

الدليل الشامل في التجارة الإلكترونية

■ الدليل بين أيديكم سيساهم في ولوجكم إلى مجال التجارة الإلكترونية،
و سنفصل من عبره المحاور التالية :

■ تعريف التجارة الإلكترونية (الدفع عند الاستلام)

■ كيفية البحث عن المنتجات

■ إنشاء علامة تجارية وهوية بصرية

■ إنشاء متجر إلكتروني

■ استراتيجيات فعالة لزيادة المبيعات

■ كيفية تسويق المنتجات عبر الإنترنت

■ كيفية التعامل مع الطلبات و الزبناء

■ طرق التوصيل و الدفع

■ تكوين و إدارة فريق العمل

إذا كنتم متحمسين لولوج عالم التجارة الإلكترونية و تبحثون عن مصادر
موثوقة للمعلومات، فهذا الدليل هو غايتكم المنشودة.



من نحن ؟

■ سطورانو منصة إلكترونية توفر لزبائنها مجالا احترافيا لخلق متاجرهم الإلكترونية. بواسطة دوراتها التدريبية تواكب سطورانو تطوركم و تساعد في بلوغكم الأهداف التي رسمتموها لمسار تجارتكم الإلكترونية.

لا يتطلب إنشاء متجر على منصة سطورانو خبرات تقنية متقدمة، فبفضل نظرتنا الشمولية نرافق كل الفئات التي تمارس التجارة الإلكترونية من المبتدئين إلى المتقدمين. رؤيتنا تتمحور حول مساعدة ممارسي التجارة الإلكترونية لبلوغ أهدافهم بشكل سريع و بخطوات متمكنة.



المحور الأول

تعريف التجارة الإلكترونية و أنواعها



■ **تعريف التجارة الإلكترونية** كونها مجموعة من الأنشطة والمبادلات التجارية من بيع وشراء، التي تتم بين طرفين أو أكثر عن طريق شبكة الأنترنت وتقنيات تكنولوجيا المعلومات. يجدر الإشارة هنا إلى أن هذه المبادلات تتم سواء محليا، أو دوليا.

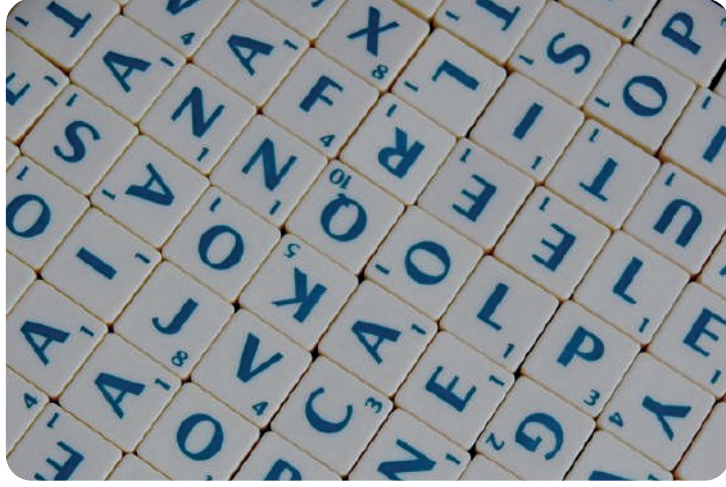


■ **نوع التجارة الإلكترونية الأكثر انتشارا في المغرب** وهو الدفع عند الاستلام. يتميز هذا النوع بإمكانية الدفع بعد استلام المنتج، عكس الأنواع المألوفة التي يتم خلالها الدفع بشكل مسبق قبل التوصل بالمنتج. تعتبر هذه الطريقة واحدة من الطرق التي توفرها المتاجر الإلكترونية للدفع مقابل طلبات مشتريها. ويختار العديد من الزبائن اللجوء إلى خاصية الدفع عند الاستلام بالرغم من وجود أنواع أخرى، وذلك بفضل الامتيازات العديدة التي توفرها.

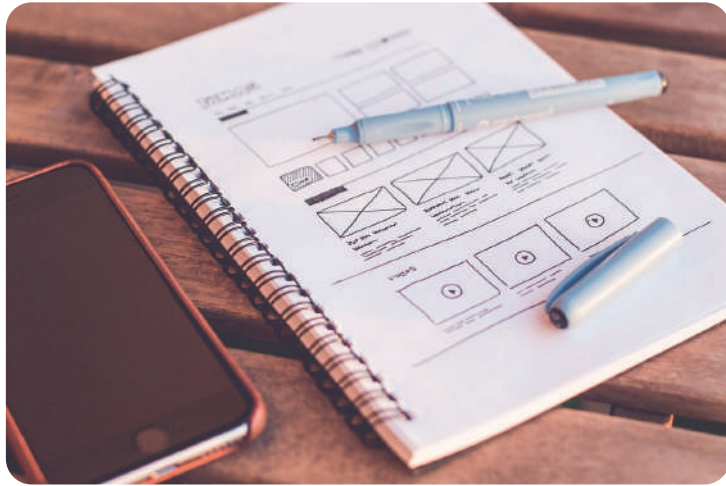


المحور الثاني أسس إنشاء متجر إلكتروني

خلال هذا المحور سنبين لكم أهمية إنشاء متجر إلكتروني خاص بكم و الخطوات التي سيتطلبها إنشاءكم لمتجر إلكتروني ذي مواصفات عالية الجودة. سنتطرق خلال هذا المحور إلى النُّقْط التالية :



■ **كيفية اختيار اسم متجركم :** لابد من اختيار اسم تجاري يترجم طبيعة نشاطكم التجاري و يجذب زبناء منصتكم التجارية . يجب أن يكون اسم المتجر قصيرا و سهل النطق و مظهرا لطبيعة عمل التجر الإلكتروني الخاص بكم.



■ **اختيار تصميم المتجر :** تتوفر منصات إنشاء المواقع الإلكترونية على تيمات مختلفة تعتبر مفصلا محوريا في إعجاب المشتري بمنصتكم من عدمه. من بين مختلف الخيارات يعتبر اختيار تيمات منسجمة مع طبيعة المنتجات أو الخدمات التي تقدمونها عاملا من عوامل جذب المشتريين. ثلاث نقط أساسية تساهم في كون متجركم مركز جذب للعملاء ؛ البساطة و الجاذبية ، سهولة الاستخدام ، التوافق مع الأجهزة الإلكترونية بجميع أنواعها .



■ **إضافة المنتجات و الخدمات :** بغية تنظيم متجركم الإلكتروني يجب أن تدركوا وجود طريقة صحيحة لإضافة منتجات أو خدمات إلكترونية لمتجركم. هناك العديد من الشروط و المقومات التي يجب أخذها بعين الاعتبار :عنوان المنتج والمواصفات التي يجب أن يتوفر عليها، وصف المنتجات من حيث الصفات التي يجب تناولها ، و وصف كيفية الاستخدام ، والاكسسوارات الخاصة بمنتجكم. يجب الإشارة أيضا الى أهمية زر الدعوة الى الاجراء والاستراتيجيات التي ستجعله ذا دور فعال في العملية التجارية.



المحور الثالث

عرض المنتج على المتجر

سيساهم هذا المحور في تقريبكم من الاستراتيجيات الأنسب
لزيادة مبيعات متجركم الإلكتروني. ستتعلمون كيفية:



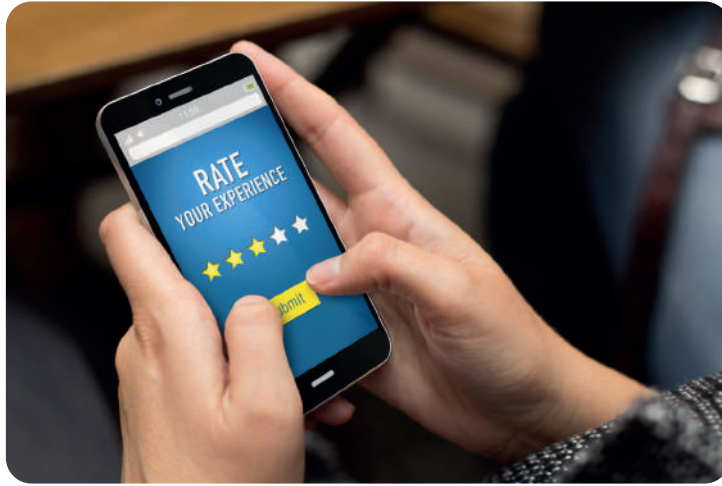
■ **إنشاء قائمة بسيطة وسلسلة لمنتجاتكم:** مع تزايد أعداد منتجاتكم ومبيعاتكم سيكون لزاما لاستمرار تطوركم تعلم كيفية إنشاء قائمة جيدة لمنتجاتكم تسهل على المتسوقين تحديد المنتجات التي تثير اهتمامهم.



■ **وضع المنتجات المميزة على متجركم:** من أجل الحرص على ارتفاع أرقام مبيعاتكم يجب استيعاب الكيفية الصحيحة لإبراز المنتجات المميزة على موقعكم وإظهارها للمتسوقين بشكل جذاب يحث على شرائها، وبذلك زيادة عدد مبيعاتها.



■ **تقديم أهم المعلومات عن منتجاتكم :** مع كثرة المعلومات التي تحملها ملصقات المنتجات يجب التعرف على نوعية المعلومات التي يجب إبرازها للمستهلك لتسهيل عملية التسوق و جعلها مريحة أثناء البحث عن معلومات حول المنتج



■ **عرض تقييمات المشترين:** من بين دوافع الشراء المشجعة في عالم التجارة الإلكترونية يمكننا ذكر تقييمات المشترين. تشير تقييمات المشترين الذين سبق وجربوا المنتج الثقة في المشترين الجدد بحيث أنها تبين وجهة نظر طرف محايد يمكن الاعتماد على تقييماته.



■ **طرق لتشجيع المشتريين على نشر ومشاركة مواقع التواصل الاجتماعية الخاصة بك:** تتمثل أهمية هذه النقطة في كونها وسيلة من وسائل التسويق الشبه مجانية لمتجركم ومنتجاتكم. بمشاركة المشتريين لوسائل التواصل الاجتماعية الخاصة بكم، ستتمكنون من خلق سمعة وصورة ايجابية لمنتجاتكم.

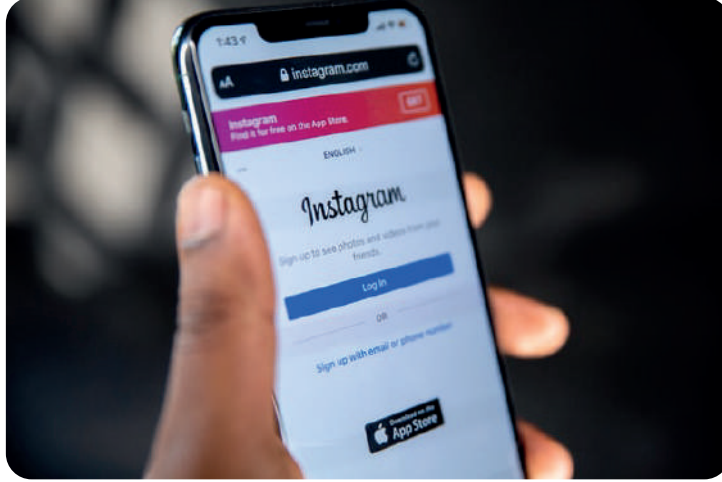


■ **ذكر سياسات الخصوصية والاستبدال التي تحددها لمتجركم:** سياسات الخصوصية والاستبدال تساهم في تعريف المتسوقين على الشروط التي ترافق عمليات شرائهم وعلى إمكانية استبدال المنتجات من عدمه بعد مدة تحددها من عملية الشراء.

4

المحور الرابع تسويق المنتجات إلكترونيا

مع تصاعد أعداد منصات التسويق ، صار لزاما على كل بائع إلكتروني دراسة الكيفية المثلى للتسويق عبر:



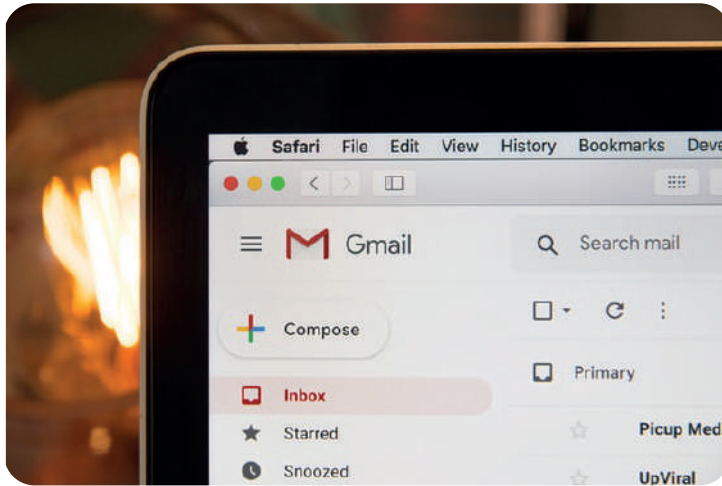
■ **مواقع التواصل الاجتماعي:** من قبيل انستغرام، فايسبوك، وتعد هذه الوسيلة من بين الوسائل الأكثر انتشارا للتسويق خاصة وأن أعداد مستعملي مواقع التواصل الاجتماعي في ارتفاع مستمر.



■ **المحتوى:** يركز هذا النوع من التسويق على نشر المحتوى للزبناء المستهدفين وخلق محتوى ذي قيمة يستبق احتياجات الزبناء.



■ **المؤثرين:** يعتمد هذا التسويق على الاشهار بالمنتج عن طريق أشخاص يمتلكون قواعد متابعين عريضة، والتي تمكنهم من التأثير في عدد كبير من المشتريين المحتملين.

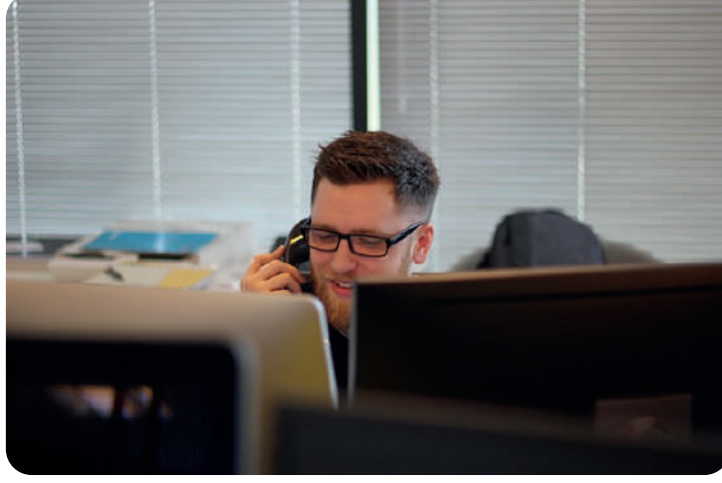


■ **البريد الإلكتروني:** يبين اسم هذا الاسم طبيعة الطريقة المتبعة في هذا النوع من التسويق. يتم التواصل مع المشتريين عن طريق البريد الإلكتروني الخاص بهم لحثهم على شراء المنتجات وتعريفهم بالعروض التي توفرها.

5

المحور الخامس إدارة الطلبات

سيساهم هذا المحور في إرشادكم عبر مراحل التعامل مع الطلبات والزبناء.
سنقوم خلال هذه المرحلة بشرح النقط التالية



■ **تأكيد الطلبات عبر الهاتف:** بعد توصلكم بطلب الزبون ، يتوجب عليكم تأكيد طلب الزبون عبر الاتصالات الهاتفية، والطرق الشفهية للتأكد من صحة هذا الطلب و المعلومات المرافقة له.



■ **تجهيز الطلبات:** تركز هذه المرحلة على إلمامكم بالكيفية الصحيحة لتجهيز الطلبات الخاصة بزبائنكم بغية المرور إلى مرحلة إرسالها.



■ **إعادة تأكيد الطلبات قبل شحنها:** في هذه المرحلة يكون بإمكانكم التأكد من الطلب للمرحلة الثانية قبل إرساله بطريقة نهائية . و ذلك بغرض تفادي تكلفة إعادة المنتجات.



■ **إرسال الطلبات (عبر شركات التوصيل أو عن طريق جهة التوصيل الخاصة بكم) :** هناك جهات كثيرة يمكنها التكلف بإرسال طلبات زبائنكم . نتحدث هنا عن جهات التوصيل العديدة التي تمكنكم من شحن منتجاتكم من المتجر الى المستهلك النهائي.



■ **التواصل مع الزبون للتأكد من تلقي الطلب:** خدمات ما بعد البيع ذات أهمية مساوية لخدمات ما قبل البيع. سنستكشف خلال هذه المرحلة كيفية الأنسب للتواصل مع الزبون والتأكد من رضاه عن خدماتكم وتلقيه للمنتج المطلوب في أحسن الظروف.



■ **طرق تحصيل ثمن المنتج بعد توصيله:** مرحلة لا تقل أهمية عن سابقتها وهي تحصيل ثمن المنتج بعد التوصيل، هنا يجب عليكم معرفة كيفية التي ستلجؤون لها للتوصل بمقابل خدماتكم أو منتجكم .

المحور السادس الشحن و التوصيل



سننتظر على مستوى هذا المحور إلى جهات التوصيل التي من شأنها تبسيط عملية توصيل الطلبات إلى الزبناء. سيهم هذا المحور الفاعلين التالي ذكرهم



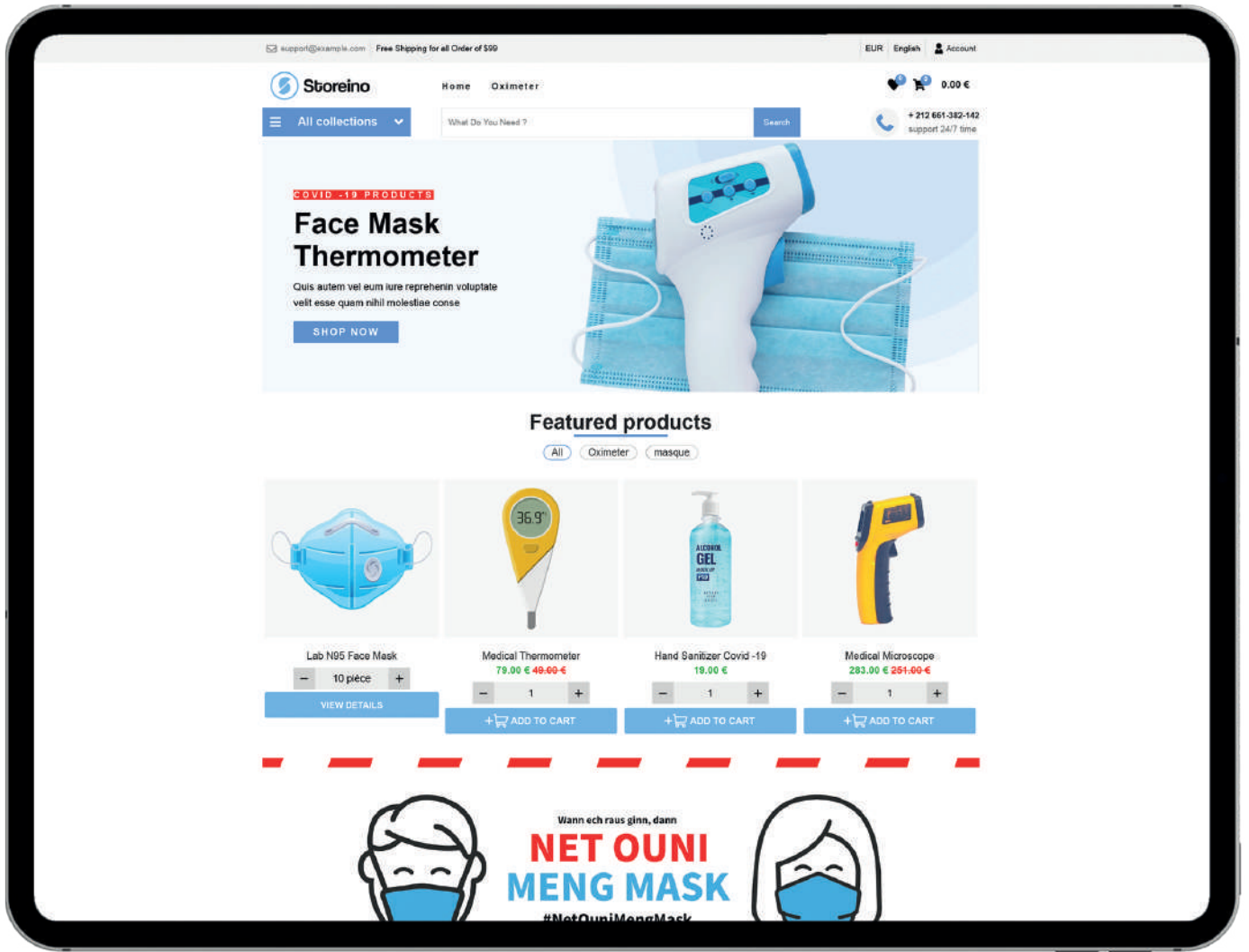
■ **التعاقد مع شركات الشحن:** الشركات التي توفر التكلفة بخدمة التوصيل بمقابل. و التي تختلف خدماتها حسب سياسة التوصيل الخاصة بكل واحدة منها



■ **خلق نقط التوزيع التي ستمكنكم من إرسال منتجاتكم إلى أقرب نقط لمستهلكيكم:** تدور هذه العملية حول إرسال طلبات المستهلكين إلى نقط توزيع حيث يمكنهم الذهاب و تحصيل طلباتهم بشكل ذاتي دون حاجة إلى توصيل نحو عنوانهم المنزلي.



■ الاستعانة بالموزعين الذاتيين الذين يوفرّون التوصيل بشكل ذاتي ومستقل
عن الجهتين السابق ذكرهما : يشابه هذا النوع من التوصيل الاستعانة
بشركات الشحن ، الفرق الوحيد بينهما أن الموزع في هذا النوع يكون فردا
مستقلا لا شركة.



ابدأ رحلتك في التجارة الالكترونية الآن

ابدأ الآن

أدر متجرك أو البزنس
الخاص بك بسهولة



الآن تطبيق متجركم الالكتروني الشامل متوفر على
Google Play
حملوا تطبيق سطورانو الآن واستفيدوا من تجربة
لإدارة متجركم و لا أسهل

قم بتحميل تطبيق سطورانو للبيع في أي مكان
و زمان بضغطة واحدة

حمل التطبيق

Scan me

متوفر الان على

