

محاضرات التسويق الالكتروني

الدكتور براهيمى عبد الرزاق



مطبوعة دروس موجهة إلى طلبة السنة الثانية ماستر تسويق

الدكتور : براهيمى عبد الرزاق

السنة الجامعية 2020/2021

مقدمة :

يؤثر التسويق الإلكتروني على جميع جوانب التسوي ق مثل الاستراتيجية والتخطيط من خلال المزيج التسوي ق، والاتصالات التسويقية وسلوك المشتري إلى أبحاث التسويق. وهو يسلط الضوء على أفضل الممارسات في تطبيق الوسائط الرقمية لدعم مجموعة من الأهداف التنظيمية.. يؤثر التسويق الإلكتروني على كل المنظمات ف يجب أن يضمن التخطيط تكامل التسويق الإلكتروني مع الأهداف التسويقية وأهداف الشركة في التحرك نحو الأعمال الإلكترونية. وتظهر أهمية التسويق الإلكتروني من خلال قصص النجاح التي حققها كبار مطوري التسويق الإلكتروني مثل Leicester و Alliance و BMW و Dell و CIPD و Diageo و E-consultancy و Direct و ING و TUI و Tektronix¹.

يمكن اعتبار مواقع الأعمال الإلكترونية على أنها جزء من الممتلكات الافتراضية أو العقارات . تحتاج مواقع الويب إلى تطبيق شروط الاستخدام السارية حتى يتمكن العملاء والزوار من قراءتها وفهمها. فقد أصبحت شروط استخدام الموقع الإلكتروني ضمن الاستراتيجية القانونية الرئيسية لإدارة المخاطر القانونية المرتبطة بالمواقع الإلكترونية للأعمال الإلكترونية.

تعتبر الموثوقية والقابلية للتطوير والأمان مهمة للغاية بالنسبة الأعمال الإلكترونية ومن المتوقع أن تصبح أكثر أهمية في السنوات القادمة. في بيئة الأعمال الإلكترونية، فهناك مخاوف بشأن انتهاكات

محتملة مثل العملاء الذين يكونون أطفالاً أو أشخاصاً آخرين دون التزام بالتعاقد مع البائع ، أو أن يكون شخصاً يستخدم هوية أو رقم حساب شخص آخر. من الضروري أيضاً إدراك أن أسماء العلامات التجارية لها نفس الأهمية في الأعمال الإلكترونية. يجب على شركات الأعمال الإلكترونية الاعتراف بأهمية علاقة الثقة مع عملائها. أثبتت الثقة بأنها عامل نجاح حاسم. ومن المهم أيضاً معرفة أن معظم تطبيقات الأعمال الإلكترونية لها اعتبارات الملكية الفكرية. قد يلزم النظر في كل من الربط، والتأطير، والتخزين المؤقت، والتنزيل، وبراءات الاختراع، والعلامات التجارية، واسم المجال، وسرية التجارة.

فصول المطبوعة :

- مدخل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال
- ماهية التسويق الإلكتروني
- طبيعة التسويق الإلكتروني المصرفي
- المزيح التسويقي الإلكتروني للخدمات المصرفية
- قياس جودة المواقع الإلكترونية
- مواقع التواصل الاجتماعي
- سلوك المستهلك الإلكتروني

أهداف المادة:

تقدم هذه المادة العلمية للطالب امكانية بناء فكري حول الجانب الاستراتيجي لل تسويق الإلكتروني. فيكتشف الخلفيات والمزايا ويستكشف الوضع الحالي للتسويق الإلكتروني، وتعريفات التسويق الإلكتروني، والفرص التي يقدمها للمؤسسات التي تعمل بالفعل في التسويق الإلكتروني، لذا في هذا المحتوى، وفي جميع أنحاء المطبوعة، نقدم إطار عمل لتقييم وتحسين ممارسات التسويق الإلكتروني الحالية أو التخطيط لمبادرات جديدة.

على الطالب ان يتحكم في النقاط التالية :

- التعرف على التطورات الحديثة في الأنشطة التسويقية والفرص الجديدة التي خلقتها الإنترنت لمنشآت الأعمال.
- التعرف على دور التسويق الإلكتروني في زيادة المبيعات.
- فهم وظائف التسويق الإلكتروني وتطبيقات أدوات وتقنيات التسويق الإلكتروني في الواقع العملي.
- تكوين حصيلة كبيرة من مصطلحات التسويق الإلكتروني والإنترنت لدي الطلاب.
- تحليل قطاعات المستهلكين المحتملين للتسويق على الإنترنت.
- الإلمام بعناصر ومكونات استراتيجية التسويق الإلكتروني الفعالة والبيع الناجح عبر الإنترنت والقدرة على تقييمها.
- معرفة الاتجاهات الحالية والمستقبلية لأنشطة التسويق الإلكتروني.
- في نهاية هذه المطبوعة يصل الطالب الى فهم مقترحات القيمة عبر الإنترنت، و يكون قادراً على تقييم إمكانيات توسيع المنتج على الإنترنت واقتناص الفرص الموجودة عبر الإنترنت. والوصول إلى إعادة توليد القيمة.³

أسئلة

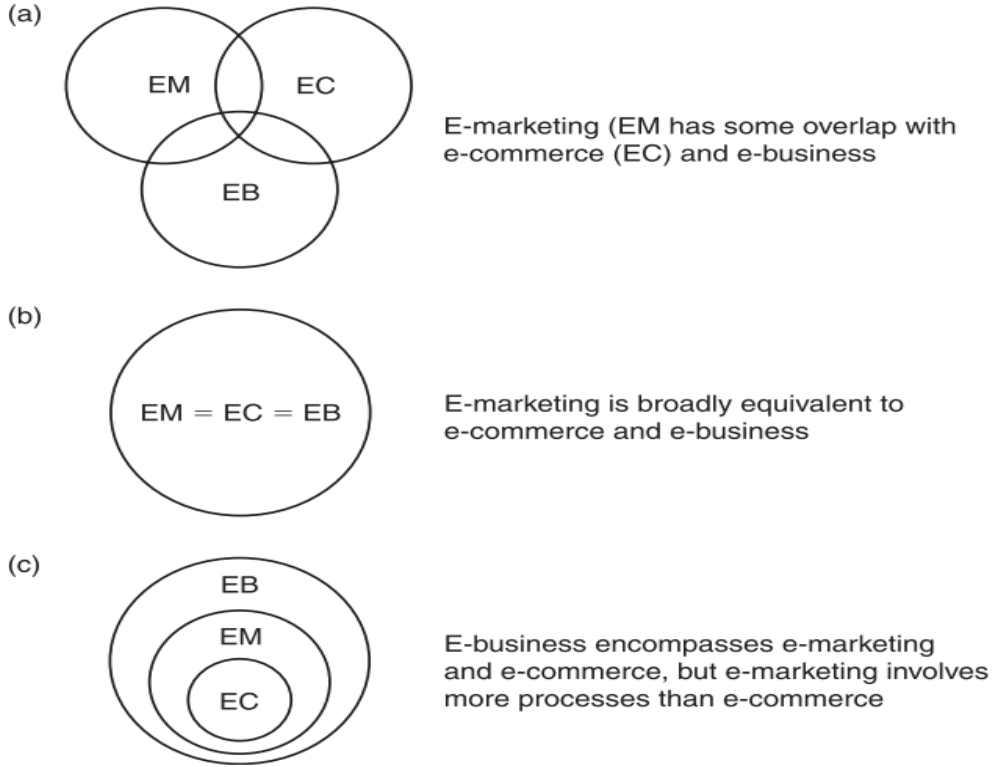
1. ما هو تعريف التسويق عبر الإنترنت. وكيف ساهم في تسهيل مهمة التسويق المباشر؟
2. ما هي أهم عوائق تجارة التجزئة عبر الإنترنت؟
3. ما هي أهم النصائح الممكن تقديمها لتاجر التجزئة وذلك لتحقيق نجاح تسويقه عبر الإنترنت؟

4. ما هي العيوب الأساسية التي تعاني منها المواقع الإلكترونية العربية؟
5. ما هي التحديات الأساسية التي تواجه إنشاء وإدارة إستراتيجية التسويق عبر الإنترنت؟
6. ما هي مزايا التصميم حسب الطلب وكيف تم دعمها بواسطة التسويق عبر الإنترنت؟

علاقة كل من الأعمال والتسويق والتجارة مع البادئة الإلكترونية : e

هناك العديد من المصطلحات مع البادئة الإلكترونية والعديد من التفسيرات المختلفة. غير أنه من المهم تطوير فهم مشترك لمصطلحات مثل التجارة الإلكترونية، والأعمال الإلكترونية والتسويق الإلكتروني، وكيفية ارتباطها، ومن سيديرها، من أجل تطوير استراتيجية متسقة ومتناسكة. التجارة الإلكترونية هي في المقام الأول بيع عبر الإنترنت أو القدرة على التعامل عبر الإنترنت. وهذا يشمل التصفية الإلكترونية، والخدمات المصرفية عبر الإنترنت والتسوق - التي تنطوي على معاملات يشترى فيها المشترون فعليًا ويتسوق المتسوقون فعليًا. يقترح البعض أن التجارة الإلكترونية تشمل جميع المعاملات عبر الإنترنت مثل الرد على استفسار أو بحث في الكتالوج عبر الإنترنت. لا تشمل التجارة الإلكترونية نفسها التسويق ولا عمليات إدارة المكتب الخلفي المطلوبة لإدارة نشاط تجاري فعلي. الأعمال الإلكترونية لديها منظور أوسع. ويشمل ذلك أتمتة جميع العمليات التجارية في سلسلة القيمة - من شراء أو شراء المواد الخام إلى الإنتاج وحفظ المخزون والتوزيع والخدمات اللوجستية والمبيعات والتسويق وما بعد البيع والفواتير وتحصيل الديون والمزيد. تقدم شركات مثل Ariba و Covisint خدمات الأعمال الإلكترونية. الأعمال الإلكترونية تخلق القدرة على إدارة الأعمال التجارية عبر الإنترنت. وهذا يشمل التسويق الإلكتروني والتجارة الإلكترونية⁴

- تختلف التجارة الالكترونية عن التسويق الالكتروني لكون الاولى متاجرة عبر التقنية الرقمية بينما التسويق الالكتروني هو سلسلة وظائف تسويقية متخصصة ومدخل شامل لا يقتصر على المتاجرة بالسلع والخدمات وانما يستخدم التقنية كرافعة لتحسين اداء المؤسسة عموما



Three alternative relationships between e-marketing, e-commerce and e-business

التسويق الإلكتروني هو في قلب الأعمال الإلكترونية. . . الاقتراب من العملاء وفهمهم بشكل أفضل، وإضافة القيمة إلى المنتجات، وتوسيع قنوات التوزيع وزيادة المبيعات من خلال تشغيل حملات التسويق الإلكتروني باستخدام قنوات وسائل الإعلام الرقمية مثل البحث عن الإعلان، والإعلان عبر الإنترنت والتسويق التابعة والتي سنشرحها لاحقاً. كما يتضمن استخدام موقع الويب لتسهيل العملاء المحتملين والمبيعات وإدارة خدمات ما بعد البيع. يعد التسويق الإلكتروني طريقة تفكير، وهي طريقة لوضع العميل في قلب جميع الأنشطة عبر الإنترنت، على سبيل المثال. الحصول على مجموعات

مستخدمين مختلفة لاختبار موقع الويب الخاص بك على مستعرضات مختلفة في إعدادات مختلفة على اتصالات مختلفة. **ويلخص الشكل** تعريف التسويق الإلكتروني والتجارة الإلكترونية والأعمال التجارية الإلكترونية. فهي تتضمن ثلاثاً من العلاقات البديلة الممكنة بين التسويق الإلكتروني والتجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية.

في رأيك ما هو الأنسب؟

ونقترح أن يكون (ج) أكثر شيئاً على الرغم من أن المصطلحات تستخدم في كثير من الأحيان بالتبادل⁵