نحو تجارة إلكترونية ناجحة

◄بعد أن اخترق الكمبيوتر حياتنا بكل تفاصيلها ومن كلّ الجبهات، وبعد أن أصبح وسيلة لم يعد بالإمكان الاستغناء عنها أو تصور الحياة بدونها أصبحت أيضاً التجارة الإلكترونية وهي التجارة من خلال مواقع الإنترنت واحدة من أهم وأسهل أساليب التجارة والتي تستقطب جزءاً كبيراً جداً ينمو ويزداد كلّ يوم من العملاء لذا كان من الواجب علينا أن نتقن العمل من خلالها فنواكب التطور والعمل على متابعة كلّ ما يرغب به عملاؤكم.

من المعروف لك أنّ شبكة الإنترنت تضم ملايين المواقع التجارية مما يجعل من تأسيس وإطلاق موقع تجاري إلكتروني عمل يحتاج لعناية تامة وتخطيط مفصل ومدروس، وذلك لأنّ إطلاق الموقع التجاري الإلكتروني وسط هذا الكم الهائل من المواقع يختلف تماماً عن افتتاح مشروع تقليدي عادي. إنّ عملية تأسيس وإطلاق أي موقع تجاري إلكتروني ناجح لابد أن تمر ضمن الخطوت التالية:

الخطوة الأولى:

إنّ الخطوة الأولى لتأسيس موقع تجاري على شبكة الإنترنت لابد أن تحتوي على تحديد الهدف المطلوب من هذا الموقع الإلكتروني.

الخطوة الثانية:

تأتي الخطوة الثانية في تحديد سقف أولي معين من عدد الزبائن المتوقع زيارتهم للموقع مع رصد منطقة سوق جغرافية معينة يكون لدى المستثمر معلومات جيدة عن ثقافتها واحتياجاتها لأنّ ما يمكن تسويقه في دولة مثلاً ليس هو ما يمكن أن نسوقه في دولة أخرى.

الخطوة الثالثة:

أما الخطوة الثالثة فهي عن ضرورة وضع ميزانية تكاليف للمعلومات المتوفرة على الموقع، وتكاليف للتسويق بالإضافة لتكاليف الصيانة والإدارة، ومصاريف مصادر المعلومات والمواد, والأقساط الشهرية وغيرها، والجدير بالذكر هنا أنّ العناية بالموقع وترقيته والمحافظة على تغيير آخر المعلومات فيه والتسويق الدائم يكاد يسبق أهمية صرف الأموال عليه لأنّ المطلوب التحديث والخدمة أكثر من الإنفاق.

الخطوة الرابعة:

ترمي هذه الخطوة إلى ملامسة الحدود التقنية للمتصفحين، وإمكانية توفير أعلى أنواع التقنية التي يستخدمها المتصفحون كالبطاقات الصوتية مثلاً وغيرها من المعايير الفنية التي قد تستعمل، وهذا بالطبع يرجع إلى طبيعة الوسط الذي يتم التسويق خلاله وطبيعة المتسوقين.

الخطوة الخامسة:

تدور هذه الخطوة حول ضرورة إشراك جميع إدارات العمل في مؤسستك في إستراتيجية الموقع التجارية، وأخذ الاقتراحات والمشاركات من الجميع وبذلك يعكس الموقع تصوراً متكاملاً وناضجاً للعمل يغطي كلّ تفاصيل العمل، وهذا يجعل الموقع الإلكتروني يحظى بنوعيات مختلفة من المشاريع بدلاً عن أن يكون عمل إدارة واحدة ويحتوي على نوعية واحدة من الأفكار.

الخطوة السادسة:

وفي هذه الخطوة يتم وضع قائمة لمحتويات الموقع مع مراعاة أن تلفت وتجذب هذه اللائحة النوعية المطلوبة من المتسوقين على أن يتم تطوير وتحديث هذه القائمة من فترة لأخرى، وإضافة لوائح إضافية حسب أعداد ونوعيات مرتادي الموقع.

الخطوة السابعة:

هنا لابد من اختيار اسم بسيط ومختصر قدر الإمكان للموقع بحيث يمكن حفظه والوصول إليه في أي وقت ومن قبل أكبر شريحة من المتسوقين عبر الإنترنت.

الخطوة الثامنة:

لابد أيضاً من التأكد من سرعة وسهولة وصول العملاء للموقع من خلال توفير الروابط المؤدية إليه بحيث لا يبقى الموقع معزولاً وبعيداً عن متناول المتصفحين، وذلك لأنه الجسر الرابط بين المتسوقين والشركة.

المرحلة التاسعة:

هنا تبدأ المرحلة التنفيذية للعمل التجاري الإلكتروني باختيار شركة تصميم المواقع الملائمة التي يمكن أن تقدم خدمات منتظمة للموقع ويمكن تصميم الموقع ذاتياً إذا لم تتوفر الموارد ولكن ذلك يبقى جهداً محدوداً قاصراً إذا لم يكن في الشركة قسم متخصص بتصميم الصفحات لأنّ هذا العمل يحتاج إلى جهود جماعية وبرامج متخصصة، ولا تقوم به الشركات إلا إذا كانت كبيرة أو تقدم هذا النوع من الخدمات، أما اختيار الشركة المناسبة فيتم من ثلاث شركات على الأقل تلاحظ مواقعها وتاريخ عملها ومشاريعها وعدد الموظفين والمبرمجين لديها، والمهم أن تكون معروفة بأعمالها الجديدة في التصميم لأنّ هذا العامل حاسم ومصيري بالنسبة للشركة.

الخطوة العاشرة:

تركّز الخطوة العاشرة على تسويق الموقع وضمان تطويره الدائم بوضع تساؤلات حرجة عن كيفية الوصول لعدد معين من المتصفحين للموقع خصوصاً إذا كان المطلوب اجتذاب فئة معينة من منطقة ما، أو مهنة محددة وبالتالي كيف يتم الإعلان وفي أي بلد ومع أي المواقع الإعلانية على الإنترنت، وعادة توضع

ميزانية تسويق تساوي 30 في المئة من تكاليف تشغيل الموقع مع إضافة (5-10) في المئة شهرياً على التسويق الطارئ تبعاً لتغيرات معطيات السوق وإحصائيات الدخول للموقع ومتغيرات أخرى, ومن الخطأ الاعتقاد بأنّ إطلاق الموقع وتشغيله يعني انتهاء المهمة.►