تبدأ مرحلة التواجد الفعلي على شبكة الانترنت المؤسسة بإنشاء صفحات معلومات عن المؤسسة بتكلفة محدودة عن طريق نفسها أو من خلال شبكات متخصصة ويمكن بثها عن طريق مزود خدمة الانترنت أو في صفحات مجانية أو حجز اسم نطاق، وتستخدم هذه الصفحات للدعاية والإعلان وتعريف العملاء بالمؤسسة وخدماتها ومكانتها وسياستها العامة وأنشطتها.

ويمكن تطويره من أجل الدخول في التجارة الإلكترونية من منظورها الواسع والخروج للعالم الخارجي وتحقيق تفاعل بين المؤسسة وعملائها وموردیها ويتطلب ذلك استثمارات ومصروفات أساسية.

1-تعريف الموقع الإلكتروني:

أثار تعريف الموقع الإلكتروني جدلا كبيرا في أراء الفقه، فاختلفت التعاريف التي قيلت بشأنه، وبرجع هذا الاختلاف إلى الزاوية التي ينظر إليها في تعريف الموقع الإلكتروني باعتبار ما بتضمنه من حقوق فكرية، إضافة إلى ما يلعبه من دور مهم في التجارة الدولية عموما والإلكترونية بشكل خاص، حيث يساهم بشكل كبير في عملية تبادل السلع والخدمات والتعريف بها عن بعد.

فهناك من يعده بديلا للعنوان البريدي الذي يحدد عنوان شخص بعينه أو موقع مؤسسة على شبكة الإنترنت، وهناك من يعتبره عنوان فريد مميز يتكون من عدد من الأحرف الأبجدية اللاتينية أو أرقام يمكن بواسطتها الوصول إلى موقع ما على الإنترنت فهو إذ وسيلة الاتصالات عبر شبكة الإنترنت.

وأما من منظور تسويقي ينظر للموقع الإلكتروني على أنه:

- الموقع الويب كجزء من النشاط الترويجي والإعلاني.
- الموقع الويب كمنفذ للتوزيع.
- الموقع الويب كجزء من عملية التغليف المنتج حيث يلعب دور الغلاف الجذاب للخدمات المؤسسة التي تجري عرضها عبر الانترنت وبيعها.
- الموقع الويب يلعب دور رسائل الأعمال الإلكترونية.

وقد أصبحت المؤسسة تخصص قسما خاصا يتناول تنسيق وتنظيم الأعمال عبر الإنترنت يسمى قسم الويب أو شخصا مسؤولا على ذلك.

ويعد موقع إلكتروني من عناصر المزيج التسويقي الإلكتروني وهو عنصرا مهما وحيويا تسعى المؤسسة إلى تحقيق من خلال زيارات الزبائن له وتعظيم حجم هذه الزيارات من خلال الأنشطة التسويقية الخارجية.

من هنا تبرز أهمية تصميم الموقع الإلكتروني إذ كلما كان الموقع جذاب كانت القدرة على استقطاب الزبائن والمحافظة عليهم أكبر.

وتسهيلا لحفظ موقع المؤسسة الإلكتروني وتحديد هويته ضمنه، تقوم باختيار اسما لموقعها الإلكتروني من حروف سهلة وبسيطة يرتبط بعلامتها الأصلية المعروفة بها حتى تضمن ارتباط المستهلك بموقعها الإلكتروني. ويتشابه دور الموقع في هذه الوظيفة بدور عناصر الملكية الصناعية الأخرى كالعلامة والاسم والعنوان التجاري، ويتمثل التشابه في أنها شارات أو علامات تستخدم إما لتميز الخدمات التي تعرضها المؤسسات أو لتمييز المؤسسة في ذاتها عن غيرها.

وبصفة عامة فإنه هناك أربعة مكونات أساسية لبناء المتجر الإلكتروني هي:

- قواعد التطبيقات الإلكترونية ومنها منطق الأعمال ومحركة القواعد ومكونات التطبيقات وإطار التطبيقات؛
- الشبكات الإلكترونية ومنها شبكة الأمان والتشفير ونظم الاتصال ونظم التشغيل الشبكات؛
- البيانات الإلكترونية مثل نظم إدارة البيانات والبيانات التطبيقية وتخطيط تشغيل الشبكات؛
- تكامل وتوزيع التطبيقات مثل الخوادم والتكنولوجيا والبرامج.

2-المواقع التجارية وكيفية التعامل معها:

إن مواقع التجارة الإلكترونية هي من اعقد المواقع الإلكترونية التي يمكن أن تصادف على شبكة الإنترنت ونجاح الموقع الإلكتروني هو إن يشعر بأن هناك أي تعقيد بل على العكس تماما تجد البساطة والسرعة في تصفح الموقع والوصول بيسر إلى كافة الأقسام والمنتجات وألا تشعر أبدا بالضياع داخل الموقع رغم الحجم الضخم للبيانات التي يحتويها الموقع.

إذن الموقع التجاري الإلكتروني هو موقع ديناميكي يتفاعل معه الزائر يحتوى على محرك بحث(عربي، انجليزي) وقسم لأعضاء له كلمة مرور وشفرة دخول وصفحات استطلاع ومقترحات...

3-شروط ومتطلبات عمل الموقع ونجاحه: من بين هذه الشروط ومتطلبات نذكر:

- يجب أن يقدم الموقع خدمة شحن آمنه ومضمونه ويتحمل مسؤولية توصيل البضائع للعملاء بأمان وسرعة؛
- يجب أن يعلن الموقع سياسته اتجاه عملاءه ويلتزم بأمان والسرية والخصوصية للخدمة وسياسة إرجاع البضائع وضمان الرضا التام للعملاء؛
- يجب أن يكون للموقع قسم لخدمة عملاء قبل البيع وموظفين مسؤولين للرد على استفساراتهم؛
- يجب أن يعبر الموقع بوضوح عن صفحة الرسمية وعنوانه الدائم للمؤسسة وأرقام التلفون والفاكس والبريد الإلكتروني الخاص بها.

4-عنصر مهمة في تصميم الموقع الإلكتروني التجاري:

ينبغي مراعاة مجموعة من العوامل التي يفضلها الزبون منها:

- موثوقية العمل؛
- عرض خدمات محدد عند البيع؛
- سهولة الانتقال والتجول ضمن الموقع؛
- التحقق الآلي و الغير الآلي من صلاحية بطاقة الائتمان؛
- أناقة التصميم؛
- توضيح سعر كل منتوج؛
- توضيح أسلوب الشراء؛
- توضيح الخطوات؛

- شكل الموقع؛
- قابلية البحث؛
- سرعة تحميل الصفحات؛
- اقتطاع المبلغ من بطاقة الائتمان بصورة آلية أم يدوية؛
- توفير البرامج المحاسبية؛
- توفير المساعدات الفورية؛
- توفير مزود الأمن؛
- الإجراءات التسلسلية.