

4استراتيجيات لتسويق المتجر الالكتروني ومضاعفة المبيعات.

المقدمة:

تشكل التجارة جزءاً كبيراً من قطاع الأعمال الموجودة في عصرنا الحالي ، ومن المتوقع لهذا المجال أن يزدهر بشكل أكبر في المستقبل القريب. إذ تعتبر التجارة واحدة من أهم الوسائل التي يتم استخدامها من قبل الشركات والمؤسسات المختلفة لكسب الأرباح والمبالغ المالية. ويمكن تطبيق التجارة على المستوى الشخصي أو الفردي ، كأن يقوم شخص بإنشاء الشركة الخاصة به وبيع المنتجات أو الخدمات تحت اسمه وبقوم بالترويج لها .كما يمكن أن تطبق التجارة أيضاً على المستوى الجماعي والتشاركي. فضلاً عن ذلك كله ، لا يقتصر مفهوم التجارة على بيع المنتجات والسلع المختلفة محلياً ، وإنما يتوسع ليشمل أيضاً مبيعات في مختلف الدول والمدن العالمية غير المحلية, وأيضاً معرفة المستويات الإدارية الثلاثة لزيادة المبيعات.

جدول المحتويات:

1. أهمية التسويق الالكتروني.
2. ما هي العلاقة بين التسويق الالكتروني وزيادة المبيعات.
3. ما هو التخطيط الاستراتيجي, وأهميته في التسويق.
4. 4 استراتيجيات لتسويق المتجر الالكتروني وزيادة المبيعات.

1.أهمية التسويق الالكتروني:

من الضروري أن نعرف ونفهم كيف يعمل وكيف ظهر التسويق الالكتروني وما هي أوجه تقدمه حتى تتمكن الشركات من التخطيط الاستراتيجي التي تناسب نموذج عمل الشركة على أفضل

وجه.

ومن هنا تظهر أهمية التسويق الالكتروني من أنه يساعد الشركات ويوجههم نحو الجمهور المستهدف, يعزز من مفهوم التسويق في الشركة, يقوم بتحليل الأسواق وسلوك المستهلكين, تحليل الإدارة التجارية للشركات من اجل جذب العملاء والاحتفاظ بهم من خلال تلبية احتياجاتهم, يرتبط التسويق بالاعلان ويعد من الاجزاء الرئيسية لقسم الترويج, من أهمية التسويق أيضاً:

1.تطوير الخدمة ما بعد البيع بالتواصل مع المستهلكين.

2.تقديم عروض تسويقية.

3.معرفة عناوين المستهلكين والتواصل معهم بطريقة سريعة, قد يهمك الاطلاع على ما هو التسويق الالكتروني

2.ما هي العلاقة بين التسويق الالكتروني وزيادة المبيعات؟

تعتبر العلاقة بين التسويق والمبيعات علاقة طردية، حيث إنه لا يوجد تسويق دون مبيعات وفي الوقت نفسه لا توجد مبيعات دون تسويق، باعتبار التسويق والمبيعات من أهم عناصر نجاح الأعمال، حيث يعتبر التسويق العملية التي تسبق المبيعات مباشرة من حيث دراسة السوق ومعرفه نوعية المنتج الذى يحتاجه السوق وتسعيره وعمل الدراسات التسويقية عليه من خلال المستهلك مباشرة، بالإضافة إلى تحضير التصنيف الخاص بالمنتج وتسمية العلامة التجارية للمنتج من قبل جهاز التسويق المتخصص ودراسة المنتج من حيث الجودة والتسعير والعلامة التجارية التي تقوم بدورها بجذب المستهلك، حيث تتم كل هذه العملية عن طريق فريق التسويق قبل طرح المنتج للسوق من خلال جهاز المبيعات والذي يختص بوضع المنتج على الرف لدى العميل ومتابعه تدويره، أي أن مهمة رجل البيع داخل محل العميل فقط، ثم يأتي بعد إتمام عملية البيع دور رجل التسويق مرة أخرى في دراسة كيفية إخراج المنتج من محل العميل إلى المستهلك وإقناعه بشراء هذا المنتج, قد يهمك الاطلاع على مفهوم وأهمية التسويق بالمحتوى للمشروع.

المبيعات ، فتعّرف بأنها وسيلة التواصل المباشر بين الشركة أو المؤسسة البائعة والجمهور أو العملاء أو المستهلكين المشترين. وذلك بهدف بيع المنتجات أو الخدمات التي تقدمها هذه الشركات مقابل مردود مادي. ويقوم قسم إدارة العمليات في الشركات بإدارة عمليات البيع وتنظيم الإجراءات اللازمة لتحقيقها. إضافة إلى أنه يعمل على التنسيق بين باقي الأقسام الموجودة في الشركة بهدف زيادة نسبة المبيعات وتحقيق رضا العملاء. ويعد عقد البيع من أهم العناصر الأساسية التي يجب أن تتوفر خلال عمليات البيع أو الشراء. إذ يتم كتابة هذا العقد بين البائع والمشتري ، ويحتوي على شروط وتفاصيل الاتفاق المتبادل الذي تم بينهما. كما تتم كتابة هذا العقد من أجل حفظ الحقوق لكل من البائع والشاري على حد سواء.

ببساطة يمكننا أن نقول بأن العلاقة بين التسويق والمبيعات علاقة طردية بامتياز. حيث تساعد

عمليات الترويج والتسويق بأنواعها وأشكالها المختلفة على زيادة المبيعات للشركات والمؤسسات المختلفة. وبالتالي تساعد هذه العمليات على زيادة الأرباح والمردود المالي لهذه الشركات. وفي عصرنا هذا ، يعتبر التسويق أو الترويج خطوة مهمة جداً في عمليات البيع والشراء بأنواعها المختلفة. وخصوصاً بسبب التأثير الكبير الذي تتركه عمليات ووسائل التسويق في نفس العملاء والمستهلكين. إذ يمكن للترويج أو التسويق الجيد للمنتج أن يساهم في خلق شعبية وموثوقية كبيرة له بين الناس. وبالتالي تساعد هذه الثقة المتولدة في نفوس المشترين على زيادة مبيعات الشركة لهذه المنتجات ، بعبارة أخرى ، زيادة أرباح الشركة. وهو المغزى الأساسي لعملية التسويق, قد يهمك الاطلاع على أهم 9 أشياء مختلفة فيما بين التسويق والمبيعات.

3.ما هو التخطيط الاستراتيجي, وأهميته في التسويق:

إنّ التخطيط الاستراتيجي مرتبط بالمستقبل، وتتضمن عملية التخطيط درجات مختلفة من المستقبل، حيثُ أنّهُ تتطلب بعض أجزاء المنظمة أو الشركة التخطيط لسنوات عديدة في المستقبل بينما تتطلب أجزاء أخرى التخطيط على مدى فترة قصيرة فقط، على سبيل المثال يرتبط الإنفاق الرأسمالي بالفترة طويلة الأجل بينما تكون الميزانية لمدّة قصيرة، حيثُ أنّهُ يُسمّى الأول التخطيط الاستراتيجي أو التخطيط بعيد المدى.

يأتي التخطيط الاستراتيجي للتسويق أولاً عند إنشاء خطة التسويق الخاصة بك، يتعامل مع اتجاه نمو عملك فيما يتعلق بالمنافسة وصورة العلامة التجارية اللازمة لتعزيز وضعك في السوق.

يتطلب تخطيط استراتيجية التسويق فهماً شاملاً:

1. للاتجاهات في مجالك.
2. موقعك التنافسي.
3. العوامل الديموغرافية.
4. عادات الشراء للعميل المستهدف.
5. حيثُ أنّهُ يتم تحقيق هذا الفهم من خلال الصناعة وبحوث السوق ومن ثُمّ القيام على صياغة أهدافك، حيثُ أنّ استراتيجيتك هي خريطة الطريق التي تساعدك على تحقيق أهدافك وتتضمن خطة مالية تستلزم ميزانيتك التسويقية بالإضافة إلى خطة مفاهيمية، حيثُ أنّهُ إذا نفدت أموالك قبل أن تتمكن من تنفيذ استراتيجياتك، فقد لا يحقق التسويق أهدافك.



4. 4استراتيجيات لتسويق المتجر الالكتروني وزيادة المبيعات:

في نفس الوقت الذي يظهر فيه النمو التاريخي للسوق الالكتروني، يتعين علينا تحليل سبب إغلاق العديد من الشركات قبل عام واحد في السوق. يتم تشجيع العديد من رواد الأعمال على بدء عمل تجاري جديد برأس مال استثماري منخفض وينتهي بهم الأمر بتخطي المراحل والمتطلبات الأساسية لضمان الأداء على المدى الطويل.

1.الشبكات الاجتماعية:

الاقتراح الأول حول كيفية زيادة المبيعات من خلال التسويق الإلكترونية هو استثمار الوقت والإبداع والاهتمام بالشبكات الاجتماعية الأكثر استخدامًا من قبل الجمهور الذي تريد الوصول إليه. لم يعد الاهتمام بالشبكات الاجتماعية فارقًا، بل أصبح مطلبًا للعديد من العملاء بالنظر إلى أن العميل يقضي جزءًا كبيرًا من اليوم متصلاً بشبكاته المفضلة، فإن إجراء هذا الحوار عبر الإنترنت يبسط اتصالك اليومي. بالإضافة إلى ذلك، للمساهمة في تكوين علاقة أكثر عدالة ومساواة بين الشركة والمستهلكين.

حتى أن العديد من رواد الأعمال تركوا بوابات التسويق الإلكترونية لإجراء مبيعات حصرية على وسائل التواصل الاجتماعي. ومع ذلك، فإن الأكثر توطيدًا تمكنوا من التصرف في قنوات متعددة وخدمة العملاء من خلال قنوات مختلفة.

لزيادة المبيعات مع التسويق الإلكترونية، من الضروري:

- كن متصلاً بالإنترنت.
- كن نشطًا على وسائل التواصل الاجتماعي.
- افهم مقدمًا الشبكات التي يثق بها جمهورك أكثر ويشعر براحة أكبر معها.
- كن مبدعًا ولديك شخصية في الشبكات. بهذه الطريقة سوف تعزز صورة العلامة التجارية بطريقة إيجابية.

2.استخدم أسماء الماركات الكبرى:

كيف؟ من خلال الأسواق. نحن نعلم أنه من الصعب إثارة خلاف حول اهتمام المستهلكين مع العديد من العلامات التجارية والشركات المعروفة للجمهور. للتغلب على هذا الإزعاج وزيادة المبيعات من خلال التسويق الإلكترونية. بهذه الطريقة، ستكون قادرًا على الاعتماد على الثقة والسمعة اللتين أسستهما بالفعل هذه العلامات التجارية حتى تحصل على مساحتك الخاصة في السوق.

3.التركيز على خدمة ما بعد البيع:

تستثمر العديد من الشركات جزءًا كبيرًا من أموالها لكسب عملاء جدد وتنسى أن الاحتفاظ بالعملاء القدامى أسهل بكثير وأقل تكلفة. وتعد خدمة ما بعد البيع هي أحد المفاتيح الذهبية لتحسين معدل الولاء وزيادة المبيعات بالتسويق الإلكترونية. لكي تكون هذه النصيحة فعالة حقًا ، من الضروري تطوير خطة عمل التسويق الإلكترونية وتوثيق كل هذه الاستراتيجيات في النهاية، فإن العميل الذي أتمم عملية شراء معك بالفعل، ولديه خبرة جيدة، قد مر بالفعل بجميع مراحل البيع، ويعرف

مشاكله والحلول التي تقدمها الشركة. وهذه الطريقة من أكثر إستراتيجيات ضمان استمرار هذه العلاقة.

4.تسهيل تجربة المستهلك:

من الجدير بالذكر أن تنوع طرق الدفع وسهولة استخدامها هما الحليفان الأمثلان لهذه الإستراتيجية. كلما زادت سهولة وسرعة الخيارات التي يتعين على العميل إنهاء شرائها ، قلت فرص إلغائها لأنها غير مكتملة. كن منتبهاً لمؤشرات التجارة الإلكترونية لفهم معدل عمليات الشراء غير المكتملة.

الخاتمة:

إذا كنت ترغب في الاستعانة بأي من شركات التسويق الإلكتروني و إعلانات سوشيال ميديا المحترفة يمكنك التواصل مع فريق venets, حيث نقدم لكم مجموعة من المتخصصين في خدمات تصميم المواقع الإحترافية وخدمات السوشيال ميديا والسيو، و العديد من خدمات التسويق الرقمي المتنوعة, سارع بالتواصل معنا عبر منصاتنا الرقمية المختلفة، أو قم بزيارة موقع venets الرسمي على الإنترنت.

مقالات قد يهمك الاطلاع عليها عبر مدونتنا:

سياسة التسعير وأنواعها.

8 خطوات للتخطيط لحملة إعلانية ناجحة على منصات التواصل الاجتماعي.

التسويق الالكتروني_الدليل الشامل.

مفهوم وأهمية التسويق بالمحتوى للمشروع.

© 2026 venets. All Rights Reserved.