

كيف تتم عملية التسويق الإلكتروني؟ وما هي أهميته وأنواعه، وعوامل نجاحه؟

إذا كان لديك مشروع الآن فأنت حتماً تستعد لتقديم إما منتجًا أو خدمةً تلبّي رغبات المستهلك أو العميل، ولكن كيف تخبر العملاء المستهدفين من حولك بما تقدمه لتبدأ عملية التربح وجنى ثمار مشروعك؟ في البداية يجب أن نذكر أن التسويق يختلف عن البيع؛ حيث أن عملية التسويق تقوم بعدة مهام، من بينها البيع، وهذا البيع يعد جزءاً من العملية التسويقية وليس عنصراً مختلفاً عنها. في فترة التسعينيات؛ ونظراً لتطور وسائل التكنولوجيا الحديثة وكثافة استخدامها بين الأفراد وسهولة التواصل فيما بينهم وتوفّر أجهزة الحواسيب الشخصية، أصبح هناك جزءاً حديثاً بعض الشيء من ضمن عملية التسويق، وهو: التسويق الإلكتروني أو الرقمي.

● ما هو التسويق الإلكتروني؟

● أنواع وسائل التسويق الإلكتروني.

- مميزات التسويق الإلكتروني.
- عوامل نجاح التسويق الإلكتروني.
- استراتيجيات عملية التسويق الإلكتروني.

ما هو التسويق الإلكتروني؟

هو ترويج المنتجات أو العلامات التجارية عبر الوسائل الإلكترونية والرقمية المختلفة، وذلك عن طريق استخدام القوّات والوسائل المختلفة، مثل: محركات البحث، موقع التواصل الاجتماعي، تطبيقات الهاتف الذكي، والبريد الإلكتروني، والوسائل الإعلامية المرئية والمسموعة.

أنواع وسائل التسويق الإلكتروني:

● ينقسم التسويق الإلكتروني إلى قسمين:

أ. التسويق الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت، متمثلاً في عدة وسائل:

- 1- تسويق محركات البحث، وتهيئة الموقع لمحركات البحث.
- 2- التسويق عبر موقع التواصل الاجتماعي، مثل: فيسبوك وتويتر ولينك إن، وتهيئة الشبكات الاجتماعية.
- 3- التسويق عن طريق المشاهير.
- 4- التسويق من خلال المنتديات العامة والمتخصصة والمدونات ومواقع الفيديوهات مثل: "يوتيوب" والكتب الإلكترونية.
- 5- التسويق عبر تطبيقات الهاتف الذكي.
- 6- حملات البريد الإلكتروني.
- 7- التسويق الموجّه بالبيانات.
- 8- التسويق من خلال الألعاب الإلكترونية.

9- التسويق بالعمولة.

- ب. التسويق الإلكتروني من خلال الوسائل الأخرى والتي لا تحتاج وجود إنترنت، مثل:
- 1- التسويق عبر المجلات والصحف.
 - 2- التسويق عبر الرسائل النصية والمكالمات الهاتفية والتسويق من خلال الهاتف.

مميزات التسويق الإلكتروني

يعتبر وسيلة تسويق في متناول الجميع سواء شركات كبيرة أو ناشئة أو حتى خيرية، ويوفر سهولة التواصل مع العملاء وتعقبهم، وسرعة الانتشار، ودقة الإنفاق، وقلة التكاليف التسويقية؛ نظراً لقدرة الخدمات التسويقية على استهداف فئات بعينها؛ من حيث العمر والجنس والموقع الجغرافي.

عوامل نجاح عملية التسويق الإلكتروني

مما لا شك فيه، أن توافر المصداقية في المنتج أو الخدمة يؤدي إلى كسب ثقة ورضا العميل، وضمان ولائه للشركة أو المنتج مستقبلاً، إلى جانب الاهتمام بالتسويق عن طريق المشاهير حيث أنها الوسيلة الأحدث في عالم التسويق الإلكتروني الآن، والاهتمام بطريقة عرض الإعلان للعملاء، وجودة المحتوى التسويقي، ذلك بالإضافة إلى أن حملات التسويق المدفوعة تكون أكثر تأثيراً وانتشاراً من حملات التسويق المجانية.

هناك استراتيجيات ونصائح عديدة لعملية التسويق الإلكتروني، مثل:

1. تحديد أهداف وأولويات العملية التسويقية بوضوح.
2. وضع مؤشرات الأداء الأساسية "KPIs" لمتابعة مسار العملية التسويقية، ومدى استجابة العميل.
3. تحليل الاستراتيجيات التسويقية السابقة؛ وذلك يتم عن طريق استخدام أداة التحليل "جوجل أناليتكس"، وهذا بالإضافة إلى استخدام تقارير المقارنة المعيارية من جوجل "Benchmarking reports" لمقارنة أداء العملية التسويقية في مقابل أداء عمليات المنافسين.
4. فحص العملاء والتعرف على الحالة الديموغرافية لهم، مثل: متوسط الأعمار والجنس والموقع الجغرافي، من أجل الاستهداف الصحيح للعملاء، ثم تحديد مشاكلهم التي يمكن مساعدتهم على حلها.
5. تحديد وتنسيق الأدوات اللازمة للقيام بالعملية التسويقية، مثل: الميزانية، وقنوات التسويق الإلكترونية، وفريق العمل.
6. وضع خطة تسويقية قابلة للتغيير والتطوير باستمرار بناءً على سلوك العملاء واستجابتهم للعملية التسويقية.