

المستوى الأولى ماستر

تخصص علم النفس العمل والتنظيم وتسيير الموارد البشرية

السداسي الثاني

المادة علم النفس الاقتصادي

المحاضرة العاشرة

التسويق الإلكتروني

1 مفهوم التسويق الإلكتروني :

- التسويق الإلكتروني هو مصطلح عام يطبق على استخدام الحاسب و تكنولوجيا الاتصالات لتسويق السلع و الخدمات ، فهو بمثابة استخدام تكنولوجيا المعلومات للربط بين الوظائف التي يوفرها البائعون و المشترون .
- التسويق الإلكتروني عبارة عن تسويق المنتجات عن طريق شبكة الأنترنت ،أي يتم عرض منتجات المؤسسة وتتم عملية البيع و الشراء عن طريق الشبكة والتي أصبحت واسعة الإنتشار ، ويوجد العديد من مستخدمي هذه الشبكة .
- التسويق الإلكتروني هو تحسين مقاييس الخدمة على الأنترنت و حماية حقوق المستهلك .

2 أهمية التسويق الإلكتروني :

تكمن أهمية التسويق الإلكتروني بعدة نقاط :

- إن اعتماد المؤسسات على الأنترنت في التسويق يتيح لها عرض منتجاتها و خدماتها في أنحاء العالم دون إنقطاع (طيلة ساعات اليوم ، طيلة أيام السنة) مما يوفر للمؤسسة فرص أكبر لعرض منتجاتها و الوصول إلى المزيد من الزبائن و جني الأرباح .
- تخفيض مصاريف المؤسسات ، إذ تعد عملية إعداد و صيانة المواقع على الويب أكثر إقتصادية من بناء أسواق التجزئة أو صيانة المكاتب ، ولا تحتاج المؤسسات إلى الإنفاق الكبير على الجانب الترويجي ، أو تركيب تجهيزات باهظة الثمن.
- تواصل فعال مع الشركاء و الزبائن ، إذ يطوي التسويق الإلكتروني المسافات و يعبر الحدود ، مما يوفر طريقة فعالة لتبادل المعلومات مع الشركاء .
- أصبح التسويق الإلكتروني أحد ضروريات الحياة في مجتمعنا اليوم ، حيث نجد مئات الملايين من المستخدمين يتصلون بشبكة الأنترنت يوميا من جميع أنحاء العالم .

*- مزايا و مساوئ التسويق الإلكتروني :

*- المزايا بالنسبة للمؤسسة :

- توفير التكلفة مما ينعكس ذلك على سعر المنتج .

- القابلية على تطوير العلاقات مع الزبائن.

- عدم وجود حاجة إلى الوسطاء أو الوكلاء.

- المبيعات الإضافية من خلال استخدام الأنترنت كقناة ترويجية.

***- المساوى بالنسبة للمؤسسة :**

- قد تتدهور خدمة الزبون بدون الإتصال بين شخص إلى شخص آخر.

- قد تكون إدارة موقع الشبكة مكلف بسبب التحديثات المتكررة .

- عدم وجود سرية في التعامل فقد يتم كسر و دخول لمعلومات المؤسسات من قبل هكر الأنترنت.

***- المزاي بالنسبة للزبون :**

- أسعار مخفضة بسبب إنخفاض التكاليف .

- سهولة الشراء و مراقبة التسليم و خاصة بالنسبة لزبائن المؤسسة الذين يقدمون طلبات متكررة.

- توفير المعلومات الحديثة عن المنتجات ودعم الزبائن بالخدمات.

- الإستجابة حسب الطلب و وفقا لإحتياجات زبائن رئيسيين .

- سهولة الحصول على معلومات عن أي سلعة و ميزاتها بسبب الإنتشار القوي للأنترنت .

***- المساوى بالنسبة للزبون :**

- الخوف من استخدام التكنولوجيا .

- مخاوف الأمن ، إذ يعتبر هذا العامل رئيسي.

- الإهتمامات و المصالح الراسخة لدى الزبائن المجهزين التي تجعل من الصعوبة تحولهم و تفاعلهم مع الوسائل الجديدة .

-محدودية إنتشار الأنترنت في بعض المناطق أو الدول .