

التفاعل عبر الإنترنت كوسيلة لدراسة مستهلكي الملابس الجاهزة

أ. د/ ضحى محمد الدمرداش

استاذ التصميم بقسم الملابس الجاهزة - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان.

dr.doh.demer@gmail.com

م. د/ غادة عبد السلام بركات

مدرس بقسم الملابس الجاهزة - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان.

radabarakat@gmail.com

م/ دينا فوزي محمد

معيدة بقسم الملابس الجاهزة - المعهد العالي للفنون التطبيقية - التجمع الخامس.

dina-fawzy@hotmail.com**ملخص البحث:**

أن صناعة الملابس في مصر تتمتع بالعديد من المميزات التي تمكنها من النفاذ إلى الأسواق العالمية، إلا أن هناك عوامل اقتصادية وتقنية أدت للأضرار بهذه الصناعة، من أهمها عدم الاهتمام ببحوث التسويق، مما يساعد على ضعف القدرة التنافسية في الأسواق محليا وعالميا. بالإضافة الى اعتماد صناعة الموضة على كل من رغبات واحتياجات المستهلكين المتغيرة بصفة مستمرة، لذا فدراسة المستهلك واحدة من الأنشطة الحيوية التي يجب الاهتمام بها، بسبب شدة المنافسة واتساع البدائل المتاحة أمام المستهلك من جهة، وتغير وتنوع حاجاته ورغباته من جهة أخرى. لذا تحولت السياسات الإنتاجية للمنشآت من المفهوم الانتاجي الي المفهوم التسويقي، بمعنى انتاج ما يمكن بيعه، وليس بيع ما يمكن إنتاجه .

وقد أدى ظهور الانترنت وتطور تقنياته الي استخدامه في الأنشطة التسويقية للمنشأة، فوجود موقع الكتروني للمنشأة لم يعد أمر كافي في الوقت الراهن، بل عليها أن تمتلك عروض تفاعلية تتعدى المنتجات المعروضة، فأصبحت الوسائل التفاعلية بمثابة التحول الفكري في مجال التسويق والاتصالات، حيث تعمل الوسائل التفاعلية على تغيير وسائل الاتصالات التسويقية من عملية ذات اتجاه واحد إلى عملية ذات اتجاهين من خلال التفاعل الحادث بين كل من المنشأة و المستهلك ، وبناء على ذلك تم اجراء دراسة استطلاعية على المواقع الالكترونية في مجال الملابس الجاهزة، لحصر المحتوى التفاعلي على تلك المواقع، وكان من نتائجها اهتمام الماركات العالمية بالتفاعل مع مستهلكيها، ومخاطبتهم بشكل شخصي، تأكيداً لأهمية التفاعل، وتكوين مجتمع افتراضي من خلال التواجد الإلكتروني، سواء عن طريق الموقع الإلكتروني أو صفحة الفيس بوك أو غيرها وتم بعد هذه الدراسة تنفيذ الخطوات العملية التطبيقية التالية :

• تصميم تقنية تفاعلية في مجال الملابس الجاهزة.

دراسة ميدانية الكترونية على الموقع الإلكتروني لأحد الماركات في مجال الملابس الجاهزة

الكلمات الدالة

-التفاعل - دراسة المستهلك- التسويق التفاعلي -بحوث التسويق-مستهلكي الملابس الجاهزة