

## التجارة الإلكترونية على الشبكة

### استخدام التقانة لبناء علاقات

بقلم تيري ل. بروك

ظهرت عبارة «E-Commerce» (التجارة الإلكترونية) قبل عدة سنوات، تقريباً مع عصر انتشار البوت كوم، كان ذلك وقت الابتهاج الشديد. كان كثيرون يتحدثون عن «اقتصاد جديد» حل محل الاقتصاد القديم. كل شيء كان مختلفاً والنماذج القديمة لم تعد تعمل.

حسناً، هذه الفكرة السخيفة واجهت شيئاً اسمه الحقيقة. فالرؤى والأفكار الزائفة عن قديم «عصر جديد» جاءت وذهبت عبر التاريخ. هذا ليس بجديد.

يبدو أن كثيراً من الناس عبر التاريخ كانوا يظنون أن عصرهم كان طريقاً «جديداً» للقيام بكل شيء. صحيح إن التقنية قد غيرت كيفية عملنا للأشياء، فلم نعد بحاجة للاعتماد على الجياد والحيوانات لتشغيل اقتصادنا، والمحرك البخاري طور بشكل ثوري الكثير من عالمنا اليوم. ولكن حتى ذلك الابتكار العظيم أصبح خارج الصورة اليوم.

لم يكن النفط جزءاً من الاقتصاد عام 1776 عندما قرر الأمريكيون أن يتوقفوا فجأة عن أن يكونوا القوة العسكرية العظمى في العالم ويشكلوا أمتهم. مع هذا فإن النفط اليوم هو الأداة الأولى في تغذية اقتصاد كثير من الدول. كانت العلاقات حاسمة وأساسية بالنسبة لتأسيس الجمهورية الأمريكية. فأصبح الناس يجتمعون في الحانات والكنائس وأماكن الاجتماع العامة الأخرى كي يتعارفوا ويتبادلوا الآراء.

وفي عصر الصناعة، ظهرت مفاهيم جديدة أفرزت تقنيات مدهشة. وتطورت وسائل النقل في صورة سلك حديدية، وسفن شراعية سريعة حتى المناطيد الطائرة التي غيرت

الطريقة التي ينتقل فيها الناس. ومع مجيء النقل الجوي في بداية القرن العشرين، ظهرت طريقة جديدة فريدة من نوعها من العيش مكنت الناس من الحصول على البضائع من أماكن مختلفة في أرجاء العالم. ومع هذا، حتى في هذا الوقت كانت العلاقات حيوية من أجل تفعيل وابتكار الأفكار الخلاقة.

وهكذا، نعم، كانت هناك تغييرات في الحياة اضطرت الناس للانتشار في مناطق مختلفة. ولكن عبر هذه المتغيرات ما ظل ثابتاً على الدوام هو الحاجة إلى التواصل بين البشر.

لهذا أقول إن المسألة ليست تجارة إلكترونية - إنها مسألة تجارة علاقات، العلاقات التي نبنيها مع الآخرين هي التي تولد التجارة.

هذه العلاقات التي نقوم ببنائها قد تتجاوز التكنولوجيا. مهما كانت التكنولوجيا متقدمة اليوم فإنها ستغير. علينا ألا نركز على التكنولوجيا الراهنة بل على الناس. فالناس هم الذين كانوا وسيبقون الأهم دائماً وأبداً.

تؤثر العلاقات في عملنا التجاري بطرق عدة. إنها تتعلق بكيفية اتصالننا بالأشخاص المناسبين وتعزيزنا لتلك العلاقات.

ستكون حكيماً حين تستثمر أكثر في تطوير العلاقات بالمقارنة مع التقنية. لقد أظهر التاريخ لنا هذه الحقيقة البديهية مرة بعد مرة. وهذا ما يعارض مزاج كثير من أصدقائي. إنهم يؤكدون أكثر على أهمية الأدوات. من الأكثر حكمة - والأفضل من ناحية الاستثمار - التركيز على مساعدة الناس وتعزيز العلاقات من مجرد الاستثمار في تقديم أدوات جديدة. نعم نحن نحتاج إلى الأدوات وهي مفيدة لنا، ولكن الأدوات الجيدة يجب أن تعمل دوماً على تعزيز العلاقات بين الناس.

نعم تلك الأدوات جيدة. أنا استخدمها وأجد أن كثيراً منها يُساعد حقاً على بناء علاقات وتحقيق ما هو فعال. ولكن تذكر أنك عندما تركز في عملك على الناس أولاً فإن عملك يزدهر وينمو.

يصور لنا الجدول (1) بعض الفروق بين الممارسات الخاصة بالعمل في القرن العشرين وفي يومنا هذا:

### مبادئ النجاح

اليوم	القرن العشرون
الحاجة إلى كثير من الأفكار	الحاجة إلى كثير من رأس المال
النتائج هي التي تهتم وتحكم	الأقدمية هي التي تهتم وتحكم
السرير والذكي هو الأفضل	الكبير هو الأفضل
المفكرون الأفضل والأسرع هم الذين يسودون	الصناعة التقليدية هي التي سادت
امتلاك المنفذ إلى أدوات الإنتاج	امتلاك أدوات الإنتاج
المبادئ تهتم أكثر	المبادئ تهتم أكثر
العلاقات مهمة	العلاقات مهمة

دعونا ننظر إلى هذه الفروق المهمة. في القرن العشرين كي تكون ناجحاً في مجال الأعمال كان عليك أن تملك الكثير من المال. وعليك أن تبني مصنعاً وتشترى أجهزة. كان عليك أن تبني صناعات كبيرة كتلك التي تمخض عنها الفولاذ، والسيارات، والهواتف... إلخ

اليوم تحتاج إلى طريقة مختلفة في التفكير. لقد رأينا شركات مثل «مايكروسوفت» تظهر بوصفها لاعباً كبيراً. لم يصبح بيل غيتس أغنى رجل في العالم عن طريق إنتاج السيارات. في عام 1960 إذا كان على أحدهم أن يقدم نصيحة حول كيفية أن تصبح غنياً، كان ذلك يعني الحديث عن مجال السيارات، أو النفط، أو حتى البلاستيك كما شاهدنا في فيلم «الخرّيج» عام 1968!

اليوم بيل غيتس، وستيف بالمر وفريقيهما من المديرين هم من ألمع وأذكي الناس من أرجاء العالم كافة. إن القوة الحقيقية «لمايكروسوفت» و«غوغل» وياهو أو شركات التقنية العالية الأخرى ليست في الأقراص المضغوطة ولا في محركات الأقراص التي لديهم في

مستودعاتهم. إنها أفكار موظفيهم. ماذا يعرفون وكيف يطبقون تلك المعرفة ذلك هو ما يميزهم عن باقي البشر.

تستطيع أن تتجح اليوم إذا جئت بأفكار عظيمة ذات قيمة ثمينة للناس. لا تستطيع أن تحقق ذلك بمجرد «ابتسامة وحذاء لامع» فحسب كما أخبرنا ويلي لومان في فيلم «موت بأثع».

في القرن العشرين الأسبقية مهمة كثيراً. أتذكر نشأتي في «ميدويست» حيث كان يعمل كثيرون في مصنع السيارات في ميتشغان. من أجل أن تعمل في ذلك المصنع كان يُطلب منك الانضمام إلى الاتحاد. لم يكن لديك خيار في هذا، كان ذلك فرضاً.

الطريق نحو التقدم في العمل هناك هو أن تلتصق بالعمل مدة طويلة جداً. كان لديهم شيء اسمه الأقدمية، التي كانت تعني أن أولئك الذين كانوا هناك مدة أطول يحصلون على الخيار الأول في الأعمال، والساعات، وأي مزايا استثنائية تأتي. الذين ينضمون حديثاً هم في أسفل السلم، وعليهم أن ينفذوا ما يطلب منهم.

اليوم الأمور مختلفة. النتائج هي المهمة وهي التي تحكم الأشياء. هذا يعني أنك إذا كنت تنتج وتأتي بأفكار مهمة ذات قيمة كبيرة في السوق، فأنت تعمل جيداً. وهذا يصح سواء إذا كنت في العمل منذ مدة طويلة أكثر من الباقين أو إذا كنت مبتدئاً.

هذا أمر حسن وسيئ معاً. إنه يعني أن عليك أن تنتج. أنت لا تستطيع أن تستند فقط إلى أمجادك تفكر كيف كان الأمر في الأيام الطيبة الخالية. عليك أن تأتي بأفكار جديدة ذات قيمة بالنسبة إلى الآخرين اليوم. إذا كنت تستطيع ذلك فستتجح. وإذا لم تستطع أن تتخلى عن الأساليب العتيقة في صنع الأشياء فأنت سائر إلى الفشل والفشل الذريع.

في القرن العشرين كان الكبير هو الأفضل. الشركة الأكبر هي الأكثر احتمالاً أن تتربح وتتجح. اليوم الكبير يمكن أن يكون شيئاً تافهاً. إذا كان كل ما لديك شركة كبيرة وقديمة فمن المحتمل ألا يكون عملك جيداً. عليك أن تأتي بأفكار جديدة قوية ذات قيمة في السوق.

الأكثر أهمية من هذا وذاك، عليك أن تكون سريع التفكير، ومرناً. الكبير والضخم لا يستطيع أن ينافس السريع والنبهه. أن تكون سريعاً يعني أنك متنبه لأوضاع تغير السوق. لما كان المشترين يتغيرون ويريدون أصنافاً مختلفة عليك إذاً أن تكون قادراً على التغير وفق ذلك. ينبغي أن تصل وتنمو باستمرار.

أن تكون مرناً وسريعاً في تفكيرك يعني أنك تملك ذهناً منفتحاً دوماً على أفكار جديدة، وطرق جديدة للقيام بأشياء قديمة. زود ذهنك باستمرار بمعلومات جديدة. تعلم، اقرأ، أصغ إلى الأصوات المثقفة، والتحق بانتظام بدورات دراسية، وتعلم دوماً ما هو جديد ونفيس. والأهم من كل شيء، عاشر الناس الأذكاء الواعين الذين يتقدمون ويحققون ذلك بخطى حثيثة.

في القرن العشرين كانت الصناعة التقليدية هي الحاكمة. في ميتشغان كنا ننظر إلى شركات السيارات الكبرى في ديترويت. كانت تقليداً في ولاية ميتشغان وفي أنحاء البلاد. اليوم، المفكرون الأفضل والأسرع هم الذين يحكمون. أشخاص مثل بيل غيتس جاؤوا بأفكار مبتكرة يمكن أن تساعد الآخرين على التقدم. وأشخاص مثل سيرجي برين ولاري بيغ، اللذين أوجدا «غوغل»، أحاطوا أنفسهم بأناس أذكاء آخرين يتعلمون باستمرار وينظرون إلى احتمالات جديدة. ثمة شركات أخرى تنمو وتزدهر وهي تسعى أيضاً للتفكير بطريقة أسرع وخدمة زبائن أكثر عبر طرق وأساليب جديدة.

في القرن العشرين كن سعيداً إذا امتلكت وسائل الإنتاج. وفي ميتشغان كانت شركات السيارات تملك مصانعها. وكان من المهم أن يكون لديها الكثير منها. فالمصارف كانت ترغب في ذلك. كان المصنع والتجهيزات مصادر قوة وضمانة تمكنها من القروض.

اليوم أنت تريد الوصول إلى وسائل الإنتاج. هذا يعني أنه ليس من الضروري أن تمتلك تجهيزات؛ إذ تستطيع أن تستأجرها، كما تستطيع أن تقتربها. حتى بوسعك أن تدخل في مقايضة أو تجارة مع أحدهم كي تستخدم ما لديه مدة من الوقت.

في بعض الأحيان قد يكون هناك معنى من الناحية المالية في أن تمتلك عقاراً أو تجهيزات. ولكن الوضع هنا مختلف عن السابق. قد يكون من المناسب أن تفكر في طريقة

للوصول إلى جهاز مولد للدخل وليس في امتلاكه فقط. إذا كنت تنتظر حتى تملك فإنك قد تفقد فرصة السوق في استخدام تقنية قد تكون جيدة اليوم ولكنها ستكون قديمة غداً. فكر بسرعة واعمل بسرعة!

في القرن العشرين كانت المبادئ موضع اهتمام أكبر. أفكار ومفاهيم مثل النظام، والكمال، والأخلاق، والأمانة، والالتزام بالكلمة وبالوعد، وأنت تكون شخصاً يعتمد عليه، كانت كلها صفات نفيسة. هذه هي المبادئ التي تهتم العالم بأسره.

اليوم هذه المبادئ ذاتها تهتم أكثر في بناء عمل وحياة ناجحين. إذا لم تكن تتحلى بالأخلاق والأمانة وتحظى بثقة الآخرين، سوف يستبدونك ويتجنبونك.

### بعض الأشياء في الحياة لا تتغير

في الواقع أنني سأسلم أنه في عصر التقنية السريعة مع وجود كثير من الناس لا يمكن الاعتماد عليهم، فإن تحليك بالأمانة والاستقامة والموثوقية على الدوام تعطيك ميزة تنافسية قوية. وأكثر فأكثر سيعرفك الناس كإنسان يعتمد عليه، كلمته هي ميثاقه، أمين، ويقوم بالأشياء الصحيحة بالطريقة الصحيحة في الوقت الصحيح، وسيرغبون في إقامة عمل معك، لأنهم يثقون بك.

لا تنسَ أبداً أن الثقة هي مفتاح بناء العلاقات. الثقة هي الأساس الوطيد والنظام الداعم لأية علاقة. وبقدر ما تكون ثقتك أكبر بإنسان ما، يزداد احتمال أن تقيم علاقة ناجحة معه. وعندما تتأكل الثقة تضطرب العلاقة. في بعض الأحيان يمكن أن يعاد بناؤها، ولكن أي تزعزع للثقة في علاقة ما يمكن أن يكون له تشعبات خطيرة طويلة الأجل.

أخيراً في القرن العشرين كانت العلاقات تلعب دوراً حاسماً في حياة الفرد. فالناس الذين تعرفهم يساعدونك على التقدم. إذا كنت قادراً على اكتساب مصادقة الناس البارزين بسبب مهارتك وخبرتهم بك نتيجة تجربة سابقة لهم معك، فإن احتمال نجاحك أكبر بكثير.

اليوم ما تزال تلك المبادئ حية. فالعلاقات أكثر أهمية من ذي قبل. نستطيع أن نختفي خلف شاشة التلفزيون 7/24، وأن نتنقل دوماً بين صفحات الشبكة، وأن نحظى بوابل من المعلومات التجارية. ولكن ما نرغب فيه حقاً - ما نريده أن يوجد - هو شبكة من الاتصالات مع أناس نثق بهم. العلاقات في العمل التجاري تُحدث كل الفرق. فمعها تنجح، وبدونها ستواجه وقتاً عسيراً جداً وربما قد لا تنجح في العمل التجاري كما تنجح بوجودها.

قال بريان تريسي في سلسلة على أشرطة الكاسيت الصوتية، «أن تصبح غنياً في أمريكا»: «سيتقرر نجاحك في الحياة بعدد الناس الذين يعرفونك بطريقة إيجابية». اجعل هدفك كثيراً من العلاقات الإيجابية مع أناس بارزين. نجاحك في العمل التجاري سيكون أقوى.

اجعل هدفك في العمل التركيز على العلاقات في العمل. العلاقة التجارية هي وستظل أبداً أكثر أهمية من التجارة الإلكترونية. نعم سوف نستمر في استخدام الإلكترونيات، ولكن تذكر أن التقنية موجودة من أجل دعم العلاقات البشرية.

تيري ل. بروك رئيس وCEO «انجاز الأنظمة» ناطق اختصاصي وكاتب أعمدة لمجلة «بزنس جورنال» في أرجاء الولايات المتحدة. يكتب في التقنية، والتسويق، والإنترنت في عموده الأسبوعي «النجاح اليوم». يتحدث بروك عن الإنتاجية وزيادة الربحية للأعمال في صناعات مثل المصارف، والتوزيع، والمبيعات، والتسويق، والعقارات، والمال. يعتز بجلسات المثقفين، ونصيحة غير حياتك نحو الأفضل. جلساته ممتعة مغطاة بمعلومات مفيدة «اجعلها تعمل الآن». سهاته العلمية MBA في التسويق وخلفيته في مجال الإذاعة والصحف تساعده على جذب الاستشارة والنكحة إلى منصة الكلام. للاتصال ببروك: تيري @ تيري بروك. كوم، أو زر [www.terry brok.com](http://www.terry brok.com).

حقوق النشر © 2006، د. توني أليساندرا.

جميع الحقوق محفوظة.

لا يمكن استخدام أي جزء من هذه المقالة وإعادة نشرها أو ترجمتها بأي شكل أو وسيلة بشكل إلكتروني أو آلي بما في ذلك التصوير أو النسخ أو التسجيل أو تخزين المعلومات دون إذن خطي من الكاتب باستثناء استخدام عبارات مقتضبة منها في أي بحث أو دراسة.