

التسويق الإلكتروني

استراتيجيات التسويق الإلكتروني هي ممارسات وطرق لترويج المنتجات والخدمات والعلامات التجارية من خلال الإنترنت. ويلعب نوع النشاط التجاري دوراً في تحديد استراتيجية التسويق الإلكتروني التي تتضمن:

- تحديد الجمهور المستهدف ودراسة احتياجاته لتحديد الأدوات التكنولوجية الأنسب للحملة التسويقية.
- وضع خطة مناسبة ومرنة وقابلة للتحقيق للوصول للأهداف والتوقعات.
- تقييم الخطة والأدوات دورياً لمقارنة أدائها وتحسينها.

على الرغم من انتشار التسويق الإلكتروني بشكل كبير في الآونة الأخيرة لقلّة تكلفته وسهولة وسرعة استخدامه ووصوله لملايين المستهلكين حول العالم، ما زالت طرق التسويق التقليدية هي الأكثر شيوعاً في الدول العربية ويعود ذلك إلى عدة أسباب من أهمّها:

- ضعف ثقافة التسوّق عبر الإنترنت، حيث إنّ نسبة استخدام التسويق الإلكتروني في الوطن العربي لا تتجاوز الـ20%.
- حاجز اللغة، إذ إنّ لغة التجارة والتسويق الإلكتروني العالمية هي اللغة الإنجليزية، وهذا ما صعب وصول المدونة العربية إلى العالمية.
- ندرة وجود مصارف عربية أونلاين مما يؤدي إلى تعقيد حركة البيع والشراء والحاجة إلى وسيط أجنبي، وهذا ما يجعل العملية غير مريحة للمستخدم والمستهثمر.
- كثرة جرائم الاحتيال الإلكتروني التي تستغل جهل بعض العملاء في استخدام الإنترنت.

NaTakallam