

مفاهيم التسويق الالكتروني

لو فكرت في أن تبدأ نشاطاً تجارياً تقليدياً وتوفرت لديك الظروف المناسبة لذلك فإن الدعامات الرئيسية الثلاث التي سيرتكز عليها هذا المشروع ستكون على النحو التالي:

1. السلعة أو الخدمة التي ستقوم بتسويقها ومن ثم بيعها بعد دراسة مدى احتياج السوق لها.
 2. آليات تسويق هذه الخدمة أو السلعة وطرق الحصول على أكبر عدد ممكن من الزبائن.
 3. كيفية المحافظة على النجاح الذي تحققه وإمكانية التطوير والتوسع.
- إلى جانب هذه المكونات الرئيسية سيكون هناك بالتأكيد مجموعة من العوامل الأخرى مثل اختيار المكان المناسب لهذا النشاط التجاري وتوفير رأسا المال الكافي وغير ذلك من الإجراءات الضرورية التي تأخذ حيزاً كبيراً من الحساب والدرس والتفكير عند التخطيط لبدء أي مشروع تجاري.
- لن نستطيع القول أن التسويق الإلكتروني أو التسويق عبر شبكة الإنترنت يختلف إلى حد كبير عن التسويق التقليدي فكل المكونات التي سبق ذكرها هي عناصر أساسية للنجاح في التسويق لأي منتج أو خدمة إلكترونية إلى حد ما والاختلاف بين المجالين (التقليدي والإلكتروني) يكمن في الشكل والأسلوب التي تتم به عملية التنفيذ.

التسويق الإلكتروني – نقطة البداية

يمكن تعريف التسويق الإلكتروني على أنه نوع من التسويق لسلعة أو خدمه معينة على شبكة الإنترنت. أصبحت شبكة الإنترنت الآن تحتل حيزاً مهماً منحياتنا اليومية لكونها مصدر من المصادر المهمة للحصول على المعلومة منافسة في ذلك الوسائط التقليدية في نشر الخبر أو المعلومة مثل الجرائد والمجلات والإذاعات المرئية والمسموعة، فإلى جانب اعتبار هذه الشبكة مصدر مهم للمعرفة، أصبح بالإمكان ومع تطور الوسائل التقنية المساعدة في ذلك، أصبح بالإمكان خلق مساحة جديدة يمكن استثمارها في التسويق لبعض السلع والخدمات وما لوسائل المساعدة وتطور الطرق المختلفة الداعمة لعملية التسويق .

التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني:

ومن المواقع الهامة المتخصصة في هذا المجال موقع [ماجستري](#)

يمكن النظر إلى التجارة الإلكترونية كمفهوم لنشر وترويج السلع أو الخدمات وبيعها على شبكة الإنترنت، وعلى اعتبار التميز الذي تحظى به البيئة لرقمية للإنترنت فإننا في حاجة ماسة بالتأكيد إلى وسائل وطرق رقمية أيضاً للترويج لهذه السلع ونشرها على الشبكة بداية من تأسيس المتجر الإلكتروني المتمثل في الموقع الإلكتروني وانتهاء بقبول طلبات الزبائن الراغبين فبشراء هذه السلع أو الخدمات.

في قراءة سريعة لبيئة التسويق الإلكتروني والبيئة التقليدية نجد ذلك التلاقي في المكونات والأفكار بحيث تسيران معاً في خط متواز في حين يكمن الاختلاف في الأسلوب أو الطريقة التي تتم بها عملية التسويق والنشر، ومن هنا إنعكست بعض نماذج التجارة التقليدية ومفاهيمها على التجارة الإلكترونية .