

الفرق بين التسويق الالكتروني

و

التسويق التقليدي

مقدمة

جاء التسويق الالكتروني امتدادا للتسويق التقليدي نتيجة للتطور التكنولوجي . أي نوعي التسويق أفضل ؟

مفتاح النجاح هو الدمج بين الوسيلتين معا للحصول على أفضل نتائج. ولكن، بما أن التسويق الالكتروني أفضل من حيث التكلفة وقياس العائد والنتائج، فإن الخبراء ينصحون بتطبيق قاعدة 20/80 بحيث تستثمر 80% من الميزانية في التسويق الالكتروني، و 20% في التسويق التقليدي ولكن في النهاية الأمر متروك لصاحب الشركة حسب رؤيته لنشاطه التجاري، والمقارنة بين مميزات وعيوب كل وسيلة تسويق ومدى جدواها من وجهة نظره هو.

فيما يلي بعض أهم الاختلافات بين النوعين :

التعريف

● التسويق التقليدي

هو تسويق منتج او خدمة ما لشركة او مؤسسة عن طريق إرسال مندوبها الى العميل او من خلال إعلانات التليفزيون والجراند والراديو والمطبوعات وغيرها من الوسائل وجميعها مكلف.

● التسويق الالكتروني

هو عبارة عن تسويق خدمة او سلعة لشركة معينة من خلال الانترنت للوصول الى العملاء الالكترونيين وعلى الرغم من ان التسويق الالكتروني مشتق من التسويق التقليدي إلا إن مزايا التسويق الالكتروني عبر الانترنت تفوق التسويق التقليدي.

عناصر المزيج التسويقي

- التسويق التقليدي: يتكون من 4 عناصر الذي يطلق عليه مجازاً 4Ps؛ وهي المكان Place ، والسعر Price ، والترويج Promotion ، والمنتج Product
- التسويق الإلكتروني: يشتمل على العناصر الأربعة بالإضافة إلى $2P + 2C + 3S$
- 2P: التخصيص, Personalization (personnalisation), الخصوصية Privacy (vie privée)
- 2C: خدمات الزبون Customer Service (service à la clientèle), المجتمعات الافتراضية Virtual Communities (communautés virtuelles)
- 3S: الموقع (تصميم الموقع الإلكتروني) (Site) الأمن المعلوماتي (Information Security) ترويج المبيعات Sales Promotion (promotion des ventes)

المميزات

التسويق الإلكتروني

- النتائج أكثر قدرة على القياس (القدرة على تحديد مدى ديموغرافي لاستهداف العملاء، فمثلا يمكن تخصيص حملات حسب الدول)
- الشبكات الاجتماعية التي تتيح التسويق لمجموعات تهتم بأمور معينة، أو حتى التسويق لفرد واحد على حدة
- يعتبر وسيلة تسويق غير مكلفة إذا ما قورن بوسائل التسويق الأخرى
- الإحصائيات والتقارير متاحة بشكل فوري عن الحملات
- أي نشاط تجاري بأي حجم لديه القدرة على استخدام نفس المصادر التي تستخدمها الشركات الكبيرة
- يمكن للشخص أحيان إدارة الحملة التسويقية على الانترنت بمفرده
- تغيير الرسالة الدعائية، وحتى نص الإعلان وشكله في أي وقت وفورا

التسويق التقليدي

- يعتبر التسويق وجها لوجه من أفضل أنواع التسويق في العالم لما فيه من مصداقية، وتخصيص للخدمة حسب كل عميل واحتياجه.
- المطبوعات التي يتم تركها لدى العميل لها أهمية كبيرة إن ظلت في حوزته
- يمكن الوصول به إلى أعداد ضخمة من العملاء

العيوب

عيوب التسويق التقليدي

- تكلفته عالية، فليس كل نشاط يستطيع تحمل نفقات إعلان في محطة تلفاز او راديو او حتى صحيفة
- يصعب معه متابعة النتائج بدقة
- في الأغلب يتطلب مساعدة من أناس آخرين، كموزعين للمطبوعات أو مخرجي إعلانات
- التسويق التقليدي يفرض على العميل، وليس بالضرورة أن يكون العميل قد سأل عن المنتج أو الخدمة

عيوب التسويق الالكتروني

- يستغرق الكثير جدا من الوقت حيث يلزمك الكثير من المحتوى، الرد على التعليقات والرسائل، وتحديث المعلومات باستمرار
- يعتمد وبشكل أساسي على مدى نشاط الفئة المستهدفة وتواجدها على الانترنت، فان لم يكن لها وجود جيد على الانترنت فلن يأتي التسويق الالكتروني بنتائج جيدة

التكلفة

● التسويق التقليدي

تكلفة عالية حيث انه يستلزم استخدام وسائل الإعلام مثل (التلفزيون-الراديو-الجرائد والمجلات- المطبوعات..... الخ

● التسويق الالكتروني

اقل تكلفة لأنه يكون عن طريق الانترنت باستخدام إعلانات مجانية أو مدفوعة وسعرها اقل بكثير من الوسائل التقليدية

التواصل

- التسويق التقليدي: صعوبة التواصل مع العملاء
- التسويق الإلكتروني: سهولة التواصل مع العملاء باستخدام البريد الإلكتروني ووسائل اتصال الانترنت الأخرى

استمرارية العملاء

- التسويق التقليدي: عدم المحافظة على العملاء
- التسويق الإلكتروني: جعل العملاء دائمين

الطلب على المنتج

- التسويق التقليدي: لا يمكن طلب المنتج بشكل مباشر لأنه يكون عن طريق خدمة العملاء وغيره
 - التسويق الالكتروني: يمكن طلب المنتج أو الخدمة بشكل مباشر بإرسال طلب عن طريق الموقع الالكتروني الخاص بالشركة
- ### رأى العملاء وأرائهم
- التسويق التقليدي: صعوبة متابعة رد فعل العملاء نسبيا
 - التسويق الالكتروني: سهولة متابعة رد فعل العملاء من خلال الموقع الالكتروني , أيضا معرفة آرائهم عن المنتجات من خلال المواقع الأخرى خاصة المواقع الاجتماعية

وقت حملة التسويق

- التسويق التقليدي: الالتزام بمواعيد الحملة بوقت معين فيجب أولاً أن يكون هناك مقر للشركة لاستقبال العملاء وبعد ذلك تبدأ الحملة
- التسويق الإلكتروني: سهولة العمل بأي وقت حتى إذا لم يكن هناك مقر للشركة لأنه يمكن أيضاً البيع والشراء عن طريق الإنترنت

المتابعة

- التسويق التقليدي: غير ممكن متابعة الطلبات بشكل مباشر
- التسويق الإلكتروني: سهولة متابعة الطلبات بشكل مباشر وتلقى الطلبات بسرعة

عدد العملاء

- التسويق التقليدي : عدد العملاء قليل نسبيا لان التسويق محلي فقط وعلى نطاق ضيق

- التسويق الالكتروني : عدد العملاء كبير لان التسويق الالكتروني يقوم بفتح أسواق جديدة لمنتجاتك عالميا وليس على مستوى الدولة فقط

عرض المنتجات للمعاينة

- التسويق التقليدي : صعوبة معاينة جميع منتجات الشركة لاحتياجها الى مكان كبير لعرضها

- التسويق الالكتروني : سهولة معاينة جميع منتجات وخدمات الشركة عن طريق عرضها على الموقع الالكتروني

النتائج

- التسويق التقليدي: ظهور نتائج في وقت طويل وكسب عملاء جدد ببطء
- التسويق الالكتروني: ظهور نتائج في وقت قليل وكسب عملاء جدد في وقت سريع

هذه المقارنة بين التسويق الالكتروني والتسويق التقليدي توضح مدى أهمية التسويق الالكتروني للشركات والمواقع وأصحاب المنتجات. مع تقدم التكنولوجيا نرى إن التسويق الالكتروني يلعب دورا مهما في اقتصاد الشركات فالتجارة اليوم أصبحت معتمدة على وسائل التكنولوجيا الجديدة, فعالم الانترنت فتح نافذة للانتقال من التجارة المحلية إلى التجارة العالمية حيث جعل المنتجات تغزو كل دول العالم

لا يوجد أي فرق أو اختلاف حقيقي بين التسويق التقليدي والتسويق الإلكتروني في المبادئ والأطر العامة، إلا أن الفرق هو في الوسائل والأدوات التسويقية المختلفة والمستخدمات في كل نوع منهما، التسويق بشكل عام سواء كان تقليدياً أم إلكترونياً يهدف إلى تقديم منتجات وخدمات تشبع رغبات وحاجات المستهلك، مع التركيز على بناء علاقات طويلة المدى، بالإضافة إلى ممارسة الوظائف التسويقية المختلفة واستخدام المزيج التسويقي، فالاختلاف إذاً هو في الأدوات التسويقية فقط.