

مقدمة في اقتصاديات التسويق الرقمي

إعداد د. محسن مرشد

MKT236

المحاضرة الأولى





- مفهوم اقتصاديات التسويق الرقمي وعلاقته بالتسويق التقليدي.
- العوامل الاقتصادية التي تدفع الشركات لاستخدام التسويق الرقمي.
- دور الإنترنت و الرقمنة في الاقتصاد.
- عرض مختصر لأساسيات الاقتصاد الرقمي.
- أمثلة على رواد الاقتصاد الرقمي
- الخلاصة.

المحاضرة
الاولى



1. مفهوم اقتصاديات التسويق الرقمي

1. مفهوم اقتصاديات التسويق الرقمي

مفهوم اقتصاديات التسويق الرقمي تشير إلى دراسة وتحليل تأثير التسويق الرقمي على الاقتصاد والأعمال التجارية.

يشمل ذلك التحليل كيفية تأثير استراتيجيات التسويق الرقمي، مثل الإعلانات عبر الإنترنت، والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتحسين محركات البحث ((SEO، والبريد الإلكتروني، على السلوك الاستهلاكي، وقرارات الشراء، والنمو الاقتصادي. للشركات.



1.1 مفهوم اقتصاديات التسويق الرقمي

يعتمد مفهوم اقتصاديات التسويق الرقمي على ثلاثة ابعاد رئيسة :

- ✓ فهم كيفية تأثير التسويق الرقمي على القطاعات الاقتصادية المختلفة، مثل التجارة الإلكترونية، والتجزئة، والخدمات، وكذلك دورها في زيادة الكفاءة **وتقليل التكاليف** وتوسيع الوصول إلى الأسواق العالمية.
- ✓ يمكن أن يشمل مفهوم اقتصاديات التسويق الرقمي أيضا **قياس العوائد على الاستثمار** (ROI) للحملات الرقمية والتأثيرات طويلة الأمد على العلاقات التجارية.
- ✓ كما يعكس أيضاً تحول الشركات نحو استخدام التقنيات الرقمية لتحقيق مزايا تنافسية، ويبحث في كيفية تخصيص الموارد الاستثمارية في التسويق الرقمي **لتحسين الأداء الاقتصادي في ظل التغيرات السريعة في البيئة الرقمية.**

1.3 مفهوم اقتصاديات التسويق الرقمي

- باختصار، اقتصاديات التسويق الرقمي تتعلق بكيفية تحسين الكفاءة وتقليل التكاليف وزيادة العوائد على الاستثمار من خلال استخدام الأدوات الرقمية في العمليات التسويقية.



1.4 مفهوم اقتصاديات التسويق الرقمي

بعض الأمثلة:

تحليل البيانات: باستخدام أدوات رقمية، يمكنك معرفة أي الإعلانات أو الحملات تعمل بشكل أفضل، وبالتالي يمكنك تخصيص ميزانيتك لتحقيق أقصى استفادة.

استهداف الجمهور: بدلاً من استهداف الجميع، يمكنك استخدام الإنترنت للوصول إلى الأشخاص الأكثر اهتمامًا بمنتجاتك أو خدماتك.

خفض التكاليف: التسويق الرقمي يمكن أن يكون أقل تكلفة من الإعلانات التقليدية (مثل التلفزيون أو الصحف)، ويمنحك القدرة على قياس العائد على الاستثمار بشكل دقيق.

الهدف هو تقليل التكاليف، تحسين الكفاءة، وزيادة العوائد باستخدام الأدوات الرقمية بشكل ذكي.



المحاضرة
الاولى



2. أهم المفاهيم الاقتصادية في اقتصاديات
التسويق الرقمي

2. أهم المفاهيم الاقتصادية في اقتصاديات التسويق الرقمي

1. التنافسية في الأسواق الرقمية: **دراسة كيف تؤثر التقنيات الرقمية** على المنافسة بين الشركات، وكيف يمكن للشركات الصغيرة والكبيرة استخدام التسويق الرقمي للحصول على ميزة تنافسية في أسواق مختلفة.
2. الاقتصاد السلوكي الرقمي: **يفحص كيف تؤثر العوامل الرقمية** على قرارات الشراء وسلوكيات المستهلكين في أسواق جديدة أو غير تقليدية، مثل تلك التي تنشأ من التسويق عبر الهواتف المحمولة أو الإنترنت.
3. التفاعل بين التكنولوجيا و الاقتصاد : **مفهوم اقتصاديات التسويق الرقمي** يركز على كيفية تأثيرهما على استراتيجيات التسويق في عالم الأعمال.



2. أهم المفاهيم الاقتصادية في اقتصاديات التسويق الرقمي (تابع)

4. التأثير على سلوك المستهلكين: دراسة كيفية تغيير التسويق الرقمي (مثل الإعلانات على الإنترنت، والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والتجارة الإلكترونية) لطريقة تفكير وتفاعل المستهلكين مع المنتجات والخدمات.

5. النماذج الاقتصادية الرقمية: تحليل كيفية تأثير الأدوات الرقمية (مثل الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات) على استراتيجيات التسويق، مثل تخصيص الإعلانات وتحليل البيانات لتحديد اهتمامات الجمهور.

6. تحسين استراتيجيات التسويق: فهم كيفية استخدام الشركات للتسويق الرقمي لتحسين قدرتها على الوصول إلى العملاء المستهدفين، وزيادة المبيعات، وتحقيق العوائد المالية في الأسواق الرقمية.



2. أهم المفاهيم الاقتصادية في اقتصاديات التسويق الرقمي (تابع)

7. العائد على الاستثمار (ROI): من خلال قياس وتحليل الأداء في الوقت الفعلي، يمكن للشركات تعديل استراتيجياتها لضمان تحقيق أقصى عائد من كل وحدة استثمار، مما يجعل التسويق الرقمي أداة قوية لتحقيق أرباح أعلى.

8. القياس والتحليل: توفر أدوات التحليل في التسويق الرقمي بيانات دقيقة حول فعالية الحملات الاعلانية، مما يساعد الشركات على تقييم استراتيجياتها بشكل مستمر وتحقيق تحسينات اقتصادية من خلال تخصيص الموارد بشكل أفضل.

9. الوصول العالمي: يتيح التسويق الرقمي للشركات الوصول إلى أسواق عالمية بكفاءة اقتصادية، دون الحاجة إلى استثمارات ضخمة في البنية التحتية أو الأنشطة التسويقية التقليدية.



المحاضرة
الاولى



3. اقتصاديات التسويق الرقمي وعلاقته
بالتسويق التقليدي

3. اقتصاديات التسويق الرقمي وعلاقته بالتسويق التقليدي

- اقتصاديات التسويق الرقمي تشير إلى دراسة الأثر الاقتصادي للتسويق باستخدام التقنيات الرقمية والإنترنت.
- مع ذلك يجب الانتباه ان الاقتصاد الرقمي لا يغني عن الاقتصاد التقليدي. بل هما مكملان لبعضهما البعض.
- رغم أن التسويق الرقمي يوفر مزايا كبيرة مثل الوصول العالمي، تقليل التكاليف، وتحقيق التفاعل الفوري مع العملاء، إلا أن هناك جوانب أخرى يتفوق فيها الاقتصاد التقليدي القائم على التسويق التقليدي.

3. مفهوم اقتصاديات التسويق الرقمي وعلاقته بالتسويق التقليدي (تابع)

➤ بينما يساهم الاقتصاد الرقمي في خلق فرص عمل جديدة في مجالات مثل البرمجة، التسويق عبر الإنترنت، والتحليل البياني، فإن الاقتصاد التقليدي يظل يشكل الأساس للعديد من الصناعات التي تستند إلى العمالة المادية والمشاركة الفعلية في السوق.

➤ في بعض الأسواق، يظل التسويق التقليدي، مثل الإعلانات في وسائل الإعلام المألوفة أو التفاعل المباشر في المتاجر، الأكثر موثوقية لدى بعض العملاء.



3. مفهوم اقتصاديات التسويق الرقمي وعلاقته بالتسويق التقليدي (تابع)

➤ في الواقع، يمكن دمج الأسلوبين لتحقيق أفضل النتائج. يمكن استخدام التسويق التقليدي لبناء الوعي بالعلامة التجارية، **في حين أن التسويق الرقمي يمكن أن يكون فعالاً في التفاعل مع الجمهور وتوليد المبيعات الفورية.**

➤ الجمع بين الاثنين يتيح للمسوقين **الوصول إلى جمهور أوسع وتحقيق نتائج أفضل.**

➤ بالمجمل، يمكن القول إن اقتصاديات التسويق الرقمي **توفر كفاءة أكبر وتكاليف أقل مع قدرة أكبر على قياس وتحليل النتائج مقارنة بالتسويق التقليدي.**



المحاضرة
الاولى



4. العوامل الاقتصادية التي تدفع الشركات
لاستخدام التسويق الرقمي

4. العوامل الاقتصادية التي تدفع الشركات لاستخدام التسويق الرقمي

1. **الفعالية من حيث التكلفة:** التسويق الرقمي يتيح للشركات تحقيق نتائج قوية بتكلفة أقل مقارنةً بالتسويق التقليدي، **مثل الإعلانات التلفزيونية أو الصحف. الحملات الرقمية يمكن تعديلها بسهولة لتناسب الميزانية المحددة.**
2. **الاستهداف الدقيق:** باستخدام أدوات التحليل والبيانات، يمكن للشركات استهداف جمهور محدد بدقة بناءً على اهتماماتهم وسلوكهم عبر الإنترنت. **هذا يساعد في تحسين فاعلية الحملات وتقليل التكاليف الناتجة عن الوصول إلى جمهور غير مهتم.**
3. **القياس والتحليل المستمر:** يمكن تتبع أداء الحملات التسويقية في الوقت الفعلي باستخدام أدوات التحليل، **مما يمكن الشركات من تعديل استراتيجياتها بسرعة وتحقيق عائد أعلى على الاستثمار.**

4. العوامل الاقتصادية التي تدفع الشركات لاستخدام التسويق الرقمي (تابع)
4. التفاعل المباشر مع العملاء: التسويق الرقمي يتيح التواصل المباشر مع العملاء عبر منصات مثل وسائل التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني، مما يعزز العلاقة مع العملاء ويزيد من فرص تحويلهم إلى عملاء دائمين.
5. التوسع العالمي: التسويق الرقمي يتيح للشركات الوصول إلى أسواق جديدة دون الحاجة لاستثمارات كبيرة في البنية التحتية أو في الحملات التسويقية التقليدية. الإنترنت يفتح أبواباً جديدة للشركات للانتشار عالمياً.
6. المرونة والابتكار: بفضل التكنولوجيا والأدوات الرقمية الحديثة، تستطيع الشركات تعديل حملاتها بسهولة وتجربة أساليب مختلفة لاختبار أكثر الطرق فعالية لتحقيق أهدافها التسويقية.

4. العوامل الاقتصادية التي تدفع الشركات لاستخدام التسويق الرقمي (تابع)
4. مشاركة العملاء وتعزيز الولاء: من خلال تقديم محتوى مخصص وتجارب مميزة، يمكن للشركات تحسين ولاء العملاء، مما يساهم في زيادة الإيرادات على المدى الطويل.
5. تحقيق نتائج قابلة للقياس: التسويق الرقمي يقدم نتائج قابلة للقياس بدقة، مما يساعد الشركات على تحليل فعالية استراتيجياتها واتخاذ قرارات مبنية على البيانات لتطوير الأداء المستقبلي.
6. التقارير والتقارير الفورية: يمكن للشركات متابعة نتائج حملاتها بشكل فوري ودقيق، ما يسمح لهم بمراجعة أدائهم واتخاذ قرارات مستندة إلى بيانات حقيقية، مما يزيد من الكفاءة ويساعد في تحسين استراتيجيات التسويق.

4. العوامل الاقتصادية التي تدفع الشركات لاستخدام التسويق الرقمي(تابع)

- باختصار هذه العوامل تجعل التسويق الرقمي خيارًا جذابًا للشركات التي تسعى لتحقيق الكفاءة والنمو في العصر الرقمي. بالإضافة الى ذلك بفضل هذه العوامل الاقتصادية، أصبح التسويق الرقمي أداة قوية للمساعدة في تحسين كفاءة الشركات وزيادة العوائد وتقليل التكاليف. إن القدرة على القياس والتخصيص والتحليل تجعل التسويق الرقمي خيارًا اقتصاديًا جذابًا بالنسبة للشركات من جميع الأحجام.

المحاضرة
الاولى



5. دور الإنترنت و الرقمنة في الاقتصاد

1. تعريف علم الاقتصاد

- الاقتصاد هو علم من العلوم الاجتماعية الذي يدرس السلوك البشري والرفاهية كعلاقة بين المقاصد والاهداف (ماذا ننتج؟ ولمن ننتج؟ وكيف ننتج؟) التي لها استعمالات بديلة، وبين الموارد المتاحة المحدودة والنادرة. للاقتصاد عدّة نظريات تُشكّل وسائل أو أدوات تُساعد على تفسير ودراسة الظواهر الاقتصادية.



2. تصنيف مجالات الاقتصاد

يتم تصنيف مجالات الاقتصاد إلى عدة فروع رئيسية، وكل فرع يركز على جانب معين من الأنشطة الاقتصادية. إليك التصنيف الأساسي لمجالات الاقتصاد:

1. الاقتصاد الجزئي
2. الاقتصاد الكلي
3. الاقتصاد الدولي
4. الاقتصاد التطبيقي
5. الاقتصاد البيئي
6. الاقتصاد التنموي
7. الاقتصاد المالي
8. الاقتصاد السلوكي
9. الاقتصاد الصناعي
10. الاقتصاد المؤسسي
11. الاقتصاد القياسي
12. الاقتصاد الرقمي



3. اقتصاد الرقمنة

➤ اقتصاد الرقمنة هو مجال متخصص يركز على تأثير التحول الرقمي والتكنولوجيا الحديثة على الأنظمة الاقتصادية. يتعلق هذا المجال بكيفية دمج التقنيات الرقمية **مثل الإنترنت، الذكاء الاصطناعي، البيانات الكبيرة، والحوسبة السحابية في العمليات الاقتصادية.**

➤ إذن، اقتصاد الرقمنة هو تحول للأنظمة الاقتصادية التقليدية **للتكامل بشكل أكبر مع التكنولوجيا الرقمية.**

➤ بمعنى آخر : اقتصاد الرقمنة هو محرك رئيسي للنمو الاقتصادي في العصر الحديث، حيث يوفر فرصًا هائلة للتوسع والابتكار. من خلال تسخير التقنيات الرقمية، **يمكن للشركات والحكومات والمجتمعات أن تحقق تحسينات كبيرة في الكفاءة والتنمية،** رغم وجود بعض التحديات التي يجب معالجتها.



الإنترنت هو شبكة عالمية تضم ملايين الأجهزة مثل الحواسيب والهواتف الذكية، مما يسمح بالبيانات والمعلومات عبر بروتوكولات معينة. يتيح الإنترنت الوصول إلى مجموعة واسعة من الخدمات: التصفح، البريد الإلكتروني، الشبكات الاجتماعية، التجارة الإلكترونية، والترفيه، وهو جزءاً أساسياً من حياتنا اليومية.

4. الإنترنت ؟

- الإنترنت عبارة عن شبكة متعددة الطبقات تُشغل بواسطة مجموعة متنوعة من المشاركين. أصبح الإنترنت يعني مجموعة من المعايير والشبكات وتطبيقات الويب (مثل التدفق ومشاركة الملفات)، من بين مكونات أخرى، تراكمت حول تكنولوجيا الشبكات.

4.1 الإنترنت ؟

- تزامن ظهور الإنترنت مع نمو نوع جديد من الهياكل التنظيمية وهو لجنة المعايير. لجان المعايير مسؤولة عن تصميم المعايير المهمة للإنترنت مثل [TCP / IP](#) و [HTML](#) و [CSS](#). تتكون هذه اللجان من ممثلين عن الشركات والأوساط الأكاديمية والمنظمات غير الربحية.
- هدفهم هو اتخاذ القرارات التي تعزز [التكنولوجيا](#) مع الحفاظ على قابلية العمل بين مكونات الإنترنت. يهتم الاقتصاديون بكيفية اتخاذ هذه الهياكل التنظيمية للقرارات وما إذا كانت تلك القرارات هي الأنسب.

TCP/IP

يسمح بنقل البيانات عبر الإنترنت
بشكل موثوق

HTML.

ينظم ويهيكل المحتوى على
صفحات الويب

CSS.

يضيف التنسيق والتصميم لجعل
صفحات الويب جذابة وسهلة
الاستخدام.

5. ما دور الإنترنت والرقمنة في الاقتصاد؟

- دور الإنترنت والرقمنة في الاقتصاد أصبح حاسمًا في العصر الحديث، حيث تلعب هذه العوامل دورًا محوريًا في تحول الأنظمة الاقتصادية على مستوى عالمي.
- تأثير الإنترنت والتكنولوجيا الرقمية لا يقتصر فقط على المجالات التجارية، بل يتسع ليشمل جميع جوانب الاقتصاد مثل الإنتاج، والتوزيع، والاستهلاك.



- فيما يلي بعض الجوانب الرئيسية التي يساهم فيها الإنترنت والرقمنة في الاقتصاد.

5.1 تحسين الكفاءة والإنتاجية

□ التواصل السريع: الإنترنت يتيح التواصل الفوري بين الشركات والعملاء في جميع أنحاء العالم، مما يسرع من سير العمليات التجارية ويعزز كفاءة الإنتاج.

□ الأدوات الرقمية: من خلال استخدام أدوات مثل البرمجيات السحابية، يمكن للشركات تحسين الإنتاجية، وتقليل التكاليف، وإدارة البيانات بشكل أكثر فعالية.



5.2 تحفيز النمو الاقتصادي

- الابتكار وريادة الأعمال: الإنترنت والرقمنة يسهلان ظهور مشروعات ناشئة و ريادة الأعمال، حيث يمكن للأفراد إنشاء شركاتهم الخاصة، وعرض منتجاتهم أو خدماتهم على مستوى عالمي من خلال منصات مثل الإنترنت، مما يعزز من التنوع الاقتصادي.
- التوسع العالمي: **الشركات الصغيرة والمتوسطة** يمكنها الآن الوصول إلى أسواق عالمية دون الحاجة إلى استثمارات ضخمة في البنية التحتية. التجارة الإلكترونية مثل **Amazon** و **eBay** أظهرت كيف يمكن للمنتجات أن تصل إلى العملاء في جميع أنحاء العالم.



5.3 تحفيز سوق العمل الرقمي

- العمل عن بعد: أصبح الإنترنت يسهم بشكل كبير في انتشار العمل عن بعد و الوظائف الحرة، مما يتيح للأفراد من مختلف الأماكن حول العالم المشاركة في الاقتصاد الرقمي.
- وظائف جديدة: الرقمنة أدت إلى ظهور وظائف جديدة ومتنوعة في قطاعات مثل البرمجة، التسويق الرقمي، إدارة البيانات، والذكاء الاصطناعي، مما ساعد على توفير فرص عمل جديدة.



5.4 تعزيز الشفافية والمنافسة

- الإنترنت يعزز الشفافية من خلال توافر المعلومات بشكل علني، مما يساهم في تقليل الفجوات المعلوماتية بين المستهلكين والشركات.
- هذا يساهم في تحفيز المنافسة بين الشركات، حيث يمكن للعملاء مقارنة المنتجات والخدمات بسهولة، مما يدفع الشركات لتقديم عروض أفضل وأعلى جودة.
- الإنترنت يساهم في تحسين الخدمات الحكومية من خلال تحويل المعاملات الإدارية والخدمات العامة إلى منصات إلكترونية، مما يسهم في تحسين الكفاءة وتقليل التكاليف الحكومية.
- التخطيط والتطوير: الحكومة يمكنها استخدام الأدوات الرقمية لتحليل البيانات وتحسين تخطيط الموارد وتقديم الخدمات بشكل أكثر فاعلية.





باختصار:

دور الإنترنت والرقمنة في الاقتصاد هو دور محوري في خلق بيئة اقتصادية أكثر مرونة، وأكثر قدرة على الابتكار والنمو. الرقمنة تساعد في تحسين الفعالية، توسيع الأسواق، خلق فرص عمل جديدة، وتعزيز التنافسية. على الرغم من الفوائد العديدة، فإن هناك تحديات تتعلق بتوزيع الفوائد بشكل عادل وبتوفير أمان كافٍ للبيانات والمعاملات.

المحاضرة
الاولى



6. عرض مختصر لأساسيات الاقتصاد الرقمي

6. أساسيات الاقتصاد الرقمي

- إذ ينطوي الاقتصاد الرقمي على أسس رئيسية تتمثل في
- **البنية التحتية الرقمية:** تتضمن شبكات الإنترنت و الاتصالات و مراكز البيانات و غيرها من البنى التحتية التي تمكن من استخدام تقنيات المعلومات و الاتصالات.
 - **التحول الرقمي للأعمال (Digital Transformation):** يشير إلى استخدام التكنولوجيا لتحسين العمليات التجارية، من الإنتاج و إدارة الأعمال إلى التسويق و التوزيع.
 - **البرمجيات السحابية و الذكاء الاصطناعي AI** يعززان قدرة الشركات على التكيف بسرعة مع التغيرات السوقية.

أساسيات الاقتصاد الرقمي:

تتمحور حول الاستخدام الفعال
والذكي للتكنولوجيا الرقمية
والبيانات لتحقيق النمو
الاقتصادي وتحسين العمليات
التجارية والتفاعلات
الاقتصادية عبر الإنترنت

6. أساسيات الاقتصاد الرقمي (تابع)

1. المحتوى الرقمي (Digital Content)

- يعتمد الاقتصاد الرقمي على توفير محتوى رقمي مثل الكتب الإلكترونية، الموسيقى، الأفلام، والبرامج. يتم بيع هذه المنتجات عبر الإنترنت وتوزيعها بشكل مباشر. منصات مثل **YouTube** و **Spotify** تقدم نموذجًا ناجحًا لاستهلاك المحتوى الرقمي.

2. العمل عن بُعد (Remote Work)

- الإنترنت جعل من الممكن للموظفين العمل من أي مكان، مما يساهم في تقليل التكاليف المتعلقة بالمكاتب التقليدية وفتح المجال لفرص عمل جديدة في الأسواق الرقمية.

أصبحت أساسية في تيسير التعاون بين الفرق عن بُعد منصات مثل Zoom و Slack



6. أساسيات الاقتصاد الرقمي (تابع)

3. الاقتصاد القائم على المعرفة : (Knowledge-Based Economy : KBE)
في الاقتصاد الرقمي، تلعب المعرفة و الابتكار دورًا حيويًا. الشركات التي تعتمد على البيانات والمعرفة لتقديم منتجات أو خدمات مبتكرة تكون أكثر قدرة على التنافس والنمو.

4. الحكومة الرقمية: (E-Government)

استخدام التكنولوجيا لتقديم الخدمات العامة والموارد الحكومية بشكل رقمي. يسمح هذا للمواطنين بالوصول إلى الخدمات الحكومية بسرعة وبتكلفة أقل، مثل التصاريح الإلكترونية أو الضرائب عبر الإنترنت.





6. أساسيات الاقتصاد الرقمي (تابع)

5. التواصل الاجتماعي والتعاون الرقمي: يتيح التواصل الاجتماعي والتعاون الرقمي للأفراد والشركات التفاعل مع بعضهم البعض بشكل أكثر فعالية، ويساهم في تعزيز التبادل التجاري ونقل المعرفة.

6. التشريعات والسياسات الرقمية: تلعب التشريعات والسياسات الحكومية دورًا هامًا في تحديد بيئة الأعمال الرقمية وتوفير الإطار القانوني والتنظيمي الذي يشجع على الابتكار ويحمي البيانات ويوفر الأمان.

7. التعليم والتدريب الرقمي: يلعب التعليم والتدريب الرقمي دورًا حاسمًا في تأهيل القوى العاملة لفهم واستخدام التكنولوجيا الرقمية بفعالية في السوق العمل.

المحاضرة
الاولى



7. أمثلة على رواد الاقتصاد الرقمي

7. أمثلة على رواد الاقتصاد الرقمي

1. جيف بيزوس (- Jeff Bezos) مؤسس أمازون:

أسس أمازون في عام 1994 كمكتبة على الإنترنت، ثم توسعت لتصبح واحدة من أكبر الشركات في مجال التجارة الإلكترونية و الخدمات السحابية. بيزوس كان له دور بارز في تطوير مفهوم التسوق عبر الإنترنت وجعل أمازون منصة شاملة لبيع جميع أنواع المنتجات.



2. مارك زوكربرج (- Mark Zuckerberg) مؤسس فيسبوك:

أسس فيسبوك في عام 2004 من غرفته في جامعة هارفارد. أصبحت فيسبوك واحدة من أكبر شبكات التواصل الاجتماعي في العالم، مما ساهم في تطوير مفهوم الإعلانات الرقمية وتغيير كيفية تواصل الأفراد مع بعضهم البعض.



7. أمثلة على رواد الاقتصاد الرقمي (تابع)



3. إيلون ماسك (– Elon Musk) مؤسس تسلا وسبيس إكس:

ماسك هو رائد في مجال السيارات الكهربائية والطاقة النظيفة من خلال شركة تسلا، كما قدم مفاهيم جديدة في الفضاء من خلال شركة سبيس إكس التي سعت إلى تقليل تكلفة الرحلات الفضائية، وجعلها في متناول الأفراد.

4. جاك ما (– Jack Ma) مؤسس Alibaba Group:

أسس مجموعة علي بابا في الصين في عام 1999، وهي واحدة من أكبر منصات التجارة الإلكترونية في العالم. ساهم جاك ما في تغيير طريقة التجارة على الإنترنت في الصين وتوسيع نطاق الأسواق العالمية.

7. أمثلة على رواد الاقتصاد الرقمي (تابع)



5. لاري بيج وسيرجي برين (- Larry Page and Sergey Brin) مؤسسَا غوغل:

في عام 1998، أسس لاري بيج و سيرجي برين غوغل كمحرك بحث على الإنترنت. اليوم، غوغل هي واحدة من أكبر الشركات التي تقدم الخدمات الرقمية مثل البحث عبر الإنترنت، إعلانات الإنترنت، و خدمات البريد الإلكتروني عبر جي ميل.

✓ جيانغ يانغ ولوكا ماجينتا (- Jiang Yang and Luca Maestri) مؤسسَا

Stripe:

أسس Stripe في عام 2010 كمنصة لدفع الأموال عبر الإنترنت، مما جعلها واحدة من أبرز الشركات في خدمات الدفع الإلكترونية على الإنترنت. اليوم، تُستخدم Stripe من قبل العديد من الشركات حول العالم لتسهيل المدفوعات الرقمية.



8. الخلاصة:

- ❖ مع تقدم التكنولوجيا، ستستمر اقتصاديات التسويق الرقمي في التوسع من خلال الذكاء الاصطناعي و التعلم الآلي، مما يجعل تسويق الشركات أكثر دقة وابتكارًا.
- ❖ إجمالاً، اقتصاديات التسويق الرقمي من هذا المنظور تمثل اندماج التكنولوجيا مع الاقتصاد في سبيل تعزيز الأداء وزيادة الربحية.
- ❖ دور الإنترنت والرقمنة في الاقتصاد هو دور محوري في خلق بيئة اقتصادية أكثر مرونة، وأكثر قدرة على الابتكار والنمو. الرقمنة تساعد في تحسين الفعالية، توسيع الأسواق، خلق فرص عمل جديدة، وتعزيز التنافسية.
- ❖ العوامل الاقتصادية التي تدفع الشركات لاستخدام التسويق الرقمي تشمل عدة جوانب تساعد الشركات على تحسين كفاءتها وتقليل التكاليف وزيادة العوائد.
- ❖ رواد الاقتصاد غيروا بشكل جذري مفهوم الاقتصاد الرقمي من خلال ابتكار منصات وخدمات ساهمت في تسريع التجارة الإلكترونية، التفاعل الاجتماعي، تقديم الخدمات المالية، والتوسع في الفضاء.



Thank You