

## المحاضرة الثانية: الفرق بين التسويق التقليدي والرقمي ومفاهيمه 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 الأعمال الالكترونية (أنترنت، الأنترنت، الاكسرانت) لممارسة الاعمال الخاصة بالمنظمة، ولممارسة الأعمال الخاصة بالمنظمة، وتسمح هذه الآليات بأعمال الخاصة بالمنظمة وتسمح هذه الآليات الأعمال 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 وتستعمل هذه التجارة مج من الوسائل لاتمام الصفقات مثل الفاكس، الهاتف، الانترنت والشبكات المعلوماتية .

**التسويق عبر الانترنت:** هو استخدام شبكة الانترنت لتحقيق الاهداف التسويقية وهو أيضا نوع من التسويق لسلعة أو خدمة على شبكة الأنترنت

### 2- الفرق بين التسويق الرقمي والتقليدي:

التسويق الرقمي	التسويق التقليدي
تفاعلي: يمكن الحصول على رد فعل الجمهور ورؤية تفاعله بشكل سريع	غير تفاعلي
لحظي: يمكن نشره أو التحكم بمساره وإيقافه في أي لحظة بسهولة	متأخر يستلزم القيام بعدد من الخطوات والتواصل مع أكثر من جهة لنشره وتعديله
امكانية تحديد التكاليف	التحكم في التكاليف صعب
الميزانية المطلوبة أقل مقارنة بالتسويق التقليدي	يفوق تكاليف التسويق الرقمي
سهولة تحديد الفئة المستهدفة	تحديد الاستهداف أصعب
قياس فعالية الحملات التسويقية يكون أسهل	صعوبة قياس فعالية الحملات التسويقية

### 3- أهمية التسويق الرقمي:

يعد التسويق الرقمي مهم خاصة للمشاريع الصغيرة وتكمن أهميته في :  
القابلية للقياس: يمكن للبائع معرفة عدد الأشخاص الذين زارو الموقع، ومن أين أتو، سواء 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 الكبرى 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 يحققه عبرها، وذلك لأنها تعد مصدر مهم للتحدث مع العملاء المحتملين والحاليين والاجابة على أسئلتهم وحل مشكلاتهم كما يمكن أيضا التفاعل مع الجمهور بشكل أوسع.

### 4- الخصائص المميزة للتسويق الرقمي: يتميز التسويق الرقمي بخصائص أهمها

- **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 الوسائط 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 يغطيه من أنشطة وما يحكمه من قواعد، ذلك أن التجارة الرقمية مرتبطة بوسائل وتكنولوجيات الاتصال الرقمي التي تتغير وتتطور بشكل متسارع لذلك فإن الترتيبات القانونية التي تخضع لها قابلة للتغيير السريع بشكل متوافق مع تطورات التكنولوجيا والاتصالات.
- **أهمية الاعلان عبر الشبكة الدولية**: يجب استخدام عنصر الاثارة وانتباه المستخدم للرسائل الرقمية كما هو الحال في الاعلانات التلفزيونية نظرا لتعدد الشركات التي تطرح رسائلها الرقمية.
- **الخداع والشركات الوهمية**: تزداد أهمية الحذر من التسويق غير الصادق الذي لا يحمل مضمونا حقيقيا لأنه من السهل نشر هذه المعلومة عن الشركة عبر الأنترنت وأن أحد الزبائن قد يتعرض لحالة خداع

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

#### ■ تضيق المسافة بين الشركات : التسويق الرقمي يضيق المسافات بين الشركات العملاقة

والصغيرة من حيث الانتاج والتوزيع والكفاءات 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 والأقراص الليزرية وأفلام الفيديو وبرامج الكمبيوتر وغيرها.

#### ■ تقبل وسائل وسائل الترويج عبر الشبكة: مع الطبيعة الدولية للتسويق الرقمي، تلعب الاختلافات

الحضارية والحساسيات الثقافية دوراً مهماً في ذلك وخصوصاً بالنسبة للطرق المتبعة بالترويج بحيث يمكن لأمة ما تقبل الوسائل الترويجية وتتوافق مع عقليتها الثقافية وأخرى تنبذها وتتخذ منها موقف معادي.

#### ■ غياب المستندات الورقية: في التسويق الرقمي تنفذ 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 التواقيع الرقمية.

