مقياس الاقتصاد الرقمي

د. مسمش نجاة

المحاضرة الثالثة : التسويق الرقمي

التسويق الرقمي :

هو عبارة آلية تسويق تتم شبكة الإنترنت، والتقنيات الرقمية التي تقوم Digital Marketing التسويق الرقمي على الإنترنت، ومن أهمها: أجهزة الحاسوب، والوسائط، والهواتف الذكية المحمولة، والمنصات الاجتماعية والرقمية التي تستخدم جميعها بهدف التسويق للخدمات والمنتجات، ويكمن الفرق الجوهري بين هذا التسويق والتقليدي على أن تنفيذه محصور عبر القنوات الرقمية المختلفة، الأمر الذي يمنح المسوقين القدرة على التحكم بشكل أفضل في أدوات البيانات من أجل تحليل مدى فعالية ونجاح الحملة التسويقية

أهمية التسويق الرقمي :

لا يمكن إنكار مدى أهمية التسويق الرقمي بالنسبة للمؤسسات والشركات، حيث لا تقل أهميتها لرواد الأعمال عن عناصر أخرى يتم مراعاتها خلال تنفيذ مشاريعهم، نظراً إلى أنها بات بإمكانها أن تلعب دوراً فعالاً يحدث نقلة نوعية في رفع معدل المبيعات، والتعريف بالمنتج أو العلامة التجارية بشكل واضح، علماً أن التسويق الفاشل أو غير الناجح يعد من أهم أسباب فشل المشروع، إذ يعتقد بعض التجار أن طرح المنتج في الأسواق كافي ليسوق نفسه وتحقيق عمليات بيع، إلا أن هذا الأمر نادر الحدوث، لذا يجب مراعاة استخدام التسويق الرقمي، ونشير إلى بعض النقاط التي تشير إلى ذلك على النحو التالي :

تكاليف منخفضة ونتائج جيدة: يعتبر التسويق الرقمي من منخفض التكاليف مقارنةً مع مصاريف الحملة التسويقية التقليدية التي يجب تخصيص ميزانية كبيرة لها؛ إذ يكفي أن يقوم التاجر بإنشاء صفحة على إحدى .مواقع التواصل الاجتماعي للترويج بما لديه من منتجات وسلع وخدمات، حتى يحقق عمليات بيع ويكسب المال

استهداف العملاء: يمكن بالتسويق الرقمي ضمان الوصول إلى شريحة واسعة من العملاء المحتملين المستهدفين بشكل دقيق وصحيح، وبالتالي ضمان إتمام عمليات بيع؛ حيث يمكن تحديد مواصفات العميل المراد أن يرى الحملة التسويقية بما يتوافق مع نوع المنتج، فيمكن أن يكون يحدد ذلك بناءً على العمر، أو الجنس، أو مكان الإقامة، أو مستوى الدخل

خلق علامة تجارية: تعد من أهم النقاط التي يجب التركيز عليها كي يتم بناء علامة تجارية ناجحة على شبكة الإنترنت، ويمكن تحقيق ذلك من خلال إنشاء محتوى يشمل على العلامة، ويعرف بها، ويشرح عنها

نتائج سريعة: يضمن التسويق الرقمي للتجار إمكانية الحصول على نتائج الحملة التسويقية خلال وقت قصير يتراوح ببضع ساعات فقط بعد إطلاقها، حيث يمكن معرفة مدى فعاليتها، والتعديل عليها أو تغييرها لتتلائم مع المعطيات الجديدة التي تم ملاحظتها منذ البدء بالتسويق

قياس النتائج بدقة: تعد من المراحل الهامة من أجل ضمان الوصول إلى الأهداف المحددة عند قياس مدى تأثير ونجاح الحملة الإعلانية، الأمر الذي يكون صعب للغاية في الإعلانات التقليدية، ويتطلب خبراء لتحليله، إذ يوفر التسويق الرقمي إمكانية قياس حجم الجمهور على مواقع التواصل الإجتماعي، ومدى ما تحققه من نمو بشكل يومي، وأسبوعي، وشهري، وسنوي، بالإضافة إلى معرفة أداء الإعلانات المدفوعة، وذلك يكون موضح بالأرقام والإحصائيات على مدار الساعة

أهداف التسويق الرقمي :

تتمثل أهداف التسويق الرقمي بربط المؤسسات أو الشركات أو المنظمات مع شريحة واسعة من جمهورها عبر استخدام القنوات الرقمية المختلفة، واستخدام العدد الهائل من الأجهزة بعملية ربط المستخدمين بالشركات عبر شبكة الإنترنت عادةً، إذ يقوم الأفراد المسوقين بالاستعانة بشتى الوسائل التي تساعدهم في الوصول إلى أكبر عدد ممكن من أفراد الفئات المستهدفة خلال أقصر وقت؛ من أجل لفت نظرهم إلى ما يقدمونه من منتجات وخدمات، وبالتالي البدء بإتمام عمليات بيع، وتحقيق الأرباح؛ ويمكن القول أن الغاية الرئيسية من التسويق الرقمي هي الترويج بمختلف البضائع والمنتجات بهدف البيع

ميزات التسويق الرقمي :

تتيح إمكانية تطوير العلاقة بين التجار والعملاء

الوصول إلى عدد كبير من العملاء المحتملين

إمكانية حصول الأفراد على المنتجات أو الخدمات دون التقيد بالحدود المكانية والزمانية

سهولة التطبيق وانخفاض التكاليف

خلق الفرصة أمام الجميع بالتسويق لمنتجاتهم دون تمييز بين الشركات الكبيرة والصغيرة