Dave Chaffey
& Fiona Ellis

Digital Marketing

Tusmada soo koobista buuga

- *Hordhac………………………………………………………………….4*
- *Kanaallada waa Suuq-geyntu Saddex Nooc oo mid kasta ku haboon yahay Macaamiil gaar ah..5*
- *Falanqaynta Suuqu waxay Shirkadaha Ka Caawisaa Inay Gartaan Rabitaanka Macaamiishooda………………………………………….7*
- *Dejinta Istiraatiijiyad Suuq-geyn Dhijitaal ah waxay Shirkadaha Ka Caawisaa Inay Xajistaan Macaamiishooda..........................10*
- *(Marketing Mix) ka Waa Mid ka Mid ah arimaha Saamaynta kule Guusha Qorshaha Suuq-geynta...12*
- *Shirkaduhu Waxay Adeegsadaan Baraha Bulshada Si Ay U Soo Jiitaan Macaamiisha…………………………………………………..14*
- *Shirkaddu waxay u baahantahay in ay isku dhex darto suuq-geynta suuq-geynta dhijitaalka ah iyo ta aan dhijitaalka ahayn………17*
- *Gunaanad……………………………………………………………19*

Ku Saabsan Buugga

Buuggan wuxuu soo baxay sanadkii 2012, wuxuuna bixinayaa sharaxaad faahfaahsan oo ku saabsan micnaha suuqgeynta dhijitaalka ah iyo sida ay kaalin weyn uga ciyaarto kor u qaadista iibka shirkadaha.

Waxaa kaloo ku jira tilmaamo muhiim ah oo ku saabsan sida loo adeegsado suuqgeynta dhijitaalka ah iyo kanaalada kala duwan ee suuqgeynta si looga faa'iidaysto si buuxda.

Intaas waxaa dheer, buuggu wuxuu siinayaa talooyin qiimo leh wakiillada iibka iyo masuuliyiinta suuqgeynta si ay u horumariyaan xirfadooda suuqgeynta dhijitaalka ah iyo inay bartaan sida loo sameeyo istaraatijiyad suuqgeyn dhijitaal ah oo guuleysata.

Kusaabsan Qoraaasha

Waxaa qoraya labada qraa ee kala ah

Dave Chaffey – waa qoraa iyo lataliye suuqgeyneed, wuxuuna ka caawiyay shirkado badan inay horumariyaan suuqgeynta dhijitaalka ah. Waxa uu dhashay sannadkii 1963. Waxaa Wasaaradda Ganacsiga iyo Warshadaha ee UK ay u aqoonsatay mid ka mid ah horumariyeyaasha ugu wanaagsan ee suuqgeynta dhijitaalka ah.

Waxa kaloo uu helay aqoonsi caalami ah oo uga yimid Chartered Institute of Marketing isagoo loo aqoonsaday tababare heer sare ah. Wuxuu qoray buugaag dhowr ah oo ay ka mid yihiin:

- *Total E-mail Marketing*
- *E-Business and E-Commerce Management*

Fiona Ellis-Chadwick – waa qoraa, khabiir iyo lataliye ku takhasustay suuqgeynta dhijitaalka ah iyo iibinta tafaariiqda.

Waxay qortay buugaag dhowr ah oo ay ka mid yihiin:

- *What is Retailing*
- *Internet Adoption in the UK*

  Waxay sidoo kale ka mid ahayd qorayaashii buuggan *Digital Marketing*.

Cidda uu ku haboon yahay

- Qof kasta oo raba inuu fahmo suuqgeynta dhijitaalka ah
- Wakiillada iibka iyo suuqgeynta
- Milkiilayaasha dukaamada online ka ah (e-commerce)

Hordhac

Internet-ku wuxuu si weyn ugu faafay daafaha dunida, taasoo keentay in Internet-ka loo adeegsado dhowr meelood sida waxbarashada. Maadaama dadkuna in Internet-ka si ballaaran u adeegsadaan, waxay inta badan shirkaduhu bilaabeen inay uga faa'iideystaan suuq-geynta badeecadahooda iyo adeegyohooda, taas oo maanta loo yaqaanno **"suuq-geynta dhijitaalka ah"**. Habkani waxa uu si weyn uga caawiyay shirkado badan inay sare u qaadaan iibkooda.

Haddaba, waa maxay suuq-geynta dhijitaalka ahi? Sideese shirkaduhu si sax ah ugu adeegsan karaan si ay u horumariyaan iibkooda?

Dhamaan su'aalahan iyo kuwo kale waxaad jawaababahooda faahfaahsan ka heli doontaa qeybaha soo socda.

Kanaallada waa Suuq-geyntu Saddex Nooc oo mid kasta ku haboon yahay Macaamiil gaar ah

In ka badan saddex bilyan oo qof ayaa maanta adeegsada internet-ka si ay wax uga iibsadaan, taasoo keentay in shirkado badan ay u weecdaan isticmaalka **suuq-geynta dhijitaalka ah** si ay u xayeysiiyaan adeegyohooda iyo badeecadahooda.

Si suuq-geynta dhijitaalka ahi u noqoto mid guulaysata, waxaa muhiim ah in shirkaddu isticmaasho kanaallo suuq-geyn oo kala duwan.

Waxaa arrintan loo qaybiyaa saddex qaybood oo waaweyn:

1: **Paid Media (Warbaahin Lacag laga bixiyo)**
waa Kanaalo suuq-geyn oo u baahan in lacag lagu bixiyo si loogu xayeysiiyo, sida xayeysiisyada online-ka, kuwa la daabaco, ama xayeysiisyada muuqaalka ah.

2: **Owned Media (Warbaahin shirkaddu leeyahay)**
Waa kanaal shirkaddu si gaar ah u leedahay oo ay si toos ah ugu suuq-geyn karto, sida bogga rasmiga ah ee internet-ka, baraha bulshada, ama email-ka macaamiisha.

3: **Earned Media (Warbaahin La Kasbaday)**
Waa hab ku saleysan in la adeegsado saameynta dad caan ah ama caan ka ah bulshada dhexdeeda si loogu dhiirrigeliyo macaamiisha inay iibsadaan badeecada.

Laakiin sidee loo doortaa kanaalka suuq-geyn ee shirkadda ku haboon?
Arrintani waxay ku xidhantahay **istiraatiijiyadda suuq-geyn ee shirkaddu dejiso**, iyadoo la isku daraayo kanaallada kala duwan si loo gaaro himilooyinka iyo yoolalka suuq-geynta ee shirkadda.

Waxaa jira caqabada dhawra oo kohoryimaada suuq-gaynta dhijitalka ah waxaana ugu muhiimsan caqabadahaas kuwan soo socda :

- Qaar kamid ah howlaha suuq-geynta dhijitaalka ah oo aan dad koo dhami si cad u wada fahmin.
- Shirkadaha oo aan dejisan yoolal sifiican loo xadiday oo khuseeya suuq-geyn ta dhijitalka ah .
- Shirkadaha oo aan u qoondaynin suuq-geyn dhijitalka ah Miisaaniyad ku filan .
- Shirkadaha oo dhani mawada awoodaan dajinta qorshayaal suuq-geyn oo sax ah.

Si caqabadahaas looga gudbo, shirkaddu waa in ay samaysaa **falanqeyn suuqeed oo dhameystiran oo ku saabsan suuqa internet-ka**, taasoo suurta-gelineysa in si xeeladaysan loo dejiyo istiraatiijiyadda suuq-geyn ee ku habboon macaamiisheeda.

Falanqaynta Suuqu waxay Shirkadaha Ka Caawisaa Inay Gartaan Rabitaanka Macaamiishooda

Suuq-geeyayaashu waxay la kulmaan caqabado waaweyn marka ay dejinayaan qorshayaal suuq-geyneed oo dhijitaal ah.

Si caqabadahaas loola tacaalo, shirkaduhu waa in ay sameeyaan **falanqayn ku saabsan deegaanka suuq-geynta dhijitaalka ah ee ay ku shaqaynayaan**.

Falanqayntani waxay ka koobnaanaysaa laba qeybood oo waaweyn:

1: **Deegaanka Gudaha hoose (Micro Environment):**
Waxa ku jira macaamiisha, tartamayaasha, iyo alaab-qeybiyeyaasha.

2: **Deegaanka Guud (Macro Environment):**
Waa arrimo dibadda ka yimaada oo saamayn ku yeesha dhammaan shirkadaha, sida isbeddellada bulsho, siyaasadeed, iyo tignoolajiyadeed.

- Marka laga hadlayo waxyaabaha saameynta ku leh labadaba deegaanka gudaha iyo deegaanka guud, waxaa la oran karaa deegaanka guduha wuxuu leeyahay saddex arrimood oo saameya , kuwaas oo kala ah
- **Macaamiisha:**
  hab dhaqanka macaamiishu si joogto ah ayuu isu beddelaa, taasoo adkaysa in si fudud loo saadaaliyo rabitaankooda.
- **Tartamayaasha:**
  Shirkad kasta waxay isku dayaysaa inay kasbato suuq badan oo ay suuqa ka saarto tartamayaasheeda.
- **Shikadaha soo dajiya badeecadaha:**
  Waxay si toos ah u saameeyaan tayada iyo qiimaha badeecadda.

Shirkado badan waxay doonayaan inay ka takhalusaan dhexdhexaadayaashan oo si toos ah ula macaamilaan macaamiisha.

Dhanka deegaanka guud, waxaa saameeya: qodobada soo socda

- **Awoodaha Siyaasadeed:**
  Xeerarka iyo sharciyada dowladda waxay dhiirrigeliyaan ama hor istaagaan kobaca shirkadaha.

Sharciga maalgashiga iyo canshuuraha ayaa kamid ah kuwa ugu muhiimsan ee saameeya.

- **Awoodaha Dhaqaale:**
  Waxay saameeyaan baahida iyo helitaanka badeecadaha, iyo qiimaha alaabta, sida heerarka dulsaarka iyo qiimaha sarifka lacagaha.
- **Awoodaha Bulsho:**
  Tirada iyo baahinta dadka deegaanka, iyo heerka ay internet-ka isticmaalaan, waxay go'aamiyaan sida wax loo iibiyo.
- **Xoogagga Tignoolajiyadda:**
  Internet-ka iyo hababka suuq-geynta online-ka ayaa si degdeg ah isku beddelaya, laga bilaabo software-yada lagu sameeyo website-yada illaa naqshadda bogagga internet-ka iyo sida macaamiishu si sahal ah ugu heli karaan badeecadda ay raadinayaan.

- **Xeerarka Sharciga:**
  Sharciyada ilaalinta xogta gaarka ah ee macaamiisha waxay xaddidaan sida shirkaduhu u uruurin karaan xogta dadka, taasoo ka dhigi karta mid adag in la falanqeeyo dabeecaddooda si loo ogaado rabitaankooda iyo baahidooda.

Dhammaan awoodaha aan soo sheegnay waa in si qoto dheer loo dersaa ka hor inta aan la diyaarin istiraatiijiyadda suuq-geynta ee shirkadda.

Haddaba, maxay tahay istiraatiijiyadda suuq-geynta dhijitaalka ah?

Dejinta Istiraatiijiyad Suuq-geyn Dhijitaal ah waxay Shirkadaha Ka Caawisaa Inay Xajistaan Macaamiishooda

---

Shirkadahu waxay wajahaan culaysyo badan inta lagu guda jiro hirgelinta suuq-geynta dhijitaalka ah, waxaana lagama maarmaan ah inay la tacaalaan haddii se ayna latacaalin way burburayaan.

Haddaba, maxaa xal u ah?

Xalka waxa uu ku jiraa **dejinta istiraatiijiyad suuq-geyn dhijitaal ah oo waxtar leh**, taas oo shirkadaha ka caawinaysa inay saadaaliyaan rabitaanka macaamiisha, isla markaana xajistaan macaamiishooda, iyo in ay diyaarsadaan xalal hore loogu sii qorsheeyay khataraha ama caqabadaha mustaqbalka laga yaabo inay la kulmaan.

Laakiin sidee baa loo sameeyaa istiraatiijiyad noocaas ah?

Michael Porter, oo ah dhaqaale-yahan Mareykan ah, wuxuu soo iqtiraacay lix mabda' oo shirkadaha ka caawin kara dejinta iyo horumarinta istiraatiijiyad suuq-geyn dhijitaal ah oo guulaysata:

1: **In suuq-geynta dhijitaalka ah loo dajiyo yool(hadaf) sax ah oo qeexan.**

2: **In la adeegsado hab suuq-geyn dhijital ah oo ka duwan kana fiican kan tartamayaasha.**

3: **Waa inuu qorshuhu la jaanqaado hadafka guud ee shirkadda iyo himilada fog ee ay leedahay.**

4: **Waa in qorshaha la waafajiyo awoodaha iyo miisaaniyadda shirkadda, si aysan u dhicin in wax la qorsheeyo wax aan shirkadu qaadi Karin .**

5: **In qorshuhu noqdo mid waari kara oo aan istaagin marka lala kulmo caqabad nooc kastay tahay .**

6: **In qorshuhu ka caawiyo shirkadda inay qiime dhab ah u abuurto badeecadaha iyo adeegyada ay suuq-geynayso.**

Haddaba, maxay yihiin qodobada ay tahay in la derso ka hor inta aan la dejin istiraatiijiyadda suuq-geynta dhijitaalka ah?

(Marketing Mix) ka Waa Mid ka Mid ah arimaha Saamaynta kule Guusha Qorshaha Suuq-geynta

---

Marka laga soo tago mabaadi'da muhiimka ah ee la tixgelinayo marka la dejinayo istiraatiijiyadda suuq-geynta dhijitaalka ah, waxaa sidoo kale jira waxa loo yaqaano (Marketing Mix), kaas oo ah waxyaabaha aasaasiga ah ee ay tahay in la eego marka la diyaarinayo qorshe suuq-geyneed oo guuleysta.

Isku-darkan waxaa caadi ahaan loo yaqaan **4Ps** sababtoo ah dhammaan ereyadaas waxay ka bilaabmaan xarafka **P**. Waxayna kala yihiin:

1: **Product (Alaabta/Badeecadda)**: Waa in la curiyaa badeeco ama adeeg la jaan qaadi kara baahida iyo rabitaanka macaamiisha.

2: **Price (Qiimaha)**: Qiimaha waa arrin aad muhiim u ah oo macaamiisha inta badan ay tixgeliyaan, sidaas darteed shirkaduhu waa in ay si xeel dheer u ogaadaan qaabka ugu habboon ee ay badeecadooda ugu jari karaan qiime sax ah .

3: **Place (Goobta/Suuqa)**: tani waxay la micno tahay in suuq-geeyayaashu ay isticmaalaan kanaallo dhijitaal ah oo kala duwan oo uu macaamilku kaga iibsan karo badeecada ama adeegga.

4: **Promotion (xayiisiinta)**:

Waa dadaallada suuq-geynta ee lagu gaarsiiyo macaamiisha badeecada ama adeegga, laguna dhiirrigeliyo in ay iibsadaan.

Kadib, waxaa dib loo kordhin karaa **(Marketing Mix)** oo la gaarsiin kara **7Ps**, waxaana lagu darayaa:

5: **People (Dadka)**: Tani waxay la xiriirtaa sida shaqaalaha shirkadda ay ula macaamilaan macaamiisha, taasoo muhiim u ah tayada adeegga macaamilka **(Customer Service) .**

6: **Process (Hannaanka)**: Waxa loola jeedaa dhammaan nidaamyada iyo hab-raacyada shirkaddu u adeegsato hirgelinta suuq-geynta iyo gaarsiinta badeecada.

7: **Physical Evidence (Caddeymo la taaban karo)**: Tani waxay tilmaamaysaa sida macamiilku u arko ama u la kulmo shirkadda, sida in website-ku yahay mid fudud in la isticmaalo iyo in tijaabada online-ku ay tahay mid raaxo leh.

Haddaba, maxay yihiin waxyaabaha ugu badan ee saameynta kule guusha shirkadaha?

Shirkaduhu Waxay Adeegsadaan Baraha Bulshada Si Ay U Soo Jiitaan Macaamiisha

---

Arrinta ugu muhiimsan ee ay ku guulaysan karto shirkad kasta waa in ay kasbato kalsoonida iyo qanacsanaanta macaamiisheeda, isla markaana ay sii haysato macaamiisheeda .

Laakiin tani ma aha mid sahlan — markaa maxaa xal ah?

Sanadihii u dambeeyay, shirkado badan ayaa bilaabay inay adeegsadaan farsamo cusub oo loo yaqaan **suuq-geyn otomaatig ah** (*Marketing Automation*).

Waxay sameeyaan xog-ururinno (databases) kuwaas oo jadwal u sameeya fariimo badan oo iimayl ah oo, isla markaana si toos ah loogu diro macaamiisha.

Habkan ayaa ka caawiyay shirkadaha inay hagaajiyaan tijaabada macaamiishooda oo ay kordhiyaan qanacsanaanta macaamiisha ee adeegyadooda

Baraha bulshada waxay door weyn ka ciyaaraan suuq-geynta dhijitaalka ah, maaddaama tirada dadka isticmaala ay si weyn u korortay.

Waxaa intaas dheer, doodaha iyo faallooyinka dadka ee ku saabsan badeeco gaar ah waxayna taasi si togan ama tabanba u saameeyaan sumcadda badeecadaas.

Laakiin su'aasha muhiimka ahi waxay tahay:

Sidee ayay shirkaduhu isu abaabulaan oo u muujiyaan jiritaankooda dhijitaalka ah, xilli ay aad u soo badanayaan baraha bulshada iyo bogag internet-ku ?

Talaabada koowaad waa in shirkad kastaa ay yeelato **bog internet** u gaar ah, kaas oo noqonaya xarunteeda isgaarsiinta ee ugu horreysa.

Waa in shirkaddu fiiro gaar ah siisaa naqshadeynta boggeeda si uu u noqdo mid soo jiidasho leh oo leh nuxur(content) tayo leh Waxaa kale oo lagama maarmaan ah in laga helo, soo bandhigid badeecadaha iyo iibsi oo fudud .

Looma baahna in boggu uu yeesho xiriiryo fara badan oo isku dhex jira.

Laakiin su'aasha kale waa: **Ma ku filan tahay in kaliya la sameeyo bog internet si loo kasbado kalsoonida iyo xidhiidhka macaamiisha?**

Shirkaddu waxay u baahantahay in ay isku dhex darto suuq-geynta suuq-geynta dhijitaalka ah iyo ta aan dhijitaalka ahaynb labadaba

Si aan uga jawaabno su'aashii hore, marka hore aynu isbarbar dhigno suuq-geynta iyo tan dhijitaalka ah **iyo ta aan dhijitaalka ahayn**. **Suuq-geynta aan dhijitaalka ahayn** waa hal-jaho, macnaheedu waa in macluumaadka shirkadda loo gudbiyo macmiilka oo kaliya.

Laakiin **suuq-geynta dhijitaalka ah** waxay ka shaqaysaa is-dhaafsiga xogaha, iyadoo shirkaddu u gudbiso macmiilka macluumaadka badeecada, isla markaana ay shirkaddu hesho xogta iyo ra'yiga macmiilka.

Taas oo keenaysa is-dhexgal toos ah oo ka dhex dhaca shirkadda, macmiilka, iyo macmiilka oo kafal-celiya badeecada.

In kasta oo faa'iidooyinka suuq-geynta dhijitaalka ahi ay aad u badanyihiin haddana loogama maarmi karo suuq-geynta kale een dhijitaalka ahayny, sidaa darteed waa muhiim in labada haba la adeegsado si loo gaaro natiijooyin ka miro-dhal badan.

Waxaa jira kanaalo badan oo suuq-geyn dhijitaal ah oo shirkaduhu ay heli karaan.

Arrintaasi waxay shirkadaha gelisay jahawareer ku saabsan midka ugu habboon ee la adeegsado.

Si arrintan ufudaato, aan soo bandhigno kanaalada ugu muhiimsan, ee suuq-gayta dhijitalka ah iyadoo dhammaantood ay wadaagaan hal ceeb oo ah in aysan dammaanad qaadn lahayn — laakiin way kala duwan yihiin marka la eego faa'iidooyinka ay leeyihiin.

Tusaale ahaan:
kanaalka loo yaqaano (Search Engines) waxay kor u qaadaan tirada dadka booqda bogga shirkadda.
Xayeysiiska lacagta lagu bixiyo marka la gujiyo (Paid Search Ads) waxay leedahay faa'iido ah in lacagta la bixiyo marka qofka gujiyo oo kaliya.
Sidoo kale, marka la sameeyo iskaashi lala yeesho mareegaha kale, waxay ka caawisaa shirkadda in ay gaarto qaybo kala duwan oo macaamiil ah.

Laakiin sidee ayaa loo qiimeeyaa kanaaladan?
Tallaabada koowaad waa in shirkaddu ururiso xogta ku saabsan waxtarka kanaalkeeda suuq-geyneed, kadibna falanqeyso.
Tallaabada labaad waa in natiijooyinka la barbardhigo yoolashii shirkadda loo dejiyey — si loo ogaado in hadafkii la gaadhay iyo in kale.
Ugu dambeyntii, waxaa la dooranayaa kanaalka natiijada ugu wanaagsan keenay.

Gunaanad

Iyada oo ay aalada internet-ku si weyn ugu faaftay dunida oo dhan, isla markaana uu galay qaybo kala duwan oo nolosha ah, waxaa khasab ku noqotay shirkadaha in ay isticmaalaan internet-ka si ay u suuq-geeyaan alaabtooda iyo adeegyada ay bixiyaan.
Laakiin, suuq-geynta dhijitaalka ahi ma aha hawl fudud — waxay u baahan tahay daraasad iyo falanqeyn dhammaan kanaalada suuq-

Laakiin sidee ayaa loo qiimeeyaa kanaaladan?
Tallaabada koowaad waa in shirkaddu ururiso xogta ku saabsan waxtarka kanaalkeeda suuq-geyneed, kadibna falanqeyso.
Tallaabada labaad waa in natiijooyinka la barbardhigo yoolashii shirkadda loo dejiyey — si loo ogaado in hadafkii la gaadhay iyo in kale.
Ugu dambeyntii, waxaa la dooranayaa kanaalka natiijada ugu wanaagsan keenay.

Gunaanad

Iyada oo ay aalada internet-ku si weyn ugu faaftay dunida oo dhan, isla markaana uu galay qaybo kala duwan oo nolosha ah, waxaa khasab ku noqotay shirkadaha in ay isticmaalaan internet-ka si ay u suuq-geeyaan alaabtooda iyo adeegyada ay bixiyaan.
Laakiin, suuq-geynta dhijitaalka ahi ma aha hawl fudud — waxay u baahan tahay daraasad iyo falanqeyn dhammaan kanaalada suuq-

geyneed ee la heli karo, lana ogaado midka ugu habboon si loo adeegsado.

Kanaal kasta wuxuu leeyahay faa’iidooyin iyo caqabado, sidaas darteed laguma tiirsanaan karo hal hab oo keliya, balse waxaa muhiim ah in la isku daro suuq-geynta dhijitaalka iyo tan aan dhijitalka ayn labadaba .

Wax kasta oo loo adeegsado suuq-geynta, waxa ugu muhiimsan waa in la gaaro natiijooyin wanaagsan oo kor u qaada iibka shirkadda, isla markaana ka caawiya shirkadda in ay korto oo ay horumar gaarto.