

آليات التسويق الالكتروني وانعكاسها على صناعة الأثاث

أ.د/ حسين كامل النبوي

أستاذ التصميم عميد كلية الفنون التطبيقية سابقا - كلية الفنون التطبيقية جامعة حلوان

hussainkamelelnabawy@gmail.com

أ.م.د / ضياء الدين طنطاوي

أستاذ مساعد قسم التصميم الداخلي والأثاث - كلية الفنون التطبيقية جامعة حلوان

diaatantawy@hotmail.com

الباحث/ أحمد عبد العظيم عبد الرحمن

مصمم

a@the-superstudio.com

ملخص البحث:

تخلص الورقة البحثية الى لقاء الضوء على مفاهيم التسويق الاليكترونى والتجارة الالكترونية ومدى حاجة صناعة الاثاث للاستفادة من التطور التقنى فى تلك المجالات التى تؤثر بشكل مباشر على المستهلك وقرارات الشراء لدى المستهلكين، كما يتطرق البحث الى بعض الاستراتيجيات التسويقية المستخدمة فى مجال التسويق الاليكترونى والتى تستهدف زيادة نسب البيع وكيفية الاستفادة منها فى مجال صناعة الاثاث كأحد اهم العناصر التى تؤثر بشكل ايجابى سريع.

وهنا سوف نتناول بالتفصيل عن موضوعان اساسيان - :

الاول: حول التسويق الاليكترونى:

- منصات التسويق الرقمية: من خلال منصات التسويق الرقمية، سوف نتعرف على كيف يتوفر تعريفاً عاماً للتسويق ويناقشون التسويق فى المنصات الرقمية.

- ضرورة التسويق: من خلال ضرورة التسويق، سوف نتعرف على ما هى أول ما يتبادر إلى الذهن عند سماع كلمة التسويق.

- صور التسويق الرقمية: من خلال التسويق الرقمية، سوف نتعرف على كيف يمكن تعريف التسويق الرقمية على أنه الترويج للسلع والخدمات بطرق مبتكرة باستخدام المنصات الرقمية من أجل الوصول إلى تكلفة العملاء بفعالية وفى الوقت المناسب وبطريقة شخصية.

ثانيا: العلامة التجارية والقيمة:

- المواقف والدوافع التى تؤثر على أنشطة وسائل التواصل الاجتماعى: من خلال المواقف والدوافع التى تؤثر على أنشطة وسائل التواصل الاجتماعى، سنعرف كيف يستخدم الناس بشكل نشط الشبكات الاجتماعية مثل Facebook و snapchat و Instagram حيث يتواصلون مع الأصدقاء والعائلة والبقاء على إطلاع دائم على آخر الأخبار والاستماع إلى الموسيقى وممارسة الألعاب.

- فهم سلوك العملاء: من خلال فهم السلوك، سنعرف كيف تختلف سلوكيات شراء المستهلك حسب العوامل الثقافية والاجتماعية والشخصية والنفسية.

الكلمات المفتاحية:

(التسويق الاليكترونى - التسويق الرقمية - الهوية التجارية - صناعة الاثاث)