مميزات التسويق عبر الإنترنت

أصبح التسويق الإلكتروني في الفترة الأخيرة منافس قوي لوسائل الدعاية والإعلان.. ترى لماذا؟ وما سرّ انجذاب غالبية المستثمرين إليه؟

التسويق الإلكتروني هو مصطلح مستحدث ظهر مواكباً لانتشار الإنترنت وتضاعف عدد مستخدميه، ومع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي مثل «فيس بوك» و«تويتر» وتحقيقها لذلك الانتشار السريع حول العالم زادت نسبة الإقبال على هذا النمط التسويقي، حتى إنّ واحدة من كبرى شركات إنتاج المياه الغازية في مصر أعلنت إلغاء تعاقداتها مع الوكالات الإعلانية والاعتماد في حملاتها الترويجية على التسويق الإلكتروني

مميزات التسويق الإلكتروني:

انتشار التسويق الإلكتروني بهذه الدرجة واتجاه أغلب المستثمرين للاعتماد عليه لم يأتِ من فراغ، بل هو نتاج العديد من المزايا التي يتضمنها ذلك الأسلوب في التسويق ومن أهمّها التالي:

الأقل تكلفة:

من أهم مزايا التسويق الإلكتروني والتي كانت سبب مباشر في زيادة اعتماد الممولين عليه، هو أنّ تكلفته منخفضة بنسبة كبيرة مقارنة بوسائل الدعاية والإعلان التقليدية، وذلك لأنّ الدعاية التقليدية تعتمد في ترويج السلعة على استخدام وسائل الإعلام مثل قنوات التلفاز ومحطات الإذاعة والجرائد والمجلات وما إلى ذلك، وبالتأكيد هذه الجهات تتقاضى مقابل مادّي مرتفع للإعلان عن المنتجات من خلالها، بينما التسويق الإلكتروني يعتمد على الإنترنت بصفة عامّة وعلى مواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصّة والتي تتقاضى مقابل أقل بنسبة كبيرة.

المدّة الزمنية ومحتوى الإعلان:

في إطار الحديث عن فروق التكلفة ما بين التسويق الإلكتروني والتسويق التقليدي، لا يجب أن نغفل إنّ من أهم مميزات النوع الأوّل إنّه لا يقيّد المُعلين بمدّة زمنية محدّدة لإعلانه أو عدد معيّن من الكلمات، فإن رغبت في الترويج لمنتجك من خلال التلفاز فإنّ قيمة إعلانك سترتفع كلّما طالت مدّته الزمنية أمّا بالنسبة للجرائد فكلّما زادت المساحة التي يشغلها الإعلان من الصفحة ارتفع سعره، أمّا مواقع مثل «فيس بوك» فإنّ الحدّ الأدنى لترويج منشور الإعلان من خلاله هو 2 دولار أمريكي، سواء كان المنشور يحتوي فيديو أو ملف صوتي أو نص مقروء، ويتضاعف السعر كلّما أردت أن يستمر ترويج الإعلان لفترات أطول لكن في النهاية فإنّ الأمر لا يتعلّق بحجم المحتوى الإعلاني.

تحديد الفئة المستهدفة:

بالتأكيد استخدام وسائل الدعاية والإعلان التقليدية مثل الدعاية التلفزيونية أو لافتات الشوارع وغيرها، تضمن لك وصول إعلانك لأكبر عدد ممكن من الجمهور، لكنّ ذلك يتم بصورة عشوائية مثال ذلك إنّ إعلانات السلع باهظة الثمن مثل العقارات أو السيارات ستشاهدها شريحة كبيرة من محدودي الدخل، وإعلانات مستحضرات التجميل الخاصّة بالنّساء سيشاهدها عدد هائل من الرجال، وهذا كلّه يُعدّ إهداراً إذ إنّ قطاع كبير من متلقي الإعلان لن يكونوا مستهلكين حقيقين للمنتج. أمّا التسويق الإلكتروني فمن أهم مميزاته إنّه يمنح المُعلن فرصة تحديد الفئة المستهدفة، ففي خانة ترويج الإعلان سيطلب منك الموقع إدخال مواصفات الجمهور المستهدف من حيث الفئة العمرية والجنس والنطاق الجغرافي والاهتمامات المُرجحة، وبذلك تضمن أن يصل إعلانك إلى أكبر عدد ممكن من المهتمين بالمنتج الذي تروج له.

المشروعات الصغيرة والمتوسطة:

التسويق الإلكتروني يتيح الفرصة لصغار المستثمرين وأصحاب المشاريع الصغيرة للإعلان عن منتجاتهم من خلال المنصات الإلكترونية، وذلك لأنّ تكلفة الإعلان الإلكتروني منخفضة بنسبة كبيرة وتناسب الجميع، أمّا في الماضي فقد كانت الدعاية والإعلان مقتصرة على المؤسسات التجارية العملاقة القادرة على سداد قيمة الإعلانات الترويجية. ولعلّك لاحظت أنّ بفضل التسويق الإلكتروني انتشرت على شبكة الإنترنت في الفترة الأخيرة العديد من الإعلانات المتعلّقة بمنتجات لم يكن يعلن عنها في السابق، مثال ذلك الإعلانات الخاصّة بالصناعات اليدوية وأعمال الأُسر المنتجة، الأمر نفسه ينطبق على الكُتُب والروايات الموجهة لمحبّي القراءة، حتى المطاعم الصغيرة صارت تروّج لنفسها من خلال الإنترنت وتنافس المطاعم العالمية التي تعلن عن نفسها من خلال الميديا.