

يجب على الخطة الإستراتيجية أن تحتوي على :

- ◆ الرؤية Vision
- ◆ الرسالة Mission
- ◆ القيم Values
- ◆ الأهداف Goals

س٢ / للتجارة الإلكترونية عدة فوائد تعود على المنظمات من أهمها :

عذر الحجاز

- (أ) الأمان
- (ب) سهولة الاستخدام
- (ج) السرعة
- (د) زيادة أعداد الشركاء

فوائد إدارة الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية للمنظمة :
تزيد من حجم السوق (اتساع السوق)

<u>فوائد التجارة الإلكترونية للأفراد :</u> توفير الوقت والجهد حرية الاختيار خفض الأسعار	<u>فوائد التجارة الإلكترونية للمنظمات :</u> زيادة عدد الشركاء انخفاض التكاليف اتساع حجم السوق
--	--

الكلمات التي علمت باللون هي التي ذكرت في الاختبارين وبالتالي الانتباه الى ما علم...

عذر الحجاز

س٤ / المستخدم في عملية صنع قرار الشراء هو:

- (أ) ذلك الشخص الذي يؤثر على صنع قرار الشراء أو جزء منه بغرض استخدام السلعة أو الخدمة
- (ب) ذلك الشخص المبادر الذي يطلق فكرة استخدام أو شراء المنتج أو الخدمة
- (ج) ذلك الشخص المستخدم للسلعة أو الخدمة
- (د) ذلك الشخص الذي يشتري المنتج أو السلعة أو الخدمة بغرض استخدامها

الأطراف / اللاعبين ذوي العلاقة في صنع قرار الشراء :

- (١) صاحب إطلاق فكرة / عملية شراء المنتج :
ويطلق عليه المبادر (Initiator) باقتراح عملية الشراء ،
 - (٢) المؤثر Influential : وهو ذلك الشخص الذي لديه نصيحة أو رأي أو حجة
 - (٣) المقرر : وهو ذلك الشخص الذي يصنع أو يحدد قرار الشراء أو جزء منه أو يقرر عدم الشراء .
 - (٤) المشتري : هو الشخص الذي يقوم بعملية شراء المنتج أو السلعة ويدفع قيمتها .
 - (٥) المستخدم : هو ذلك الشخص الذي يقوم باستخدام المنتج أو السلعة أو الخدمة .
- ر ما يكون الجميع (الأطراف) في شخص واحد ، ومن الممكن أن يتوزعوا في عدة أشخاص منفصلين .

فقرة (٢ - ٣ - ٤) مهمة

س ٥/ تتميز ال Web 2.0 ،توفر اليات متنوعة منها:

يوتيوب خدمات مشاركة
الاعلام الجديد
بساطة
شهادات اجتماعية
قوغل ويكي المستخدمين
مدونات
محررات بحث
وسوم
فرز
تويت
قيمة المعلومات

- (أ) سوق الكتروني
- (ب) الملتيميديا.....الإعلان الالكتروني
- (ج) كتالوج الكتروني
- (د) ليس مما سبق

ذكرت مرتين في الاختبار مهمة..

الإعلان الإلكتروني Web Advertising :

وسيلة مهمة تستخدم بشكل كبير في التسويق لكي تكون وسيلة للتواصل مع العميل وإيصال الرسالة له وبأي شكل كانت سواء كانت إعلان مقروء أو مكتوب أو فيديو صوت أو صورة .
فالإعلان من الأدوات والمفاهيم المهمة التي لا يمكن الاستغناء عنها لأي تاجر أو شركة لنقل رسالة ما د

المحاضرة ١٢

س ٦/ لا يعتبر من ضمن عوامل نجاح الدفع المالي الالكتروني:

فهد الحجازي

- (أ) السرعة
- (ب) الرسوم
- (ج) الدقة
- (د) الأمان

مهمة العوامل..

عوامل نجاح عملية الدفع المالي الإلكتروني :

- (١) الأمان والدقة .
- (٢) السرعة في إتمام عملية الدفع .
- (٣) السهولة / صعوبة عملية الدفع المالي .
- (٤) الرسوم لكل عملية .

الجواب... غير موجود

المحاضرة ١٤



س٧/ يعتبر اليوم هو **Portal** الأشهر على شبكة الانترنت:

(أ) Google

محرك بحث - خدمات البريد الإلكتروني المجاني - سعة ٢ جيجابايت - سرعة عالية مرونة بسلطة Google

(ب) Hotmail

موقع خدمات البريد الإلكتروني المجاني - سعة ١٠٠٠ ميجابايت Hotmail

(ج) Yahoo

يشتهر موقع ياهو بأنه اعرض مواقع البحث على شبكة الانترنت Yahoo

Freefind

موقع محركات بحث يضاف للمواقع

(د) Freefind

كلمة البوابة مأخوذة من المصطلح الإنجليزي (Portal) ويعني المدخل أو الباب، والبوابة أو Portal في مفهوم الإنترنت يعني موقعاً إلكترونياً يمتلئ بالبيانات والمعلومات الخاصة بموضوع معين ومنها ما هو خاص بشخص أو فرد معين، حيث يتطلب الوصول إلى بعض من هذه المعلومات أن يكون المستخدم مسجلاً ضمن المستخدمين لهذا الموقع. والبوابة في قاموس الإنترنت هي نقطة انطلاق المستخدم عندما يتسرع في الإبحار نحو مواقع الشبكة العنكبوتية العالمية (الويب) وهي في الوقت ذاته المرفأ الذي يلقي ذلك المستخدم مرساته كي ينعم بالخدمات التي يحتاجها والمعلومات التي يبحث عنها. والبوابة أنواع فمنها الأفقي والعمودي وكذلك تلك الخاصة بمعلومات المؤسسة

كلمة البوابة مهمة Portal

المحاضرة ١٤

س٨/ من أهم فوائد **Auctions** للزبون :

(أ) الراحة

(ب) اختيار المنتج المناسب

(ج) تكرار عملية البيع والشراء

(د) السرعة

فوائد المزادات الإلكترونية : Auctions

أ. الفوائد للباعة :

- (١) البائع يستطيع أن يزيد من دخله من خلال توسعة عرض قاعدة المشتريين
- (٢) اتساع / زيادة قاعدة أعداد المشتريين ولعملاء .
- (٣) قصر زمن عملية البيع .
- (٤) تحديد السعر يتم عن طريق السوق .
- (٥) تصريف كمية كبيرة من المنتجات .

ب. الفوائد للمشتري :

- (١) فرصة للحصول على منتج مميز .
- (٢) فرصة للمساومة على السعر .
- (٣) فيه نوع من التسلية .
- (٤) الخصوصية والسرية للمشتري .
- (٥) الراحة .

ج. الفوائد لملاك المزادات :

- (١) تكرار عملية البيع والشراء .
- (٢) الالتصاق بالموقع Sticking

المحاضرة ٦

س٩/ تختلف المنظمات التقليدية والمنظمات الرقمية بشأن :

عبدالرحمن

١) العملاء الأذكياء أو ما يطلق عليهم Smart Shoppers

ب) طرق سداد قيمة السلع

ج) وجود المزادات

د) السلع والخدمات الرقمية

مهمة...

الفرق بين المنظمات التقليدية والمنظمات الرقمية :

	المنظمات الرقمية Digital Organization	المنظمات التقليدية Brick - and - Mortar
السلع	البيع الإلكتروني online المنتجات رقمية Digital	١. البيع التقليدي (السوق) ٢. المنتجات حسية / لمسية .
الخدمات	كatalog الإلكتروني السوق الإلكتروني استخدام الإنترنت والموبايل الفواتير الإلكترونية الإنتاج مخصص حسب رغبة الزبون	٣. كatalog ورقي ٤. السوق التقليدي هو مكان العمل ٥. استخدام الشبكات العادية ٦. الفواتير ورقية ٧. الإنتاج شامل وواسع جداً

المحاضرة ١٤

س١٠/ يعاب على استخدام المزادات الالكترونية :

عبدالرحمن

١) محدودية المشاركة

ب) انعدام الأمان

ج) أ + ب

د) ليس مما سبق

مهمة...

أوجه القصور في المزادات الإلكترونية :

١. احتمالية الغش والخداع .

٢. المشاركة المحدودة من الباعة أو المشترون .

٣. انعدام الأمان .

٤. الأنظمة والبرامج الحاسوبية محدودة في مجال المزادات .

المحاضرة ١٤

س ١١ / البيانات هي :

- (أ) المعلومات قبل معالجتها Data ————— بيانات ————— ليست مفيدة
(ب) المعلومات بعد معالجتها Information ————— معلومات ————— متخذ القرار يبني عليها معلوماته
(ج) المعلومات قبل تحولها إلى قرارات
(د) ليس مما سبق

هناك فرق كبير بين البيانات والمعلومات :

البيانات : هي المادة الخام التي تعالج Data

المعلومات : هي البيانات بعد معالجتها Information

كلها ذكرت في الاختبارين.. مهمة

. فالمعلومات هي Assets أصل من أصول المنظمة

المحاضرة ٢

س ١٣ / الانتقال من السكن لمقر العمل وبالعكس يسمى:

- (أ) Telecommuting الكلمة خطأ والصحيح Telecommuting والترجمة: العمل عن بعد
(ب) Teleconferencing الكلمة صحيحة والترجمة :: عقد المؤتمرات عن بعد
(ج) Telemoving حسب ترجمتي التحرك عن بعد
(د) None of the above لا أحد مما سبق

M-Commerce المقصود بالـ Mobile / M هي التقنية التي تراهن عليها الكثير من الشركات

Tele-Communting : Tele المقصود بها العمل من خلال المنزل .

Commuting الانتقال من مكان الإقامة أو السكن إلى مكان آخر لغرض العمل .

المحاضرة ٨

س ١٤ / لا يعتبر من **أوجه القصور الغير التقنية** للتجارة الإلكترونية :

عذر الجمان

- (أ) فقدان المرونة
(ب) **عدم توفر معايير الجودة**
(ج) عدم توفر الأمان
(د) انعدام الخصوصية

مهمة...

أوجه القصور في التجارة الإلكترونية

أوجه قصور غير تقنية	أوجه قصور تقنية
عدم الأمان	١. عدم وجود معايير دولية ثابتة عالمية الجودة للتجارة الإلكترونية (E-C)
عدم توفر الخصوصية	٢. محدودية سرعة الانترنت .
عدم وجود مرونة ووضوح في القوانين	٣. محدودية برامج التطبيقات .
كثير من الزبائن لا يتقن بالمنتج من خلف الشاشة ، بعض الزبائن يريد أن يلمس السلعة ويقلبها بين يديه .	٤. صعوبة ربط الـ E-C وأنظمتها . مع الأنظمة الداخلية للمنظمة .
	٥. ارتفاع سعر الانترنت والاشتراك فيه

المحاضرة ٣

س ١٥ / تعد **الأكثر بيعاً** على الانترنت :

- (أ) **خدمات السفر والسياحة**
(ب) الأدوية
(ج) الملابس والأحذية
(د) خدمات المصارف

تجارة التجزئة الإلكترونية Electronic Retailing :

السلع الأكثر بيعاً على الانترنت بقطاع التجزئة

عذر الجمان

١. السفرات Travel :
٢. الكمبيوتر Computer :
٣. الملابس والمعدات الرياضية
٤. الكتب Books :
٥. الأثاث المكتبي Office Furniture :
٦. لعب الأطفال Toys :
٧. تذاكر المبارات ، المسارح ، السينما (وسائل الترفيه) Entertainment
٨. السيارات Cars
٩. الخدمات Services : الخدمات بجميع أنواعها / القطاع البنكي ، التأمين ، الفنادق .

المحاضرة ٩

س١٦ / Learning Organizations هي منظمات تتميز :

فهد الحجاز

- بهيكل تنظيمية ضخمة وفق آليات عمل متطورة
- يتوفر قواعد بيانات شاملة ومتنوعة
- هياكل تنظيمية صغيرة وتقنيات متقدمة
- (ليس مما سبق)

الأمر الذي أحدثها الأسواق الإلكترونية على المنظمات

التخصيص Customization :

وهي أن يكون هناك قدرة للعميل لبناء منتج حسب ما لديه من رغبات واحتياجات وأن لا يكون المنتج مبني أو جاهز يباع للعميل ، للزبون أن يعدل أو يضيف أو يدخل بعض التحسينات على المنتج أو الخدمة حسب احتياجاته .
مثل / تغير لون السيارة حسب رغبة وطلب العميل .

الإعلانات Advertisement :

من الأشياء التي تسعى المنظمات والشركات لاستغلالها للترويج عن هويتها واسمها ما تقدمه من خدمات ، كذلك الإعلان يستخدم للتواصل العملاء لإقناعهم بالشراء ، وهو سلاح في يد رجال التسويق حتى يوصلون رسالة الشركة للمستهلك لشراء المنتج .

أنظمة أخذ الطلب Ordering System :

أصبحت اليوم متطورة جداً ، لم تعد مثل السابق كأخذ الطلب عن طريق الهاتف أو مباشرة ، فقد أصبحت سهلة وسريعة الاستخدام .

المنظمات المعرفية / المتعلمة Learning Organizations \ Knowledge :

المقصود بها أنها تأخذ بالجديد والحديث وتوظيف الأفراد أصحاب المهارات وخصوصاً في مجالات الحاسب الآلي ،

المحاضرة ٨

س١٧ / تقع حاجة التقدير في هرم ماسلو للحاجات في المستوى :

_____ الحاجات الأساسية

_____ الأمن

_____ الانتماء والعلاقات الاجتماعية

_____ التقدير

(أ) الأول

(ب) الثاني

(ج) الثالث

(د) الرابع



فهد الحجاز

المحاضرة ١٠

س١٨ / تتوفر لدية **مهارات عالية** في مجال الحاسب والانترنت **ولا يقوم** باختراق الأجهزة **بقصد التدمير** والتخريب أو السرقة :

الـ Cracker	شخص متمكن تقنياً في الحاسب الآلي ولا يستخدم هذه المهارة إلا لإثبات أنه ماهر في هذه التقنية وليس لغرض السرقة والاختلاس والتدمير
الـ Blogger	خدمة مجانية من فوغل توفر لك موقع خاص تدون به ما تريد
الـ Skater	المتزلج على الجليد!!!!!!!!!!!!!!
الـ Hacker	الشخص الذي يملك مهارة تقنية يقصد بها الدخول على قواعد البيانات وأجهزة الآخرين بقصد التدمير والسرقة الاختلاس والابتزاز

(أ) الـ Cracker

(ب) الـ Blogger

(ج) الـ Skater

(د) الـ Hacker

Cracker	Hacker
متمكن ومتطفل	مخرب ومدمر
	

مدرس محاسن

المحاضرة ١٣

من ٢٢ / عندما تجري المنافسة في المزاد على كمية من منتج واحد حتى يتم البيع فيعرف هذا النوع من المزادات:

<u>كمية من منتج واحد</u>		(أ) المزاد الأمريكي Yankee auction
Dutch auction (ب) المزاد الهولندي		
<u>منتج واحد. حتى يتم بيعه ثم يعرض المنتج الآخر</u>		(ج) المزاد الإنجليزي English auction
Canadian auction (د) المزاد الكندي		

أنواع المزادات :

أ. المزاد الإنجليزي English Auction : وهو أن يقوم البائع بعرض منتج واحد في وقت المزاد وتتم المنافسة بين المشترون المحتملون عليه حتى يباع بأعلى سعر ومن ثم يقوم بعرض منتج آخر غيره بعد بيع المنتج الأول .

ب. Yankee Auction : هي نفس المزاد الإنجليزي لكن الفرق بينهما هو أن Yankee Auction يكون المزاد على نفس الفئة وبكميات كبيرة ، مثل / سيارات فقط ، حاسبات آلية فقط ...

بعض أنواع المزادات الإلكترونية:

١- المزاد الإنجليزي : English Auctions " بائع واحد، وعدد من المزايد على سلعة واحدة. عند انتهاء المهلة المحددة للمزاد يحصل على السلعة الخدمة الذي زائد بأعلى سعر.

٢- المزاد الهولندي : Dutch Auctions " بائع واحد، وعدد من المزايد. حيث يبدأ المزاد بأعلى سعر يرغب فيه البائع، إذا لم يوجد مشتري يقل السعر كل فترة زمنية محددة حتى يوافق على السعر أحد المشتريين.

٣- Name Your Own Price: عدد من البائعين، ومشتري واحد. حيث يحدد المشتري السعر الذي سيدفعه مقابل السلعة الخدمة ثم يتم المزايدة عليه من قبل البائعين

س ٢٤ / يبدأ المستهلك بالبحث وجمع المعلومات في عملية صنع قرار الشراء وهي تأتي في المستوى :

- (أ) الأول
- (ب) الثاني
- (ج) الثالث
- (د) الرابع

عذر العجز

عملية صنع قرار الشراء :

١. الحاجة Need
 ٢. البحث عن المعلومات Information
 ٣. التقييم Evaluation : تقييم المنتج استناداً على المعلومات ، حيث يتم التقييم با
 ٤. الشراء .
 ٥. التقييم بعد الشراء .
- إن سلوك المستهلك مهم جداً بالنسبة للبائع والمشتري .

المحاضرة ١٠

س ٢٥ / بطاقة الصراف الآلي التي تقدمها البنوك السعودية لعملائها تسمى :

عذر العجز

- (أ) Debit Card
- (ب) Charge Card
- (ج) Credit Card
- (د) Check Card ×

أنواع البطاقات الإلكترونية في الدفع المالي :

١. Credit Card : هي بطاقة يكون عليها رسوم سنوية بسيطة وغالباً لا يكون مثل : Visa ' Master Card
- هي بطاقات تؤمن لحاملها أو صاحبها القدرة على شراء السلع والخدمات في مدة محددة . من الممكن سداد المبلغ كاملاً أو تجزئته على شكل أقساط
٢. Charge Card : هي بطاقة مطلوب من صاحبها تسديد المبلغ كاملاً بدور
٣. Debit Card : هذا النوع من البطاقات يكون بخصم فوري للمبلغ لأي ش قيمة المشتريات من الحساب البنكي . مثل : البطاقات البنكية العادية

المحاضرة ١٤

س٢٦ / تعتبر إحدى خصائص **المنتج** ضمن نموذج سلوك المستهلك الإلكتروني:

فهد الحجاز

- (أ) الاتجاهات
- (ب) السياسات المتبعة في السوق
- (ج) السعر
- (د) **سمعة المنتج**

نموذج سلوك المستهلك الإلكتروني :

عناصر نموذج سلوك المستهلك :

- (١) **خصائص المستهلك (سمات) :** العمر ، الجنس ، التعليم ، نمط وأسلوب الحياة الشخصية ، العادات ، الاتجاهات
- (٢) **خصائص البيئة التي يعيش فيها الزبون :** الثقافة ، التأثير البيئي ، الأنظمة والقوانين .
- (٣) **٢+١ تسمى حاجات لا يمكن التحكم فيها لأنها تورث من الأهل أو البيئة المحيطة به ، وكذلك لأنها تأتي من مؤثر**
- (٤) **خصائص المنتج / الوسيط : اسم - سمعة المنتج ، السياسات المتبعة في البيع والتسويق**
- (٥) **خصائص المنتج / الخدمة المباعة :** هذه الخصائص تقع ضمن الخصائص الممكن التحكم بها والسيطرة عليها لأ:
نوع المنتج - الخدمة ، حجم المنتج ، لون المنتج ، جودة المنتج ، السعر .
- (٥) **نظم التجارة الإلكترونية :**

المحاضرة ١٠

س٢٧ / من مؤشرات نجاح خدمة العميل الإلكتروني هي :

فهد الحجاز

- (أ) **قلة خطوات إتمام عملية الشراء**
- (ب) بطء التحميل للحصول على المحتوى
- (ج) عدم توفر الأمان
- (د) كل ما سبق

أدوات / وسائل قياس مدى نجاح خدمة العميل الإلكتروني :

- (١) سرعة الاستجابة على طلب العميل Response Time .
- (٢) كلما قصرت مدة الاستجابة على طلب العميل دل ذلك على نجاح الخدمة المقدمة للعميل
- (٣) توفر الخدمة عبر الموقع .
- (٤) سرعة تحميل / تنزيل المحتوى Download .
- (٥) تحديث البيانات .
- (٥) **الأمان Security**
- (٦) حماية البيانات الشخصية والمعلومات البنكية
- (٦) سرعة وقلة إجراءات عملية الشراء / ملئ طلب ما .
- (٧) سياسة إرجاع المنتج .
- (٨) التصفح .
- كلما كان تصفح الموقع سهل وسريع والتصميم جذاب ومريح للعين فإن هذا يؤدي إلى

المحاضرة ١٢

س٢٨/ من الضغوط والتحديات البيئية والاجتماعية التي تتعرض لها وتواجهها المنظمات :



- (أ) انخفاض أجور العمالة في بعض البلدان
- (ب) التحولات الاقتصادية العالمية
- (ج) المنافسة العالمية
- (د) تغير وتنوع القوى العاملة

ب. ضغوط اجتماعية / بيئية :

١. التبدل السريع في القوى العاملة وطبيعتها في المجتمع :
٢. القوانين التي تأتي من الحكومات التي تعمل في تلك المجتمعات ، مثل : تلك التي تمنح إعفاءات ضريبية للشركات التي تستثمر في البحث والتطوير :
٣. المنافسة هي السائدة لإبقاء القوى :
٤. فالمنظمات كمنظمة التجارة العالمي تحارب ما يعرف بالدعم الحكومي ، حتى تكون العالمية هي التي تحدد من يبقى في السوق .
٥. ارتفاع أهمية الأمور الأخلاقية والقانونية .
٦. المسؤولية الاجتماعية (SR) Social Responsibility : على المنظمة أن تتغير السياسات التي تحدث في المجتمع والبيئة المحيطة بها المنظمة .

الضغوط التي تتعرض لها المنظمات :

أ. ضغوط السوق / اقتصادية :

١. المنافسة الشرسة : وهي من أشد الضغوط على المنظمة
٢. الاقتصاد العالمي .
٣. الضغط الاقتصادي الإقليمي .
٤. انخفاض أجور العمالة في بعض الدول ، مثل : الصين ودول شرق آسيا .
٥. الأسواق المتغيرة .
٦. ارتفاع صوت العميل (قوة العميل) : الزبون دائماً على حق ، من المهم إرضاءه وعدم خسارته .

المحاضرة ٢

س٣٢/ يعد النموذج الأكثر انتشاراً في الأسواق الإلكترونية :

(أ) C2B

(ب) C2C

(ج) B2C

(د) B2B

B2B	شركات تباع على شركات	ذكرت في الاختبار
B2C	شركات تباع على أفراد	ذكرت في الاختبار
C2B	أفراد على شركات	
C2C	أفراد على أفراد	ذكرت في الاختبار

المفاهيم التي أصبحت جزء من أساس العمل في مجال إدارة الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية :

١. B2B – Business to Business : هي شركات تباع على شركات أخرى مماثلة لها .
٢. B2C – Business to Consumer : هي شركات تباع منتجاتها على المستهلك ، مثل شركات تباع لأشخاص على الإنترنت (أفراد لا يمثلون شركات)
٣. C2B – Consumer to Business : هي قيام الأفراد بالبائع على الشركات . وهي عكس (B2C)
٤. C2C – Consumer to Consumer : وتعني أن المستهلك يبيع لمستهلك آخر ، فرد يبيع لفرد ، وهذا النوع موجود بكثرة على الإنترنت وهي على شكل أفراد .
٥. EG – E- Government : وهي الحكومة الإلكترونية ، وتلبي الخدمات الحكومية التي تقدم للمواطنين عن طريق الإنترنت .
٦. B2E – Business to Employee : وهي خدمات تقدمها الشركات لموظفيها من خلال استخدام تقنيات الإنترنت .



المحاضرة ١

س٣٧/ يصعب ربطه مع أنظمة المخزون بالشركة :



(أ) الكتالوج الإلكتروني

(ب) كتالوج البوابة الإلكترونية

(ج) الـ ERP

(د) الكتالوج الورقي

الفرق بين الكتالوج الورقي والكتالوج الإلكتروني :

الكتالوج الورقي Catalog Paper :

- أ. سهل البناء والتصميم .
- ب. صعب التحديث .
- ج. صعوبة الربط مع أنظمة الشركة (المخزون ، المالية) .
- د. سهل الانتقال والحركة .

الكتالوج الإلكتروني E-Catalog :

- أ. صعب ومكلف .
- ب. سهولة وبساطة التحديث (تعديل البيانات) .
- ج. سهولة الربط مع المخزون والمالية .
- د. أسهل في الحركة من خلال وجوده في الجوال والهواتف الذكية .
- هـ. تكلفة متدنية على المستوى البعيد .

المحاضرة ١٤

س٤٢/ العمليات التي يتعامل معها المشتري الإلكتروني من خلال موقع الشركة البائعة :



Customer Service (أ)

First End (ب)

Front End (ج)

Back End (د)

عناصر السوق :

- (أ) الزبائن Customers .
- (ب) الباعة Seller .
- (ج) المنتجات Products : هناك المنتجات الرقمية Digital Products مثل / الكتب ، المحاضرات ، الأفلام ، التذاكر ، الجرائد .
- (د) البنية التحتية : السوق الإلكتروني يحتاج إلى شبكات وقواعد معلومات وسيرفرات وأجهزة حاسبات آلية سريعة وخطوط ضوئية وألياف بصرية سريعة تنقل فيها المعلومات من مكان إلى مكان آخر ومن دولة لأخرى ومن قاعدة بيانات إلى قاعدة بيانات أخرى حتى يكون هناك نجاح للسوق والتجارة الإلكترونية يجب أن يكون هناك بنية تحتية قوية حتى تدعم هذا النوع من التجارة .
- (هـ) الواجهة Front-end : هي الشاشة التي يتعامل معها الزبون أو العميل حتى يتم عملية الشراء .
- (و) Back-end : هي العمليات التي تتم بدون أن يراها العميل عن طريق الشركة البائعة للمنتج حتى تتم عملية الشراء وإرسال المنتج للعميل .
- (ز) الوسطاء : هو الشخص الذي يكون بين البائع والمشتري حتى ينقل المعلومات ويسهل عملية الشراء ويحفظ البائع على البيع ويشجع المشتري على الشراء لإتمام عملية البيع والشراء . والوسطاء لهم دور كبير في السوق الإلكتروني والعمل الإلكتروني .
- (ح) شركاء العمل : هناك شركاء يعملون معنا في العمل الذي نقوم به ، فهناك شركات تعمل في مجال الشحن ، التقنية ، إرسال المنتج للزبون ، والتأمين ، ... وغيرها .
- (ط) خدمات الدعم والمساعدة : مثل / خدمة العملاء والضمان والوثيق .

المحاضرة ٤

س ٥٥ / يسمى نموذج العمل Business Models والذي يتم فيه التعاون مع الشركات الأخرى:

فهد الحجاز

Subscription fees (أ)

Transaction fees (ب)

Affiliation (ج)

Sales (د)

نماذج الأعمال Business Models

المقصود بها نموذج العمل في الانترنت أو نماذج شركات التجارة الإلكترونية .

١. Transaction fees :

رسوم العمليات ، هي رسوم (العمولة) لعمليات معينة يأخذها الموقع أو الشركة عند تنفيذ هذه العمليات أو الخدمات ، الشركة مقابل بيعها لمنتج أو سلعة معينة تعتمد على قيمة هذه العملية أو المنتج المباع .

٢. Subscription fees :

رسوم الاشتراك وهي مبالغ يقوم العملاء أو الزبائن بدفعها للموقع مقابل الاشتراك فيه .

٣. Adv fees :

Advertising هي رسوم الإعلان ، وهي شركات تضع إعلانات لشركات أخرى في مواقعها مقابل مبالغ مالية تدفعها

٤. Sales : المبيعات

٥. Affiliation :

المقصود بها التعاون مع الشركات ، هذا النوع فيها من الذكاء ، فالشركة تدع الزبائن ينتقلون إلى موقع شركة أخرى من الشركة الأخرى بدفع مبلغ مالي لتلك الشركة التي وضعت الرابط .

المحاضرة ١

فهد الحجاز