

التسويق الإلكتروني والتجارة الإلكترونية

مقدمة في التسويق الإلكتروني :

لم تكن البلدان العربية بمعزل عن التطورات التي شهدتها العالم في مجال الاتصالات وخصوصاً شبكة الإنترنت والخدمات التسويقية التي تقدمها هذه الشبكة العالمية. نعرض في هذا الفصل لماهية التسويق الإلكتروني، ومتطلباته الأساسية من بنية تحتية تتمثل بشبكة الإنترنت ومواقع مخصصة على الشبكة العنكبوتية وغيرها من تجهيزات البنية التحتية للتسويق الإلكتروني.

ماهية التسويق الإلكتروني :

نعرض أولاً لتعريف التسويق الإلكتروني وتفريقه عن غيره من المصطلحات وتحديد موقع التسويق الإلكتروني من بين هذه المصطلحات. كما نعرض للخصائص المميزة للتسويق الإلكتروني وصوره المختلفة ومتطلباته الأساسية.

تعريف التسويق الإلكتروني و أهم وسائله :

التسويق الإلكتروني هو عملية تسويق المنتجات أو السلع و الخدمات من خلال الإنترنت، وتتضمن هذه العملية تقنيات مختلفة، كما يطلق على التسويق الإلكتروني العديد من المسميات مثل “التسويق الرقمي” او “التسويق عبر شبكة الإنترنت”، أما عن المصطلحات الشائعة للتسويق الإلكتروني “E-Marketing” أو “Electronic Marketing”.

تعريف التسويق الإلكتروني:-

تمثل التجارة الإلكترونية واحداً من الموضوعات التي تسمى بالاقتصاد الرقمي (Digital Economy) حيث يقوم الاقتصاد الرقمي على حقيقتين هما:

أ- التجارة الإلكترونية (Electronic commerce).

ب- تقنية المعلومات (Information Technology).

فتقنية المعلومات في عصر الحوسبة والاتصال هي التي خلقت الوجود الواقعي للتجارة الإلكترونية التي تعتمد أساساً على الحوسبة ومختلف وسائل التقنية للتنفيذ وإدارة النشاط التجاري. لا بد في البداية من توضيح مفهوم التجارة الإلكترونية مقابل مفهوم الأعمال الإلكترونية وكذلك مقابل التسويق عبر الإنترنت لنصل إلى مفهوم التسويق الإلكتروني.

أن كلمة E-commerce مشتق من الكلمتين الإنكليزيتين Electronic commerce أي التجارة الإلكترونية أما مصطلح I-commerce فهو مشتق من كلمتين Enter-net-commerce أي التجارة عبر الإنترنت وقد استخدم المصطلحان لمعنى واحد وهذا خطأ؛ ذلك أن التجارة عبر الإنترنت هي جزء من التجارة الإلكترونية مثلاً إذا قام أحد العملاء بتحرير طلبية توريد مواد معينة من خلال حاسبه الشخصي فسوف يتكون عن ذلك بصورة تلقائية فاتورة إلكترونية وقيد ذلك في دفتر الأستاذ وهذا يعتبر شكل من أشكال التجارة الإلكترونية وعند إرسال هذه الفاتورة بواسطة البريد الإلكتروني إلى المورد عبر الإنترنت هذا يعني تجارة إلكترونية وتجارة عبر الإنترنت بأن واحد. لذلك فإن التجارة الإلكترونية تمتد

لأعمال أخرى تساعد الشركة على تنفيذ أعمالها التجارية مثل تنفيذ القيود والحسابات الإلكترونية وتنفيذ برامج التشغيل الصناعي بطريق مؤتمتة. وعليه يمكن تعريف التجارة الإلكترونية كما عرفت منظمة التجارة العالمية على أنها تشتمل على أنشطة إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقها وبيعها وتسليمها للمشتري من خلال الوسائط الإلكترونية والعمليات التجارية التي تشتمل عليها التجارة الإلكترونية

لذلك فإن التجارة الإلكترونية هي :-

- *- الإعلان عن المنتج أو الخدمة والبحث عنهما.
- *- التقدم بطلب الشراء وتسديد قيمة المواد المشتراة.
- *- التسليم النهائي للمواد المشتراة.

وغالبا ما يستخدم البعض اصطلاح التجارة الإلكترونية مرادفاً لاصطلاح الأعمال الإلكترونية- E-business وهذا بدوره خطأ شائع فالأعمال الإلكترونية أوسع نطاقاً من التجارة الإلكترونية وتقوم على فكرة أتمتة الأداء في العلاقة بين إطارين من العمل وتمتد لسائر الأنشطة الإدارية والإنتاجية والمالية والخدماتية، ولا تتعلق فقط بعلاقة البائع أو المورد بالزبون ، إذ تمتد لعلاقة المنشأة بوكلائها وموظفيها وعمالها كما تمتد إلى أنماط أداء العمل وتقييمه والرقابة عليه. وضمن مفهوم الأعمال الإلكترونية يوجد المصنع الإلكتروني المؤتمت والبنك الإلكتروني المؤتمت وشركة التأمين الإلكترونية والخدمات الحكومية المؤتمتة التي تتطور حالياً إلى مفاهيم أكثر شمولية وهي الحكومة الإلكترونية.

من هذه التعاريف للأعمال الإلكترونية، والتجارة الإلكترونية، والتجارة عبر الإنترنت نجد بأن التسويق الإلكتروني هو أبرز وأهم نشاطات التجارة الإلكترونية التي تتم عبر الإنترنت؛ ذلك أن الوظيفة التسويقية هي أحد الوظائف المنظمة وهي الوظيفة التي تسعى إلى تسهيل تبادل وانسياب المنتجات من المنتج إلى المستهلك من خلال استخدام أدوات وأساليب معينة بحيث تحقق المنافع المطلوبة لأطراف العملية التسويقية وتتم هذه العمليات في ظل بيئة شديدة التغيير. وهذه العملية تتم بشكل رئيسي بواسطة الإنترنت **Internet Based Marketing** في ممارسة كافة الأنشطة التسويقية كالإعلان والبيع والتوزيع والترويج وبحوث التسويق

وتصميم المنتجات الجديدة والتسعير واستخدام الطرق الإلكترونية في عملية الوفاء بالثمن عبر الإنترنت.

اهم الوسائل الرئيسية التي يتضمنها التسويق الإلكتروني :

يتضمن التسويق الإلكتروني مجموعة من الوسائل الرئيسية التي يتم الاعتماد عليها في عملية التسويق الإلكتروني ومنها مايلي:

. تحسين محركات البحث. "Search Engine Optimization"

. التسويق من خلال محركات البحث "Search Engine Marketing"

. الدفع عند الضغط. "Pay-per-click Advertising"

. التسويق عن طريق كتابة المحتوى "Content Marketing"

. التسويق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي "Social Media Marketing"

. التسويق من خلال البريد الإلكتروني. "Email Marketing"

جميع هذه العمليات تعتمد أيضا على استخدام مجموعة من معدات التسويق مثل (الصحف والمجلات الإلكترونية، المدونات الإلكترونية، والمواقع الإلكترونية وغيرها .

وتقوم الأنشطة والعمليات التسويقية بالكشف عن المنتجات التي يحتاجها العملاء والخدمات والمتطلبات التي يرغبون بها وذلك يؤدي لتطوير السلع والخدمات لإشباع رغبات العملاء وتحقيق الربح المطلوب للمؤسسة .

اهم المهارات المطلوبة لدراسة التسويق الإلكتروني :

إذا كنت تهتم بمجال التسويق الإلكتروني أو التسويق بشكل عام فمن أهم الأسئلة التي تدور بذهنك هي ماهي المهارات المطلوبة للدراسة أو العمل في هذا المجال، وفيما يلي سنوضح لك أهم تلك المهارات :-

- يجب أن يكون لديك فصاحة وبلاغة عند الحديث مع الآخرين .
- أن يكون لديك ذاكرة قوية قادرة على الحفظ وكذلك سرعة البديهة وإيجاد حلول سريعة .
- الانتباه للتفاصيل خاصة التفاصيل الدقيقة .
- أن يتمتع بمهارات عقلية وفكرية وتحليلية أيضا .
- كتابة المحتوى بشكل جذاب يجذب انتباه العملاء بالإضافة إلى مهارات كتابة التقارير .
- أن يكون لديه فضول وحب استطلاع .
- القدرة على تحمل ضغوطات العمل والعمل لأوقات متأخرة .
- أن يتمتع بثقافة الحوار والإقناع .
- أن يكون على دراية بالمهام الإدارية المختلفة .
- أن يتمتع بمهارات تواصل مع الآخرين بشكل جيد .
- أن يكون لديه القدرة على التواصل مع عدد كبير من الناس عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة .

- أن يكون قادر على استخدام شبكة الإنترنت بشكل عام، ومواقع التواصل الاجتماعي، والحاسب الآلي .
- أن يكون على دراية بالصياغة الرسمية للرسائل الإلكترونية، وأن يكون مستواه في اللغة الإنجليزية جيد .
- أن يكون لديه مهارات الترتيب والتنظيم والتخطيط ومواكبة التغيرات وكافة التطورات داخل السوق المحلية والدولية .

أهمية استخدام التسويق الإلكتروني في العصر الحالي :-

التسويق الإلكتروني من أكثر أنواع التسويق استخداما في العصر الحالي وأكثرها فاعلية، وتتلخص أهميته في النقاط التالية:-

• يعتبر التسويق الإلكتروني من العوامل التي يكون لها دور كبير في بناء علاقة بين شركتك أو علامتك التجارية وبين العملاء .

• تساعد استراتيجيات التسويق الإلكتروني في زيادة أرباح صاحب الموقع صاحب المنتج بشكل كبير وذلك من خلال الحملات الإعلانية التي يتم إطلاقها عبر

المنصات الإلكترونية الموجودة في العالم ومن خلال الإعلان عبر الإنترنت من خلال القنوات الرقمية المختلفة.

• من خلال التسويق الإلكتروني يمكنك أن تصل إلى عدد كبير جدا من العملاء في أي مكان وزمان بكل سهولة وجذب عملاء جدد وتستهدف عملاء محددین مسبقا .

- يمكن استهداف عملاء من خلال مواقع التواصل عن طريق المحتوى المكتوب والمرئي وكذلك المسموع.
- يعتبر التسويق الإلكتروني أرخص من التسويق التقليدي لأنه يوفر لشركتك الكثير من المال .
- تستطيع أن تطلق حملة إعلانية في وقت قصير وبعائد قوي .
- وسيلة جيدة لتعريف العملاء على منتجاتك و خ مارك وتجعل لك صدى مسموع يبرز علامتك التجارية .

أنواع التسويق الإلكتروني:-

يرى بعض الخبراء في التسويق (كوتلر)، بأنه يمكن تصنيف التسويق الذي تمارسه المؤسسات إلى ثلاثة أنواع رئيسية :-

أ- التسويق الخارجي: **External marketing** وهو مرتبط بوظائف التسويق التقليدية كتصميم وتنفيذ المزيج التسويقي (المنتج- السعر- التوزيع- الترويج).

ب- التسويق الداخلي: **Internal Marketing** وهو مرتبط بالعاملين داخل المؤسسة حيث أنه يجب على المؤسسة أن تتبع سياسات فعالة لتدريب العاملين وتحفيزهم للاتصال الجيد بالعملاء ودعم العاملين للعمل كفريق يسعى لإرضاء حاجات ورغبات العملاء. فكل فرد في المؤسسة يجب أن يكون موجه في عمله بالعملاء. فليس يكفي وجود قسم في المؤسسة خاص بالقيام بالأعمال التقليدية لوظيفة التسويق وبقية الأفراد أو الأقسام كل في اتجاه آخر.

ت- التسويق التفاعلي: **Interactive Marketing**. وهو مرتبط بفكرة جودة الخدمات والسلع المقدمة للعملاء تعتمد بشكل أساسي ومكثف على الجودة والعلاقة بين البائع والمشتري.

ومفهوم التسويق الإلكتروني لا يختلف عن هذه المفاهيم التقليدية للتسويق إلا فيما يتعلق بوسيلة الاتصال بالعملاء. حيث يعتمد التسويق الإلكتروني على شبكة الإنترنت

كوسيلة اتصال سريعة وسهلة وقليلة التكلفة وذلك لتنفيذ هذه الأعمال التي تشكل الأنواع الرئيسية لعملية التسويق بشكله التقليدي.

الخصائص المميزة للتسويق الإلكتروني :-

يتميز التسويق الإلكتروني بخصائص أهمها :

أ- الخدمة الواسعة: التسويق الإلكتروني يتميز بأنه يقدم خدمة واسعة Mass service: ويمكن للعملاء المتعاملين مع الموقع التسويقي التعامل معه في أي وقت ودون أن تعرف الشركة صاحبة الموقع من قرأ رسالتها الإلكترونية إلا إذا اتصل العميل بها كما لا يمكنها مراقبة الزائرين لموقعها.

ب- عالمية التسويق الإلكتروني: أن الوسائط المستخدمة في التسويق الإلكتروني لا تعرف الحدود الجغرافية، بحيث يمكن التسوق من أي مكان يتواجد فيه العميل من خلال حاسبه الشخصي على الموقع المخصص للشركة، مع وجود محذور من عدم تبلور القوانين التي تحكم التجارة الإلكترونية، وخصوصاً ما يتعلق منها بأمان الصفقات التجارية.

ت- سرعة تغير المفاهيم: يتميز التسويق الإلكتروني بسرعة تغير المفاهيم وما يغطيه من أنشطة وما يحكمه من قواعد؛ ذلك أن التجارة الإلكترونية مرتبطة بوسائل وتقانات الاتصال الإلكتروني وتقانات المعلومات التي تتغير وتتطور بشكل متسارع لذلك فإن الترتيبات القانونية التي تخضع لها قابلة للتغير السريع بشكل متوافق مع تطورات التقانات والاتصالات والمعلومات.

ث- أهمية الإعلان عبر الشبكة الدولية: يجب استخدام عنصر الإثارة وانتباه المستخدم للرسائل الإلكترونية: كما هو الحال في الإعلانات التلفزيونية نظراً لتعدد الشركات التي تطرح رسائلها الإلكترونية.

ج- الخداع والشركات الوهمية: تزداد أهمية الحذر من التسويق غير الصادق الذي لا يحمل مضموناً حقيقياً؛ لأنه من السهل نشر هذه المعلومة عن الشركة عبر الإنترنت وأن أحد الزبائن قد يتعرض لحالة خداع من هذه الشركة الوهمية أو غير الملتزمة؛ مثل التعامل ببطاقة ائتمان مسروقة أو تقديم ضمانات خدمات ما بعد التصنيع دون الالتزام بالتنفيذ الفعلي، أو عن طريق ادعاء صفة المصرف لتجميع الأموال وتقديم إغراءات بالحصول على عوائد مجزية وغير ذلك من الأساليب؛ ذلك أن مسألة تسديد مبالغ الشراء للسلع والخدمات بواسطة إرسال أرقام البطاقات الائتمانية عبر الشبكة ما تزال غير آمنة.

ح- تضيق المسافة بين الشركات: التسويق الإلكتروني يضيق المسافات بين الشركات العملاقة والصغيرة من حيث الإنتاج والتوزيع والكفاءات البشرية؛ بحيث يمكن للشركات الصغيرة الوصول عبر الإنترنت إلى السوق الدولية بدون أن تكون لها البنية التحتية للشركات الضخمة المتعددة الجنسية وتجعلها تقف على قدم المساواة مع هذه الشركات في المنافسة. وذلك يعود إلى استخدام نفس الأسلوب في تنفيذ عمليات البيع والشراء وتقديم مختلف أنواع الخدمات إلكترونياً. كما في حالة توزيع الموسيقى والأقراص الليزرية وأفلام الفيديو وبرامج الكمبيوتر وغيرها.

خ- تقبل وسائل الترويج عبر شبكة: مع الطبيعة الدولية للتسويق الإلكتروني، تلعب الاختلافات الحضارية والحساسيات الثقافية دوراً مهماً في ذلك؛ وخصوصاً بالنسبة للطرق المتبعة بالترويج بحيث يمكن لأمة ما أن تتقبل الوسائل الترويجية وتتوافق مع عقليتها الثقافية وأخرى تنبذها وتتخذ منها موقف معادي.

د- غياب المستندات الورقية: في التسويق الإلكتروني تنفذ الصفقات إلكترونياً دون حاجة لاستخدام الورق وخصوصاً المنتجات التي تقبل الترقيم وذلك من عملية التفاوض حتى تسليم البضاعة حتى قبض الثمن. وهذا ما أثار مسألة إثبات العقود وصحة التواقيع الرقمية. الأمر الذي دعا المنظمات الدولية لوضع إطار قانوني خاص بالتجارة الإلكترونية، والتوقيع وتسديد القيمة إلكترونياً.