1. **Why social media marketing is a vital element for online businesses?**

Because It is an art of producing traffic to the site for generating business through online social groups. It helps to build important business contact and to run a reputed business on the internet. Social media marketing is used as a branding tool and can increase conversion, sales tracking, page views, and add exposure. It is a simple and low-cost way to increase sales and bring traffic to the website. People who visit the site help with link building to get a good ranking in search engines. It increases the site’s popularity and to brings potential customers to our niche area.

**بوچی بازاڕکردن لە تۆڕە کۆمەڵایەتیەکان بە توخمێکی گرنگ دادەنرێت بۆ بازرگانی ئۆنلاین؟**

لەبەئەوەی جۆرە هونەرێکە کە ترافیک بەرهەم دەهێنێت بۆ سایت بۆ دروستکردنی بازاری زیاترئەویش لە ڕێگەی گرووپە کۆمەڵایەتیەکانی ئۆنلاینەوە. یارمەتیدەرە بۆ دروستکردنی پەیوەندی بازرگانی گرنگ و بەڕێوەبردنی بازرگانییەکی ناسراو لەسەر ئینتەرنێت. بازاڕکردن لە تۆڕە کۆمەڵایەتیەکان وەک ئامرازێکی براند یان مارکە دروست کردن و بەهێزکردنی بەکاردێت و دەتوانێت ئەانەی کە کریار نین بگۆڕێ بۆ کریار، بەدواداچۆن بکات بۆ فرۆشتن، پیشاندانی لاپەڕەی کۆمپانیا بە کریاران زیادتر بکات. ڕێگایەکی سادە و کەم خەرجە بۆ زیادکردنی فرۆشتن و هێنانی ترافیک بۆ ماڵپەڕەکە. ئەو کەسانەی سەردانی سایتەکە دەکەن یارمەتی سایت دەدات بۆ دروستکردنی لینک بۆ بەدەستهێنانی پلەیەکی باش لە بزوێنەری گەڕان. واتا کاتێک کەسێک بەدوای کالایەک دەگەرێت لاپەرەی ئەو کومپانیایە زوتر دەردەکەویت و جێگەی متمانەی زیاترە. ئەوە ناوبانگی سایتەکە زیاد دەکات و کڕیاری شاراوە دەهێنێت بۆئەو ناوچەیەی کە کریارەکانی دەستنیشان کراون.

1. **Social Media:** The use of a website for connecting with people via the internet to share information, photos, videos, messages, etc.
2. **Social media marketing:** is the use of social media platforms to connect with your audience to build your brand, increase sales, and drive website traffic.

**تۆڕە کۆمەڵایەتیەکان:** بەکارهێنانی وێب سایتە بۆ پەیوەندی کردن لەگەڵ خەڵک لە ڕێگەی ئینتەرنێتەوە هەروەها بۆ هاوبەشکردنی زانیاری، وێنە، ڤیدیۆ، نامەکان، هتد.  
**بازاڕکردنی تۆڕە کۆمەڵایەتیەکان:** بەکارهێنانی پلاتفۆرمەکانی تۆڕە کۆمەڵایەتییەکانە بۆ پەیوەندی کردن لەگەڵ جەماوەرەکەت بۆ دروستکردنی براندەکەت، زیادکردنی فرۆش و ترافیکی وێبسایتت.

1. **Provide some examples of social media networking sites and explain one of them in terms of marketing?**

By using the following famous social networking sites we can increase the site traffic and get potential customers.

Facebook

Instagram

Twitter

Linkedin

**Twitter**

* Focus on Brand promotion and microblogging (140 characters)
* Building powerful and strong relationships with prospective customers
* Attractive biography increases popularity.
* Educating them with new product use, advantages, and creating awareness and necessity.
* Filling up the page with quick techniques and tips.
* Use search twitter.com & Twellow.com to find more users.
* Gain followers by following active members
* Post a product or link and ask for opinions and reviews
* Post promotion codes for products such as a discount coupon, buy 1/get1 free
* Don’t take customers directly to the product page. Give them a detailed description before.
* Try to implement cross-selling in the website (pack include breakfast when we book hotel)

**Facebook**

* Side banner showing the company details such as what we are, what we do, contact us, etc.
* We can include our new product details – banner
* We can publish notes and create groups.
* We can create pages for products, organizations, celebrities, etc.
* We can upload photos, videos, post links that direct to our site/blog.
* We can create events like recent activities, upcoming events, etc
* Create advertisements about the new services, existing and upcoming products (ads are paid based on click rate/day).
* We can create multiple admins for a page
* We can send links to members & groups for getting their opinions & reviews
* We can send offers, promotional codes, discount coupons to members & groups

**LinkedIn** We can:

* Create groups & make others follow us
* Request for opinions & suggestions
* Expose our skillset
* Follow companies & makes others follow us
* Increase visibility & connect ability
* Track startups
* Gauge the health of the company & industry
* Make interview go smoother

**چەند نموونەیەک لە سایتەکانی تۆڕەکانی کۆمەڵایەتی دابین بکە و یەکێک لەوانە لە ڕووی بازاڕکردنەوە ڕوون بکاتەوە؟**

بە بەکارهێنانی ماڵپەڕە کۆمەڵایەتیە بەناوبانگەکانی خوارەوە دەتوانین ترافیکی سایتەکە زیاد بکەین و کڕیاری شاراوە بەدەست بهێنین.  
فەیسبووک  
ئینستاگرام   
تویتەر   
لینکدین

**تویتەر**

١. سەرنج بدە لەسەر بەرزکردنەوەی براندەکەت و مایکرۆبڵاگ "نوسینی کورت" لە (140پیت)   
٢. دروستکردنی پەیوەندی بەهێز و بەتوانا لەگەڵ ئەو کڕیارەکانەی کە چاوەڕی دەکرین ببن بە کریاری راستەقینە   
٣. نوسینی ژیاننامەی یان بەسەرهاتی سەرنجڕاکێش ناوبانگی کومپانیا زیاد دەکات.  
٤. فێرکردنیان لە بەکارهێنانی بەرهەمی نوێ و سوودەکانی و دروستکردنی هۆشیاری و ئەوەی کە پێویستیانە   
٥. پڕکردنەوەی لاپەڕەکە بە تەکنیکی خێرا و ئامۆژگاری.  
twitter.com &Twellow.com ٦. بۆ دۆزینەوەی بەکارهێنەری زیاتربەکارهێنانی گەڕان لە   
٧. دەستکەوتنی شوێنکەوتووی زیاتر بە پەیڕەوکردنی شوێنکەوتنی ئەندامە چالاکەکان   
٨. بەرهەمێک یان لینکێک دابنێ و داوای بۆچوون و پێداچونەوە بکە

٩. دانانی ژمارەی نهێنی بو بەدەستهێنانی کالا بەخۆرایی لە ریگەی داشکاندن یان کۆپۆن یان یەک بکرە و یەک بەخورایی وەربگرە.  
١٠. کڕیارەکان ڕاستەوخۆ مەبە بۆ لاپەڕەی بەرهەمەکە. پێشتر وەسفێکی وردیان پێ بدە.   
١١. هەوڵ بدە بۆ جێبەجێ کردنی فرۆشتنی "جاران یان بەرابەر" لە وێب سایتەکە (نانی بەیانی بەخۆراییە کاتێک لە هۆتێلیلەکەی ئێمە دەمینەوە یان کاتێک لەسەر ئەنترنێت حێجز دەکەی)

**فەیسبوک**

١. لافیتەی وردەکاریەکانی کۆمپانیاکە نیشان دەدات وەک ئەوەی ئێمە کێن، چێ دەکەین، پەیوەندیمان پێوە بکە، هتد.  
٢. ئێمە دەتوانین وردەکاری بەرهەمە نوێیەکانمان لە فێسبوک دابنێین لە ریگەی لافیتەوە  
٣. ئێمە دەتوانین تێبینیەکان بڵاوبکەینەوە و گرووپ دروست بکەین.  
٤. ئێمە دەتوانین لاپەڕە دروست بکەین بۆ بەرهەمەکان، ڕێکخراوەکان، ناودارەکان، هتد.  
٥. ئێمە دەتوانین وێنەکان، ڤیدیۆکان، لینکە پۆستەکان ڕاستەوخۆ باربکەین بۆ سایت/بلۆگەکەمان.  
٦. دەتوانین ڕووداوی وەک چالاکیەکانی ئەم دواییە و ڕووداوەکانی داهاتوو و هتد دروست بکەین  
٧. دروستکردنی ڕیکلام دەربارەی خزمەتگوزاریە نوێکان، بەرهەمەکانی بەردەست و داهاتوو (رێکلام کردن و پارەدان لەسەر بنەمای ڕێژەی داگرتنی سایت یان لینک لە ڕۆژێک).  
٨. ئێمە دەتوانین چەندین بەڕێوەبەر دروست بکەین بۆ لاپەڕەیەک  
٩. ئێمە دەتوانین لینک بنێرین بۆ ئەندامان و گروپەکان بۆ وەرگرتنی بۆچوونەکانیان و پێداچوونەوەکان  
١٠. ئێمە دەتوانین ئۆفەرەکان، کۆدی بەرزکردنەوە، کۆپۆنی داشکاندن بنێرین بۆ ئەندامان و گروپەکان

**لینکدێن** ئێمه دەتوانین  
١. گرووپ دروست بکەین و وا لە ئەوانی تر بکەین شوێنمان بکەون  
٢. داواکردنی بۆچوونەکان و پێشنیارەکان   
٣. کارامەییەکانمان دەربخەین  
٤. شوێن کۆمپانیاکان بکەون و وا لە ئەوانی تر بکەین شوێنمان بکەون  
٥. بینینی سایت و توانای بەیەکەوەگرێدان زیادبکەین   
٦. بەدواکەوتنی ئەوکۆمپانیانەی کە لە دەستپێک دان یارمەتی ئێمە دەدات کە خەریکی دروستکردنی چن و تێبینیەکان چێ نوسراون  
٧. تەندرووستی کۆمپانیا پێوانە بکەین ئەویش لە رێگەی جیاوازی وەکو راپرسی  
٨. چاوپێکەوتنەکان لە رێگەی لینکدین ئاسانتر بکەین

1. **Why do Businesses need to consider social media marketing services?**

**Size: 1.** too many users all around the world:

Facebook – 2.89 Billion Active Users. ...

YouTube – 2.291 Billion Active Users. ...

2. **transparency:** company cannot fake the authenticity in an attempt to get more people involved.

**3. reach:** social media make it possible to become a global player fast

**4. Boost website traffic**: social media is probably the fastest and easiest means of redirecting traffic to the company’s website. By simply placing their website URL in their profile.

**5. Branding:** social media is a smart way to build brands. They are known to be one of the most powerful and fastest means of brandings.

**بۆچی پیشەکان پێویستە ڕەچاوی خزمەتگوزاری بەبازاڕکردن لە تۆڕە کۆمەڵایەتییەکان بکەن؟**

١. **هوکاری یەکەم قەبارە**: هەبوونی بەکارهێنەری زۆر لە هەموو جیهاندا:  
فەیسبووک - 2.89 ملیار بەکارهێنەری چالاک. ...  
YouTube - 2.291 ملیار بەکارهێنەری چالاک. ...

2. **شەفافیەت:** کۆمپانیا ناتوانێت ڕەسەنایەتی ساختە بکات لە حەوڵێکدا بۆ ئەوەی کەسانی زیاتر بکاتە ئەندام، ئەندامەکان دەتوانن بە ئارەزری خۆیان هەڵبژێرن کە لەگەڵ کۆمپانیاکە پەیوەندی بکەن یان نە. هەروەها بۆچوونەکان لەسەر پلاتفۆرمی تۆڕە کۆمەڵایەتییەکان بە جدیتر وەردەگیردرێن  
3. **گەیشتن بە:** تۆڕە کۆمەڵایەتییەکان یارمەتیت دەدەن کە خێرا ببیە گەمەکەرێکی جیهانی   
4. **زیادکردنی ترافیکی وێب سایت:** تۆڕە کۆمەڵایەتیەکان لەوانەیە خێراترین و ئاسانترین ئامرازی ئاراستەکردنەوەی ترافیک بۆ وێبسایتی کۆمپانیاکە بێن، ئەویش بە دانانی وێب سایتەکەیان لە پرۆفایلەکەیان.   
5. **براندینگ یان بە مارکەکردن**: بەکارهێنانی تۆڕە کۆمەڵایەتییەکان ڕێگایەکی زیرەکانەیە بۆ دروستکردنی براندەکان. ئەوان ناسراون بە یەکێک لە بەهێزترین و خێراترین ئامرازەکانی دروستکردنی مارکە.

1. **Explain only four advantages of using social media for marketing by businesses?**
2. Brand awareness - Compelling and relevant content will grab the attention of potential customers and increase brand visibility.
3. Brand reputation - You can respond instantly to industry developments and be seen as 'thought leader' or expert in your field.
4. Cost effective - It can be much cheaper than traditional advertising and promotional activities. The costs of maintaining a social media presence are minimal. If you choose to invest in paid advertising, you can spend as much or as little as your budget allows.
5. Website traffic - Social content can boost traffic to your website. This can lead to increased online conversions such as sales and leads.
6. Evaluation - It is easy to measure how much website traffic you receive from social media. You can set up tracking to determine how many sales are generated by paid social advertising.
7. Customer interaction - You can deliver improved customer service and respond effectively to feedback. Positive feedback is public and can be persuasive to other potential customers. Negative feedback highlights areas where you can improve.
8. Target audience - Customers can find you through the social media platforms they use most. You can choose to maintain a presence on particular platforms that are in line with your target audience. For example, if you are targeting young people you could reach them through Snapchat. If you are seeking business customers, LinkedIn may be the best channel.
9. Brand loyalty - You can build relationships with your customers through social media. This can help increase loyalty and advocacy.

**تەنها چوار سوود لە بەکارهێنانی تۆڕە کۆمەڵایەتیەکان بۆ بازاڕکردن لە لایەن بزنسەکانەوە ڕوون دەکاتەوە؟**

**١**. بەرزکردنەرەی هۆشیاری لەسەر مارکەکەت – ناوەڕۆکە سرنجراکێشەرەکان و پەیوەندیدارەکان سەرنجی کڕیارە شاراوەکان رادەکیشێت وناچاریان دەکات کە زیاتر لەسەر براندەکە بزانن.   
٢. ناوبانگی براند زیاد دەکات - دەتوانیت دەستبەجێ وەڵامی کێشە و پێشکەوتنەکان لە پیشەسازیەکەت بدەیتەوە و وەکو سەرکردە و شارەزا لە بوارەکەت ببینرێ.   
٣. تێچووی کاریگەر - دەکرێت زۆر هەرزانتر بێت لە ڕیکلامی نەریتی. تێچوونەکانی هەبوونێت لەسەر تۆڕە کۆمەڵایەتییەکان کەمترینە. ئەگەر تۆبریاری ڕیکلامی بەپارە دا لە تۆرەکۆمەڵایەتییەکان، دەتوانیت بە ئەندازەی پێویست یان هەر چەندێک کە بودجەکەت ڕێگە پێدەدات سەرف بکەیت.  
٤. ترافیکی وێب سایت زیادبکەیت - ناوەڕۆکە کۆمەڵایەتیەکان دەتوانێت ترافیک بۆ وێب سایتەکەت بەهێز بکات. ئەمەش دەتوانێت ببێتە هۆی زیادبوونی گۆڕینی کریاری ناراستەقینە بۆ کریاری راستەقینە و زیادکردنی فرۆشتن.

٥. هەڵسەنگاندن – زور بە ئاسانی دەتوانیت پێوانە بکەیت کە چەند کەس سەردانی وێب سایتەکەتی کردیە لە تۆڕە کۆمەڵایەتییەکان. تۆ دەتوانیت شوێنپێکەوتنەکە ڕێک بخەیت بۆ ئەوەی بزانیت چەند فرۆشتن بەرهەم دەهێنرێت لەلایەن ڕیکلامی کۆمەڵایەتی پارەدراوەرە.  
٦. کارلێککردنی کڕیار - دەتوانی خزمەتگووزاری باشترکراو پێشکەشی کڕیاران بکەیت و بە کاریگەری وەڵامی فیدبەکەکانیان بدەیەوە بۆ کاردانەوەی ئەرێنی. کاردانەوە ئەرێنیەکان گشتین و ئەتوانن قایلکەر بن بۆ کڕیارەکانی ترکاتێک دەبینن کە چەند بە پرۆفێشنالانە وەلام درایتەوە، هەروەها کاردانەوە نەرێنیەکان، ئەو شوێنانەن کە دەتوانرێت باشتر بکرێت.  
٧. بینەری ئامانجکراو - کڕیارەکان دەتوانن لە ڕێگەی تۆڕە کۆمەڵایەتییەکانەوە تۆ بدۆزنەوە کە زۆربەیان بەکاری دەهێنن. تۆ دەتوانیت بژاردەێک لەو تۆرانە هەلبژێریت بۆ نزیک بون لە کریارەکانت. بۆ نمونە، ئەگەر تۆ گەنجەکان بە ئامانج دەگری، دەتوانیت لە ڕێگەی سنرپچەت بیانگەیت. ئەگەر تۆ بەدوای کڕیارەکانی بازرگاندا دەگەڕێیت، لینکدین لەوانەیە باشترین کەناڵ بێت.  
٨. دڵسۆزی و وەفاداری بۆ براند - دەتوانیت پەیوەندی دروست بکەیت لەگەڵ کڕیارەکانت لە ڕێگەی تۆڕە کۆمەڵایەتییەکانەوە. ئەمە دەتوانێت یارمەتیدەر بێت بۆ زیادکردنی دڵسۆزی و داکۆکیکردن لە کالاو و ناوبانگت.

1. **What are some of the disadvantages of using social media for marketing by businesses?**
2. Resources - You will need to commit resources to manage your social media presence, respond to feedback, and produce new content. This can include hiring and training staff, investing in paid advertising, and paying for the costs of creating video or image content.
3. Evaluation - While it is easy to quantify the return-on-investment in terms of online sales generated by social media advertising - there are some less tangible benefits. It can be hard to measure and place a monetary value on the brand awareness and reputation that social media can bring. It's difficult to know how social media affects sales in-store.
4. Ineffective use - Social media can be used ineffectively. For example, using social media to push for sales without engaging with customers, or failing to respond to negative feedback - may damage your reputation.

**هەندێک لە زیانەکانی بەکارهێنانی تۆڕە کۆمەڵایەتییەکان بۆ بازاڕکردن لەلایەن بازرگانیەکانەوە چین؟**

**سەرچاوەکان** - تۆ پێویستت بە سەرچاوەیەکی زور دەبێت بۆ بەڕێوەبردنی ١. ئامادەبوونت لە تۆڕە کۆمەڵایەتییەکان، ٢. وەڵامدانەوەی فیدبەکەکان، و٣. بەرهەمهێنانی ناوەڕۆکی نوێ بۆ ئەندانان. ئەمە پێویستی بە دامەزراندن و ڕاهێنانی ستافە، وەبەرهێنان لە ڕیکلامی پارەدراو، وهەروەها پارەدان بۆ تێچووەکانی دروستکردنی ناوەڕۆکی ڤیدیۆیی یان وێنەیی.  
**هەڵسەنگاندن** - لە کاتێکدا ئاسانە بۆ دیاریکردنی ئەو برە پارەیەی کە دەستمان کەوتووە لە فرۆشتنی ئۆنلاین کە لە لایەن میدیای کۆمەڵایەتیەوە دروست کراوە - بەلام هەندێک سوودی کەمتر بەرجەستە دەکرێن. بو نمونە دەکرێت قورس بێت بۆ پێوانەکردن و دانانی بەهایەکی دراوی لەسەر ئەو ئاگایی و ناوبانگەی کە لە تۆڕە کۆمەڵایەتییەکان دەتوانرێت بەدەست بهینرێت. هەروەها، زەحمەتە بزانیت کە چۆن تۆڕە کۆمەڵایەتیەکان کاریگەری لەسەر فرۆشتنی ناو دوکان هەیە.  
**بەکارهێنانی ناکاریگەر** - تۆڕە کۆمەڵایەتیەکان دەتوانن بە شێوەیەکی ناکاریگەر بەکار بهێنرێن. بۆ نمونە، بەکارهێنانی تۆڕە کۆمەڵایەتیەکان بۆ پاڵنان بۆ فرۆشتن بەبێ تێکەڵ یان بەشدار بوون لەگەل کڕیارەکان، یان شکستهێنان لە وەڵامدانەوەی کاردانەوەی نەرێنی - لەوانەیە زیان بە ناوبانگی تۆ بگەیەنێت.

1. **Describe some of the Social media challenges for tourism businesses?**

There are so many social media tools and platforms it can be hard to know where to begin. For small businesses the key issue is resource - if you don't have someone able to manage a social media campaign, it can be a drain on your time and a potential distraction from your core business. Some of the main challenges to consider are:

* What do you hope to achieve by using social media?
* How much time you can devote to social media?
* What are the most effective platforms to use?
* What are you trying to achieve for your business?

**باسی هەندێک لە بەرەنگاری تۆڕە کۆمەڵایەتیەکان بکە بۆ بازرگانی گەشتیاری؟**

زۆر ئامراز و پلاتفۆڕمی تۆڕە کۆمەڵایەتییەکان هەن کە ئەکرێ زەحمەت بێت بزانیت لە کوێ دەست پێ بکەین. بۆ پیشە بچووکەکان کێشەی سەرەکی سەرچاوەیە - ئەگەر تۆ کەسێکت نەبێت کە توانای بەڕێوەبردنی هەڵمەتێکی میدیای کۆمەڵایەتی هەبێت، ئەوە دەتوانێت ببێتە هوی لەناربردنی کاتەکەی تۆ و شێواندنێکی شاراوە لە بازرگانی ناوکی تۆ. هەندێک لە کێشە سەرەکیەکان بۆ ڕەچاوکردن ئەمانەن:

هیوات وایە بە بەکارهێنانی تۆڕە کۆمەڵایەتییەکان چی بەدەست بهێنیت؟  
چەند کات دەتوانی بۆ تۆڕە کۆمەڵایەتیەکان تەرخان بکەیت؟  
کاریگەرترین پلاتفۆرمەکان بۆ بەکارهێنان چین؟  
تۆ هەوڵ دەدەیت چی بەدەست بهێنیت بۆ بازرگانیەکەت؟

1. **Crowdsourcing?** Ask your network to share solutions to a particular problem your company is experiencing, either on its own or in groups. The community collects, develops, and ranks the contributions to reveal the strongest performers.
2. **Open innovation?** allowing people to submit their own competitive ideas and inventions for your company to harness.

**قەرەباڵغ کردنەوە؟** داوا لە تۆڕەکەت بکە بۆ هاوبەشکردنی چارەسەرەکان بۆ کێشەیەکی تایبەت کە کۆمپانیاکەت هەیەتی. کۆمەڵگەی سەر ئەنترنێت جارەسەریەکان کۆ دەکاتەوە، گەشەی پێ دەکات، و لە کۆتایی دا پلەبەندی دەکات بۆ ئاشکراکردنی بەهێزترین پێشکەشکارەکان.  
**داهێنانی کراوە؟** ڕێگە بە خەڵک دەدات کە بیرۆکە و داهێنانە پێشبڕکێکاریەکانی خۆیان پێشکەش بکەن بۆ کۆمپانیاکەت بۆ ئەوەی سودی لێ وەربگیرێت.

1. **Suggest some of the advantages of social media for innovation?**

With so many minds able to network together, crowdsourcing and open innovation allow people to work together on a massive scale. By involving your online contact network, you can benefit from:

1. the wisdom and creativity of people outside your own workforce
2. the increased likelihood of people picking up on and developing innovative ideas that might otherwise go unrecognized
3. the outside perspective of customers - and potential customers - who may see issues and opportunities you're unaware of
4. increased customer loyalty and brand advocacy that comes from having a say in your company's offer
5. lower costs when developing new products or enhancements.

**پێشنیاری هەندێک لە سوودەکانی تۆڕە کۆمەڵایەتیەکان بۆ نوێکاری؟ بکە**

لەگەڵ ئەوەی زۆرێک لە مێشکەکان کە دەتوانن پێکەوە تۆڕ دروست بکەن، قەرەباڵغی و داهێنانی کراوە ڕێگە بە خەڵک دەدات کە پێکەوە کار بکەن لەسەر پێوەرێکی گەورە. بە بەشداری پێکردنی تۆڕی پەیوەندی ئۆنلاین، دەتوانیت سوود وەرگریت لە:

١. دانایی و داهێنانی خەڵک لە دەرەوەی هێزی کارەکەت  
٢. زیادبوونی ئەگەری ئەوەی کە خەڵک هەڵگری بیرۆکەی نوێخوازین ودەیانەوی گەشە پێ بدەن کە لەوانەیە بە پێچەوانەوە ئەگەر داوایان لێ نەکرێت کە پێش بکەن، نەناسرێتەوە لەبیر بکرێن و سود لێیان وەرنەگرێت  
٣. تێڕوانینی دەرەوەی کڕیارەکان - و کڕیارە شاراوەکان - کە لەوانەیە کێشەکان و دەرفەتەکان ببینن کە تۆ ئاگات لێنیە  
٤. زیادکردنی دڵسۆزی کڕیار و داکۆکی کردن لە براند کە لە پێدانی مەجالی هەبوونی وتەیەک یان پێشنیارێک لە داهاتوی کۆمپانیاکەت بەدەست دێت  
٥. تێچوونی کەمتر لە کاتی پەرەسەندنی بەرهەمی نوێ یان باشترکردنی.

1. **Mention only three strategies for social media marketing?**

**This is the age of consumer satisfaction:**

* It is not about selling, it is more about interacting
* There is a lot of business can learn from customers
* Social media help to identify, listen to their feedback and use it to improve and innovate on products and services.

**SMM is not a mass advertising strategy:**

* It can be used to identify peer groups and advertise to that particular group.
* It can help identifying influencers and through them, one can guide a prospective customers into making purchase.

**The message must also provoke the recipient into action:**

* Like seeking a detailed description of the product/services,
* Or suggest to a friend or initiate purchase.

**SMM calls for novel advertising methods as the attention span of online junta is very low:**

* This is due to multitasking phenomena.
* A person watching a video clip on YouTube might be simultaneously updating a blog, while watching friend’s photograph on Facebook.
* In order to get their attention back from distraction, advertiser must be innovative and interesting to hold the imagination and the attention of the prospect.

**Social media can be used to increase customer loyalty:**

* through customer support services and
* Improving customer retention

**SMM can also be used by brands to wards off any negative publicity:**

* But brands have to be cautious here to not over doing branding

**تەنها سێ ستراتیژی بۆ بەبازاڕکردنی تۆڕە کۆمەلایەتیەکان باس بکە؟**

**ئەمە سەردەمی ڕەزامەندی بەکارهێنەرە:**  
١. ئەوە ستراتیجیە ئەوندەی پەیوەندی بەکارلیکردنەوە و هەمانگیەوە بەینی کومپانیا و کریارەوە هەیە ئەوەندە پەیوەندیبە فرۆشتنەوە نییە،   
٢. زۆر شت هەیە کە کوپانیا دەتوانێت لە کڕیارەکانەوە فێر بێت  
٣. تۆڕە کۆمەڵایەتیەکان یارمەتیت دەدەن بۆ دەست نیشان کردن، گوێگرتن لە کاردانەوەکانیان و بەکارهێنانیان بۆ باشترکردن و داهێنان لەسەر بەرهەم و خزمەتگوزاریەکان.   
**بەبازارکردن لە تۆرەکۆمەلایەتیەکان ستراتیجی ڕیکلامی بەکۆمەڵ نیە:**  
١. بەبازارکردن لە تۆرەکۆمەلایەتیەکان دەتوانرێت بەکار بهێنرێت بۆ ناسینەوەی ئەو گروپانەی کە هاوتەمەنن ولەدوای ڕیکلام کردن بۆ ئەو گروپەی کە دیاریکراوە.  
٢. ئه وه ده توانێ یارمەتیت بدات که کەسە کاریگەره کان دیاری بکه ی و له ڕێگەی ئه وانەوە ده توانی به کڕیاره کانێت بگەیت بۆ ئه وه ی که کڕین بکه ن.   
**پەیامەکە هەروەها دەبێت وەرگرەکە یان گۆێگر هان بدات بۆ کرداری:**  
١. وەک گەڕان بەدوای وەسفێکی ورد بۆ بەرهەم/خزمەتگوزاریەکان  
٢. یان پێشنیار بکە بۆ هاوڕێیەکی یان دەست پێ کردنی کڕین.

**بەبازارکردن لە تۆرەکۆمەلایەتیەکان بانگێشتی شێوازێکی نۆی بۆ ڕیکلام دەکات لەبەرئەوەی مەودای سەرنج بە شێوەیەکی گشتی لەسەر ئۆنلاین زۆر نزمە:**  
١. ئەمە بەهۆی دیاردەی فرەیی ئەرک و فرمانەکانەوەیە   
٢. کەسێک کە سەیری گرتەیەکی ڤیدیۆیی دەکات لە یوتوب لەوانەیە لە هەمان کاتدا خەریکی دارێستنی بلۆگێک بێت، هەروەها سەیرکردنی وێنەی هاوڕێ لە فەیسبووک.   
٣. بۆ ئەوەی سەرنجی کەسەکان لە سەرلێشێوایی ئەرکە جیاوازەکان بگەڕێتەوە سەر ریکلام، دەبێت ڕیکلامکەر داهێنەرانە بێت و ناوەروک سەرنج ڕاکێش بێت بۆ ڕاگرتنی خەیاڵ و سەرنجی کەسەکان.   
**تۆڕە کۆمەڵایەتیەکان دەتوانن بەکار بهێنرێن بۆ زیادکردنی دڵسۆزی کڕیارەکان:**  
 ١. لە ڕێگەی خزمەتگوزاری پشتگیری کڕیار و

٢. باشترکردنی خزنەتگوزاری هێشتنەوەی کڕیارەکان  
**ئێس ئێم ئێم هەروەها دەتوانرێت بەکار بهێنرێت لەلایەن براندەکان بۆ دوورخستنەوەی هەر جورە ریکلامێکی نەرێنی:**   
١.بەڵام براندەکان دەبێت لێرە هۆشیار بن بۆ ئەوەی زیاتر لە سنوری خوی ریکلام نەکەن

1. **How can we develop social media strategy?**

Social media can help some businesses achieve their objectives, eg marketing their services, driving sales and interacting with customers. Planning ahead can help you make the most of this opportunity. Before you start using social media, you should think strategically about what you hope to achieve and if you have the resources to manage it properly.

Your social media strategy should be in line with your overall marketing strategy and plan. See the following guides:

create your marketing strategy

write a marketing plan

develop a digital marketing plan

**چۆن دەتوانین ستراتیژی تۆڕە کۆمەڵایەتییەکان پەرە پێبدەین؟**

تۆڕە کۆمەڵایەتیەکان دەتوانن یارمەتی هەندێک بازرگانی بدەن بۆ گەیشتن بە ئامانجەکانیان، بەبازاڕکردنی خزمەتگوزاریەکانیان، زیادکردنی فرۆش و کارلێککردن لەگەڵ کڕیارەکان. لە دەستپێک پلان دانان دەتوانێت یارمەتیت بدات کە زۆرترین دەرفەتت دەست بکەوێت. پێش ئەوەی دەست بە بەکارهێنانی تۆڕە کۆمەڵایەتیەکان بکەیت، پێویستە بە ستراتیجیانە بیر بکەیتەوە لەوەی کە هیوات پێیە چێ بەدەستی بهێنیت ئەگەر سەرچاوەکانت هەبێت بۆ بەڕێوەبردنی بە باشی.   
ستراتیژی تۆڕە کۆمەڵایەتیەکانت دەبێ ھاوڕا بێت لەگەڵ پلان و ستراتیجێکی بەبازاڕکردنی گشتیت. ئەم ڕێنوێنانەی خوارەوە ببینە:  
- ستراتیژی بازاڕکردنەکەت دروست بکە   
- پلانی بازاڕکردن بنوسە  
- پلانی بازاڕکردنی دیجیتاڵی پەرەپێبدە

1. **Provide eight examples of social media goals?**

If you can devote the time to managing a social media channel, you need to define your goals. Examples of goals include:

* driving sales
* product promotion
* recruitment
* brand awareness
* customer service
* building your industry reputation
* forming relationships and networks
* managing enquiries

Ensure your social media goals are related to the overall aims of the business and wider marketing strategy.

**هەشت نموونە لە ئامانجی تۆڕە کۆمەڵایەتیەکان دابین بکەن؟**

ئەگەر بتوانیت کات تەرخان بکەیت بۆ بەڕێوەبردنی کەناڵێکی تۆڕە کۆمەڵایەتییەکان، پێویستە ئامانجەکانی خۆت پێناسە بکەیت. نموونەکانی ئامانجەکان بریتین لە:

- زیادکردنی فرۆشتن  
- بەرزکردنەوەی بەرهەم  
- دامەزراندن  
- بەرزکردنەوی ئاگاداری یان وشیاری لەسەر براند  
- خزمەتگوزاری کڕیار  
- دروستکردنی ناوبانگی پیشەسازییەکەت  
- پێکهێنانی پەیوەندیەکان و تۆڕەکان  
- بەڕێوەبردنی لێپرسینەوەکان  
پێویستە دڵنیابی کە ئامانجی تۆڕە کۆمەڵایەتییەکانت پەیوەندی بە ئامانجە گشتیەکانی بازرگانی و ستراتیژی بازاڕکردنی فراوانترەوە هەیە.

1. **What are some of the activities of your social media plan?**

Once your objectives have been set, it is time to plan the activities that will help you achieve them. Your plan should include:

**Social media channels:** You don't need to be on every platform - decide which are best suited to your business and goals. For example, if you run a local consumer business like a shop or restaurant, Facebook may help you reach your audience. A larger company interested in using social media for recruitment could consider LinkedIn. See social media platforms.

**Content:** Build a plan for the content you will post. This could include a mix of images, links to blog articles, videos or infographics. Think about what will interest, entertain or be useful to your audience. Use a mix of this engaging content alongside more sale-focused content about products or deals. see content marketing.

**Resources:** Decide who will manage your social media channels - including creating content and reacting to comments. Ensure the team or individual has the right skills and enough time. Consider if training is needed. If you decide to use paid promotion, allocate a realistic budget.

**هەندێک لەچالاکییەکانی پلانی تۆڕەکۆمەڵایەتییەکانتان چین؟**

کاتێک ئامانجەکانت دیاری کرا، کاتی ئەوە هاتووە کە پلان بۆ ئەو چالاکیانە دابڕێژین کە یارمەتیت دەدات بۆ گەیشتن بە ئەوان. پلانەکەت دەبێت بریتی بێت لە:  
١. کەناڵەکانی تۆڕە کۆمەڵایەتیەکان: پێویست ناکات لەسەر هەموو پلاتفۆرمێک بیت - بڕیار بدە کە کامەیان باشترینە و گونجاوە لەگەڵ پیشە و ئامانجەکانت. بۆ نمونە، ئەگەر پیشەی بەکارهێنەری خۆماڵی وەک دووکانێک یان ڕێستۆرانتێک بەڕێوە دەبەیت، لەوانەیە فەیسبووک یارمەتیت بدات بۆ گەیشتن بە جەماوەرەکەت. کۆمپانیایەکی گەورەتر کە حەزی لە بەکارهێنانی تۆڕە کۆمەڵایەتییەکانە بۆ دامەزراندن دەتوانێت لینکدین ڕەچاو بکات. سەکۆکانی تۆڕە کۆمەڵایەتیەکان تەماشا بکە.  
٢. ناوەڕۆک: پلانێت هەبێت بۆ ئەو ناوەڕۆکەی کە بڵاو دەکەیەوە. ئەمە دەتوانێت تێکەڵەیەک لە وێنەکان، لینکەکان بۆ وتارەکانی سەر ئەنترنیت، ڤیدیۆکان یان زانیاریەکان لەخۆ بگرێت. بیر لەوە بکەوە کە بینەرەکە حەزی لە چیە، خۆشی لێ دەبات یان بۆ بینەرەکەت بەسوودی دەبێت یان نە. تێکەڵەیەک لەمانە بەکار بهێنە شانبەشانی ئەو ناوەروکەی کە تیشک دەخاتە سەر فرۆشی کالا یان خزنەتگوزاری. سەیری ناوەڕۆکی بازاریکردن بکە.  
٣. سەرچاوەکان: بڕیار بدە کێ کەناڵەکانی تۆڕە کۆمەڵایەتییەکانت بەڕێوە دەبات - کە پێکدێت لە دروستکردنی ناوەڕۆک و کاردانەوە بۆ لێدوانەکان. دڵنیابە کە تیمەکە یان تاکەکە کارامەیی گونجاوی هەیە و کاتی تەواو. ڕەچاوی بکە ئەگەر ڕاهێنان پێویستە. ئەگەر تۆ بڕیار بدەیت بۆ بەکارهێنانی بەرزکردنەوەی پارە، بوودجەیەکی ڕاستەقینە تەرخان بکە.

1. **How important it is to measure the impact of your time on social media?**

* Once you are up and running, it's important to monitor how effective your time on social media is. There are lots of free and paid tools available to track your social media activity and measure its impact.
* If your goal is driving sales then monitoring referrals from social media channels is important. Brand awareness and promotion might be measured through the level of interactions, or traffic driven to your website.
* Monitoring the engagement and reactions on your social media posts will help you plan future content based on what is successful.

**چەند گرنگە کە کاریگەری کاتەکەت لە تۆڕە کۆمەڵایەتییەکاندا بپێویت؟**

کاتێک کارەکەت سەری گرت، گرینگە چاودێری کاتەکەت بکەیت کە چەندە کاریگەرە لەسەر تۆڕە کۆمەڵایەتیەکان. ئامرازێکی زۆرهەیە کە هەم بەلاشن و هەمیش بەپارەن بۆ بەدواداچوونی چالاکی تۆڕە کۆمەڵایەتییەکانت و پێوانەکردنی کاریگەریەکەی.  
ئەگەر ئامانجت زیادکردنی فرۆشتن بێت، ئەوا چاودێریکردنی پیشنیارکراوەکان لە کەناڵەکانی تۆڕە کۆمەڵایەتییەکانەوە گرنگە. ئاگایی و بەرزکردنەوەی ۆشیاری لەسەر براند لەوانەیە بپێورێت لە ڕێگەی ئاستی کارلێککردنەکان، یان ترافیکی سەر وێب سایتەکەت.   
چاودێریکردنی بەشداری و کاردانەوەکان لەسەر پۆستەکانی تۆڕە کۆمەڵایەتییەکانت یارمەتیت دەدات کە ناوەڕۆکی داهاتووت لەسەر بنەمای ئەوەی سەرکەوتووە دابڕێژیت.

1. **Suggest ten tips for tourism organizations for using social media?**
2. Choose your platform wisely
3. Plan, plan, plan
4. Measure performance
5. . Let others know
6. Look professional
7. Add value for your customers
8. Be consistent
9. Find out what works for you
10. Different platforms need different content
11. Communicate with staff

**پێشنیاری 10 ئامۆژگاری بۆ ڕێکخراوە گەشتیارییەکان بۆ بەکارهێنانی تۆڕە کۆمەڵایەتییەکان؟**

١. پلاتفۆڕمەکەت بە ژیرانە هەڵبژێرە  
٢. پلان، پلان، پلان  
٣. پێوانەیی کردنی ئەدای کارەکەت  
٤. با هەموو ئەوانی تر بزانن  
 ٥. با پرۆفیشناڵ سەیر بکریت  
٦. زیادکردنی بەها بۆ کڕیارەکانت  
٧. ڕێک و پێک و دەقیق بوون لە وەلامدانەوەو گەیاندنی خزمەتگوزاری  
٨. بزانە چێ شتێک بۆ پیشەکەی تۆ دروستە  
٩. پلاتفۆرمی جیاواز پێویستی بە ناوەڕۆکی جیاواز هەیە  
١٠. پەیوەندی بەردەوامێت هەبێت لەگەڵ ستافەکەت

1. **What are some Points to consider to implement SMM strategies successfully?**
2. The companies should not do it because others are doing it
3. The market should be analyzed to first understand whether their brand would really benefits from SMM.
4. It should try and find out whether SMM strategies fit its brand
5. Businesses shouldnot expect results over night. SMM is a long term strategy. The results may be visible from three to six month.
6. SMM is not a standalone tool for marketing. It has to be used along all the other conventional marketing strategies.

**هەندێک خاڵ بۆ ڕەچاوکردنی جێبەجێکردنی ستراتیژی تۆڕەكۆمەڵایەتیەکان بە سەرکەوتوویی چین باس بکە؟**

**- نابێت کۆمپانیاکان چاڵاکی بەبازارکردنی سەر تۆڕەکۆمەڵایەتیەکان ئەنجامی بدەن لەبەرئەوەی ئەوانی تر دەیکەن  
- ئەو بازارەی کە تیدای دەبێت شیبکرێتەوە بۆ ئەوەی یەکەم شت تێبگەی کە ئایا مارکەکەیان بەڕاستی سوود لە بەبازارکردن لە تۆڕەکۆمەڵایەتیەکان وەردەگرێت.  
- پێویستە هەوڵ بدات و بزانێت کە ئایا ستراتیژی بەبازارکردن لە تۆڕەکۆمەڵایەتیەکان گونجاوە لەگەڵ براندەکەی  
- بازرگانەکان نابێت چاوەرێی ئەنجامەکان بکەن لە شەوێکدا. بەبازارکردن لە تۆڕەکۆمەڵایەتیەکان ستراتیجێکی درێژخایەنە. ئەنجامەکان لەوانەیە ببینرێن لە سێ بۆ شەش مانگەوە.   
- بەبازارکردن لە تۆڕەکۆمەڵایەتیەکا ئامرازێکی وەستاو و تەنها نیە بۆ بازاڕکردن. پێویستە لەگەل هەموو ستراتیجیە باوەکانی تری بازاڕکردن بەکار بهێنرێت.**