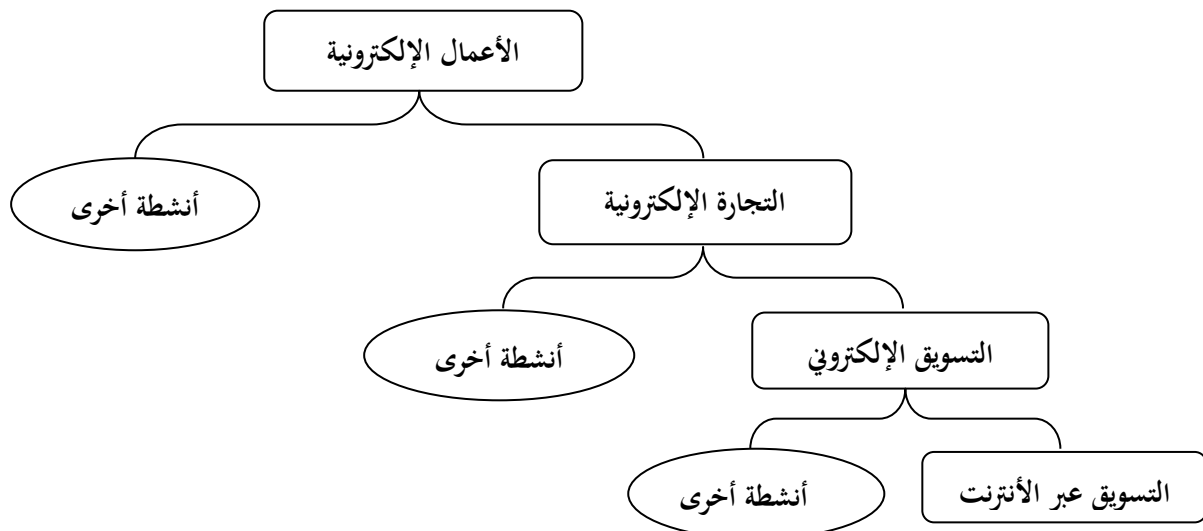


1- حدد بدقة الفرق بين مفهوم التسويق الإلكتروني والمفاهيم التالية: (5ن)

- **التسويق التقليدي:** يعتبر التسويق الإلكتروني قسم من أقسام التسويق التقليدي، والاختلاف بينهما يكمن في الشكل والأسلوب الذي تتم به عملية التنفيذ، وبالتالي فالتسويق الإلكتروني يختلف عن التسويق التقليدي باستخدامه لتكنولوجيا المعلومات والاتصال كالأنترنت والوسائل الرقمية الأخرى مثل التلفاز التفاعلي والهاتف المحمول... وغيرها. (1ن)
- **التسويق عبر الأنترنت:** لا يقتصر التسويق الإلكتروني على التسويق عبر الأنترنت فقط بل هو نشاط أوسع من ذلك، حيث يرتبط باستخدام كافة أشكال تكنولوجيا المعلومات والاتصال بما فيها الأنترنت وما يرتبط بها من تطبيقات، والهواتف الذكية... وغيرها للقيام بالأنشطة التسويقية، وبالتالي فالتسويق عبر الأنترنت هو جزء من التسويق الإلكتروني. (1ن)
- **التجارة الإلكترونية:** يعتبر التسويق أحد نشاطات التجارة بصفة عامة، كما يعتبر التسويق الإلكتروني من أهم نشاطات التجارة الإلكترونية، حيث أن التسويق هو إحدى وظائف المنظمة التي تسعى إلى تسهيل تبادل وانسياب المنتجات من المنتج إلى المستهلك من خلال استخدام أدوات وأساليب معينة. (1ن)
- **الأعمال الإلكترونية:** الأعمال الإلكترونية ليست عبارة عن وسيلة مجردة، وإنما تشكل منهجا متكاملا يقوم على استخدام الوسائط الإلكترونية في جعل كافة الأنشطة الإنتاجية والمالية والإدارية والتسويقية آلية، وبالتالي فهي أوسع وأشمل من مفهوم التسويق الإلكتروني الذي يشكل جزءا منها. (1ن)

شكل يوضح العلاقة بين التسويق الإلكتروني والمفاهيم المرتبطة به (1ن)



2- يساعد التسويق الإلكتروني في التغلب على المشاكل التسويقية التي تسببها خصائص الخدمة، اشرح ذلك. (5ن)

- **عدم الملموسية:** حيث لا يمكن للزبون لمس الخدمة أو تحسسها قبل شرائها، وهو ما يسهل عملية تسويقها إلكترونياً، ما يفسر كون الكثير من المنتجات التي تباع على الأنترنت هي خدمات؛ (1.25ن)

- **عدم التخزين:** لا يمكن تخزين الخدمات في حالة عدم الاستفادة منها، وأوضح مثال على ذلك شغور الغرف في الفندق، فالتسويق الإلكتروني يساعد في التعامل مع عدم القابلية للتخزين، من خلال جعل الموقع الخاص بالمنظمة الخدمية متاح 24/24 ساعة في اليوم، سبعة أيام في الأسبوع، كما أنّ بعض الخدمات الإلكترونية كالمعلومات الرقمية يمكن تخزينها وتسليمها وقت الحاجة إليها؛ (1.25ن)

- **التلازمة:** تعني خاصية التلازمة ضرورة تواجد مقدم الخدمة والزبون، وهذا التلازم يتحقق بالفعل بدرجة كبيرة في التسويق الإلكتروني، حيث يجب أن يستخدم الزبون الأدوات الإلكترونية كالحاسوب أو الهاتف الذكي... وغيرها كي يحدث الاتصال مع المنظمة الخدمية؛ (1.25ن)

- **التباين:** أي صعوبة تنميط الخدمات، وعدم إمكانية التنبؤ بجودتها قبل تقديمها، وهذه الخاصية تقل إلى حد ما في بيئة الأعمال الإلكترونية، حيث توجد إمكانية وضع معايير للعناصر الأساسية التي تتضمنها عملية تقديم الخدمة. (1.25ن)

3- يعتبر التسويق بالبريد الإلكتروني أفضل أدوات التسويق الإلكتروني للخدمات، اشرح ذلك. (5ن)

- يعتبر التسويق بالبريد الإلكتروني العمود الفقري للتسويق الإلكتروني، حيث تشير الدراسات إلى أن التسويق بالبريد الإلكتروني يأتي في المرتبة الأولى بين طرق التسويق الإلكتروني المختلفة من حيث العائد الاستثماري المحقق (ROI) وقدره (44: 1)، (1ن) أي أن كل دولار يتم إنفاقه يحقق عائداً مضاعفاً 44 مرة (1ن)، وذلك لأن الرسائل البريدية ستصل بالتأكيد للعملاء على رسائلهم الواردة (1ن) على خلاف طرق التسويق الإلكتروني الأخرى كالتسويق الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو التسويق الإلكتروني عبر محركات البحث، أين تمر عبر الخوارزميات أولاً كي تظهر للجماهير. كما يتميز التسويق بالبريد الإلكتروني بالسرعة (1ن)، فضلاً عن ذلك فهو وسيلة من وسائل التسويق الإلكتروني الأقل تكلفة (1ن)، فموقع مثل "MailChimp" يقدم الخدمات الأساسية للتسويق بالبريد الإلكتروني بشكل مجاني.

4- يعتبر التسويق الإلكتروني تطبيقاً لمفهوم إدارة علاقات الزبائن في المنظمة الخدمية، اشرح ذلك. (5ن)

- يخدم التسويق الإلكتروني مفهوم إدارة علاقات الزبائن كمفهوم تسويقي حديث يركز على بناء وتطوير والحفاظ على علاقات دائمة مع الزبون (1ن)، وبالتالي يحقق مفهوم التسويق التفاعلي (1ن) بين مقدم الخدمة والزبون من خلال التعامل مع الزبائن على أساس فردي بدلاً من التعامل مع السوق كله، ومنه تحقيق التفاعل اللحظي (1ن) معهم والحصول على ردود أفعالهم الفورية إزاء العروض المقدمة بما يحقق عنصر التغذية العكسية (1ن)، حيث تساعد إدارة علاقات الزبون إلكترونياً على جذب زبائن جدد، وتقديم خدمات أفضل بما يحقق رضا الزبائن الحاليين، وإنشاء قاعدة بيانات موحدة (1ن).