

المحاضرة الثالثة: المزيج التسويقي في البيئة الرقمية.

1- عناصر التسويق الرقمي:

تشتمل عملية التسويق الرقمي على عدد من العناصر يمكن ذكرها على النحو التالي:

- دراسة السوق: يتم من خلال هذه الدراسة الاطلاع على احتياجات السوق والمستهلكين، السوق المستهدف يتم تحديد الفئة المستهدفة بشكل دقيق.
- تحديد الموقع: يتم من خلاله تحديد المكان الذي سيتم طرح الاعلانات فيه، مع الحرص على تطوير علامة تجارية جذابة.
- معرفة المنافسين: لابد من معرفة المنافسين في السوق مع معرفة الشريحة المستهدفة، وتطوير طريقة لجعل الخدمات والمنتجات التي تقدمها مختلفة عنهم.
- تحديد استراتيجية التسويق: يتم من خلال رسم خطة التسويق ومبيعات معينة وتنفيذها.
- الميزانية: أي المبلغ المراد انفاقه على الحملة التسويقية.

2- عناصر المزيج التسويقي الرقمي:

كانت عناصر المزيج التسويقي الرقمي في بداية الأمر أربعة فقط وكان يرمز لها بـ 4P's ومع التطورات التكنولوجية التي شهدتها العالم في الآونة الأخيرة إزداد عدد العناصر ليرتفع إلى 7 عناصر وأصبح يشار إليها بـ 7P's وهذه العناصر هي:

❖ المنتج :PRODUCT

يشير إلى كل الأشياء سواء كانت مادية أو غير مادية والتي يسعى المستهلك للحصول عليها من أجل اشباع حاجة أو تلبية رغبة معينة ومن الأمثلة عليها: الملابس، الهاتف، أковاد تطبيقات معينة وغيرها. والجدير بالذكر هنا أن المستخدم الرقمي أصبح بإمكانه التحكم بخصائص المنتجات من حيث اللون والشكل الخارجي والتصميم وغيرها.

❖ المكان :PLACE

يشمل الأدوات والخدمات التي تقدمها الشركات للمستخدمين باستخدام تكنولوجيا المعلومات، كبرامج التصميم الجرافيكي وبذلك فقد تمكنت الشركات من الاتصال مع زبائنها ونيل رضاهم والحصول على التغذية الراجعة حول منتجاتهم.

❖ السعر : PRICE

أتاح التسويق الرقمي الفرصة أمام المستهلكين لمعرفة أسعار المنتجات التي يرغبون باقتنائها بكل سهولة ويسهل وتقديم له الخيارات لاختيار بين المنتجات نظراً لكثره الموردين ووكلاه التسويق التفاعلي عبر الانترنت.

❖ الترويج : PROMOT

يكمل الترويج الرقمي دور الترويج التقليدي إلا أن هناك اختلافاً وجيزاً في كل من الأدوات المستخدمة والاستراتيجيات المتتبعة في الترويج للمنتجات، ومن بينها الواقع الرقمي وتتمثل في القوة التي يستمدّها الترويج الرقمي بقدرته على استهداف الشريحة المستهدفة من المستهلكين بسرعة ودقة أكثر.

❖ الأشخاص : PEOPLE

بالرغم من الاعتماد الكلي للتسويق الرقمي على الانترنت في الوصول إلى الزبائن وفهم واستيعاب متطلباتهم إلا أنه لابد من وجود يد بشريّة تحرك عملية التسويق كاملاً.

❖ العناصر المادية : PHYSICAL EVIDENCE

ومن الأمثلة عليها، توفير الأماكن التي تمنح درجات حرارة ملائمة لمكان ما كأجهزة التكييف والتدفئة مثلًا.

❖ العمليات : PROCESS

وتشمل كافة العمليات والممارسات والخدمات المقدمة للعملاء وتهدف من خلالها إلى نيل رضا العميل وكسبه وقد أصبح من الممكن للمستخدم الحصول على الخدمة على مدار اليوم.