



المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
Technical and Vocational Training Corporation



معهد المشير للتدريب
Almusheer Leading Training

التسويق والتجارة الإلكترونية





مقدمة

التسويق والتجارة الإلكترونية هما مجالان مهمان في عالم الأعمال ، يتعلق التسويق بالجهود التي تبذل لتسويق منتجات أو خدمات للعملاء من خلال الإعلان والترويج. أما التجارة الإلكترونية، فتشير إلى عمليات الشراء والبيع التي تتم عبر الإنترنت . في التجارة الإلكترونية، يتم إنشاء مواقع الويب أو التطبيقات لعرض المنتجات والسماح للعملاء بشراء هذه المنتجات عبر الإنترنت. يعتمد نجاح التجارة الإلكترونية على العوامل مثل تجربة التسوق عبر الإنترنت، سهولة الدفع والشحن، وجودة خدمة العملاء.



مفهوم التجارة إلكترونية:

- ١/ الفرق بين التجارة الإلكترونية والتقليدية.
- ٢/ دراسة السوق وتحديد الشريحة المستهدفة.
- ٣/ تصميم المزيج التسويقي ومزيج المنتجات.
- ٤/ قياس خدمة العملاء في التجارة الإلكترونية.





مفهوم التجارة الإلكترونية:

التجارة الإلكترونية تشير إلى عمليات الشراء والبيع التي تتم عبر الإنترنت مقابل مبلغ مالي معين يتم تحويله غالبًا من خلال المنصات الرقمية، ويعتبر مفهوم التجارة الإلكترونية واسعًا يشمل كل عمليات البيع للمنتجات الرقمية والملموسة وأيضًا الخدمات، ولكن المصطلح نفسه يطلق غالبًا على بيع المنتجات الملموسة.



تعريف التجارة الإلكترونية

كما تعرّف التجارة الإلكترونية على أنها الأسلوب الحديث للتبادل التجاري الذي يستخدم الوسائط الرقمية للتفاعل بين البائع والمشتري. وبدلاً من الاعتماد على المتاجر التقليدية والمواقع الجغرافية، يمكن للأفراد والشركات أن يختاروا التسوق والبيع عبر الإنترنت لتوفير الوقت والجهد وتوسيع نطاق وصول المنتجات والخدمات.

أهمية التجارة الإلكترونية

تظهر أهمية التجارة الإلكترونية في العصر الحالي ضمن نقاط رئيسية، ومن أبرزها ما يأتي:

- ١/توسيع العلامة التجارية
- ٢/أكثر ملاءمة لظروف العملاء
- ٣/توسّع الفئات المستهدفة
- ٤/جمع البيانات بهدف تحسين الخدمات
- ٥/تقليل التكاليف مقابل زيادة في الأرباح
- ٦/تقليل المخاطر
- ٧/إضفاء الخصوصية على عملية التسوّق





الفرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية

سنذكر الفرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية ولكن بعد أن نقوم بشرح بسيط عن الكلمة التي تجمع بينهم وهي (التجارة).

فالتجارة هي عبارة عن الأحداث والعمليات المتعلقة بشراء أو بيع السلع والخدمات



مفهوم التجارة الإلكترونية

تشير التجارة الإلكترونية إلى تبادل السلع والخدمات أو الأموال أو المعلومات بين الشركات والمستهلكين عبر شبكة الأنترنت.

التجارة الإلكترونية تعني التداول وتقديم المساعدة لأنشطة التداول، من خلال استخدام الوسيط الإلكتروني، أي أن جميع الأنشطة مثل الشراء والبيع والطلب والدفع تتم عبر الإنترنت.



تعريف التجارة التقليدية :

التجارة التقليدية هي جزء من أنشطة الأعمال، والتي تشمل جميع الأنشطة التي تسهل عمليات التبادل. يشير مصطلح التجارة إلى شراء وبيع السلع والخدمات نقداً أو عينياً، ويعني ضمناً جميع الأنشطة اللازمة مثل الأعمال المصرفية والتأمين والنقل والإعلان والتعبئة وما إلى ذلك، والتي تساعد في إكمال عملية التبادل بين الأطراف بنجاح.

تشمل التجارة كل تلك الأنشطة التي تبسط تبادل السلع والخدمات، من الشركة المصنعة إلى المستهلك النهائي.



الفرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية



تتفق التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية في بيع نفس المنتجات والخدمات، إلا أنهما يختلفان في طريقة الدفع والتسليم.

في التجارة الإلكترونية تتم العملية بشكل كامل من خلال المنصات الرقمية (بدايةً من تصفح المنتجات، واختيار المنتج المطلوب حتى وإتمام الدفع، وتسليم المنتج) فلا يتم التعامل مع أي عنصر بشري بين البائع والمشتري، بل تتم عملية الشراء بالكامل عبر الإنترنت. أما التجارة التقليدية تتم بالاعتماد بشكل أساسي على المقابلة واجهًا لوجه، فيذهب المشتري بنفسه لمقابلة البائع ويبدأ بتصفح المنتجات وتفحصها جيدًا، ثم يختار المنتج المناسب ويعطي التاجر ثمن المنتج يدًا بيد. العملية تتم غالبًا من خلال المقابلة بهذا الشكل إذا لم يستطع البائع مقابلة المشتري لعرض المنتج واستلام الأموال فلن يتمكن من إتمام البيع.



الفرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية



التجارة التقليدية

- يتم الشراء والدفع من خلال المقابلة بين البائع والمشتري.

- يواجه المستخدمون صعوبة في الوصول والتعامل مع المنصات الرقمية.

التجارة الإلكترونية

- يتم الشراء والدفع من أي جهاز إلكتروني (حاسوب ، موبايل ، تابلت).

- تساعد على حفظ المال والوقت المستغرق في التنقلات وإيجار المحلات وعمليات التشغيل وغيره.



الفرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية



التجارة التقليدية

- يأخذ العميل القرار الشرائي بناءً على معاينة المنتج وملامسته وتجربته أحياناً.
- يواجه مسؤول المبيعات صعوبة بالغة في حالة الزحام وتكدس العملاء وخاصة في المواسم.

التجارة الإلكترونية

- يأخذ العميل القرار الشرائي بناءً على الصور والفيديوهات التي يشاهدها على صفحة التاجر.
- يمكن إتمام عمليات الشراء المتعددة من قبل عدد كبير من المشترين في نفس اللحظة.



الفرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية



التجارة التقليدية

- تحتاج لامتلاك متجر في منطقة مميزة في المدينة ليسهل وصول العملاء إليه.
- أنت مقيد بالعملاء الذين يستطيعون الوصول إلى الحي أو المدينة التي يوجد فيها محلاتك التجارية.
- تحتاج عرض منتجك بشكل جذاب في صالات العرض لخطف أنظار العملاء .

التجارة الإلكترونية

- تحتاج لإنشاء موقع إلكتروني والاعتماد على نظام توريد وشحن المنتجات.
- تستطيع بيع منتجاتك في دولة أو أكثر بمجرد الوصول إلى متجرك الإلكتروني .
- تحتاج لتصوير صور احترافية وفيديوهات لعرض منتجك وتظل محفوظة في المخزن.

الفرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية

فنستطيع القول بأن التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية لا يختلفان في العناصر المتعلقة بشراء أو بيع السلع والخدمات، ولكن يختلفان في كيفية تنفيذ تلك العناصر. فكلنا يعمل بالتجارة التقليدية، التجارة التي يتداولها كل فرد أو تاجر أو هيئة أو شركة أو مؤسسة في حياتنا اليومية. وكلنا يعلم بأن التجارة التقليدية متعبة ومرهقة ومكلفة، فمصاريفها كثيرة كالإيجار والديكورات ومصاريف الماء والكهرباء والنظافة ومكاتب وأوراق ورواتب الموظفين والمصاريف الإدارية ومصاريف التسويق الباهظة والتي عادةً ما تكون تسويق محلي أي على مستوى المدينة التي تتواجد فيها المنشأة أو على مستوى الدولة.

أما التجارة الإلكترونية فإنها تتبع أسلوباً غير تقليدي في الوصول إلى الزبائن، غير أن طريقة ونوع التسويق فيها على مستوى العالم.

وهي أيضاً تحقق عائدات ضخمة يقابلها انخفاض كبير في التكاليف مقارنة بالتجارة التقليدية، فالتجارة الإلكترونية تتم من خلال سوق لربط الزبائن بالتجار يتمثل في شبكة الإنترنت



دراسة السوق وتحديد الشريحة المستهدفة

لا بد لأي شركة منتجة أن تضع في خطتها التسويقية مجموعة الشرائح المستهدفة من العملاء الذين سيتم تصريف المنتج من قبلهم. وبذلك ترسم أول خطوة في عملية تحديد مخططات العمليات التسويقية، ويعتمد الطلب على منتجات الشركات على احتياجات العملاء ورغباتهم ورفاهيتهم، وتختلف هذه الاحتياجات، والمتطلبات والكماليات باختلاف شرائح العملاء.

من أجل أن تكون مربحة، يُنصح دائمًا بتقسيم هؤلاء العملاء وفقًا للتركيبة السكانية، والتخطيط النفسي، والجغرافي، والسلوكي وتوجيه كل أو معظم جهودك التسويقية إلى الشريحة الأكثر ربحية.



استهداف الجمهور

الكثير من الأشخاص أصحاب الأعمال أو الشركات إذا لم يستهدفوا العملاء الذين سيتم تصريف البضاعة لديهم، ولن يجدوا الوقت الكافي لتحديد السوق المستهدف، فهذا يساهم في فقد وهدر الوقت والمال وهم يبحثون عن عملاء بشكل دائم.

لذلك الواجب من أي شركة أو صاحب عمل دراسة نوعية الأشخاص الذين يسعون للحصول على منتجه وطبيعة تفكيرهم ومعرفة بسيطة عن سلوكهم، فهذه الدراسة تمكن صاحب المنتج أو الجهة التي تسعى لتحقيق تصريف إنتاجها.

معرفة السوق المستهدف، ووضع أفكار تسويقية من خلال رسائل الاتصالات البصرية وغيرها في مكان يوجد فيه الجمهور المستهدف، وذلك باستخدام كلمات ذات مدلولات ملفتة وعبارات قصيرة وكلمات مغرية تتحدث على وجه التحديد عن احتياجاتهم. من خلال الإعلانات المدروسة.



استهداف الجمهور

عندما يفهم صاحب العمل الزبون المثالي لديه ويعرفه بشكل أفضل، زادت فعالية جهوده التسويقية. وسيحدد مكان الجمهور المثالي المستهدف، وكلما زاد العمل في التركيز على نوعية العملاء كلما انتشر المنتج بين الجمهور وشاع حتى يتم تحقيق النجاح والحصول شبكة واسعة من العملاء تساهم في التعريف بالمنتج.



تحديد شرائح السوق المستهدفة

عندما ندرك نوعية الأشخاص المستهلكة للمنتج يسهل علينا تقسيمها إلى قطاعات مختلفة.

مثل: تقسيم السكان إلى مجموعات يمكن قياسها من خلال الخصائص الرئيسية

قبل كل شيء نحدد الموقع الجغرافي المستهدف ومن ثم نقوم بدراسة تشمل الجنس المستهدف رجال أو نساء، وتحديد أعمارهم. ومستوى الدخل التي تحدد القوة الشرائية للمنتج، من خلال الثقافة المشتركة للجماعة نستطيع تحديد هويتها الفكرية وبالتالي نستطيع أن نحدد كيفية فهم احتياجاتهم



تحديد شرائح السوق المستهدفة

كما يعد تحديد السوق المستهدف جزءًا أساسيًا من خطة تطوير المنتج، إلى جانب التصنيع والتوزيع والسعر والتخطيط الترويجي. يحدد السوق المستهدف عوامل مهمة حول المنتج نفسه

تصميم المزيج التسويقي ومزيج المنتجات

المزيج التسويقي:

هي مجموعة من العناصر التي تستخدمها الشركات
لتحقيق أهداف التسويق .