

مقدمة

أحدث الإنترنت ثورة كبيرة في مجال المعلومات أدت إلى اختزال مميزات الوسائل الإعلامية التقليدية، وضمها إليه؛ ليعلن عن بداية عصر جديد من تكنولوجيا المعلومات والإعلام.

والثورة الكبيرة التي أحدثها الإنترنت لم تنته بعد، بل هي في تزايد مستمر؛ نتيجة التطبيقات الرقمية الحديثة التي تتيحها الشبكة العنكبوتية بصورة لا يتخيلها أحد. فأصبح الإنترنت - وبدون سابق إنذار - منافساً شرساً لوسائل الإعلام التقليدية، واستطاع خلال سنوات قليلة أن يسحب البساط من تحت شاشة التلفاز والصحف، وفي الوقت الذي مازالت فيه القيود والمحاذير هي التي تقيد الوسائل الإعلامية التقليدية - فإن حاجز الرقابة أصبح من الماضي في الشبكة العنكبوتية، وأصبحت المعلومات فيه متدفقة لا تقف عن حدود، الأمر الذي أشبع فضول المواطن العربي الذي عانى كثيراً من حراس البوابة الإعلامية الذين أصبحوا يتحكمون في من يشاهد ويرى.

وفي الفترة الأخيرة استخدم الإنترنت كوسيلة إعلانية؛ نظراً لما يتيحه من سهولة الوصول إلى العملاء في أي مكان مقارنة بالوسائل الإعلانية الأخرى، إضافة إلى تكلفته القليلة مقارنة بالوسائل الأخرى، ومن المتوقع

خلال السنوات القليلة القادمة أن يطغى التسويق التقني الإلكتروني على التسويق التقليدي، فالتطورات التي يتركها الإنترنت على الممارسة الإعلانية تفوق - من حيث تأثيرها - تلك التي أحدثها اكتشاف الطباعة خلال الثورة الصناعية أو نشوء الراديو والتلفزيون في القرن الماضي، وهو الأمر الذي يشير إليه التصاعد الكبير في أعداد مستخدمي شبكة الإنترنت يومياً، خاصة مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي التي لاقت رواجاً كبيراً خاصة لدى الشباب، ووصل عدد المشتركين بها حول العالم للملايين .

ولمواكبة التطور والإمكانيات الكبيرة التي أتاحتها الإنترنت، أصبحت نفقات الحملات الإعلانية للمنظمات التجارية عبر الإنترنت بالمليارات، ومما يشجع هذه المنظمات على إنفاق الملايين على حملاتها الإعلانية هو قدرة الشبكة على الوصول إلى قطاعات واسعة من الجماهير، والنمو المتسارع لهذه الشبكة وانتشارها، فقد أصبحت الشركات المتخصصة تختبر حملاتها الإعلانية على الإنترنت أولاً قبل نقلها إلى الوسائط الأخرى، وأصبح المعلنون يفضلون الإعلان عبر شبكة الإنترنت؛ لأن تأثير حملاتهم التسويقية يسهل قياسها عبر هذه الوسيلة، وأبسط طرق القياس أن الشركة المعلنة ستعرف عدد من تعرضوا لإعلانها وتصفحوه، ونسبة الذين تأثروا بالإعلان وقاموا بإجراء مشتريات على أساسه.

الإنترنت إذن لم يعد ينافس الوسائل الإعلامية التقليدية من ناحية الحرية وسرعة وصول المعلومة وسهولتها وعدم وجود حدود جغرافية يتقيد بها فقط - بل إنه أصبح منافساً قوياً لهذه الوسائل من ناحية استقطاب

الإعلانات التجارية وسرعة وصولها للجمهور المستهدف، مع التفاصيل المطلوبة حول مختلف السلع.

كما أن موضوع الشراء عن طريق الويب أصبح أكثر انتشارًا عن طريق توفر بطاقات الاعتماد الإلكترونية (Credit Cards)، التي تسهل عملية الشراء لصالح الأفراد وفق نظام مالي سهل وآمن في نفس الوقت، الأمر الذي ساهم في إثراء التجارة الإلكترونية، وأصبح قرار الشراء للسلع التي تقدم عبر الويب لا تحتاج سوى إدخال رقم البطاقة الائتمانية والرقم السري؛ لتتحول السلعة من كونها إعلانًا في الويب إلى ملك خاص للمستخدم، وهو الأمر الذي تسعى الرسالة الحالية إلى توضيحه .

لقد أصبح التسويق الإلكتروني عبر الإنترنت من الوسائل التي لا يستهان بها في تحقيق الأهداف التسويقية المطلوبة، وذلك إذا توفرت فيها الدراسة الصحيحة والتنفيذ السليم . وتعتبر هذه الوسيلة من الوسائل الأكثر تحقيقًا للهدف، والأقل تكلفة من الوسائل التسويقية الإعلانية الأخرى، مثل: (الصحف والمجلات والمحطات التلفزيونية والمحطات الإذاعية واللوحات الإعلانية المنتشرة)؛ فالأعداد الهائلة من المستخدمين للإنترنت تتزايد يوميًا بعد يوم . ومن يوم إلى آخر نجد أن الشركات تتنافس بجدية واهتمام إلى تحقيق أهدافها عبر التسويق الإلكتروني من انتشار أوسع ومبيعات أعلى، ولا سيما أن الاستخدامات لهذا الاختراع تتزايد بشكل كبير جدًا ، حيث أصبح الإنترنت ساحة عالمية للعرض والطلب ، والبيع والشراء ، دون عناء ولا تستغرب أن تجد آلاف الناس يبحثون عن

حوائجهم من صغيرها إلى كبيرها عبر الإنترنت دون عناء، فهو يوفر لهم كل ما على وجه الأرض وهم في أماكنهم، فليكن لك مكان بينهم. ونحن نقدم في هذا الكتاب حلولاً متعددة للتسويق والانتشار عبر الإنترنت، فسواء أكان الغرض تسويق ونشر. موقعك الذي يحتوي على خدماتك أو منتجاتك أو تحقيق مبيعات أفضل، أو تسويق منتج معين أو خدمة- فإن هذا النوع من التسويق يضمن لك ذلك .

المؤلف

Magiza_eg@yahoo.com

Twitter:@marwaagiza

Twitter:@khaledboti

