

دراسة مقارنة لأثر استخدام التسويق التقليدي والإلكتروني على الكتب المطبوعه A comparative study of the impact of using traditional and electronic marketing on printed books

م.د/ منى محمود محمود على

مدرس بقسم الطباعة والنشر والتغليف - كلية الفنون التطبيقية- جامعه حلوان

مقدمة:

يعتبر التسويق نشاط إنساني يهدف إلى تسهيل عملية التبادل بين الأفراد بشرط إجراء دراسة على العملاء الحاليين والمرتبطين للتعرف على حاجاتهم ورغباتهم المتغيرة ، ويلعب الفرد دوراً أساسياً وفعالاً في النظام التسويقي. ومع تطور مجال الإتصالات وخصوصاً ظهور شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) وعلى الأخص الخدمات التسويقية التي تقدمها هذه الشبكة العالمية أصبحت المنافسة التسويقية منافسة شرسة ، وأصبح على عاتق رجال التسويق تطوير أنفسهم للتواصل مع العملاء على الشبكات العنكبوتية للتسويق لمنتجاتهم. ولقد وقعت الكتب المطبوعه تحت طائلة هذا التطور الرهيب ، وأصبحنا في حاجة ماسه لتسويق الكتب المطبوعه الكترونياً الى جانب التسويق بالطرق التقليدية. وكون الكتب هو من إحدى المطبوعات الهامه والتي يحتاج اليها العديد من القراء في شتى المجالات أصبح هناك تنافس بين التسويق بالطرق التقليدية والتسويق الإلكتروني .

مشكله البحث:-

تتلخص مشكله البحث في عدم وجود إستراتيجيه واضحه لتسويق المطبوعات يعتمد عليها الناشر لتسويق مطبوعاته . بمعنى آخر (أيهما أفضل الإعتماد على التسويق الإلكتروني للمطبوعات أم التسويق التقليدي- أو الجمع بين الوسيلتين) .

هدف البحث:-

يهدف البحث إلى:-

- دراسته مدى تأثير كل من التسويق الإلكتروني والتقليدي على حركه المبيعات للمطبوعات وأيها أفضل.
- التوصل إلى نتائج يهتدى بيها الناشرين لسهولة الوصول إلى الفئه المستهدفه وتحقيق أعلى ربحيه وإشباع متطلبات وحاجات العميل.

أهميه البحث:-

الوصول إلى نقطه إرتكاز فعاله تُوضح أيهما يُؤثر على حركه بيع الكتب المطبوعه التسويق الإلكتروني أم التسويق التقليدي.

فرض البحث:-

إذا كان هناك تمثيل دقيق للعلاقة بين كل من التسويق الإلكتروني والتقليدي فإننا سوف نصل الى أن أيهما يؤثر على إشباع حاجات ومتطلبات المستهلك ويحقق الربح لرجال التسويق.

حدود البحث :-

الحدود الزمانيه والمكانيه المسموح بهما لإتمام متطلبات البحث على الوجه الأكمل.

منهج البحث:-

إنتهجت الباحثة إلى المنهج الوصفي التحليلي لتحقيق الهدف المرجو من البحث.

محور البحث:-

المحور الأول:- يشتمل على الدراسة النظرية لعرض الفرق بين التسويق التقليدي والتسويق الإلكتروني.

المحور الثاني:- يشتمل على الدراسة التطبيقية لأثر استخدام التسويق التقليدي والإلكتروني على تسويق الكتب المطبوعه.