



الفصل التاسع

التسويق الإلكتروني

E- MARKETING





التسويق الالكتروني

مقدمة

يهدف هذا الفصل التعرف على التجارة
الالكترونية ومجالات التسويق الالكتروني
الرئيسية وفوائد التسويق الالكتروني
وعيوبها وممارستها ومصادر إيراداتها
والدخول للتجارة الالكترونية ومستقبل
الإعلان على الانترنت

التسويق الالكتروني



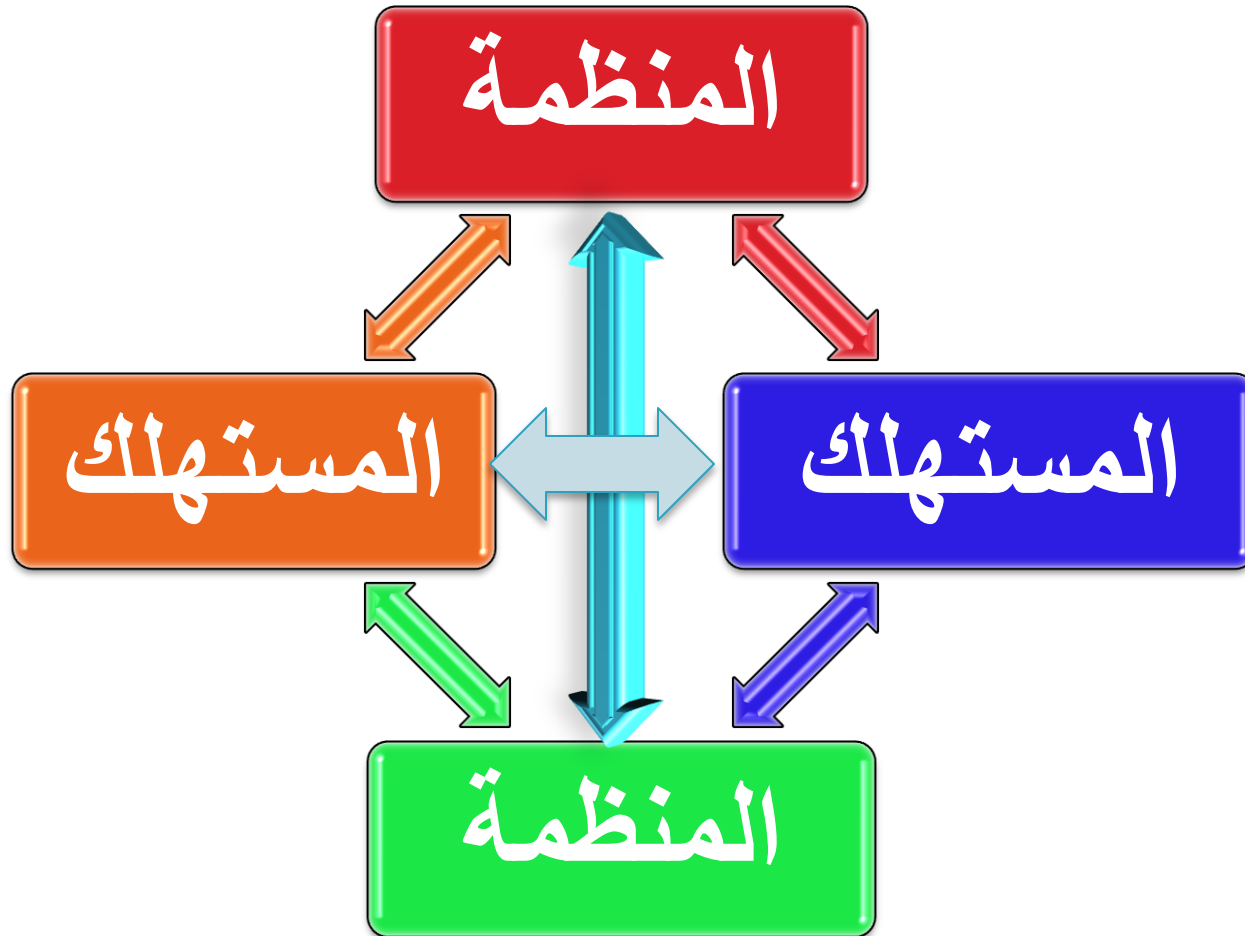
الثورة في
عالم الانترنت

• أصبحت تكنولوجيا الانترنت أداة حيوية لأداء الأعمال ولديها قوة للوصول إلى جمهور هائل العدد، ويسمح الانترنت بوصول السلع أو الخدمات إلى جميع أنحاء العالم

التجارة
الالكترونية

• هي عبارة عن مجموعة عمليات التوزيع والبيع والشراء والتسويق للسلع والخدمات على نظم الالكترونية مثل (الانترنت) وتتلخص التجارة الالكترونية في عبارة واحدة " زيادة المبيعات وتقليل التكلفة "

مجالات التسويق الالكتروني الرئيسية :



فوائد التسويق الالكتروني للمستهلك والمشتري الصناعي



زيادة الفرصة الشرائية للمستهلك

لا يتطلب من المشتري الذهاب للسوق

دقة المعلومات حيث تمكن المشتري من إجراء مقارنات

عملية التسوق غير محددة بوقت معين

تجنب الضغط على المستهلك من أجل إتمام عملية البيع

بعض السلع والبرامج والصور يمكن توصيلها عبر الانترنت

الدفع الالكتروني أصبح أكثر أمانا وسرعة وسهولة

إمكانية بيع أي شئ لا تحتاجه عن طريق الانترنت

فوائد التسويق الالكتروني للمنظمات



يعتبر الانترنت أداة قوية لبناء علاقة مع المستهلك ومعرفة احتياجاتهم ورغباتهم



تساهم في تقليل التكاليف وزيادة السرعة والكفاءة



التسويق الالكتروني يمكن من الربط المباشر بين المستهلك والموردين والمصانع



يعطي المرونة وإمكانية تعديل العروض وبرامج البيع بشكل مستمر



الانترنت وسيط عالمي

عيوب التجارة الالكترونية



إساءة استخدام بطاقات الائتمان وضعف الحماية يعد من اكبر عيوب التجارة الالكترونية

بعض السلع مثل الأطعمة التي تفسد بسرعة أو السلع باهظة الثمن

التطور التكنولوجي السريع قد يتسبب في ارتفاع التكلفة

انعدام عامل المسة الشخصية مثل تجربة مقاس الحذاء مما يبعد المستهلكين التقليديين

قوانين الانترنت غير واضحة ومتعارضة

التجارة الالكترونية ثورة جديدة ولكن بعض الأشخاص متحفزون من ناحية استخدامها

ممارسة التجارة الالكترونية



- ١- الشركات التي تسوق منتجاتها إلكترونياً فقط : هدفها بيع الخدمات والسلع للمستهلك بالانترنت
- محركات بحث مختلفة
- مزودو خدمة الانترنت والبريد الالكتروني
- مواقع الصفقات (بيع وشراء الحصول على العمولة

- ٢- الشركات المتواجدة فعلياً في السوق وأضافت التسويق عبر الانترنت : بدأت التسويق الالكتروني بإنشاء مواقع تعريفية بها وتأخرت في التبادل الالكتروني ولكن وجود المنافسة الزمها مهم اسم في السوق موثوق ومصادر مالية ، وقاعدة بيانات ، وعلاقة وثيقة بالموردين الرئيسيين

مصادر إيرادات التجارة الالكترونية :



رسوم
وعمولات
الصفقات
والأبحاث
والمعلومات

رسوم
العضوية
أو
الاشتراك

الدخل
عن
طريق
رعاية
المواقع

الدخل
من
الإعلانات

إيرادات
بيع السلع
والخدمات



الدخول للتجارة الالكترونية

أولاً - المواقع الالكترونية : (WEBSITES)

١- مواقع التعريف بالشركة ومنتجاتها (WEBSITES

(CORPORATE

٢- مواقع التسويق الالكترونية (MARKETING WEBSITES)

ثانياً - البريد الالكتروني : (E-MAIL)

ثالثاً - الاعلانات على الانترنت :

وهي الإعلانات التي تظهر من خلال تصفح المستهلك للانترنت



مستقبل الإعلان على الانترنت

الإعلان عن طريق الانترنت لم يلغي الإعلان عن طريق وسائل
الإعلانات الأخرى كالتلفزيون والمجلات
وتعتبر تكلفة الإعلان عن طريق الانترنت مناسبة بالمقارنة بالوسائل
الأخرى إلا أن المتصفح يستطيع بسهولة أن يهمل الإعلانات التي
تظهر له أثناء تصفحه مما يضعف أثر هذه الوسيلة مقارنة بالوسائل
الأخرى



المراجع

١- كتاب (التسويق)

تأليف :

د. هند ناصر الشدوخي

د. رعد عبد الكريم حبيب

الطبعة الثانية ٢٠٠٦م

مع تحياتي

طاهر سعيد تمار