



مدونة المناهج السعودية

<https://eduschool40.blog>

الموقع التعليمي لجميع المراحل الدراسية

في المملكة العربية السعودية

تجاره الكترونيه

(الوحدہ الثالثہ)

- اتسم التسويق القديم / الماضي بـ خصائص و هي :
 - التسويق الكبير او واسع النطاق
 - الاعتماد الكبير على قوى البيع
 - عد الزبائن بوصفهم غايات للحملات الترويجيه
 - تكريس العلامه التجاريه للتاثير على المدركات بعينه الامد للزبائن و سلوكيه شرائهم
 - البيع من خلال منافذ توزيع محدده بشكل سليم
 - وجود حدود جغرافيه و اجتماعيه للزبائن
 - يتعذر على الزبائن البحث عن افضل الاسعار و النوعيات و التكاليف بسبب غياب المعلومات
 - شيوع ظاهره عدم تساوق المعلومات و هي التي تتعلق بتعذر المشاركه بالمعلومات بين الاطراف التسويقيه ذات العلاقه في السوق
- الخصائص الفريده للتجاره الالكترونيه :
 - خاصيه كليه الوجود : تعني انها متاحه في كل مكان و في جميع الاوقات
 - الوصول العالمي : العدد الكلي من المستفيدين و الزبائن الذي يمكن للتجاره الالكترونيه استقطابهم و الحصول عليهم و النتيجه هي النمو المتسارع لاعداد السكان الذين على اتصال مباشر مع مواقع مختلفه
 - المعايير العالميه : تشترك بها جميع الدول و الامم في العالم و اسهمت بشكل كبير في تقليص تكاليف الدخول الى الاسواق و هي تكاليف التي يجب على التاجر دفعها فقط في حاله جلب منتجاته الى السوق
 - الاثراء : محتوى الرساله و درجه تعقيدها و في ظل تطبيقات التجاره الالكترونيه قد اصبح بإمكان المنظمه زياده عدد الزبائن الذين يمكن الوصول اليهم و في نفس الوقت تقديم الخدمات و المعلومات اللازمه لهذا العدد
 - التفاعليه : تشير الى اعتماد التكنولوجيا التي تسمح بالاتصال باتجاهين بين التاجر و الزبون و في تطبيقات التجاره الالكترونيه فالتفاعليه تسمح بالاتصال الفوري , كما مكنت التاجر من معرفه المزيد عن التجار الاخرين بالمقارنه مع الماضي
 - كثافه المعلومات : تشير كثافه المعلومات الى كميته المعلومات المتاحه للمشاركين في السوق و نوعيتها
 - كما اصبح بإمكان الزبائن التعرف على مختلف الاسعار السائده في السوق
 - الفرديه و التوجه نحو الزبون : استهداف رساله التسويق لافراد محددين من خلال تكييف الرساله لاسم الشخص و رغباته و مشترياته في الماضي
- معلومات عامه :
 - الفرديه تأتي تحت " علاقه واحد لواحد "
 - وجود علاقه عكسيه بين الاثراء و عدد الزبائن
- تعاريف الوحدہ :
 - التوجه نحو الزبون : امكانيه تغيير المنتج المقدم و تكييفه تبعاً لتفضيلات المستخدم او سلوكه السابق
 - الطاقه معرفيه : مقدار الجهود الذهنيه المطلوبه لانجاز مهمه التسويق

اعداد :

نوف الشهري