

التجارة الالكترونية

الجزء الثاني

| م | الموضوع |
|----|---|
| 1 | مفهوم التجارة الالكترونية |
| 2 | أهمية التجار الالكترونية |
| 3 | خصائص التجارة الإلكترونية |
| 4 | فوائد التجار الالكترونية |
| 5 | أنواع (طرق) التجارة الالكترونية |
| 6 | أنواع وسائل الدفع الإلكترونية |
| 7 | مكونات التجارة الالكترونية |
| 8 | أهم أساسيات التجارة الإلكترونية |
| 9 | لمتطلبات التي يجب توافرها لنجاح التجارة الإلكترونية |
| 10 | خطوات لإنشاء نظام تجارة إلكترونية خاص بك |
| 11 | المشكلات التي تواجه التجارة الإلكترونية |
| 12 | مميزات التجارة الإلكترونية |
| 13 | عيوب التجارة الإلكترونية |

تم إنتاج هذا المادة العلمية بمساعدة مالية من الاتحاد الأوروبي في إطار برنامج ENI CBC لحوض البحر الأبيض المتوسط. محتويات هذه المادة العلمية هي المسؤولية الوحيدة للأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري (AASTMT) ولا يمكن بأي حال من الأحوال

اعتبارها على أنها تعكس موقف الاتحاد الأوروبي أو هيكل إدارة البرنامج.

أنواع التجارة الإلكترونية

هناك العديد من نماذج الأعمال لمن يرغب في العمل من خلال البيع عبر الإنترنت ، سواء لمن يختار التجارة الإلكترونية أو لمن يختار عرض منتجاته في السوق .

المفهوم B2C أي (Business to Customer)

نموذج B2C تتبعه الشركات التي تباع للمستهلك النهائي ، ويمثل غالبية أنماط التجارة الإلكترونية.

نمط B2B أي (Business to Business)

ينطبق هذا المفهوم على الشركات التي أقامت أنشطة التجارة الإلكترونية لبيع منتجات لشركات أخرى. وعادة ما يتم استخدامه لبيع المواد الخام كمخزن لقطع غيار السيارات.

النمط C2B أي (Customer to Business)

إنه انعكاس لنموذج العمل التقليدي ، حيث يضع المستهلك خدمته تحت تصرف الشركات. منصة للمترجمين المجانيين هي مثال جيد على ذلك وتستند إلى هذا النوع من العلاقات.

النمط C2C أي (Customer to Customer)

أخيرًا ، لدينا مفهوم C2C ، الذي يتعامل مع نموذج العلاقات بين المستهلكين ، وهو أمر شائع في منتديات المناقشة والسوق مثل OLX على سبيل المثال (موقع مخصص للأشخاص لبيع سلعهم المستعملة).

أنواع طرق الدفع الإلكتروني

بطاقة مصرفية

البطاقة البنكية هي بطاقة الخصم وهي إحدى طرق الدفع الإلكترونية التي تشبه في شكلها بطاقة الائتمان ، فهي عبارة عن بطاقة بلاستيكية صغيرة لها رقم فريد مرتبط برقم الحساب المصرفي للمستخدم حيث يجب أن يكون لدى الشخص حساب مصرفي للحصول على هذه البطاقة.

يمكن استخدام البطاقة المصرفية في المدفوعات الإلكترونية ، بشرط أن يكون لدى مستخدم البطاقة حساب مالي كافٍ متوفر في رصيده المصرفي ، لإتمام عملية الدفع الإلكتروني ، بحيث يتم خصم مبلغ السداد مباشرة من حساب العميل ، ويجب أن يكون لاحظ أنه يمكن فرض قيود على هذا النوع من البطاقات ، على سبيل المثال ، سحب مبلغ معين لا يتجاوز خلال يوم واحد ؛ هذا لمساعدة العميل على التحقق من نفقاته من خلال البطاقة.

بطاقة الائتمان

البطاقة الائتمانية هي إحدى طرق الدفع الإلكترونية التي يمكن استخدامها لإتمام عمليات الشراء عبر الإنترنت أو من خلال أجهزة الدفع الإلكترونية دون الحاجة إلى استخدام النقد. تعرف بطاقة الائتمان بأنها بطاقة بلاستيكية أو معدنية صغيرة صادرة عن شركة متخصصة في الخدمات المالية ، بحيث يسمح لمالكها بالشراء إلكترونياً عن طريق اقتراض أموال من هذه الشركة بحد معين يُعرف باسم خط الائتمان هو الحد الأقصى للمبلغ الذي يمكن للمستخدم اقتراضه من جهة إصدار بطاقة الائتمان.

لإجراء عملية شراء من خلال بطاقة ائتمان ، يجب عليك إدخال معلومات البطاقة ؛ يتم إرسال هذه المعلومات إلى جهة إصدار البطاقة ، للتأكد من وجود رصيد كافٍ من حد الائتمان ، للسماح للمستخدم بإكمال عملية الشراء ، وإذا نجحت عملية الشراء ، ينخفض رصيد الائتمان بالمبلغ المدفوع للشراء الذي ويجب على المستخدم دفع

تم إنتاج هذا المادة العلمية بمساعدة مالية من الاتحاد الأوروبي في إطار برنامج ENI CBC لحوض البحر الأبيض المتوسط. محتويات هذه المادة العلمية هي المسؤولية الوحيدة للأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري (AASTMT) ولا يمكن بأي حال من الأحوال

المبلغ المقرض للشركة المالية في فترة زمنية معينة ، عادة ما بين 21 و 25 يومًا وبعد ذلك يتم إيداع الرصيد مرة أخرى في بطاقة الائتمان حتى يتمكن المستخدم من اقتراضه مرة أخرى.

المحفظة الإلكترونية

المحفظة الإلكترونية E-Wallet هي تطبيق إلكتروني يتم من خلاله إجراء المدفوعات الإلكترونية من خلال هاتف المستخدم ، وتتميز المحفظة الإلكترونية بإمكانية استخدامها على مدار الساعة ، حيث يتم استخدام التطبيق عبر الهاتف لإدارة الأمور المالية الأساسية عمليات العميل في أي وقت وبسهولة. توفر المحفظة الإلكترونية مستويات متعددة من الأمان لضمان عدم استخدامها من قبل أي شخص آخر غير العميل نفسه ، وتشمل هذه التطبيقات تقنيات التعرف على الوجه ، والتعرف على بصمات الأصابع ، بالإضافة إلى كلمات المرور ، ونظام المصادقة الثنائية ، و e- يمكن ربط المحفظة بحسابات البطاقة الإلكترونية الأخرى للعميل مثل بطاقة الائتمان ، هناك العديد من الخيارات عندما يتعلق الأمر بالمحافظ الإلكترونية ، وهنا أشهرها

محفظة باي بال (PayPal).

محفظة ستاربكس (Starbucks).

محفظة زيل (Zelle).

محفظة أبل باي (Apple Pay).

محفظة فينمو (Venmo).

محفظة جوجل باي (Google Pay).

محفظة سامسونج باي (Samsung Pay).

تم إنتاج هذا المادة العلمية بمساعدة مالية من الاتحاد الأوروبي في إطار برنامج ENI CBC لحوض البحر الأبيض المتوسط. محتويات هذه المادة العلمية هي المسؤولية الوحيدة للأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري (AASTMT) ولا يمكن بأي حال من الأحوال

اعتبارها على أنها تعكس موقف الاتحاد الأوروبي أو هيكل إدارة البرنامج.

البطاقة الذكية

البطاقة الذكية هي إحدى الوسائل التي يمكن من خلالها إنجاز المدفوعات الإلكترونية المختلفة ، وهذه البطاقة مزودة بمعالجات ذكية تحدد هوية المستخدم وتخزن بياناته ، فضلاً عن إمكانية ذلك بطاقة لمعالجة أنواع مختلفة من التطبيقات المتوافقة للعمل معها ، وبعض أنواع البطاقات الذكية لها وظيفة RF ؛ هذا يعني أن البطاقة غير مطلوب منها أن تكون على اتصال بجهاز الدفع لإتمام العمليات المصرفية أصبحت البطاقات الذكية خياراً مناسباً للغاية لإنجاز العمليات المصرفية المختلفة ؛ حيث أنه من الممكن دفع مبالغ صغيرة مقابل دفع عمولة بسيطة في المقابل ، فمن الجدير بالذكر أنه لتقليل معدلات الاحتيال عند الدفع إلكترونياً ، يتعين على المستخدم اتباع بعض الخطوات الإضافية عند استخدام البطاقة ، مثل الدخول رمز التحقق (CVN).

التحويل الإلكتروني للأموال

خدمة التحويل الإلكتروني هي إحدى طرق الدفع الإلكترونية ، والتي يمكن من خلالها تحويل الأموال مباشرة من الحساب المصرفي للعميل إلى أي حساب مصرفي آخر دون تداول النقود الورقية. يتم استخدام خدمات التحويل المصرفي للأموال من خلال موقع الويب الخاص بالبنك الذي يتعامل معه العميل ؛ يقوم بتسجيل الدخول إلى الموقع ، ثم يقدم طلباً لتحويل الأموال إلى أي حساب آخر ، سواء في نفس البنك أو في بنك آخر ، ويبلغ الشخص الذي دفعت له الأموال لإيداع مبلغ من المال في حسابه ، و يمكن استخدام خدمات تحويل الأموال الإلكترونية من خلال أجهزة الصراف الآلي (ATM) من بنك العميل.

الشبكات الإلكترونية

الشبكات الإلكترونية هي طريقة دفع إلكترونية. تم تصميم الشبكات الإلكترونية لأداء نفس وظيفة الفحص الورقي العادي. تستخدم للدفع مقابل أي معاملة تجارية يمكن تغطيتها بشبكة ورقية ، وقد تم تطوير هذه الخدمة في مجال الدفع الإلكتروني استجابة لمعاملات التجارة الإلكترونية التي تطورت إلى حد كبير في العصر الحالي.

مكونات التجارة الإلكترونية

التجارة الإلكترونية هي نوع من التجارة تتم بدون وسيط ، حيث تكون إما بائعًا يقدم المنتج أو الخدمة التي تريد الترويج لها ، أو مشترًا يشتري المنتج الذي تريده من خلال موقع الشركة أو التاجر الذي تريده. تريد بنقرة زر واحدة ، وللتجارة الإلكترونية مكونات سنتعرف عليها في السطور التالية:

أولاً: الموقع الإلكتروني

بعد معرفة المنتج وتحديد الفئات المستهدفة للبيع ودراسة السوق للمنتجات المنافسة تأتي الخطوة الثانية من مكونات التجارة الإلكترونية وهو الموقع الإلكتروني أو المتاجر الإلكترونية وهو الموقع الذي سيعرضه صاحب المنتج عليه حيث قام بتصويره وتحميله على ذلك الموقع وكتب تفاصيل عن المنتج كالسعر والمواصفات ، ويجب على كل صاحب شركة تطوير موقعه الخاص لجذب أكبر عدد من العملاء.

ثانياً: السع

المكون الأول لفكرة التجارة الإلكترونية هو البيع. في هذا المكون يقوم التاجر أو صاحب الشركة بدراسة طبيعة المنتج الذي سيبيعه ، وتحديد الفئات المستهدفة لشرائه ، ودراسة السوق والمنافسة ، ومحاولة العمل على التمييز بين جميع الشركات التي تبيعها. منتج. في تلك المرحلة ، يجب على مالك الشركة دراسة المنتج والشريحة المستهدفة والسوق الذي تتنافس معه من أجل تحقيق أكبر قدر من المبيعات في النهاية.

ثالثاً: التسويق الإلكتروني

ومن مكونات التجارة الإلكترونية أيضاً التسويق عبر الإنترنت ، وهو يشبه الحملات الإعلانية التي تروج للمنتج عبر منصات التواصل الاجتماعي ، وذلك للوصول إلى أكبر عدد من العملاء حول العالم.

رابعاً: طريق الدفع الإلكتروني

بعد نشر المنتج على الموقع على المشتري فقط اختيار المنتج ، لذلك تأتي الخطوة الثالثة لإتمام التجارة الإلكترونية وهي طريقة الدفع الإلكتروني للمنتج الذي تم اختياره ، وهنا يجب على كل صاحب شركة التعاقد مع أحد بوابات الدفع الإلكتروني حتى يتمكن من سداد مصاريف المنتج الذي اشتراه.

خامساً: المخازن

الخطوة الرابعة في مكونات التجارة الإلكترونية هي كيفية تخزين منتجات الشركة ، حيث يجب على صاحب الشركة قبل بدء عمله تخزين منتجاته الخاصة في متاجر متخصصة من أجل توفير السهولة في عملية طلب المنتجات والمنتجات. لا تجد أي صعوبات في العثور عليها لاحقاً.

تم إنتاج هذا المادة العلمية بمساعدة مالية من الاتحاد الأوروبي في إطار برنامج ENI CBC لحووض البحر الأبيض المتوسط. محتويات هذه المادة العلمية هي المسؤولية الوحيدة للأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري (AASTMT) ولا يمكن بأي حال من الأحوال

اعتبارها على أنها تعكس موقف الاتحاد الأوروبي أو هيكل إدارة البرنامج.

سادساً: إدارة الجودة

كل العمليات السابقة تحتاج للرقابة والمراجعة ومعرفة الخير فيها للبقاء ومعرفة السيئ فيها أو الخطوات المكسورة المراد إزالتها والتخلص منها للحصول على أفضل شكل ممكن يعتمد على النعومة والبساطة دون تعقيدات وبأكبر قدر ممكن من الفعالية

سابعاً: العمل الجماعي

أهم مكونات التجارة الإلكترونية هو فريق العمل ، حيث يجب على صاحب الشركة توفير فريق عمل كبير ومحترف حتى يتمكن من تحقيق النجاح وراء تجارته عبر الإنترنت ، حيث تحتاج هذه التجارة إلى فريق لإدارة الموقع والإعلانات ، خدمة العملاء ، وخدمات التوصيل ، وخدمة الشحن ، وخدمة النقل ، وكل خدمة من هذه الخدمات تحتاج إلى ريادة تحركها حسب متطلبات العمل.

ما تحدثنا عنه هو التصور الأمثل للتجارة الإلكترونية ، وهي الصورة الكبيرة التي يجب أن تسعى جاهداً للوصول إليها ، لكن ليس مطلوباً أن تبدأ بكل هذه التفاصيل. المستوى ثم انتقل إلى المستويات الأعلى لتصل في النهاية إلى عمل احترافي يعمل تلقائياً ولا يتطلب منك التدخل.

أهم أساسيات التجارة الإلكترونية

أولاً: التسويق بطريقة احترافية

يعتبر التسويق بطريقة احترافية من أهم أسباب النجاح في التجارة الإلكترونية ، سواء كنت في بداياتك في عالم التجارة الإلكترونية ، أو ترغب في التوسع وزيادة العملاء وتحقيق المبيعات ، ومعرفة أحدث اتجاهات التسويق وتطويرها. تعد خطة التسويق لعملك ضرورة وليست خيارًا. للوصول إلى جمهورك بطرق أكثر فاعلية ، يجب أن تكون على دراية بالاتجاهات التسويقية التي يستخدمها منافسوك .

يعد تسويق المحتوى أحد أقوى الاتجاهات التي يمكنها جذب المزيد من العملاء من خلال التسويق والترويج للمحتوى الأصلي الصحيح. إنه يزيد من ثقتهم بك ويزيد من ولائهم لك كمصدر موثوق به. يمكنك أيضًا معرفة أهمية التدوين لمتجرك عبر الإنترنت في المقالة التالية :لماذا يحتاج كل متجر عبر الإنترنت إلى مدونة؟

بالإضافة إلى تسويق المحتوى ، فإن التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي هو من الأدوات القوية والفعالة في مجال التجارة الإلكترونية ، تساعد شبكات الاتصال على تعزيز التفاعل وزيادة عدد الزيارات إلى متجرك الإلكتروني وتطوير قاعدة كبيرة من العملاء وتقديم خدمة عالية المستوى للعملاء من خلال الاستجابة لشكاواهم والإجابة على أسئلتهم وتقديم الحلول لها وتلبية احتياجاتهم. يمكن أن يؤدي استخدام التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي أيضًا إلى منح متجرك عبر الإنترنت حضورًا غنيًا ومتنوعًا ، مما يعزز سمعة علامتك التجارية .

تتيح وسائل التواصل الاجتماعي التفاعل السهل والسريع مع المتسوقين وتحسين جودة خدمة العملاء. عند القيام بذلك بشكل صحيح ، يمكن لقنوات التواصل الاجتماعي أن تساعد عملك الإلكتروني في معالجة مخاوف العملاء وبناء علاقات قوية مع المتابعين الذين يمكنهم دعم علامتك التجارية حتى أثناء تواجدك بعيدًا .

التسويق عبر البريد الإلكتروني ، والدردشة الحية على الموقع ، وتحسين موقع الويب الخاص بك لمحركات البحث ، والتسويق بالعروض والمسابقات ، ومنح المستخدمين تجربة جيدة في تصفح الموقع وإجراء عمليات الشراء ، مما يتيح نظام التعليقات والمراجعات على الموقع ... إلخ. إنها كلها أدوات يمكن أن تعزز إستراتيجيتك التسويقية لعملك إذا كنت تستخدمها بالطريقة الصحيحة .

ثانياً: موقع متوافق مع الهواتف الذكية

يؤكد الحجم الهائل للأشخاص الذين يستخدمون الأجهزة المحمولة للبحث عن معلومات حول المنتجات وإجراء عمليات شراء من خلالها على ضرورة تصميم موقع ويب متوافق مع الجوال. يشتري العملاء - بشكل مباشر وغير مباشر - باستخدام أجهزتهم المحمولة ، وإذا لم يكن لديك موقع ويب متوافق مع الأجهزة المحمولة ، فستفقد شريحة كبيرة من العملاء .

يمكنك الموقع المتوافق مع الجوال من ضمان حصول المستخدمين على أفضل تجربة تصفح ممكنة سهلة وممتعة ، والحصول على ميزة تنافسية على منافسيك في السوق. في هذا الصدد ، تحتاج إلى تصميم هيكل موقع يمكن للمستخدمين التنقل فيه بسهولة من خلال الأجهزة الذكية المحمولة ، والتي لديها القدرة على عرض صور ومعلومات المنتج بوضوح ، والمسار من الصفحة الرئيسية ، إلى وصف المنتج ، إلى صفحة الخروج يجب أن يكون بسيطاً وسلساً ، تذكر أن العملاء لا يمكنهم شراء شيء ما من متجرك عبر الإنترنت من هواتفهم المحمولة إذا كان من الصعب القيام بذلك .

ثالثاً: خدمة عملاء من فئة الخمس نجوم

تفخر أمازون برؤيتها العالمية التي تركز على العملاء ، والتي ساهمت بشكل كبير في نجاح أمازون ، كما يقول جيف بيزوس ، المؤسس والرئيس التنفيذي لشركة أمازون :

أهم شيء هو خدمة بالعميل ، وهدفنا هو أن نكون الشركة الأكثر تركيزاً على العملاء في العالم

وبسبب التزام أمازون بخدمة العملاء طورت World-class مجموعة من الأدوات التي يمكن للمستخدمين الاستفادة منها لتتبع الطرود والعودة بسرعة ، أو تبادل العناصر المطلوبة وإضفاء البساطة والراحة على تجارب التسوق عبر الإنترنت. أدى تفاني العلامة التجارية إلى تحقيق هذا الهدف إلى تحقيق أرباح ، بفضلها و لأول مرة حققت أمازون قيمة سوقية مرتفعة قياساً خلال يوليو 2018 ، هذه ليست مصادفة ، كما أن خدمة العملاء ليست دون المستوى. حصل فريق خدمة العملاء في أمازون ، الذي تم تصنيفه كأفضل علامة تجارية لخدمة العملاء في عام 2012 ، على العديد من الجوائز لتفانيه في منع مشكلات العملاء وحلها بسرعة .

رابعاً: تصميم تطبيقات الموبايل

لا داعي للتساؤل الآن عما إذا كنت ستكون راضياً عن موقع الويب أو ستنشئ تطبيقاً للجوال لمتجرك عبر الإنترنت ، نظراً للنمو المتزايد في استخدام الهواتف المحمولة والتسوق عبر الإنترنت ، فقد أصبح التطبيق الذكي يعد متجرك أداة مهمة تساهم في زيادة مبيعاتك وتوسيع قاعدة عملائك وتعزيز علامتك التجارية .

تستحوذ تطبيقات التجارة الإلكترونية على السوق ، وتكتسب العديد من المستخدمين وتحقق أرباحاً كبيرة. يفضل العملاء تجربة التسوق على تطبيق الهاتف بدلاً من تجربة التسوق على موقع سطح المكتب أو متصفح الهاتف المحمول ، فهو

أكثر ملاءمة للاستخدام أثناء التسوق ، لذلك من الضروري أن تفكر في منح عملائك تجربة أفضل وأسهل أثناء إنشاء تطبيق جوال لمتجرك على الإنترنت .

يوفر تطبيق Amazon ، على سبيل المثال ، تجربة رائعة للعملاء وعدداً من المزايا ، بما في ذلك :الحصول على إشعارات عندما تبدأ العروض في قائمة رغبات العميل ، وتوفير خيارات البحث الصوتي والصوري ، ووظيفة التصفية المحسّنة واقتراحات الكلمات الرئيسية الأفضل ، وإدارة قائمة التسوق بسهولة ، القدرة على تتبع شحن الطلب وإبلاغ العميل بكل خطوة .

يمكنك تشجيع المستخدمين على تنزيل تطبيقك واستخدامه من خلال تنفيذ العروض المتاحة - بأسعار محدودة أو خاصة - فقط من خلال تطبيق الهاتف المحمول الخاص بك ، أو من خلال نظام المكافآت ، وتشجيع عملائك على الاستمرار في الشراء من خلال جمع النجوم التي يمكن استخدامها للحصول على عنصر مجاني أو خصم كبير .

خامساً: راقب منافسك ولا تخاف من هزيمتهم

يعتقد المراقبون أن أحد الدوافع الرئيسية لنمو التجارة الإلكترونية في الشرق الأوسط ، وخاصة في منطقة الخليج ، هو إمكانيات الإنفاق المرتفعة -بسبب ارتفاع دخل الفرد - تطوير الشبكات اللوجستية ، والمستويات العالية من استخدام الإنترنت ونمو نسبة الشباب من ذوي الخبرة في مجال التكنولوجيا ... الخ .