



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف ميلة
معهد العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية و التجارية



المحاضرة رقم 02: تنشيط وتصميم الموقع أو المتجر الرقمي



من إعداد: الأستاذ بن الطيب علي
السنة الجامعية: 2023-2024

المقياس: تطبيقات في التسويق الرقمي

خطة المحاضرة



1. مفهوم الموقع أو المتجر الرقمي
2. أهمية الموقع التجاري الرقمي
3. مميزات المتجر الرقمي
4. طرق الوصول إلى الموقع أو المتجر الرقمي
5. تكاليف تأسيس المتاجر الرقمية
6. خطوات إنشاء الموقع التجاري الرقمي
7. العناصر المكونة للموقع التجاري الرقمي
8. قياس فعالية الموقع التجاري الرقمي
9. عيوب المتجر الرقمي



مفهوم الموقع أو المتجر الرقمي

يعد **المتجر الإلكتروني** منصة رئيسية للتجارة الإلكترونية، حيث يمكن للأفراد والشركات بسهولة بيع منتجاتهم عبر الإنترنت والتواصل مع عملائهم بشكل فعال وفي أي وقت.

يمكن تعريف **المتجر الرقمي** ببساطة عبارة عن أنه **موقع** أو **منصة** لبيع وشراء السلع سواء كانت منتجات أو خدمات أو معلومات عبر **شبكة الإنترنت**.

E-commerce Website
Online Store



أهمية الموقع التجاري الرقمي

يلعب الموقع الرقمي أو المتجر الرقمي عدة أدوار في النشاط التسويقي للمؤسسة:

□ يعتبر عنصرا من **النشاط الترويجي** و**النشاط الإعلاني**؛

□ يعتبر قناة من **قنوات التوزيع**؛

□ يعتبر جزء من عملية **إبراز صورة المؤسسة** وتقديم البيانات التي يحتاجها العميل؛

□ يعتبر موزعا لرسائل الأعمال التجارية؛

□ يعتبر بمثابة **بطاقة أعمال** تعرف بها المؤسسة (التعريف بها، نشاطاتها، حصيلتها،

الخ).

مميزات المتجر الرقمي

ومن أهم مميزات المتجر الرقمي:

- **توفير الوقت والمجهود:** من أهم مميزات المتجر الرقمي أنه يتيح للمستخدمين الشراء من خلاله في أي وقت ومن أي مكان في العالم، وهذا يعطيهم مرونةً كبيرةً؛ حيث لا يضطر العميل للتوجه إلى المتجر لشراء احتياجاته.

- **طرق الدفع المختلفة:** توفر العديد من المتاجر الإلكترونية مجموعة من طرق الدفع المختلفة، مثل الدفع ببطاقة الائتمان، أو الدفع عند الاستلام، الأمر الذي يعطي مرونة للمستخدم عند الشراء من المتجر الرقمي، ويتيح للعميل اختيار الطريقة الأنسب له.

- **الشراء من أي مكان:** من مميزات المتجر الرقمي أنه يتيح للمستخدم الشراء أو البيع من أي مكان في العالم، شرط أن يكون المتجر يوفر توصيل المنتجات إلى هذه الدولة، كما توفر بعض المتاجر إمكانية حجز المنتج، وإشعار المستخدم بتوفره.

- سهولة الوصول للعميل: ساهم التسويق الرقمي وطرقه المتعددة بتوفر عدد كبير من الأدوات والطرق التي تساعد في الوصول إلى العميل المستهدف بشكل سهل، وذلك من خلال ظهور الإعلان الخاص بالمنتج في الوقت الذي يحتاجه العميل.

- معرفة آراء المستهلكين: يمكن من خلال المتجر معرفة آراء العملاء وتقييمهم للمنتج أو الخدمة، الأمر الذي يساعد في إقبال عملاء جدد للتعامل مع هذا المتجر، وشراء خدماته والمنتجات التي يقدمها.

- توقع احتياجات العميل: من خلال تاريخ العميل الشرائي في المتجر الرقمي، يمكن الاعتماد على الوسائل التكنولوجية التي تستند على نظام الذكاء الصناعي، والذي يقوم بعرض مقترحات للمنتجات أو الخدمات التي من الممكن أن يقبل العميل على شرائها.



طرق الوصول إلى الموقع أو المتجر الرقمي

يمكن الوصول إلى المواقع الرقمية بعدة طرق أهمها:

- **عنوان الموقع التجاري الإلكتروني:** بكتابة اسم النطاق أو عن طريق رابط؛

- **محركات البحث:** من خلال استعمال بعض الكلمات الدلالية المتعلقة سواء بالمنتج، أو اسم المتجر أو طبيعة نشاطهم، ويتم الاستعانة بمحركات البحث عندما يكون المنتج غير شائع أو المتجر غير معروف؛

- **الفهاريس والبوابات الإلكترونية:** وهي مواقع مزودة بروابط إلى مختلف المواقع التجارية، ويكون البحث على شكل فهرسي مرتب حسب طبيعة المنتج أو النشاط أو المنطقة الجغرافية؛

- **مراكز التسوق المرئية:** أحيانا يلجأ بعض تجار التجزئة إلى تنظيم أنفسهم على شكل مراكز للتسوق تكون متصلة مع بعضها البعض، ويمكن للزبون أن يتسوق منها خلال عملية واحدة (طلبية واحدة وأمر دفع واحد)؛

- **شبكات التواصل الاجتماعي:** أين تقوم المنظمة بالترويج لموقعها نظرا للانتشار والاستعمال الواسع لهذه الشبكات.



تكاليف تأسيس المتاجر الرقمية:

التكاليف الثابتة: كتكاليف التصميم والبرمجيات والمعدات والأجهزة، والدراسات والخبرات والتسجيل، وتكاليف شراء اسم النطاق والاستضافة وتأمين الموقع وصانته؛

- **التكاليف المتغيرة:** وهي تكاليف تتغير بتغير حجم المبيعات كتكاليف الاتصالات ونقل البيانات، تكاليف الصيانة الدورية، والتحديث والشحن والتوصيل والترويج للموقع؛

التكاليف الإدارية: ليس لها علاقة مباشرة بتأسيس الموقع ولكنها تساهم في تحسين أدائه (تكوين العمال، التأمين... الخ).



خطوات إنشاء الموقع التجاري الرقمي:

للمؤسسة المقبلة على إنشاء موقعها التجاري الرقمي خياران:

- **انشاء موقع مستقل يحمل اسم نطاق (Domain/domain) مستقل:** وتتم عملية الاستضافة (**Hosting / hébergement**) لدى إحدى المؤسسات الخاصة أو عن طريق اقتناء خادم (**server/serveur**) خاص بالمؤسسة.

- **انشاء موقع يحمل اسما مشتركا:** وتتم عملية الاستضافة لدى إحدى المواقع (وقد تكون مجانية مقابل إعلانات على موقع المؤسسة) وتعطي اسما مشتركا يجمع بين اسم الموقع المستضيف واسم الموقع المستضاف.

ويعتبر الخيار الأول أكثر تفضيلا لكنه مكلف، بينما الخيار الثاني هو الأنسب للمنظمات الصغيرة وغير المعروفة على الشبكة ولا تريد تحمل تكاليف إضافية.

أ- **اختيار اسم تجاري للموقع الرقمي:** وذلك عن طريق اختيار اسم نطاق (**Domain/domaine**) الذي يمثل العنوان الخاص بكل موقع على شبكة الأنترنت، فهو إذن مميز وغير مكرر لكل موقع. يستحسن أن يكون هذا الاسم قصيرا وسهل التذكر ومرتبيا باسم المؤسسة أو باسم المنتج أو بطبيعة نشاط المؤسسة. ويتكون عادة من ثلاثة مستويات:

01- نطاق المستوى الأعلى (top-level domain) (TLD) يشير عادة إلى رمز البلد (DZ) أو قطاع النشاط (com)؛

02- نطاق المستوى الثاني (Second-Level Domain) (SLD) يشير عادة إلى اسم المؤسسة أو نشاطها أو أحد منتوجاتها؛

03- النطاق الفرعي (Subdomain) (SD) عادة ما يكون (WWW) ولكن يمكن استعمال أي حروف للدلالة عن الخادم المضيف للموقع.

ب- حجز اسم النطاق: عن طريق البحث عن النطاقات المتوفرة من خلال بعض المواقع مثال موقع (whois) أو لدى مسجلي النطاق (registrar) إذا كان نطاقا يخص بلدا معيناً مثال مكتب (N.I.C) في الجزائر بالنسبة لامتداد النطاق dz. وقد يتطلب الأمر إجراءات إدارية لذلك.

ج- تصميم صفحات الموقع وربطها بقاعدة البيانات: سواء عن طريق:

- بناء موقع من الصفر بواسطة لغات التصميم والبرمجة (HTML/CSS، JavaScript، PHP، SQL).

- الاستعانة بأنظمة إدارة محتوى الويب (Content management system) (CMS) مثل (Joomla، Wordpress) التي توفر قوالب لتصميم المواقع دون معرفة مسبقة بالبرمجة؛

- أو استعمال تطبيقات البرمجيات مثل: (البرنامج كخدمة) (Software as a service) أين تقترح بعض المؤسسات متاجر فارغة مزودة بكل الأدوات اللازمة (متابعة الطلبات، الدفع الإلكتروني، تحليل البيانات) وما على المؤسسة إلا ملؤها بمنتجاتها، وذلك مقابل اشتراك.

د- إجراء التغييرات والتحديثات اللازمة على الموقع: سواء من الجانب الفني (أي ما يتعلق بتصميم وصيانة وتأمين الموقع)، أو بالجانب التجاري (أي ما يتعلق بمحتوى الموقع والتواصل مع العملاء).

العناصر المكونة للموقع التجاري الرقمي

حتى يكون الموقع التجاري الرقمي فعالاً، يجب أن يتضمن بعض العناصر المهمة:

الصفحة الرئيسية: وهي بمثابة واجهة الموقع حيث تعطي الانطباع الأول لدى العميل حول منتجات المنظمة وسياساتها ونشاطها، ويعد أيضاً نقطة الانطلاق إلى صفحات الموقع الأخرى، لذلك يجب الحرص على تسهيل الوصول إليها؛

الصفحات الفرعية: وهي صفحة لفهرس المنتجات، و صفحة لكل منتج، و صفحة للتعريف بالمنظمة والاتصال بها، وأخرى لشروط البيع والشراء وكيفية الاستخدام، و صفحة خاصة بحساب الزبون لتعقب عملياته أو تعديل بياناته.

شريط الاستكشاف والبحث: ويقع في الصفحة الرئيسية ويستحسن تعميمه على باقي الصفحات، فمن خلاله يستطيع الزبون التعرف على محتويات الموقع والبحث السريع عن أي سلعة أو خدمة؛

شريط الأدوات: على غرار شريط الاستكشاف والبحث يقع في الصفحة الرئيسية.

الأدوات الداعمة لعملية البيع: وهي أدوات تجعل عملية البيع تتم بطريقة آلية، منها عربة التسوق (أو سلة التسوق) ونظام إنجاز الطلبات ونظام التسديد المالي ونظام التحميل والتوزيع، ونظام الإحصائيات.

قياس فعالية الموقع التجاري الرقمي



يمكن قياس مستوى فعالية الموقع التجاري الرقمي من خلال عدة أساليب أهمها:



• **حجم المبيعات المحققة؛**

• **مستوى شهرة ورواج الموقع؛**

• **مستوى زيارات الزبائن للموقع؛**

• **مستوى تحول الزبائن من مواقع المنافسين إلى موقع المؤسسة؛**

• **مستوى تذكر الزبائن للموقع الإلكتروني للمؤسسة؛**

• **مستوى أداء الموقع:** ويقاس هذا الأداء بحساب معدل عدد الثواني اللازمة لتحميل الصفحة

الرئيسية للموقع؛

• **نسبة تعطل الموقع عن العمل:** من المفروض أن الموقع يبقى شغالا طول الوقت، لذا تحرص

المنظمة على تجنب تعطله عن طريق استخدام خوادم (servers) قوية وأخرى احتياطية مع

ضمان صيانتها.

عيوب المتجر الرقمي

- ❑ صعوبة الحصول على ثقة العملاء خاصة مع بداية المشروع، وذلك بسبب تعرض بعضهم لعملية نصب أو احتيال من متاجر أخرى.
- ❑ صعوبة التعامل مع المتجر لأول مرة؛ حيث تختلف طبيعة كل متجر وتصميمه، وطريقة تصنيف المنتجات فيه.
- ❑ الحاجة إلى إضافة وسائل حماية ذات مستويات عالية، وذلك للحفاظ على المتجر الرقمي من هجمات المخترقين، وهي من أبرز عيوب المتجر الرقمي؛ إذ إنها تعرض المتجر لخسارة عملائه لعدم وجود الأمان والحماية.



Thank You for listening

