**المحاضرة 02: التجارة الالكترونية والتسويق الالكتروني والعلاقات العامة الالكترونية:**

تمهيد: إن من أهم المؤشرات الاقتصادية لثورة المعلومات الدولية تعزيزها لغرض إنشاء شركات جديدة بإمكانيات قليلة، فهناك 65% من الشركات الخاصة في مدينة لوس أنجلس الأمريكية لم تكن موجودة قبل استخدام شبكة الانترنت في المجال الاقتصادي، وينطبق القول على شركات أخرى في مدن مثل لندن وباريس وطوكيو (احصائيات 2013). وهو ما يعني نشاطا الكترونيا اقتصاديا جديدا ارتبطت به العديد من المصطلحات والمظاهر الجديدة لهذا المجال نستعرض أهمها كالتالي:

**التجارة الالكترونية:**

1. **تعريف التجارة الالكترونية:** "هي نظام يتيح حركات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات، كما يتيح عبر الانترنت عمليات دعم المبيعات وخدمة المتعاملين، ويمكن تشبيهها بسوق الكتروني يتواصل فيه البائعون والوسطاء والمشترون. وتتقدم فيه المنتجات والخدمات في صيغة افتراضية ورقمية، ويمكن فيه الدفع بالنقود الالكترونية.

**تعريف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية** **(OECD):** يشير إلى أن: "التجارة الالكترونية تشمل جميع أشكال المعاملات التجارية التي تتم بين الشركات والأفراد، والتي تقوم على أساس التبادل الالكتروني للبيانات، سواء كانت مكتوبة أو مرئية أو مسموعة، هذا بالإضافة إلى شمول الآثار المترتبة على عملية تبادل المعلومات والبيانات التجارية الكترونيا، ومدى تأثيرها على المؤسسات والعمليات التي تدعم وتحكم الأنشطة التجارية المختلفة."

1. **تطور التجارة الالكترونية والمزايا المقدمة :**

ظهرت الأشكال الأولى للتجارة الالكترونية منذ عقود سابقة، حيث يعتبر استعمال جهاز الكمبيوتر والشبكة في الاتصالات الدولية التجارية ارهاصات أولية لهذا النوع من التجارة، غير أن الظهور الحقيقي كان مع تولي الحكومة الأمريكية قيادة البحث العلمي لتطوير البنية التحتية المعلوماتية، بهدف إقامة نظام المتاجرة الالكترونية، ومرت بذلك بعدة محطات، نذكر منها: مرحلة الإعداد، مرحلة التنفيذ، مرحلة النضج.

اقتحمت الانترنت عالم الاقتصاد من خلال دورة كاملة من الخدمات بمختلف المراحل بدء من تذكرة الطائرة حتى العقد القانوني الشائك، ولابد من الإشارة هنا إلى أن شبكة الانترنت وفرت عام 2000 ما مجموعه 220 مليار دولار من الخدمات التجارية.

وانطلقت مسيرة التجارة الالكترونية من خلال مبيعات السلع العالية القيمة على شبكة الانترنت وانتقلت تجارة البضائع على شبكة الانترنت في الولايات المتحدة الأمريكية من 43 مليار دولار عام 1997 إلى 1.3 تريليون دولار عام 2003.

ومع اكتساب الموجة الأولى من هذه التجارة قوة وزخما يرى المتخصصون أن مجالات التجارة الالكترونية تنتشر بشكل سريع في مختلف أنحاء العالم، للأسباب التالية:

-وجود طلب واضح بين المشترين: هناك توجه نحو الشراء المباشر لدى المؤسسات بغرض خفض التكاليف والتي تشكل الخدمات الجزء الأكبر منها (أكثر من 60 بالمئة).

- إنتاج الخدمات على الانترنت: وذلك من خلال إعادة تصنيف الخدمات على شكل منتجات بمستويات أسعار مدروسة واتفاقيات خاصة بمستوى الخدمة من أجل ضمان الجودة.

-مزايا نضج تكنولوجيا الانترنت: وهو ما ينعكس ايجابا على خفض التكاليف المرتبطة ببيئة العمل وينعكس ايجابا على التجارة الالكترونية.

-المعلومات الإضافية المساندة: من خلال وجود اتصالات على الشبكة لا علاقة لها بالتجارة مما يترك أثرا ملموسا فيما يتعلق بالتسويق والاتصالات وخدمات الزبائن المستندة على الانترنت.

**3) أهمية التجارة الالكترونية:**

في العصر الرقمي الذي تنتشر فيه الانترنت انتشارا هائلا، أصبحت التجارة الالكترونية تكتسب أهمية كبيرة، فعلى مستوى رجال الأعمال أصبح من الممكن تجنب مشقة السفر للقاء شركائهم ومتعامليهم، وأصبح بمقدورهم الحد من الوقت والمال للترويج لبضائعهم. بالنسبة للزبائن فليس عليهم التنقل كثيرا للحصول على على ما يريدونه أو الوقوف في الطوابير أو حتى استخدام النقود التقليدية، إذ يكفي اقتناء جهاز كمبيوتر وبرنامج مستعرض للانترنت واشتراك بالانترنت للاندماج في التجارة الالكترونية والتي لا تقتصر على عمليات بيع وشراء السلع والخدمات عبر الانترنت ولكنها أيضا تنطوي على ما هو أهم وأكثر من ذلك، إذ توسعت حتى أصبحت تشمل عمليات بيع وشراء المعلومات نفسها جنبا إلى جنب مع السلع والخدمات.

**التسويق الالكتروني:**

1. **تعريف التسويق الالكتروني:** أو التسويق عبر الانترنت e-marketing ويعني تلك العملية التي يتم بموجبها استخدام تطبيقات شبكة الانترنت في تحقيق الأهداف التسويقية، أي أنها عملية تشتمل على جميع الأنشطة التسويقية التي يتم تنفيذها عبر الشبكة. ويتضمن ذلك التخطيط والتسعير والترويج لتلك المنتجات.

وما يميز التسويق الالكتروني أنه يعمل على توفير الوقت، من خلال الخدمة المباشرة المتاحة على أجهزة الكمبيوتر أو الهاتف الذكي وشبكة الانترنت. والملاحظ أن هناك توجها كبيرا في الآونة الأخيرة للاعتماد على التسوق عبر الانترنت ليشمل كافة الاحتياجات والمتطلبات الخاصة بالمتسوق.

والتسويق الالكتروني من ناحية العلاقة من الزبون يعرّف على أنه: ذلك الكل من الفعاليات التسويقية لاجتذاب وبناء علاقات الولاء الزبون.

ويعتبر **الولاء** في التسويق الكلاسيكي أو الالكتروني الوسيلة الأكثر فعالية في المحافظة على الزبائن ومعاودة تعاملهم مع المؤسسة حيث يصبو التسويق الالكتروني إلى تقديم عروض مشخصة لكل زبون، حيث يرتكز على **العلاقات الفردية بين (المؤسسة-الزبون**)، التي فرضتها تكنولوجيا الانترنت أين يتم معرفة كل زبون وكيفية إرضائه شخصيا، وتقديم منتجات وبيانات حسب كل طلب ويتم عبر المراحل التالية:

**-التعرف على الزبائن**: أين لا تكتفي المؤسسة بالأسماء والعناوين فقط، بل تتعرف على الأذواق والعادات الشرائية

**-التشخيص**: يختلف المستهلكون في ميولاتهم واحتياجاتهم، وبهذا يشكلون قيما مختلفة ومتباينة بالنسبة للمؤسسة حيث لا تكفي عملية التعرف على الزبون إنما تلجأ المؤسسة إلى شخصنته والتقرب منه وذلك من خلال عروض خاصة لجعل العلاقة به تتطور وتتوطد أكثر.

**-التفاعل:** يلعب التفاعل مع الزبائن دورا مهما في اكتشاف احتياجاتهم وتحديد رغباتهم المعلنة وغير المعلنة، كما تحسن صورة المؤسسة لدى الزبون وتضمن ولاءه ورضاه.

**-الإدماج:** تتمثل في إدماج المعلومات المحصلة من كل زبون في نظام معلومات المؤسسة وذلك لدراستها على مختلف المستويات.

**-الاندماج:** تعمل المؤسسة على دمج الزبون في نظامها وجعله زبونا وفيا، وذلك بأن تحوز على رضاه، أين يصل الزبون لدرجة يصبح كأنه أحد عناصر المؤسسة، وقد يتم استشارته في كل أمر يستدعي ذلك.

1. **متطلبات نجاح التسويق الالكتروني:**

البنية التحتية الصلبة: والمقصود بها كل التقنيات والأجهزة والأسلاك والتوصيلات والمتطلبات التقنية التي تتيح الاتصال بالانترنت بفعالية وقوة تسمح بتقديم خدمات الكترونية ذات مستوى عالٍ.

البنية التحتية الناعمة: والمقصود بها مجموع الخدمات والمعلومات والخبرات وبرمجية التطبيقات، كقواعد البيانات الالكترونية وخدمات التجارة الالكترونية، فضلا عن كفاءة وفعالية النظم القانونية للقطاع بحيث تحدد نطاق التدخل الحكومي وتحدد أولوية الدعم وغيرها من الإجراءات.

البنية التحتية البشرية: والمقصود بها الكفاءات البشرية المتمكنة من إدارة والتحكم في التقنيات الالكترونية المختلفة وتسمح بتقديم خدمات الكترونية مميزة.

**العلاقات العامة الالكترونية:**

1. **أهمية العلاقات العامة:**

تعتبر العلاقات العامة من أهم مكونات العملية الإدارية لأي مؤسسة أو منشأة خاصة أو خدمية، وقد تطورت بشكل متعاظم بما يتفق والتطورات السائدة عالميا في مختلف المجالات خاصة التكنولوجية منها، في عصرنا الحالي الذي أكد أنه لا غنى لأي مؤسسة عن العلاقات العامة التي تلعب أدوارا مهمة من خلال كونها منظمة تعتمد على التخطيط والبحث والاتصال والتقويم وكيفية التعامل مع جمهور الرأي العام أو الجمهور الخارجي، وتحسين صورة المؤسسة وإدارة المشكلات بها وتهيئة أسباب التوافق بين المؤسسة وبين جمهورها. و حسب الموقع الدولي للعلاقات العامة على شبكة الانترنت، فإن صناعة العلاقات العامة تعتبر ضمن أسرع المهن النامية في الولايات المتحدة الأمريكية خلال عام 2006.

وتتطور مهنة العلاقات العامة، كغيرها، استجابة للاتجاهات العالمية السائدة وهو ما أنتج لنا مصطلحا جديدا ومستجدا للعلاقات العامة وهو العلاقات العامة الالكترونية.

1. **مفهوم العلاقات العامة الالكترونية:**

تعرف مورغان Morgan Carrie العلاقات العامة الالكترونية أو الرقمية بأنها: "قيام إدارة العلاقات العامة بتوظيف تقنيات الاتصال الحديثة لتنفيذ بعض أنشطتها، للاسهام في تحقيق أهدافها."

ومنه فالعلاقات العامة الالكترونية وإن تعددت تعريفاتها فهي وفق جمعية العلاقات العامة الدولية والمعهد البريطاني للعلاقات العامة، قيام الإدارة المعنية بالعلاقات العامة، بتوظيف وتسخير تقنيات الاتصال الحديث وقنوات الإعلام الرقمي لتنفيذ أنشطتها، وذلك للإسهام في تحقيق أهداف المؤسسة مع الجمهور أو المجتمع.

وعليه، فقد تشكلت ملامح جديدة للعلاقات العامة قوامها مكونات الشكل التقليدي نفسه ممزوجة بوسائل الإعلام الجديد، وصناعة محتواه، مع توظيف تطبيقات جديدة لخدمة مهام وأدوار العلاقات العامة.

1. **أهمية وايجابيات العلاقات العامة الالكترونية في المؤسسات الحديثة:**

-الاتصال الدائم والاستمرارية: حيث تظل المادة المنشورة، مثلا، على موقع المؤسسة لمدة طويلة ويمكن الرجوع إليها في أي وقت.

-الاستجابة الفورية والسرعة: حيث لابد على المؤسسة أن تستجيب فوريا لما يظهر من موضوعات وتطورات في العمل واتجاهات الجمهور بخصوص المؤسسة.

-الانتشار على مستوى العالم: حيث يمكن للمؤسسة الوصول إلى جمهورها أينما كانوا في مختلف أنحاء العالم.

-رجع الصدى والاتصال في اتجاهين بين المؤسسة وجمهورها.

-الشفافية: حيث أن ديناميكية الانترنت تتطلب من مسؤول العلاقات العامة الاحاطة بكل الاجراءات والمنتجات والخدمات المتوفرة للجمهور، من حيث التعامل مع المعلومات وإدارة المعرفة.

1. **وسائل العلاقات العامة الالكترونية:**

-خدمة البريد الالكتروني.

- الموقع الالكتروني للمؤسسة.

-استخدام قواعد البيانات.

-لوحات الاعلانات الالكترونية والشريط الاعلاني.

-البرمجيات والتطبيقات الخاصة.

-الإعلام الالكتروني.

-مواقع التواصل الاجتماعي.

1. **واقع العلاقات العامة الالكترونية في الجزائر:**

في الجزائر توصلت العديد من الدراسات الأكاديمية التي تناولت الموضوع من زوايا مختلفة إلى عدم اهتمام المؤسسات الجزائرية بجهاز العلاقات العامة رغم المشاكل العديدة التي تعانيها على الصعيدين الإداري والاتصالي. ونظرا لأهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسات والمجال الاقتصادي بشكل عام خصوصا الانترنت التي أثبتت أهميتها في رفع التنافسية بين المؤسسات، فإن المؤسسات الجزائرية بدأت تنخرط في هذا المجال الذي أعطى دينامكية أكبر في مجال المنافسة وتطوير الأداء بالاعتماد على الانترنت والتكنولوجيات الحديثة الأخرى. لكن هذا الاندماج لا يزال يحتاج إلى الكثير من الجهود التنظيمية والتكنولوجية والبشرية لتحقيق المستوى المطلوب اقتصاديا واتصاليا.