

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

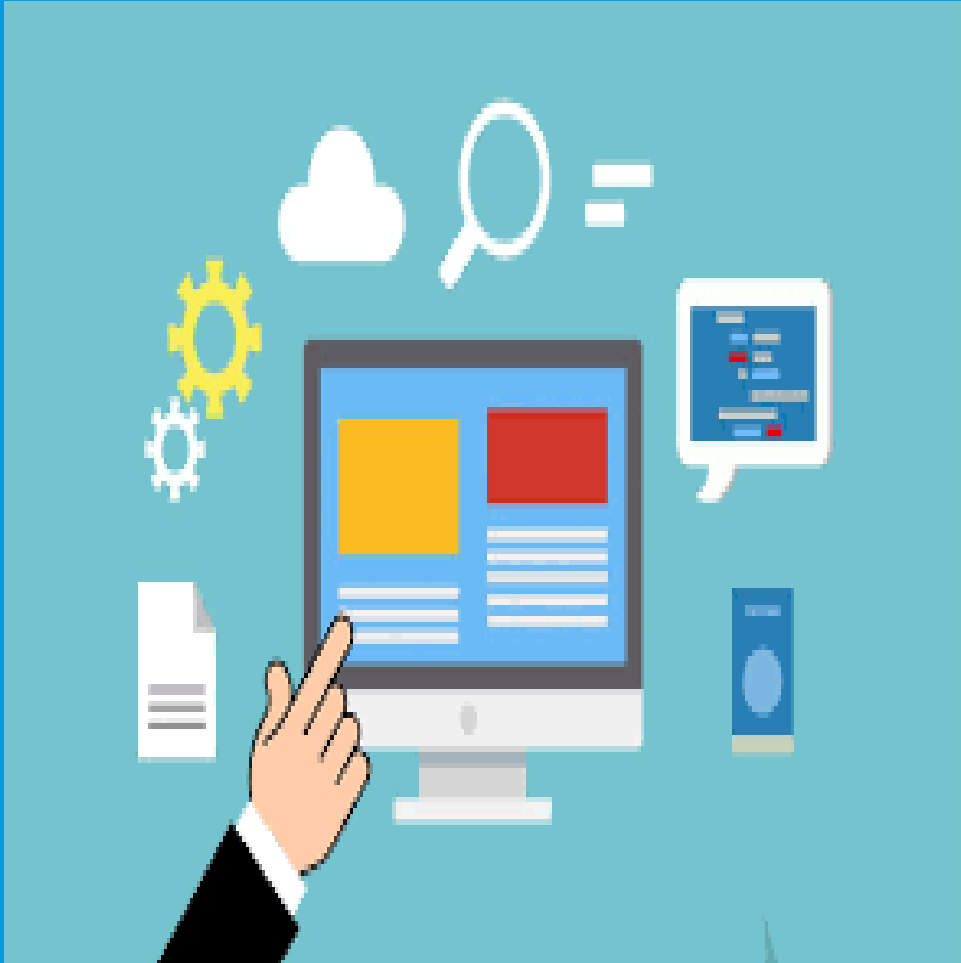
السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

# الفصل الثالث: دراسة سلوك مستهلك الخدمة الالكترونية CUSTOMER BEHAVIOR



- أولاً: تعريف سلوك المستهلك الإلكتروني
- ثانياً: أهمية دراسة سلوك المستهلك الإلكتروني
- ثالثاً: نموذج سلوك المستهلك الإلكتروني
- رابعاً: متطلبات سلوك المستهلك أثناء التسويق الإلكتروني

## الفصل الثالث: دراسة سلوك مستهلك الخدمة الالكترونية



تتصل الأسواق الإلكترونية مع الزبائن بشكل مباشر، ويفرض ذلك التعرف على المستهلك وفهم سلوكه، وخصوصا في تجارة التجزئة الإلكترونية. وفي كثير من النواحي، فإن دراسة سلوك المستهلك عبر الإنترنت هي دراسة التقاطع بين المستهلكين عبر الإنترنت، والأعمال التجارية عبر الإنترنت.

## أولاً: تعريف سلوك المستهلك الإلكتروني

تصف عبارة "سلوك المستهلك عبر الإنترنت" عملية التسوق عبر الإنترنت من وجهة نظر العميل، وكثيراً ما يوصف بأنه دراسة الاتجاهات، بما في ذلك تأثير الإعلان عبر الإنترنت، واستعداد المستهلكين للنقر على الروابط، وانتشار تسوق المقارنات، ..وغالباً ما تكون عملية صنع القرار للمستهلك عبر الإنترنت مختلفة تماماً عن المستهلك في متجر فعلي.

الهدف الأساسي من فهم سلوك المستخدم هو دفعه لاتخاذ قرار الشراء الخاص بمنتج أو خدمة محددة. وتعتبر دراسة سلوك المستهلك الإلكتروني من الموضوعات الحيوية التي تهتم كثيراً كل من الأفراد، ورجال الأعمال، ومديري الشركات، ومسؤولي البيع المباشر.





## ثانيا: أهمية دراسة سلوك المستهلك الإلكتروني

تدرس الشركات بشكل متزايد سلوك المستهلك عبر الإنترنت من أجل  
تكييف استراتيجيات المبيعات والتسويق لديها من أجل جذب مستهلك  
الإنترنت. وقد زادت المبيعات عبر الإنترنت في جميع أنحاء العالم، مع  
المزيد من المتسوقين الذين يبحثون في الإنترنت قبل التوجه إلى مراكز  
التسوق أو المتاجر الأخرى، وبهدف المحافظة على قدرتها التنافسية، تختار  
العديد من الشركات تكريس بعض رؤوس أموالها التسويقية على الأقل إلى  
الإنترنت.

تحدد الشركات العديد من النقاط الدقيقة في المبيعات عبر الإنترنت، بما  
في ذلك الاستراتيجيات الإعلانية، وتخطيط الصفحات، وسهولة البحث عن  
الموقع من خلال تحليل سلوك المستهلك عبر الإنترنت.



## ثانياً: أهمية دراسة سلوك المستهلك الإلكتروني

• اكتشاف الفرص  
التسويقية المواتية.

التعرف على العوامل  
الشرائية المؤثرة في  
القرار الشرائي

• تطوير وتحسين  
الخدمات التي تقدمها  
الشركة لعملائها.

• تجزئة السوق  
واختيار القطاعات  
المربحة.

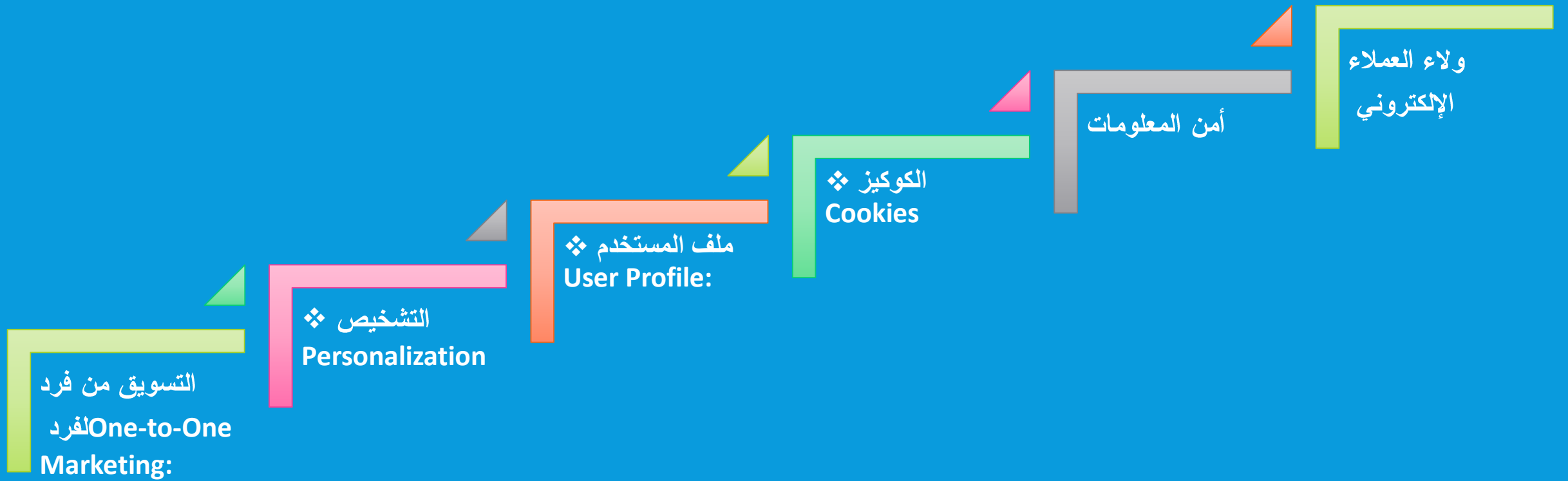
• التأثير في  
الاتجاهات النفسية  
للمستهلكين.

الاستجابة السريعة  
للتغيرات في حاجات  
وخصائص  
المستهلكين

# ثالثا: نموذج سلوك المستهلك الإلكتروني



# رابعاً: متطلبات سلوك المستهلك أثناء التسويق الإلكتروني





# إرشادات لتجارة إلكترونية آمنة:

على المستخدم  
متابعة  
مصرفاته  
ومراجعة  
حساباته البنكية  
بصورة دورية

استخدام كلمة  
مرور قوية  
يصعب تخمينها

قراءة سياسة  
الموقع التي  
تتبعها أثناء  
إجراء  
معاملاتها  
الإلكترونية

تفعيل جدار  
الحماية الخاص  
بجهاز  
المستخدم

التعامل مع  
المواقع  
الإلكترونية  
المشهورة  
والمعروفة

عدم إفشاء رقم  
البطاقة  
الائتمانية

شكرا على حسن الإصغاء  
والمتابعة