

# التسويق الإلكتروني

## يعرف التسويق الإلكتروني بأنه :-

1- التسويق الإلكتروني هو " تطبيق الإنترنت والتقنيات الرقمية ذات الصلة لتحقيق الأهداف التسويقية".

2- التسويق الإلكتروني هو " عملية الاستخدام والتطوير الفعال ( وفق رؤية رقمية واضحة ) والكفاء ( مقدره جوهريه ) للموارد التسويقية الرقمية ( الخبرات ، المعارف ، الأفراد ، القواعد ، البيانات ، العلاقات .... وغيرها ) والأدوات المتاحة علي الإنترنت من أجل تحقيق ميزة تنافسية في سوق الأعمال الإلكتروني".

3- التسويق الإلكتروني هو " إدارة التفاعل بين المنظمة والمستهلك في فضاء البيئة الافتراضية من أجل تحقيق المنافع المشتركة ، والبيئة الافتراضية للتسويق الإلكتروني تعتمد أساساً علي تكنولوجيات الانترنت وعملية التسويق الإلكتروني لا تركز فقط علي بين المنتجات إلى المستهلك بل تركز أيضا علي إدارة العلاقات بين المنظمة من جانب والمستهلك وعناصر البيئة الداخلية والخارجية من جانب آخر".

4- التسويق الإلكتروني هو تطبيق لسلسلة واسعة من تكنولوجيا المعلومات بهدف : -- إعادة تشكيل استراتيجيات التسويق ، وذلك لزيادة المنافع التي يحصل عليها المستهلك من خلال التجزئة الفعالة للسوق ، الاستهداف ، التمييز واستراتيجيات تحديد الموقع.

- تخطيط أكثر فعالية لتنفيذ الأفكار ، والتوزيع ، والترويج ، وتسعير البضائع والخدمات. -

- ابتكار تبادلات تفي بحاجات المستهلكين الفردية وبأهداف المؤسسات المستهلكة.

5- التسويق الإلكتروني هو الاستخدام الأمثل للتقنيات الرقمية ، بما في ذلك تقنيات المعلومات والاتصالات لتفعيل إنتاجية التسويق وعملياته المتمثلة في الوظائف التنظيمية والعمليات والنشاطات الموجهة لتحديد حاجات الأسواق المستهدفة وتقديم السلع والخدمات إلى العملاء وأصحاب المصلحة في المنظمة.

ومن خلال ما تقدم نري أن مفهوم التسويق الإلكتروني لا يختلف عن المفاهيم الأخرى للتسويق إلا فيما يتعلق بوسيلة الاتصال بالعملاء ، حيث يعتمد علي شبكة الانترنت كوسيلة اتصال سريعة وسهلة وأقل تكلفة للممارسة كافة الأنشطة التسويقية كالإعلان ، البيع ، التوزيع بحوث التسويق تصميم المنتجات الجديدة والتسعير .... إلخ.

كما أن أغلب تعاريف التسويق الإلكتروني تعتمد علي استخدام شبكات الاتصالات بأنواعها لتحقيق رضا الزبون ، ويعتمد هذا الاستخدام علي عناصر المزيج التسويقي وعلي الوظائف التسويقية الأخرى كالإنتاجية وإعادة هندسة التسويق والفاعلية التسويقية وغيرها ، إضافة إلى إجراء عملية التبادل سواء في عمليات البيع أو الشراء هذا من ناحية ، ومن ناحية أخرى فإن التطبيق الكفء والفعال لعمليات التسويق الإلكتروني يتطلب ضرورة بناء إستراتيجية محددة المعالم لخدمة هؤلاء العملاء والمتسهلكين سعياً وراء تحقيق الرضا الكامل لهم.

وفي ظل استخدام النظم الالكترونية لممارسة الأعمال التسويقية فإن تحقيق هذا الرضا يتطلب بالضرورة استخدام أربعة معايير أساسية تتمثل فيما يلي :-

- جودة العلاقة مع العملاء والمتسهلكين ، ويتم ذلك بتقديم الخدمات المتميزة.
- البساطة في التعامل مع شبكة الإنترنت ، بحيث يتمكن العملاء من التحميل في أسرع وقت وإتمام معاملاتهم بسهولة.
- الخصوصية والأمان ، أي لابد من تأمين وحماية كل البيانات والمعلومات الخاصة بالعملاء لتقليل مخاوفهم.
- الاستمرار في متابعة الخدمات المقدمة للعملاء للتأكد من إتمام صفقاتهم والتأكد من درجة رضاهم.

### أهمية التسويق الإلكتروني :-

لقد ازدادت الأهمية الإستراتيجية للتسويق الإلكتروني بعد انتشار الاستخدامات التجارية للإنترنت ، وقد فتح التسويق الإلكتروني آفاقاً جديدة في عالم التسويق بحيث أتاح للمنظمة فرصة استهداف المشترين والمتسوقين والمتسهلكين بصورة فردية.

ويتمتع التسويق الإلكتروني الفردي بأهمية ترويجية كبيرة فله القدرة علي استقطاب وجذب المستهلك إلى المنظمة بصورة أفضل ، وبسبب الأهمية المتنامية للتسويق الإلكتروني أصبح ضرورة حتمية لنجاح أي منظمة.

## **مميزات التسويق الإلكتروني :-**

يمكن إسباغ التسويق الإلكتروني بخصائص الإنترنت ، وهذه الخصائص لا بد من فهمها من أجل إنجاز العملية التسويقية ومن بين هذه المميزات :-

### **1- قابلية الإرسال الموجه :-**

لقد مكنت الإنترنت المؤسسات من تحديد زبائنها ، حتى قبل القيام بعملية الشراء ، وذلك لأن التكنولوجيا الرقمية تجعل من الممكن لزائري موقع الويب أن يحددوا أنفسهم ويقدموا معلومات عن حاجاتهم ورغباتهم قبل الشراء.

### **2- التفاعلية :-**

ويعني بها قدرة الزبائن علي التعبير عن حاجاتهم ورغباتهم مباشرة للمؤسسة وذلك استجابة للاتصالات التسويقية التي تقوم بها المؤسسة.

### **3- الذاكرة :-**

هي القدرة علي الوصول إلي قواعد ومستودعات البيانات التي تتضمن المعلومات عن الزبائن المحددين وتاريخ مشترياتهم الماضية وتفضيلاتهم ، مما يمكن المؤسسة المسوقة علي الانترنت من استخدام تلك المعلومات في الوقت الحقيقي من أجل زبونية العروض التسويقية.

### **4- الرقابة :-**

وهي قدرة الزبائن علي ضبط المعلومات التي يقدمونها ، بحيث يصرحون فقط بما يريدون ، دون إجبارهم علي تقديم معلومات سرية بينهم أو لا يرغبون في التصريح بها.

### **5- قابلية الوصول :-**

وهي إمكانية جعل الزبائن يمتلكون معلومات أوسع وأكثر عن منتجات المؤسسة ، وقيمها ، مع إمكانية المقارنة بالمنتجات والأسعار الأخرى المنافسة ، لذلك تسعى المؤسسة جاهدة لإكساب منتجاتها تحسينات وتطورات وفق رغبات عملائها الذين سبق لهم شراء منتجاتها ، رغبة منها في الوصول إلى ولاء عملائها لها.

حيث أن أغلبية الإحصائيات تشير إلى أن جل المؤسسات تفقد قرابة 50% من زبائنها ، بعد التعامل الأول معهم ، ولذلك فإن تكلفة الاحتفاظ بولاء الزبائن القدامى أكثر ربحية وأقل تكلفة من اجتذاب زبائن جدد.

### سمات وخصائص التسويق الإلكتروني :-

#### **لقد اتسم التسويق الإلكتروني بمجموعة من السمات وهي :-**

1- رخص أسعار المنتجات التي يتم تسويقها عبر شبكة الانترنت مقارنة بالسلع الأخرى المباعة باستخدام الكتالوجات المرسلة بالبريد أو المباعرة من خلال المتاجر التقليدية ، إذ ان التسويق الإلكتروني لا يحتاج إلى وجود متجر مادي للتعامل معه ، وبالتالي تختفي بعض أنواع المصروفات مثل الإيجار ، والكهرباء وأجور العمالة مما ينعكس في النهاية في شكل تخفيض الأسعار تحقيق مزايا تنافسية.

2- يساعد التسويق الإلكتروني المستهلكين علي التسوق علي مدار 24 ساعة ، كما يوفر مدى واسع أو تشكيلة كبيرة من المنتجات أو الماركات أو العلامات التجارية وذلك خلال التسويق التقليدي.

3- يمنح التسويق الإلكتروني المستهلكين الفرصة لإجراء مقارنات لأسعار المنتجات قبل شرائها بشكل أفضل وأسرع ، حيث لا يبذل المستهلكون جهداً ووقتاً كبيراً مقارنة بما كان يحدث عند التجول عبر المحلات التجارية لمقارنة الأسعار.

4- يساعد التسويق عبر الإنترنت المستهلكين الذين لا يتوافر لديهم الوقت الكافي للتسوق مثل المرأة العاملة أو رجال الأعمال في الوصول إلى ما يرغبونه من منتجات بأسرع وأسهل وسيلة .

5- يساعد التسوق عبر الإنترنت علي التغلب علي الحواجز الجغرافية حيث يمكن للمستهلكين معرفة المتاح في الأسواق من منتجات وخدمات حتى خارج حدود المدينة السكنية التي يعيشون بها ، حيث يمكنه معرفة ما هو متاح علي مستوي السوق القومي أو السوق العالمي كما هو الحال في مواقع الانترنت الشهيرة أي إمكانية توسيع الأسواق التي يتعاملون فيها.

6- يتميز التسويق الإلكتروني بأنه يقدم خدمة المتعاملين مع mass service ويمكن للعملاء الموقع التسويقي التعامل معه في أي وقت ولن تعرف الشركة صاحب الموقع من قرأ رسالتها الإلكترونية إلا إذا اتصل العميل بها كما لا يمكنها مراقبة الزائرين لموقعها.

7- يتميز التسويق الإلكتروني باستخدام عنصر الإثارة والانتباه لجذب انتباه المستخدم للرسائل الإلكترونية كما هو الحال في الإعلانات التليفزيونية نظراً لتعدد الشركات التي تطرح رسائلها الإلكترونية.

8- لا توجد قيود غير التكلفة علي كمية المعلومات التي يمكن عرضها علي الإنترنت أو الويب وهذا العرض يستمر 24 ساعة في اليوم لان شبكة الويب العالمية لا تقفل.

9-الاتصالات الإلكترونية تفاعلية وتبادلية وبسبب هذا الاتصال ثنائي الاتجاه تزداد احتمالات بناء علاقات قوية بالعملاء في جميع أنحاء العالم ، حيث يمكن للشركة المرسله في غضون دقائق من البث أن تتسلم جواباً بطلب عدم الإرسال أو جواباً شاكياً أو جواباً يقترح تحسينات معينة أو جواباً يعبر عن رغبة في الشراء.

### وقد اتسم التسويق الإلكتروني بخصائص معينة من أهمها :-

- خاصية أتوماتيكية الوظائف التسويقية وخاصة في الوظائف التي تتسم بالتكرار والقابلية للقياس الكمي ، مثل بحوث التسويق وتصميم المنتجات والمبيعات ، وإدارة المخزون.

- خاصية التكامل بين الوظائف التسويقية مع بعضها البعض ومع الجهات المعنية بالمحافظة

علي العملاء والذي يطلق عليه منهج إدارة العلاقات بالعملاء والذي طور إلى ما يعرف بالتسويق التفاعلي

Interactive marketing

## **المزايا التي تحصل عليها الشركات التي تستخدم التسويق الإلكتروني :-**

من وجهة نظر الشركات التي تتعامل بالتسويق الإلكتروني فهي تحصل علي مجموعة من المزايا تتمثل في :-

### **1- التكامل intergration :-**

فالتسويق الإلكتروني هو صورة جيدة للتسويق المتكامل حيث أنه يمد المسوقين بإجابات عن القضايا المتعلقة بالمسؤولية والعائد علي الاستثمار ومدى اتساق الرسالة مع حاجات العملاء ، فهو يسمح للمسوقين بالقيام بالاختبارات والبحوث المسحية لتحسين جودة الخدمة والمعلومات التي يحتاجها العملاء ويساعد علي تكامل الأنشطة التسويقية في الشركات.

### **2- بناء حق المكية للعلامات التجارية building brand equity :-**

هذه الميزة تناسب بشكل أكبر الشركات الصغيرة التي يمكنها أن تنافس الشركات الكبيرة علي الإنترنت وذلك لأن العملاء يعرفونها فقط من خلال جودة الخدمات التي يقدمونها علي الانترنت.

### **3- علاقة فرد لفرد one to one relationship :-**

حيث يمكن من خلال التسويق الإلكتروني التفاعل مع العملاء بصورة فردية وكأنها حوار بين فرد وفرد ، مما يساعد علي بناء العلاقات مع العملاء بطريقة شخصية لفترات طويلة.

### **4- الفعالية effectiveness :-**

التسويق الإلكتروني يتميز بالفعالية العالية وذلك لأنه يجعل العملاء في حالة انتباه وتركيز تام طوال الوقت حيث أن أعينهم علي الشاشة وأيديهم علي لوحة المفاتيح ، فهو موقف بيع متميز جداً ونادر حدوثه في الواقع.

## **كيف أبدأ التسويق الإلكتروني :-**

تضم شبكة الإنترنت ملايين المواقع التجارية وعملية تأسيس موقع تجاري في ظل هذا الحجم الضخم من المواقع يختلف عن افتتاح متجر في سوق تقليدية محدودة إذ يحتاج الأمر إلى عناية فائقة وتخطيط مفصل ومدروس.