



بسم الله الرحمن الرحيم

تأثير التسويق الالكتروني على زيادة المبيعات
لتجار التجزئة في مدينة الرياض

الباحثة:

سارة محمد علي قويدر

2021204835

اشراف:

د . منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس - كلية الادارة - جامعة ميدأوشن

جدول المحتويات:

صفحة الغلاف	تأثير التسويق الالكتروني على زيادة المبيعات
الشكر والتقدير	
الإهداء	
المستخلص	
جدول المحتويات	
قائمة الأشكال	
قائمة الجداول	
المقدمة	
مشكلة البحث	
أهمية البحث	
أسئلة البحث	
أهداف البحث	
فرضيات البحث	
نموذج البحث	
منهجية البحث	
الدراسة الميدانية	
مخطط المشروع	
الدراسات السابقة والإطار النظري	
الملخص	
المراجع	

مقدمة البحث:

بشكل عام، التسويق الإلكتروني يساهم في زيادة الوعي بالعلامة التجارية، وزيادة حركة المرور إلى موقعك، وتحسين تجربة العملاء، وزيادة معدل الاستجابة، وبالتالي يؤدي إلى زيادة المبيعات. للتسويق الإلكتروني أثر كبير في تفعيل الزيادة المستمرة لنسب المبيعات، وزيادة بيع خدمات ومنتجات الشركات والمؤسسات

ويتضح الأثر الفعال للتسويق الإلكتروني في زيادة المبيعات حيث يعتبر التسويق الإلكتروني أحد المتغيرات الواجبة التي تستدعي التكيف مع العالم الحديث الذي يعتمد على التكنولوجيا باعتبارها إحدى الفرضيات الهامة في العصر الحديث . دور التسويق الإلكتروني في زيادة حجم المبيعات وتحسين الجودة . رغبة العديد من المؤسسات في التحول من النظام التقليدي للتسويق الي النظام الإلكتروني يعتبر التسويق الإلكتروني أحد أهم الوسائل للحفاظ على تواصل دائم مع العملاء لأي شركة، وهو وسيلة فعالة مقارنة مع الكلفة المدفوعة، وفي حال تم القيام به بالصورة الصحيحة فإنه سيمنح الشركات فرصاً أفضل لزيادة قاعدة عملائها، نظراً لأن معدلات الاستجابة للتسويق الإلكتروني أكبر مقارنة بغيرها من الوسائل الترويجية الأخرى، يتيح الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة للشركات تكنولوجيا التسويق الإلكتروني فرصة الوصول إلى شرائح جديدة من العملاء المحتملين،

من أبرز مشكلات التسويق الإلكتروني عدم مقدرة التسويق الإلكتروني على تغطية جميع المستهدفين أو الراغبين في الحصول على السلع أو الخدمات عن طريق الإنترنت ايضا من مشكلات التسويق الإلكتروني ضعف الثقافة الاجتماعية الإلكترونية الخاصة بعملية شراء السلع أو الحصول على الخدمات على طريق الإنترنت، وهذا يختلف من منطقة إلى أخرى تبعاً لطبيعة السكان وثقافتهم ووصول التقنيات المرتبطة بعملية البيع والشراء عن طريق الإنترنت لديهم ، ووجود العديد من الشرائح التي يمكن استهدافها تبعاً لوجود عدد كبير من المواقع الإلكترونية، بالإضافة إلى وجود العديد من مواقع التواصل الاجتماعي يجعل الاستهداف على النطاق المحدد صعباً أحياناً تبرز أهمية التسويق الإلكتروني عندما تظهر لك نتائجه العظيمة بحيث تحثك على اعتماده في كافة الأمور الإلكترونية، ولعل أبرز هذه النقاط ما يلي يقوم العاملون في مجال التسويق الإلكتروني بتقديم الخدمات في أوقات نشاط المستخدمين المحتملين للإنترنت. ومن هنا يتم رصد نشاطاتهم وتقديم الخدمات باختلاف أنواعها بما يناسب احتياجاتهم وصول الفكرة عبر المنصات الإلكترونية لأكثر شريحة ممكنة وبالتالي الزيادة في المبيعات ووصول الخدمة لأكثر عدد.

التسويق الإلكتروني من خلاله تستطيع استهداف عملاء في مناطق جغرافية بعيدة، ولا تنحصر في منطقة معينة وبالتالي توسيع القدرة على البيع عبر شبكة الإنترنت توفر الوقت والجهد عند استخدامك للتسويق الرقمي ويعتبر من أهم أهداف التسويق الإلكتروني إذ تعتمد خدمة اشهار العلامة التجارية والمنتجات والخدمات وعمليات التواصل مع المستهلكين بتكاليف ومجهود أقل التسويق الإلكتروني يمكنك كصاحب شركة من التواصل مع الجمهور ومعرفة سلوك الزبائن وما هي أفضل البضائع لديهم. بالتالي تستطيع من خلالها بناء الخطط التسويقية الخاصة بشركتك وما هي المنتجات التي تعتمدها في السوق.

عن استخدامك للتسويق الإلكتروني في اشهار علامتك التجارية تزيد من شراء منتجاتك وتحفز البائعين على تقديم أفضل الخدمات. بالتالي تصل لأكثر عدد ممكن من الزبائن مع الوقت من خلال التسويق الإلكتروني تقيس النتائج التي سيتم الحصول عليها بدقة متناهية. بالتالي تستطيع تعديل الخطط التسويقية بصورة أسرع لتواكب متطلبات الجمهور

مشكلة البحث:

من أبرز مشكلات التسويق الإلكتروني عدم مقدرة التسويق الإلكتروني على تغطية جميع المستهدفين أو الراغبين في الحصول على السلع أو الخدمات عن طريق الإنترنت

الفجوات النظرية :

يتطلب تحديد الفجوة بين العرض والطلب لمشاريع التجارة الإلكترونية في أي دولة نامية تحليلاً للسوق الحالي ، وتقييم احتياجات السوق المستهدفة ، والبحث في التكنولوجيا والموارد المتاحة. لجمع البيانات اللازمة ، يجب عليك إجراء استطلاعات الرأي والمقابلات وأبحاث السوق لجمع المعلومات حول الوضع الحالي للسوق والطلب والعرض الحاليين. بالإضافة إلى ذلك ، يجب عليك البحث في التكنولوجيا والموارد الحالية المتاحة في الدولة لمساعدتك في تحديد الفجوة بين العرض والطلب. بمجرد قيامك بتجميع البيانات اللازمة ، يمكنك تحليلها لتحديد أي فجوات أو فرص محتملة لمشاريع التجارة الإلكترونية

الفجوات التطبيقية:

عندما يتعلق الأمر بتحديد أوجه القصور أو التناقضات في مختلف جوانب العمل، يلعب تحليل الفجوات دورًا حاسمًا فهو يساعد المنظمات على كشف الفجوات بين الحالات الحالية والحالة المرغوبة، وتمكينها من تطوير استراتيجيات فعالة واتخاذ قرارات مستنيرة. ومن خلال تحديد الفجوات في السوق أو احتياجات العملاء، يمكن إيجاد فرص للنمو والتوسع

السؤال البحثي الرئيسي:

تتناول هذه الدراسة التساؤل البحثي الرئيسي التالي:

ماهو تأثير التسويق الالكتروني على زيادة المبيعات

اهمية البحث:

التسويق الإلكتروني هو التسويق الذي يستخدم التكنولوجيا الحديثة من أجل الترويج للمنتجات ، ويُعد هذا التسويق من الأجزاء المهمة في الاستراتيجية التسويقية الشاملة الحديثة، وهو يسعى إلى الوصول إلى أهدافه من خلال الإنترنت، ولهذا النوع من التسويق أهمية وفوائد كثيرة.

الاهمية النظرية:

تمر نظرية التسويق عبر الانبائند بالمراحل التالية :

تبدأ من مرحلة الجذب ثم التحويل ثم الإغلاق ثم تجربة العميل .

مرحلة الجذب :

وهي كتابة المدونات والصفحات المفيدة ذات المحتوى المتعلق بالمنتج أو الخدمة. والتي تهدف الى تحويل الجمهور من غرباء الى زوار للموقع .

مرحلة التحويل :

وهي التي تكون عندما يتواجد زوار بالموقع مهتمين. يتم تحويلهم من خلال عملية CTA لتعبئة طلبات في صفحة

الهبوط أو مايسمى بـ Landing Page

مرحلة الإغلاق :

وهي المرحلة التي يخرج منها الزائر الى عميل محتمل. وذلك من خلال تعبئته لبياناته وارسالها. وهنا يجب على فريق المبيعات التدخل فوراً لانتهاء عملية البيع خلال 24 ساعة وإلا سوف تخسر الشركة العميل .

الأهمية التطبيقية:

مرحلة تجربة العميل :

وهي أن يتحول العميل بعد شراءه للمنتج أو الخدمة إلى مسوق. من خلال ابداء تجربته لمعارفه وأصدقائه ليكونوا عملاء محتملين جدد للشركة.

وهكذا تدور العملية بشكل مستمر

المراجع:

- نوفل سيو

- العربية للتسويق والتجارة الالكترونية

-دلتاوي

-زورونا ويب

-منسق معارف

Afkars-

-موضوع ويب

linked in-

-اكاديمية اعمل بيزنس