

المحاضرة الثامنة

طرق البيع في السوق الإلكترونية

- البيع عن طريق البرامج

- البيع عن طريق المزادات

● أشكال المزادات الإلكترونية

● منظمات ضمان وتخليص المزادات على الإنترنت

- البيع عن طريق البريد الإلكتروني

- البيع عن طريق الإعلانات المبوبة

● الإعلان الإلكتروني

● أشكال الإعلان الإلكتروني

- البيع عن طريق مواقع الشبكة

يوجد عدة طرق يمكن استخدامها من قبل رجال البيع للوصول إلى العملاء عبر الإنترنت وبيع منتجاتهم في السوق الإلكترونية من أهمها:

1- البيع عن طريق البرامج:

تتم عمليات البيع على موقع على الإنترنت، عندما يدخل العملاء إلى ذلك الموقع وتقع اختياراتهم على إحدى السلع أو الخدمات فإنهم يضغطون على المنتج المحدد ليتم دخولهم إلى موقع المنظمة الأصلي، بعد ذلك ينجزون إجراءات و خطوات الشراء ويحددون طريقة حصولهم على المنتج. بعد إتمام عملية الشراء يحصل صاحب الموقع على عمولة كونه كان مندوبا عن المنظمة الأصلية، وهذا النوع من البيع سهل الاشتراك فيه ولا يحتاج إلى تخزين البضائع أو المنتجات حيث أن المشتري هنا يعرف العنوان الإلكتروني للبائع الأصلي وسوف يتحول إليه مباشرة.

2- البيع عن طريق المزادات:

يقوم ذلك النوع من البيع على الفكرة التقليدية لصالوات المزادات حيث يتم عرض السلع وفتح مزايده عليها بين الراغبين في الشراء وتتم المزايدة بين العملاء، ويوجد العديد من المواقع المتخصصة في ذلك النوع من البيع وعلى كل من يريد عرض منتجاته وبيعها عن طريق المزاد أن يملأ النموذج الموجود على الموقع محددًا فيه ما يلي:

- مواصفات المنتج

- وصفه بدقة

- وضع صور للمنتج

- تحديد السعر الأدنى للبيع

ثم يقوم الموقع بإجراء المزادات بين الراغبين بالشراء

● أشكال المزادات الإلكترونية:

أولاً- أشكال المزادات من حيث تحديد سعر أدنى:

1- مزادات ذات حد سعري أدنى

في هذا الشكل من المزادات لا يرسو المزاد على أحد من المزايدين إذا لم يصلوا في مزايدتهم إلى الحد السعري الذي حددته المنظمة لبيع الصنف الذي تجري المزايدة عليه. إن الحد السعري الأدنى لبيع المنتج يكون غير معلن عنه للمزايدين بل يكون سرا تحتفظ به المنظمة، والسبب في عدم الإعلان عنه هو تحفيز المزايدين على المزايدة، إذ لو كان هذا الحد الأدنى معلوما لما دخل بعض المزايدين إلى المزايدة، أما في ظل عدم معرفة الحد الأدنى للسعر فإن المزايدين قد يدفعون أعلى من ذلك الحد خصوصا أن عمليات المزايدة تختلط فيها الاعتبارات العقلانية مع الاعتبارات غير العقلانية مثل المغامرة والتحدي.

2- مزادات دون حد سعري أدنى

في هذا الشكل من المزادات يرسو المزاد عند السعر الأعلى الذي يدفعه المزايد.

ثانياً- أشكال المزادات من حيث كمية الصنف:

1- مزادات على وحدة واحدة من الصنف

هناك مزادات تجري على وحدة واحدة من صنف ما ويرسو المزاد على المزايد الذي دفع أعلى سعر، مثلا: المزاد على سيارة مستعملة واحدة.

2- مزادات على وحدات متعددة من الصنف

تجري هنا المزايدة على مجموعة من الوحدات المتشابهة من نفس الصنف، مثلا خمس سيارات مستعملة متشابهة، يرسو هنا المزداد على صاحب أعلى سعر بعدد الوحدات المطلوبة، وفي أغلب الأحيان تكون هذه الأسعار غير متشابهة، ويلجأ الكثير من الباعة إلى اعتماد أقل سعر ضمن مجموعة الأسعار الأعلى في تنفيذ المزداد.

ثالثا- المزداد العكسي:

تحدد المنظمة في هذا النوع من المزايدات أقل كمية ترغب في بيعها وتحدد سعر البيع لهذه الكمية، لكن كلما زاد عدد الأشخاص الذين يرغبون في الشراء تقوم المنظمة بعمل خصومات على سعر البيع، وهذا يؤدي إلى تخفيض سعر المزايدة. من المنتجات التي تباع بأسلوب المزايدات على الإنترنت لدينا:

- السيارات المستعملة

- تذاكر الطيران

- العقارات

- التحف

◀ هناك مواقع عديدة تقيم مزادات على الإنترنت أو تستضيفها ومن أهم هذه المواقع ما يلي:

● موقع منظمة (Onsal):

هو من أكبر المزايدات العاملة على الإنترنت، إذ يبيع سلعا من أصناف متنوعة وتصل مبيعاته الشهرية إلى مئات الملايين.

● موقع (Ebay)

في هذا الموقع يجري يوميا افتتاح 35000 مزاد على الأقل، ويلتقي المشترون والبائعون في هذا الموقع دون تدخل من الموقع في عمليات التخزين والشحن. يكتفي الموقع بنسبة محددة عن كل صفقة تعقد عبره وهذه النسبة تتراوح بين 1.5-5%.

● موقع منظمة (Fair Market)

يستضيف هذا الموقع المزادات المتخصصة في أجهزة ولوازم وبرمجيات الحاسوب عبر التعاون مع موقع منظمة (FedEx).

● منظمات ضمان وتخليص المزادات على الإنترنت:

هناك كثير من المشترين لا يثقون في البائعين عندما ينوون إبرام صفقة ما عبر أحد المزادات على الإنترنت، وهناك أيضا بائعون لا يثقون في المشترين في أمور تخص الدفع، من هذا المنطلق ظهرت منظمات للضمان وتخليص المزادات التي تجري في كثير من المواقع على الإنترنت، وهذه المنظمات تمتلك مواقع على الإنترنت تمارس عبرها أعمال الضمان والتخليص ومن أهمها:

- منظمة Trade Direct :

إذا رغب المشتري في عقد صفقة ما مع أحد البائعين عبر أحد المزادات على الإنترنت، فإن المشتري يقوم بتوسيط هذه المنظمة لتعمل على ضمان وتخليص الصفقة، ويقوم المشتري بإرسال ثمن الصفقة إلى المنظمة، وتقوم المنظمة بدورها بالإيعاز للبائع لشحن وتسليم الصفقة للمشتري، وعندها يكون أمام المشتري فقط 48 ساعة لإبلاغ المنظمة بأن الصفقة مطابقة للمواصفات أم لا، فإذا كانت الصفقة مطابقة تقوم المنظمة بإكمالها ودفع الثمن للبائع أما إذا كانت غير مطابقة للمواصفات فإنه يجري إلغاء الصفقة وإعادتها للبائع، وتتقاضى المنظمة عمولة محددة مقابل عملية الضمان والتخليص.

3- البيع عن طريق البريد الإلكتروني:

تقوم فكرة البيع هنا على الاستفادة من البريد الإلكتروني وإمكانية الوصول إلى آلاف أو ملايين الأشخاص أصحاب البريد الإلكتروني عبر الإنترنت في نفس الوقت وبسرعة هائلة، وهنا يتم عرض السلعة أو الخدمة في الرسالة الإلكترونية بالإضافة إلى احتوائها على مجموعة من البيانات الرئيسية والهامة للعميل ومنها:

- نبذة عن البائع والموقع الإلكتروني

- قائمة المنتجات التي يقدمها عبر الشبكة

- خصائص كل منتج وبياناته المفصلة

4- البيع عن طريق الإعلانات المبوبة:

تقوم فكرة البيع هنا على القيام بعرض المنتجات على المواقع الأكثر شهرة والتي تجذب الكثير من الزوار على الشبكة العنكبوتية، وتتشابه تلك الطريقة مع العرض في الصحف أو المجلات أو الجرائد أو في البرامج والمسلسلات الجماهيرية، حيث يختار العارضين هنا المواقع الأكثر شهرة والتي تتناسب مع سلعهم وخدماتهم، وتتميز هذه الطريقة بأنها توجه إلى جميع المواقع والأقاليم والزائرين بكافة أشكالهم على الشبكة ويمكن استخدامها بشتى طرق الجذب المتاحة على الموقع بالإضافة إلى أنها أقل تكلفة من العديد من الوسائل الأخرى التقليدية.

● الإعلان الإلكتروني:

◀ يقصد بالإعلان الإلكتروني كل فضاء مدفوع الثمن على المواقع الإلكترونية. أيضا يعرف بأنه نقل غير شخصي للمعلومات حول سلع أو خدمات أو أفكار عبر مختلف وسائل الإعلام الإلكترونية. يمتلك الإنترنت العديد من الميزات والإمكانيات التكنولوجية التي لا تتوافر في أي وسيلة إعلانية أخرى مثل الصحف والمجلات والراديو، فهو يسمح بالتفاعل المباشر والآني بين الإدارة التسويقية والعميل على خلاف الطرق التقليدية للإعلان، فالتفاعل وردود أفعال المستخدمين المباشرة هي من أهم سمات الإعلان الإلكتروني.

◀ إن استخدام الإنترنت في الإعلان الإلكتروني يخلق له ميزات لا تتوافر في الإعلان التقليدي منها:

- 1- بإمكان المستخدم أو الزبون الحصول على بيانات تفصيلية عن المنتج إذا أراد.
- 2- سهولة إجراء تعديلات على مضمون الإعلان أو شكله أو تصميمه من قبل المنظمة خلافا للإعلانات التقليدية التي تكلف الكثير من الوقت والجهد والتكلفة لإجراء تعديل أو تغيير عليها.
- 3- القدرة العالية للإعلان الإلكتروني في الحصول على بيانات ومعلومات تغذية عكسية بصورة سريعة.
- 4- ينجح الإنترنت في تقصير دورة مشاهدة الإعلان وإدراكه والتأثر به وصولا إلى إجراء جولة تسوق في الموقع الإلكتروني وشراء المنتج، إن هذه القدرة في تقصير الدورة الزمنية المشار لها تتحقق بسبب الطبيعة التكاملية للإنترنت.

● أشكال الإعلان الإلكتروني:

1- الأشرطة الإعلانية: تعد الأشرطة الإعلانية أكثر أشكال الإعلان الإلكتروني استخداما عبر الإنترنت، وتظهر هذه الأشرطة الإعلانية على هيئة صناديق مستطيلة الشكل توضع في أعلى أو أسفل أو جانب صفحة الموقع المعلن. تكون هذه الأشرطة في غالبيتها على هيئة نص أو رسوم متحركة أو صور أو حتى فيديو وتتضمن بيانات مختصرة عن المنظمة أو المنتجات التي يروج لها هذا الإعلان، وهي تتواجد إما في المواقع الأساسية أو في المواقع المضيفة بحيث عندما يتم النقر عليها من قبل المستخدم فإنه يتم تحويله إلى الموقع المعلن الأساسي.

2- الإعلانات المتتابة: يقصد بهذا النوع من الإعلانات تلك الإعلانات التي -عند النقر على أجزاء معينة من صفحة الويب- تظهر للمستخدم صفحة ويب جديدة كاملة تتضمن إعلانات أخرى.

3- إعلان الرعاية: بموجب هذا النمط من الإعلان تسمح إدارة الموقع لإحدى المنظمات التي ترغب في الإعلان عن نفسها برعاية الموقع أو جزء منه، أي أن ترعى كامل الموقع أو إحدى زواياه التي تكون غالبا ذات ارتباط بنشاطها. تتجلى هذه الرعاية بتقديم مساعدة مالية أو المساهمة في أي نشاط داعم للموقع الذي تتم رعايته مقابل السماح بعرض إعلانات ضمنه أو الحصول على نسبة من الأرباح المحققة للموقع.

4- الإعلان العائم: هو نوع من إعلانات المواقع الإلكترونية التي تظهر فوق الصفحة التي يطلبها المستخدم، والإعلان العائم هو إعلان لا يبدأ من قبل المستخدم بل هو دخيل على صفحة المستخدم المطلوبة بشكل تلقائي، ويختفي أو يصبح غير مرئي بعد مدة محددة من الزمن 5-25 ثانية. يظهر الإعلان العائم أساسا بشكل بسيط في نهاية الصفحة، إما على شكل شاشة كاملة أي يحتل كامل الشاشة أو في نافذة مستطيلة بحجم أصغر، إلا أن هذا الإعلان لا يزود المستخدم بوسيلة للخروج منه مثل زر الإغلاق.

5- البيع عن طريق مواقع الشبكة:

من خلال البيع بهذه الوسيلة فإن المنظمة تقوم بإنشاء موقع خاص على الشبكة، وأولى خطوات إنشاء الموقع هي اختيار اسم النطاق ويجب أن يعبر هذا الاسم عن نوع العمل أو النشاط، ويجب مراعاة أن اسم أي موقع يجب أن يضاف إليه الامتداد الذي يدل على نوع المنظمة مثل:

- للمنظمات التجارية (.com)

- للمنظمات (.org)

- للهيئات الحكومية (.gov)

- للشبكات (.net)

بعد تسجيل اسم النطاق المحدد والامتداد المناسب له نكون قد حصلنا على عنوان الموقع الذي سيظهر في نافذة المتصفح الإلكتروني وهو ما يعرف ب معرف الموارد الموحد (URL). يجب أن يتم التعامل بالموقع دون توقف وأن يتم صيانته وإصلاحه وحماية بياناته بشكل مستمر، كما يجب تزويده بالخدمات التجارية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية مثل عربة التسوق التي تسهل عملية الشراء للعميل بإضافة المنتجات التي ينوي شرائها إلى هذه العربة والدفع مرة واحدة قبل الخروج من الموقع لكل المنتجات المشتراة، وإمكانية قبول طرق الدفع الإلكتروني المتعددة وخدمة العملاء والإعلانات والكتالوجات، بالإضافة إلى متابعة العملاء وآلية البحث عبر الموقع وغيرها من الخدمات.