

## التسويق الرقمي أداة حديثة لخدمة التبليغ الديني

التسويق بمفهومه العام: علاقة بين الشخص الذي لديه احتياج والشخص الذي يمكنه سد هذا الاحتياج. أي أنه اشباع حاجات ورغبات المستهلك لتحقيق هدف معين، وبطريقة أخرى يمكن التعبير عنه بأنه فن الإقناع.

أما التسويق الرقمي أو الإلكتروني فهو: أحد الأدوات الأكثر تأثيراً في العصر الحديث لإيصال ما تقدمه من المنتجات والخدمات لأكثر عدد ممكن. ومع تطور التكنولوجيا ووسائل الاتصال، أصبح من الممكن الوصول إلى جمهور واسع في أكثر من مكان حول العالم بطرق مبتكرة وذات تكاليف بسيطة جداً، ويمكن استثمار التسويق الرقمي لنشر ثقافة كل مجتمع بما يحتويه من العادات والتقاليد والمعتقدات عبر مجموعة من المنصات الكثيرة التي يستخدمها الكثير من الناس حول العالم والتي تسهل عملية وصول كل ما تريد تقديمه إلى المتلقين بسهولة عالية.

طرق استثمار التسويق لخدمة المذهب:

الأول: يمكن ذلك من خلال المؤسسات والمراكز الدينية الرصينة، التي يشهد لها بالالتزام وفق النهج

الصحيح الذي يرسمه الفقهاء والعلماء المأمونين على الدين والدنيا، لما لهذه المؤسسات والمراكز الدينية أهمية كبيرة في حياة المسلمين، فهي تساهم في نشر تعاليم الدين الإسلامي وتعزيز القيم الأخلاقية والاجتماعية، ويمكن ذلك من خلال:

١- أن تكون المعلومات المقدمة دقيقة وصادقة وذات مصادر معروفة وموثوقة.

٢- التركيز على المواضيع الرئيسية التي تخدم الدين والناس، وتصون ارتباطهم بدينهم، والابتعاد عن المحتوى الهامشي الذي يضلل أو يشوه التعاليم الإسلامية الصحيحة، وجعلها قضايا رئيسية لإشغال الرأي العام بها.

٣- استخدام المناسبات الدينية مثل الأعياد والموايد والوفيات فرصة لتعزيز التواصل بين الجمهور المستهدف والقضية الإسلامية المراد تسويقها.

٤- تجهيز شخصيات موثوقة وتصديرهم كمنشئي محتوى رقمي، والعمل على المحتوى الذي يقدمه بمصادره الثابتة بصورة سلسة ومفهومة وسهلة، وترجمتها إلى أبسط الطرق لزيادة الجمهور المستهدف من البسطاء إلى المثقفين.

٥- تقديم المحتوى بصورة لائقة تناسب الذائقة الدينية، ولا تشوه القيم الإسلامية مع الأخذ بعين الاعتبار الخوارزميات التي تضعها منصات التواصل

الاجتماعي من حيث نوع الخط وحجمه والألوان والشعار وطريقة طرح المحتوى بالتصميم.

٦- مواجهة التيارات الفكرية المختلفة الخارجة التي تحاول بث الأفكار المعجونة بالشذوذ والفساد والابتعاد عن الفكر الصحيح لأهل البيت عليه السلام.

الثاني: ويمكن استغلال التسويق من خلال المنظمات او المنشآت الربحية او التجارية من خلال الاتي:

١- عدم تشويه صورة الواقع الإسلامي بقضايا لا فائدة من نشرها سوى الحصول على التفاعل معها.

٢- عدم استخدام المرأة بطريقة سيئة جداً لنشر المنتجات او الخدمات التي تقدمها المنظمة والتي تشوه الطابع الإسلامي.

٣- عدم استخدام الطرب والاصوات الفاضحة والخادشة للحياء بحجة التردد.

### تأثير التسويق

التسويق يمكن أن يؤثر على الدين حسب كيفية استخدامه إيجابياً وسلبياً. وسنضع بين يدي القارئ الكريم أهم الإيجابيات والسلبيات المترتبة على التسويق:

التأثيرات الإيجابية للتسويق على الدين الإسلامي:

١- نشر التعاليم الإسلامية: يمكن استخدام أدوات التسويق مثل وسائل التواصل الاجتماعي، الحملات

## التسويق الرقمي أداة حديثة لخدمة التبليغ الديني



الأستاذ عبد الله زيني

٣- الاستهلاك المادي المفرط: قد يرتبط التسويق ببعض المناسبات الدينية مثل شهر رمضان أو الحج بطريقة تدفع الناس إلى الاستهلاك المفرط بدلاً من التركيز على المعاني الروحية لهذه المناسبات.

٤- إضعاف الروحانية: الإفراط في الترويج المادي قد يحوّل الأنشطة الدينية إلى فعاليات تجارية، مما يضعف الجانب الروحي ويؤثر على الإيمان القلبي.

التسويق الإلكتروني ليس مجرد وسيلة تجارية، بل هو أداة يمكن توظيفها لخدمة الإسلام وتعزيز المبادئ الأخلاقية. من خلال الالتزام بالتعاليم الشرعية واستخدام التقنيات الحديثة، يمكن بناء مجتمع متماسك قادر على تحقيق النجاح المادي والروحي.

الإعلانية، والمنصات الرقمية لنشر تعاليم الإسلام بطريقة جذابة ومبسطة.

٢- الوصول إلى جمهور أوسع عالمياً، بما في ذلك الشباب الذين قد تكون الوسائل التقليدية أقل جذباً لهم.

٣- التوعية بالقيم الأخلاقية: الترويج لقيم الإسلام مثل الصدق، العدل، الإحسان، والتسامح من خلال برامج تسويقية مبتكرة تعزز هذه القيم في المجتمع.

٤- دعم المؤسسات الدينية: جمع التبرعات للأوقاف والمساجد والجمعيات الخيرية من خلال حملات تسويقية منظمة، ما يساعد في تمويل الأنشطة الدعوية والخيرية.

٥- تصحيح المفاهيم الخاطئة: مواجهة الحملات الإعلامية السلبية عن الإسلام باستخدام التسويق الإبداعي، مثل إنتاج أفلام وثائقية ومحتوى إعلامي يعرض الصورة الحقيقية للدين.

التأثيرات السلبية للتسويق على الدين الإسلامي:

١- تشويه القيم الإسلامية: إذا تم استخدام التسويق بشكل غير مسؤول، قد يؤدي ذلك إلى تسليع الدين أو استغلاله لتحقيق أرباح مادية دون مراعاة قدسية الدين.

٢- نشر البدع والانحرافات: قد تُستخدم أدوات التسويق للترويج لأفكار أو ممارسات لا تتوافق مع الشريعة الإسلامية، مما يؤدي إلى انتشار البدع والانحرافات الفكرية.