

## المحاضرة الرابعة

### الأعمال الإلكترونية والتسويق والتجارة الإلكترونية في العصر الرقمي الجديد :

- إن العديد من الأفراد يقومون بالخلط بين مفهوم الأعمال الإلكترونية ومفهوم التسويق والتجارة الإلكترونية وهذا بالطبع مفهوم خاطئ .
- **فالأعمال الإلكترونية هي عبارة عن :**
- إدارة جميع أعمال الشركات والمؤسسات باستخدام الوسائل الإلكترونية والحاسبات الآلية وذلك بهدف زيادة كفاءة الأداء في هذه الشركات .
- **وتشمل إدارة الأعمال الإلكترونية Business-E**
- 1- إدارة البيانات والمعلومات المتداولة داخل الشركات والمؤسسات بصورة إلكترونية سواء كانت هذه المعلومات داخلية أو خارجية فيما يختص بالعملاء والموردين.
- 2- إدارة العلاقات المتبادلة بين المنشأة وعملائها أو مورديها بصورة إلكترونية من حيث تبادل البيانات Interchange Data Electronic. (EDI)
- **ويهدف العمل على تحويل إدارة الأعمال من الصورة التقليدية إلى الصورة الإلكترونية إلى الآتي:**
- 1- رفع مستوى الأداء للأعمال التي تتم داخل المنشآت من خلال تحقيق السرعة والدقة في الأداء .
- 2- القضاء على الروتين في إنجاز الأعمال وتبسيط إجراءات العمل
- 3- تحسين صورة المنشأة أمام العملاء المحليين والخارجيين .
- 4- تقليل التكاليف التشغيلية إلى أدنى مستوى ممكن .
- 5- تكوين قاعدة بيانات داخل المنشآت عن العملاء والموردين من جانب وعن الأعمال التي تتم داخل المنشأة من جانب آخر.
- **وتنقسم عملية إدارة الأعمال بصورة إلكترونية إلى ثلاثة أنواع:**
- 1- **إدارة أعمال البيع:** وهذا يختص بإدارة كافة الأعمال المتعلقة بعمليات البيع داخل الشركات بصورة إلكترونية.
- 2- **إدارة الأعمال الداخلية:** وذلك فيما يختص بإدارة جميع الأنشطة بين الأقسام والإدارات المختلفة داخل المنشآت بصورة إلكترونية.
- 3- **إدارة أعمال المشتريات:** وهي تختص بإدارة جميع الأعمال الخاصة بعمليات الشراء من مستندات وتداول بيانات بصورة إلكترونية.
- **أما التجارة الإلكترونية فيمكن تعريفها بالآتي :**
- هي ذلك المجال الذي يسمح بالأداء المباشر أو غير المباشر للعمليات المرتبطة بالبيع والشراء وتوزيع السلع والخدمات والمعلومات عبر شبكات العمل المتصلة بالحاسب الآلي مثل شبكة الإنترنت"
- **الفرق بين التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني:**
- **الرأي الأول:** أن التجارة الإلكترونية تشمل على التسويق الإلكتروني حيث يمثل التسويق الإلكتروني الجانب التسويقي للتجارة الإلكترونية .
- **الرأي الثاني:** أن التجارة الإلكترونية تتعامل في المعاملات التجارية كبيرة الحجم وتهتم بإتمام الصفقات أما التسويق الإلكتروني فيتعامل في المعاملات التجارية صغيرة الحجم .
- **الرأي الثالث:** أن التسويق الإلكتروني يشتمل على التجارة الإلكترونية حيث أن مفهوم التسويق أشمل وأعم وتمثل التجارة فيه الجزء الخاص بعملية التبادل بين البائع والمشتري.

## أولاً: مزايا التسويق الإلكتروني

يوفر التسويق الإلكتروني العديد من المزايا لكل من مسنولي التسويق والعملاء والمستهلكين في آن واحد عرض هذه المزايا فيما يلي:

### أ-مزايا التسويق الإلكتروني للعملاء والمستهلكين وتتمثل فيما يلي:

- 1- يتمكن المستهلكين من خلال شبكة الإنترنت من تحقيق المفاضلة بين السلع من خلال التعرف على الماركات والأسعار المختلفة.
- 2- تحقيق السهولة في عملية التسوق وتقليل الجهد المبذول في ذلك.
- 3- يتمكن المستهلك من التعرف على كافة تفاصيل السلع وبالتالي الحصول على أعلى منفعة ممكنة.
- 4- **عدم حدوث احتكاك مباشر بين البائع والمستهلك**، وبالتالي ال يمكن أن يتمكن المستهلك من التأثير على المستهلك عاطفياً لشراء السلعة ومن ثَمَّ اتخاذ أفضل قرار شرائي.
- 5- **يؤدي التسويق الإلكتروني إلى توفير المعلومات عن** المنتجات المختلفة ومن ثَمَّ فإن ذلك يؤدي إلى زيادة التنافس في جودة المنتجات والأسعار.
- 6- **سرعة المقارنة:** حيث يتمكن المستهلكين من المقارنة بين الأنواع المختلفة من السلع والخدمات المقدمة في وقت قصير وذلك قبل القيام بعملية الشراء.
- 7- **الملاءمة:** ويقصد بالملاءمة هنا تمكن العملاء من القيام بالتسوق في أي وقت ومن أي مكان دون تكبد أي متاعب أو مشاق.
- 8- **سرعة الاستجابة والخدمة:** وذلك من خلال استجابة المنظمات المستخدمة للتسويق الإلكتروني لعملائها بصورة سريعة ومباشرة، حيث ال يحتاج العميل هنا إلى الانتظار لأوقات طويلة للحصول على المنتج أو الخدمة.

### مزايا التسويق الإلكتروني لرجال التسويق (الباعون):

- 1- **يمكن رجال التسويق من التفاعل مع العملاء** من خلال التسويق الإلكتروني وذلك من خلال إمكانية التحدث إليهم بشكل فوري ومعرفة ردود أفعالهم
- 2- **يمكن رجال التسويق من الوصول إلى أسواق مختلفة** ومتباعدة في وقت قصير.
- 3- **إمكانية القيام ببحوث التسويق** من خلال شبكة الإنترنت.
- 4- **ليس هناك تحديد لمساحة الإعلانات** مقارنة بالوسائل المطبوعة والوسائل الإذاعية.
- 5- **تكلفة أقل** حيث يمكن إيصال الرسالة الإعلانية إلى شريحة أكبر بأقل الأسعار.
- 6- **إمكانية إيصال الرسالة الإعلانية في وقت قصير**
- 7- **إمكانية إيصال الرسالة الإعلانية في أي وقت**، حيث ال يحتاج ذلك إلى استهداف وقت معين، فالرسالة الإعلانية تنتظر العميل للاطلاع عليها في الوقت المناسب.
- 8- **استخدام أساليب ترويجية تفاعلية مع العملاء**، حيث أن الإعلان عد من أكثر وسائل الترويج جاذبيةً وانتشاراً في الإلكتروني عبر الإنترنت ي ظل الاتجاه نحو التسويق الإلكتروني.
- 9- **تقديم السلع والخدمات وفقاً لحاجات العملاء**، حيث يجد المسوقون طبقاً لحاجات العملاء بصورة إلكترونية، فرصة أكبر لتكليف منتجاتهم بشكل يلبي توقعات العملاء ويتلاءم مع خصوصياتهم