–youth relationships. *Children and Youth Services Review*, 47, 205-213.
- Sirotkin, V. v. (2012, April). *On Search Engine Evaluation Metrics*. Universität Düsseldorf.
- Tomasi, Stella & Li, Xiaolin. (2015). Influences of Search Engine Optimization on Performance of SMEs. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*. 13. 27-49. 10.4018/jeco.2015010103.
- 9 Steps on How to Improve Your SEO Content Marketing in 2020. Retrieved from Marketing www.tasueq.com.
- 12 tips to improve your website's visibility on search engines SEO. (September 20, 2016). Totomina blog.

<https://www.tutomena.com/blog/12-tips-improve-seo/\^19/covid/org.intracen.www://h>