

## المحاضرة الثانية: الفرق بين التسويق التقليدي والرقمي ومفاهيم المشابهة

### 1- مفاهيم مشابهة وقريبة من التسويق الرقمي.

**الاعمال الالكترونية E-business:** تعرف الاعمال الالكترونية على أنها الاستخدام الأمثل للوسائط الالكترونية بما فيها الانترنت في أداء الاعمال المنظمة، وتشمل الاعمال الالكترونية (انترنت، الانترنت، الاكسران) لممارسة الاعمال الخاصة بالمنظمة، ولممارسة الاعمال الخاصة بالمنظمة، وتسمح هذه الآليات بأعمال الخاصة بالمنظمة وتسمح هذه الآليات الاعمال بصورة أسرع وأدق وعبر نطاق ومكان زمني أوسع.

والأعمال الالكترونية أوسع من التسويق الرقمي حيث أنها تتضمن عمليات التجارة الالكترونية والبنوك الالكترونية والهندسة الالكترونية وعمليات التسويق والانتاج والمالية وعمل الموارد البشرية والبحث والتطوير الالكتروني.

**التجارة الالكترونية:** هي مجموعة من عمليات البيع والشراء التي تتم عبر الانترنت وتشمل هذه التجارة تبادل المعلومات وصفقات السلع الاستهلاكية والتجهيزات وكذا خدمات المعلومات المالية والقانونية..... الخ وتستمل هذه التجارة مج من الوسائل لاتمام الصفقات مثل الفاكس، الهاتف، الانترنت والشبكات المعلوماتية .

**التسويق عبر الانترنت:** هو استخدام شبكة الانترنت لتحقيق الهدف التسويقي وهو أيضا نوع من التسويق لسلعة أو خدمة على شبكة الانترنت

### 2- الفرق بين التسويق الرقمي والتقليدي:

التسويق التقليدي	التسويق الرقمي
غير تفاعلي	تفاعلی: يمكن الحصول على رد فعل الجمهور ورئیة تفاعلہ بشكل سريع
متاخر يستلزم القيام بعديد من الخطوات والتواصل مع أكثر من جهة لنشره وتعديلہ	لحظی: يمكن نشره أو التحكم بمساره وايقافه في أي لحظة بسهولة
التحكم في التكاليف صعب	امکانیة تحديد التكاليف
يفوق تكاليف التسويق الرقمي	المیزانیة المطلوبة أقل مقارنة بالتسويق التقليدي
تحديد الاستهداف أصعب	سهولة تحديد الفئة المستهدفة
صعوبة قياس فعالية الحملات التسويقية	قياس فعالية الحملات التسويقية يكون أسهل

### 3- أهمية التسويق الرقمي:

يعد التسويق الرقمي مهم خاصة للمشاريع الصغيرة وتكمن أهميته في :

القابلية للفياس: يمكن للبائع معرفة عدد الأشخاص الذين زاروا الموقع، ومن أين أتوا، سواءً أكان ذلك بالبحث الطبيعي أو من خلال الدفع لكل نقرة أو وسائل التواصل الاجتماعي أو حملات البريد الرقمي.

التكلفة الأقل: لقد فتح التسويق الرقمي الطريق أمام الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم في شتى أنحاء العالم، مما وضع هذه الشركات في ساحة تنافس متكافئة مع الشركات الكبيرة والسر في ذلك القدرة على تحمل تكاليف التسويق الرقمي.

السرعة: من البديهي أنه يمكن توصيل الرسالة بشكل أسرع في العالم الافتراضي.

التفاعل والتغذية الراجعة: لعل أحد أكبر أسباب أهمية التسويق الرقمي هو التفاعل الذي يتحقق عبرها، وذلك لأنها تعد مصدر مهم للتحدث مع العملاء المحتملين وال الحاليين والاجابة على أسئلتهم وحل مشكلاتهم كما يمكن أيضا التفاعل مع الجمهور بشكل أوسع.

### 4- الخصائص المميزة للتسويق الرقمي:

- **الخدمة الواسعة**: التسويق الرقمي يتميز بأنه يقدم خدمة واسعة ويمكن للعملاء المتعاملين مع الموقع التسويقي التعامل معه في أي وقت دون أن تعرف الشركة صاحبة الموقع من يقرأ رسالتها الرقمية إلا إذا اتصل العميل بها كما يمكنها مراقبة الزائرين لموقعها.
- **عالمية التسويق الرقمي**: إن الوسائل المستخدمة في التسويق الرقمي لا تعرف الحدود الجغرافية، حيث يمكن التسوق من أي مكان يتواجد فيه العميل من خلال حاسبه الشخصي على الموقع المخصص للشركة خاصة في ظل عدم تبلور القوانين التي تحكم التجارة الرقمية وبالتحديد ما يتعلق منها بأمان الصفقات التجارية.
- **سرعة تغير المفاهيم**: يتميز التسويق الرقمي بسرعة تغير المفاهيم وما يعطيه من أنشطة وما يحكمه من قواعد، ذلك أن التجارة الرقمية مرتبطة بوسائل وتقنيات الاتصال الرقمي التي تتغير وتتطور بشكل متتابع لذلك فإن الترتيبات القانونية التي تخضع لها قابلة للتغيير السريع بشكل متواافق مع تطورات التكنولوجيا والاتصالات.
- **أهمية الإعلان عبر الشبكة الدولية**: يجب استخدام عنصر الإثارة وانتباه المستخدم للرسائل الرقمية كما هو الحال في الإعلانات التلفزيونية نظراً لتنوع الشركات التي تطرح رسائلها الرقمية.
- **خداع الشركات الوهمية**: تزداد أهمية الحذر من التسويق غير الصادق الذي لا يحمل مضموناً حقيقياً لأنه من السهل نشر هذه المعلومات عن الشركة عبر الأنترنت وأن أحد الزبائن قد يتعرض لحالة خداع

من هذه الشركة الوهمية أو غير الملزمة، مثل التعامل ببطاقة ائتمان مسروقة أو تقديم ضمانات خدمات ما بعد التصنيع دون الالتزام بالتنفيذ الفعلي أو عن طريق ادعاء صفة المصرف لتجمیع الأموال وتقديم إغراءات بالحصول على عوائد مجزية وغير ذلك من الأساليب، ذلك ألم مسألة تسديد مبالغ الشراء للسلع والخدمات بواسطة ارسال أرقام البطاقات الائتمانية عبر الشبكة ما تزال غير آمنة.

- **تضييق المسافة بين الشركات :** التسويق الرقمي يضيق المسافات بين الشركات العملاقة والصغيرة من حيث الانتاج والتوزيع والكافئات البشرية، بحيث يمكن للشركات الصغيرة الوصول عبر الانترنت إلى السوق الدولية بدون أن تكون لها البنية التحتية للشركات الضخمة المتعددة الجنسيات وتجعلها تقف على قدر المساواة مع هذه الشركات في المنافسة، وذلك يعود إلى استخدام نفس الأسلوب في تنفيذ عمليات البيع والشراء وتقديم مختلف أنواع الخدمات إلكترونياً، كما في حالة توزيع الموسيقى والأفلام الليزرية وأفلام الفيديو وبرامج الكمبيوتر وغيرها.
- **قبول وسائل التوقيع عبر الشبكة:** مع الطبيعة الدولية للتسويق الرقمي، تلعب الاختلافات الحضارية والحساسيات الثقافية دوراً مهماً في ذلك وخصوصاً بالنسبة للطرق المتتبعة للتزويد بحيث يمكن لأمة ما تقبل الوسائل الترويجية وتتوافق مع عقليتها الثقافية وأخرى تبتعد عنها وتحظى منها موقف معادي.
- **غياب المستندات الورقية:** في التسويق الرقمي تتفذ الصفقات إلكترونياً دون حاجة لاستخدام الورق وخصوصاً المنتجات التي تقبل الترقى وذلك من عملية التفاوض حتى تسليم البضاعة حتى قبض الثمن، وهذا ما أثار مسألة إثبات العقود وصحة التوقيع الرقمية.

