

# مواضيع متنوعة في التجارة الإلكترونية

إعداد:  
معتز خالد سعد

المصادر:

- ✓ Turban, E. (2015). Electronic commerce : a managerial and social networks perspective

# التجارة الاجتماعية Social commerce

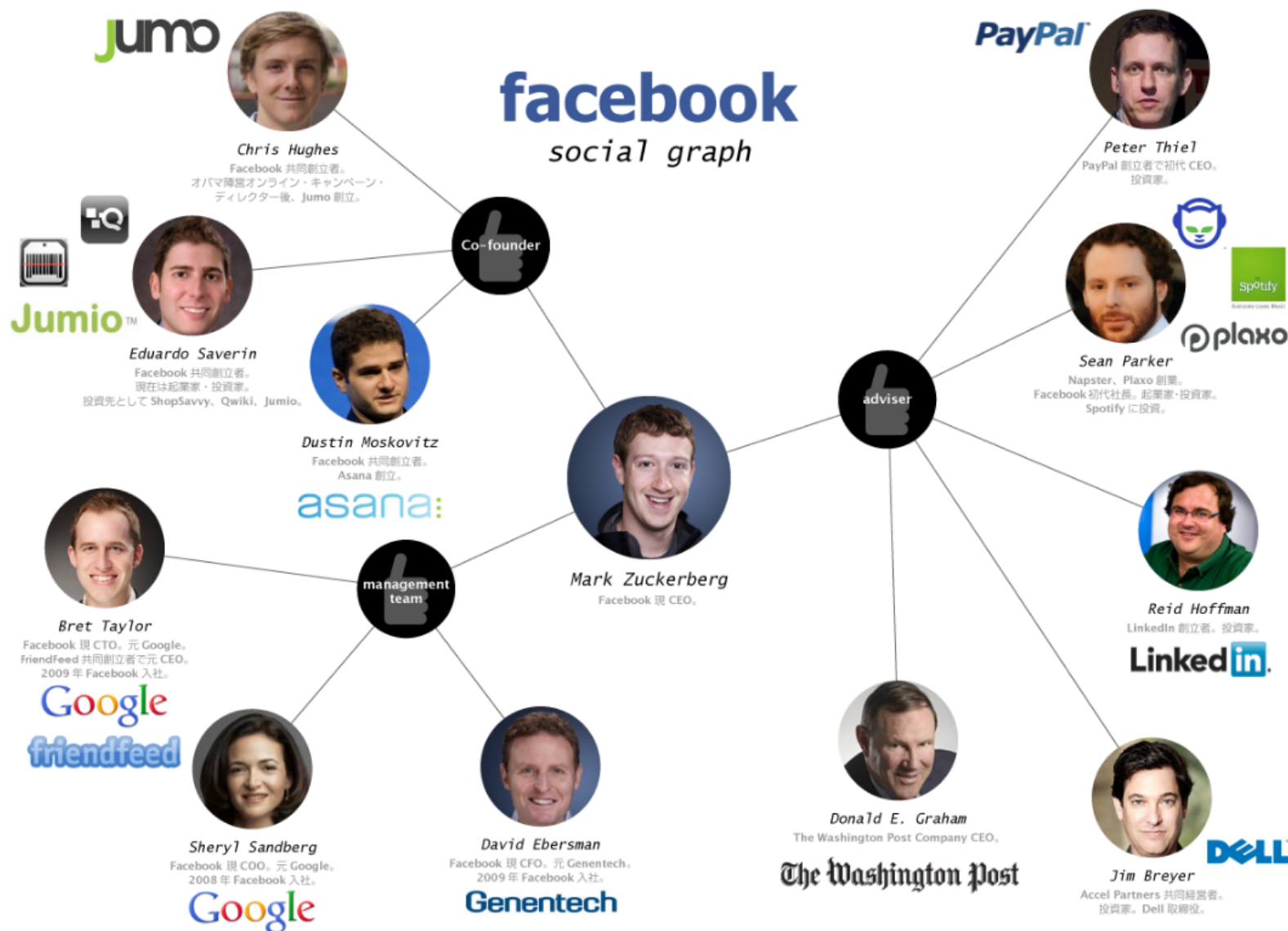
# التسويق عبر الوسائط الاجتماعية social media marketing SMM

- وسائل (وسائط) التواصل الاجتماعي:
  - الشبكات الاجتماعية والمدونات والويكي والمجتمعات الافتراضية
- استخدام وسائل (وسائط) التواصل الاجتماعي في التسويق و أبحاث السوق و المبيعات و دعم الزبائن وإدارة العلاقة معهم

# الرسم البياني للشبكات الاجتماعية social graph

- رسم بياني يوضع العلاقات بين مستخدمي الشبكات الاجتماعية
- يمكن الاستفادة من ذلك لتقديم تجربة استخدام غنية للمستخدم و لدراسة السوق وفهم الزبائن
- تم توسيع المفهوم ليشمل لمستخدم الإنترنت وليس فقط مستخدم الشبكة الاجتماعية

# Social graph



# فوائد التجارة الاجتماعية للزبائن

- الحصول على منتجات وأسعار أرخص من خلال الشراء الجماعي
- بما أن الزبون يمكن ان يشتكي او يسأل من خلال تويتر و فيسبوك أو حتى يوتيوب، يمكنه الحصول على رد أسرع من البائعين حول الشكاوى والاستفسارات
- أصبح للزبائن الغاضبين صوت مسموع وتأثير من خلال الشبكات الاجتماعية
- يمكن للزبائن مساعدة بعضهم البعض من خلال الوسائط الاجتماعية
- الحصول على المعلومات الجديدة بسرعة

# فوائد التجارة الاجتماعية للبائعين

- توفير المال من خدمة الزبائن (مراكز دعم صغيرة)
- اختبار المنتجات والأفكار الجديدة بسرعة وبدون تكلفة
- معرفة المزيد عن الزبائن والحصول على تغذية راجعة منهم
- تحديد المشاكل بسرعة (امتصاص غضب الزبائن)
- حملات تسويقية أفضل عبر الوسائط الاجتماعية

# فوائد التجارة الاجتماعية للبائعين

- الاستفادة من المحتوى الذي المدخل من الزبائن بعدة طرق
- إعلانات مستهدفة بدقة أكثر وبالتالي تقليل تكلفة الإعلانات
- استخدام الزبائن في الدعاية والإعلان والتسويق  
- viral marketing or word-of-mouth marketing
- إنشاء مجتمع معجبين للعلامة التجارية
- معرفة الحالة الصحية للعلامة التجارية
- للعلم: حسب احصائية متخصصة، 40% من الشركات وجدت زبائن جدد من خلال الشبكات الاجتماعية. و 27% من الشركات تستثمر في الشبكات الاجتماعية



# التسوق الاجتماعي social shopping

- طريق في التسوق في المتاجر الإلكترونية يكون فيها أصدقاء المتسوق مشاركين في عملية التسوق
- التسوق الاجتماعي يحاول استخدام تقنيات تحاكي التفاعل الاجتماعي الموجود في المتاجر التقليدية

# نماذج التسوق الاجتماعي

- نموذج التسوق الجماعي group buying
- نموذج التوصيات والتقييمات
- نموذج العروض
- التسوق من خلال الشبكات الاجتماعية

التسويق والإعلان في التجارة  
الإلكترونية

Marketing and advertising in  
e-commerce

# نموذج سلوك المستهلك على الأنترنت consumer behavior online

• العوامل المؤثرة على هذا النموذج:

(1) عوامل قابلة للتحكم بالنسبة للشركة (نظام EC  
المستخدم والمنتج أو الخدمة)

(2) عوامل غير قابلة للتحكم (الخصائص الشخصية للزبون  
والبيئة والوسطاء)

# تفصيل لبعض العوامل

- الخصائص الشخصية: العمر والجنس والتعليم وطريقة الحياة والقيم والدوافع والخبرة
- البيئة: الثقافة و التأثير الاجتماعي: peer/superior influence
- خصائص المنتج أو الخدمة: نوع المنتج وتوفره وجودته ومدى قابليته للتخصيص والعلامة التجارية والسعر

# ولاء الزبائن

- التزام الزبون بإعادة الشراء لمنتجاته المفضلة في المستقبل من نفس العلامة التجارية على الرغم من التأثير من حوله من علامات تجارية أخرى من حملات تسويقية وغيرها لتبديل سلوكه.

# العوامل المؤثرة على رضى الزبائن في التسوق

- جودة المعلومات (دقة المحتوى ومدى حداثة وطريقة عرض المعلومات كمالها)
- جودة نظام التسوق (الأمن والخصوصية وسهولة التصفح والاستخدام وتناسق النظام)
- جودة الخدمة (المرونة في طرق الدفع والتوصيل والالتزام بوقت التوصيل وسرعة الاستجابة لطلبات الزبائن ولباقة التعامل مع الزبائن)

# الثقة

• الثقة هي سلوك نفسي برغبة في الاعتماد على شخص آخر أو مؤسسة ما

زيادة الثقة في التجارة الإلكترونية

- تحسين موقعك (متجرك) على الإنترنت بشهادة من طرف ثالث محايد

- كسب الثقة من خلال النزاهة والأمان و المنافسة الشريفة

- الاهتمام بمواقع المراجعة على الإنترنت



# طرق التسويق

- التسويق الشامل mass marketing
- تجزئة السوق market segmentation
- تسويق العلاقات relationship marketing

# طرق التسويق

العامل	التسويق الشامل	تجزئة السوق	تسويق العلاقات
الفاعل	لا يوجد تفاعل عادة باتجاه واحد	لا يوجد تفاعل عادة باتجاه واحد	يوجد تفاعل بالاتجاهين
التركيز	المنتج	على جزء من السوق	على أفراد
الحملات	قليلة	متكررة	العديد من الحملات
الوصول	واسع النطاق	نطاق اصغر	فرد في الوقت الواحد
أبحاث السوق	أبحاث شاملة	أبحاث على عينة من السوق	أبحاث تفصيلية بناء على سلوك الزبون

# أبحاث السوق في التجارة الإلكترونية

- تقطيع السوق
- جمع بيانات وتحليلها
- إرسال استبيانات على الإنترنت

# كيفية جمع البيانات

الكعكات cookies

- ملفات يتم وضعها على جهاز المستخدم من قبل خادم الويب
- تستخدم لجمع معلومات عن المستخدم وعن نشاطه على موقع الويب

- سجل العمليات

- سلوك النقرات

- Web bugs

- Spywares

# الإعلان على الويب

## • Ad view

- عدد مرات التي يقوم بها المستخدمون باستدعاء صفحة تحتوي على إعلان خلال فترة زمنية معينة
- تعرف بـ page impression or page view

## • Ad click

- عدد المرات التي قام بها الزائرون بالنقر على إعلان معين خلال فترة زمنية معينة

# الإعلان على الويب (تابع)

- CPM cost per mille (1000 impression)
  - الرسوم التي يدفعها المعلن للموقع التي يعرض الإعلان وذلك عن كل 1000 عرض للإعلان
- Conversation rate
  - نسبة عمليات الشراء بالنسبة للنقرات على إعلان
- Click-through rate/ratio
  - نسبة الزوار الذين نقروا على إعلان بالنسبة للذين تعرضوا له

# فوائد الإعلان على الويب

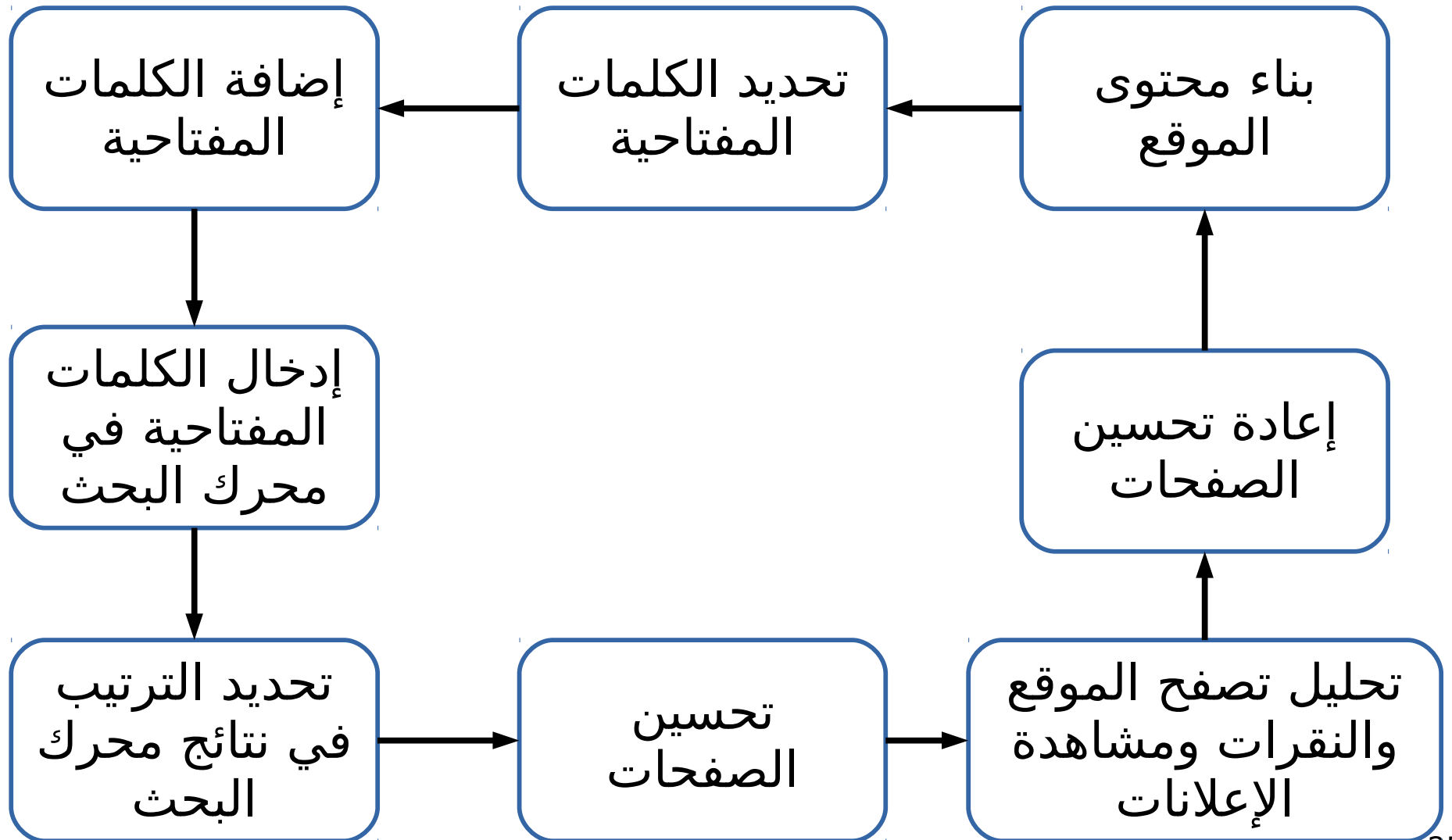
- تكلفة اقل بالمقارنة مع الإعلانات التقليدية
- إمكانية ضبط الاعلانات من ناحية تخصيصها ووقت ظهورها
- إعلانات حسب المكان
- إعلانات بصيغ متعددة حسب الحاجة

# تحسين الموقع لمحركات البحث search engine optimization SEO

- هو تحسين ترتيب موقع الويب في محركات البحث
- العملية تستخدم خوارزمية للترتيب (لمحرك بحث معين أو لعدة محركات بحث) مع مدخلات البحث (الكلمات المفتاحية أو عبارات البحث) وتقوم بتخصيص الإعلانات وفقا لذلك



# عملية SEO



إطلاق مشاريع تجارة إلكترونية  
ناجحة

Launching EC successful  
projects

# إنشاء شركة جديدة أو مشروع على الإنترنت

- تعريف المستهلكين المستهدفين أو حاجة السوق
- التحقق من الفرص
- تحديد قدرتي على تلبية هذه الاحتياجات

# التخطيط لمشروعك على الإنترنت

• خطة العمل business plan

- مستند يحدد أهداف الشركة ويوضح كيف تنوي الشركة تحقيق هذه الأهداف وما هي التكلفة المطلوبة

# تمويل المشروع

## • الجولة الأولى

– مستثمر ملائكي angel investor

- شخص ثري يساهم في التمويل وربما بالخبرات في المراحل الأولى للمشروع

– الحاضنات incubator

- شركة أو جامعة أو مؤسسة غير ربحية تدعم المشروع في مراحله الأولى

# تمويل المشروع

## • الجولة الثانية

- رأس مال استثماري venture capital

- أموال مستثمرة في العمل من قبل أفراد أو مجموعة من الأفراد (أصحاب رأس المال الاستثماري venture capitalist) أو شركة ممولة تساهم في رأس المال مقابل اسهم في الشركة

- طرح الشركة للاكتتاب العام IPO initial public offer

# التحول إلى e-business

- إضافة متجر إلكتروني
- إضافة بوابة إلكترونية
- إضافة نظام مشتريات إلكتروني
- استخدام نظام مناقصات ومزايدات
- استخدام m-commerce
- استخدام social commerce

# التحول إلى e-business

- عند التحول إلى e-business احتاج إلى:

- تبرير التكلفة مقابل الفائدة

- هناك بعض الصعوبات عندما تكون الفائدة غير ملموسة intangible

- إعادة هندسة العمليات business process re-engineering

- إدارة التغير change management



# تقييم الاستثمار في التجارة الإلكترونية

- هناك طرق تقليدية في تقييم الاستثمار في التجارة الإلكترونية منها:

- حساب العائدات

- حساب فترة استرجاع رأس المال

- NPV analysis

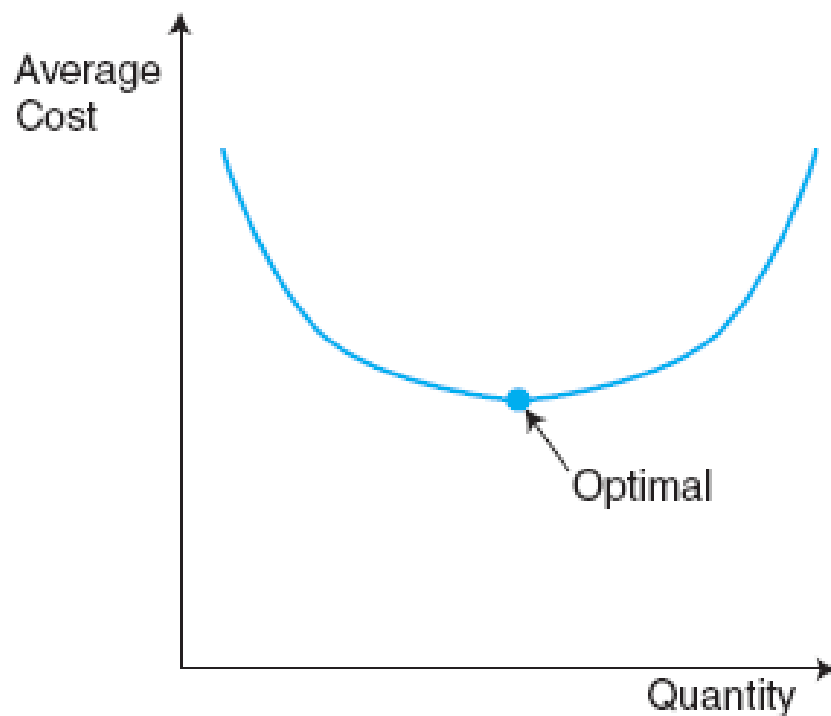
- حساب الفرق بين السيولة المصروفة والسيولة الواردة في الوقت الحالي

- حساب نقطة التعادل break-even analysis

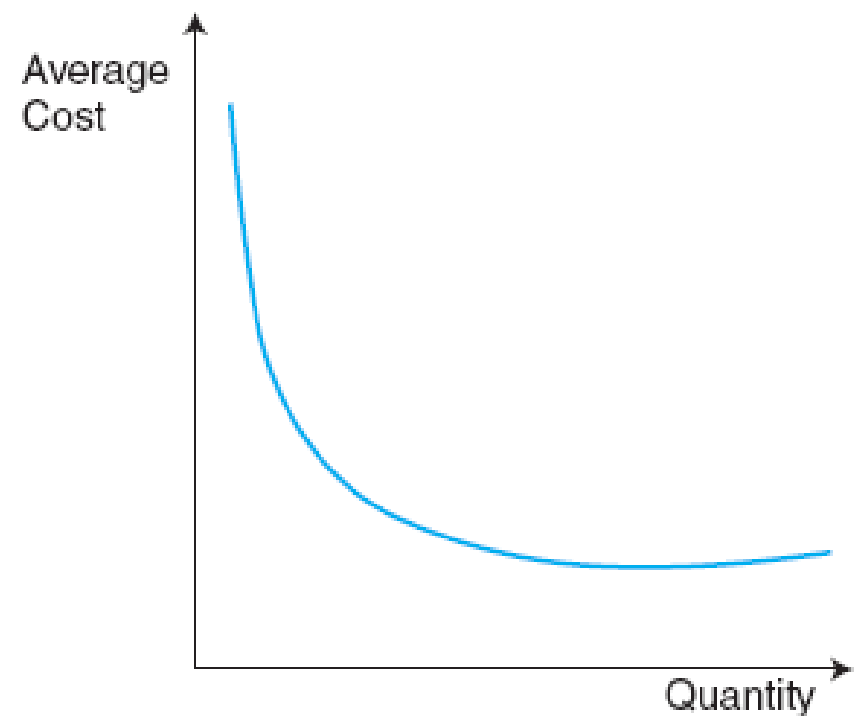
- النقطة التي يساوى فيها النفقات والإيرادات

# تقليل التكلفة في المنتجات التقليدية والرقمية

**EXHIBIT 13.9 Average Cost Curve of (a) Regular and (b) Digital Products**



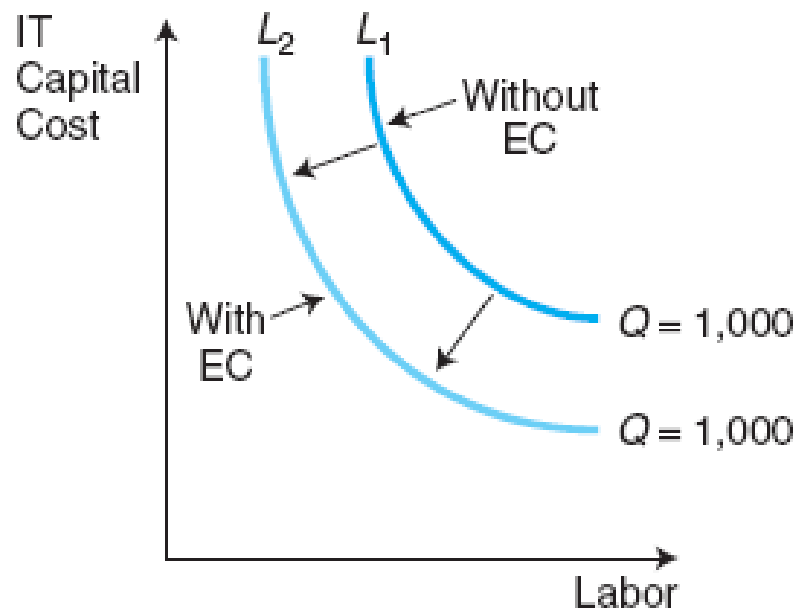
**(a) Regular Products**



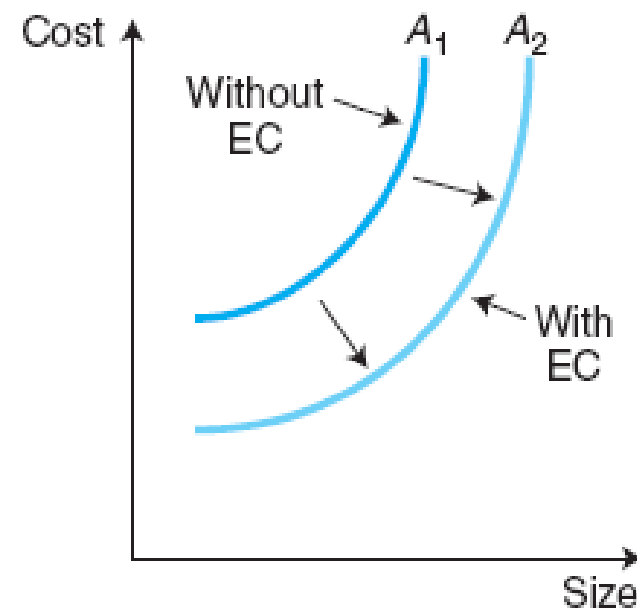
**(b) Digital Products**

# تبرير EC في الإنتاج والإدارة

## EXHIBIT 13.10 The Economic Effects of EC: The Production Function and Agency Costs



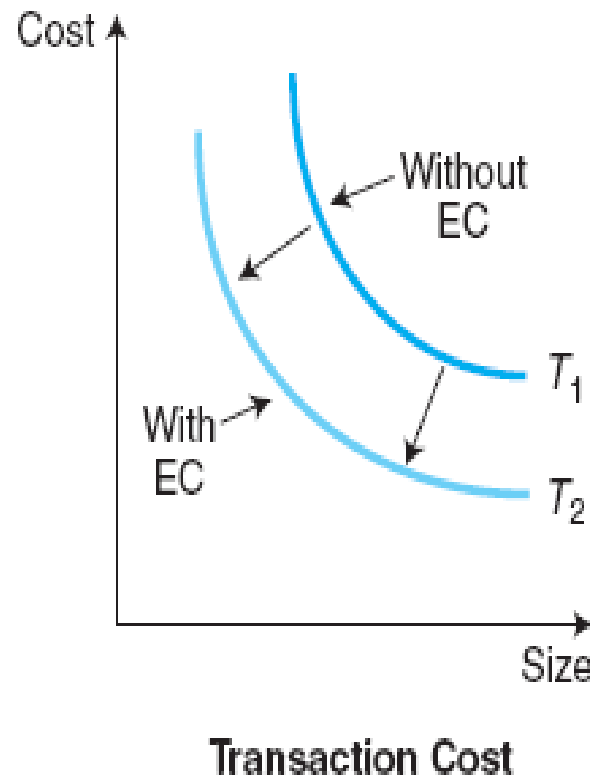
(a) Production Function



(b) Agency/Administrative Cost

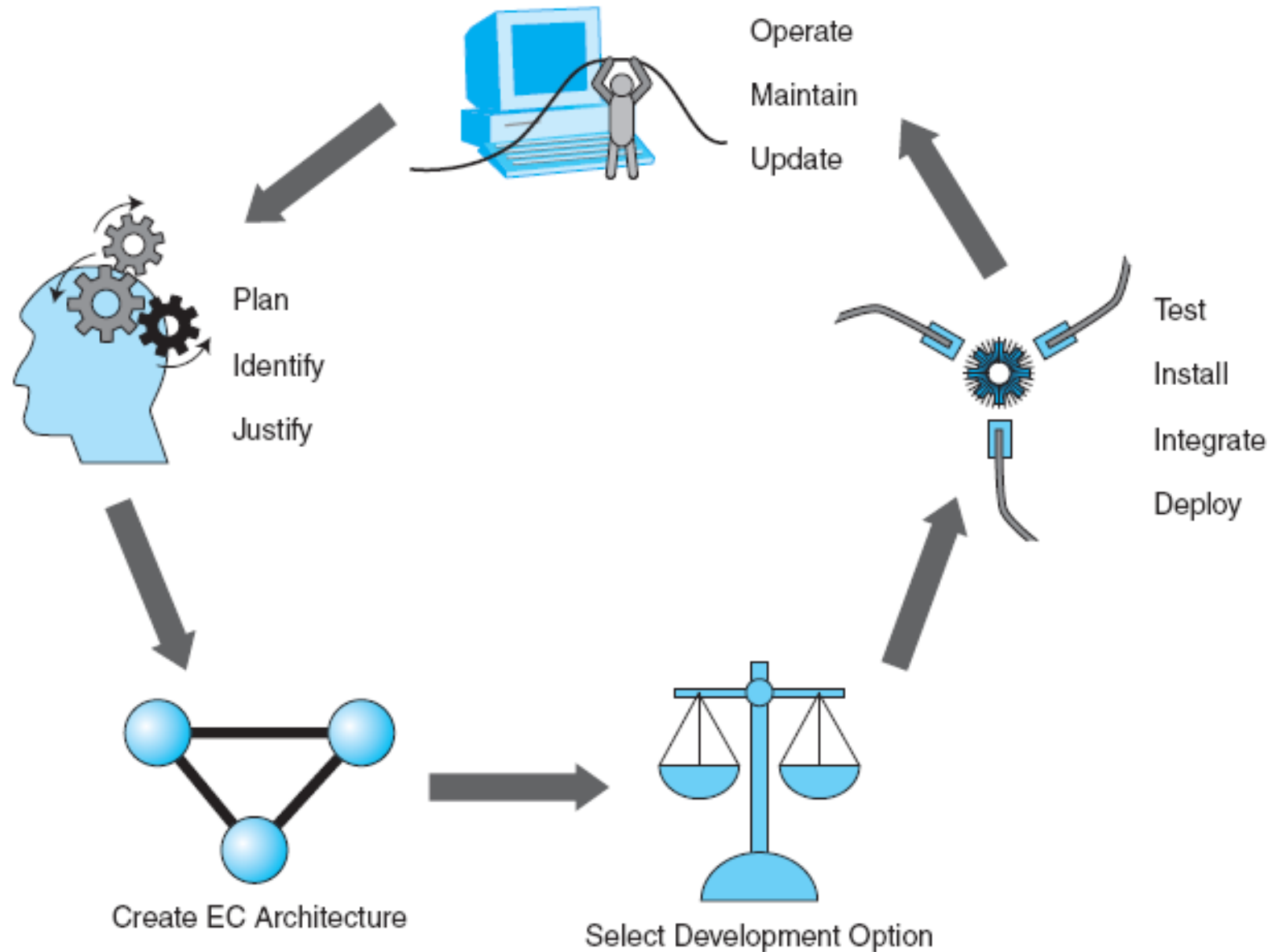
# تبرير EC في العمولات

## EXHIBIT 13.11 The Economic Effects of EC: Transaction Costs



# دورة تطوير نظام EC

**EXHIBIT 13.15 E-Commerce System Life Cycle**



النهاية

