

بسم الله الرحمن الرحيم

إدارة الأعمال الإلكترونية - (المحاضرة 8 - الجزء الثاني) - التسويق الإلكتروني
[أسئلة مراجعة مجهود شخصي - الإدارة الأعمال الإلكترونية - د . ناصر عبد العال]

(1) برامج الدعاية Adware يمكن إزالتها بإستخدام برنامج
- Destroy .
- Search .
- Spybot .
- جميع ماذكر .

(2) هو ترويج للموقع عن طريق زيادة إظهاره في محركات البحث ووضعه في أول النتائج مقابل مبلغ من المال .
- محرك البحث .
- الأشرطة الإعلانية .
- البريد الإلكتروني .
- تويتر .

(3) من ضمن محركات البحث
- جوجل وياهو .
- تويتر .
- الفيسبوك .
- البريد الإلكتروني .

(4) يساهم جوجل في من المبيعات كوضع عنوان الموقع على أحد جوانب صفحة النتائج .
- 50 % .
- 40 % .
- 32 % .
- 23 % .

(5) يساهم جوجل في 50 % من
- المبيعات .
- المشتريات .
- الاعلانات .
- خصوصية الزبون .

(6) هو الموقع الذي يضع المبيعات على أحد جوانب صفحة النتائج .
- جوجل .
- ياهو .

- تويتر .
- محرك البحث .

(7) يساهم بنحو 20 % من المبيعات التي تتم عن طريق الإنترنت .

- الفيس بوك .
- تويتر .
- البريد الإلكتروني .
- الاشرطة الاعلانية .

(8) يقوم بتوصيل آلاف الرسائل للعملاء .

- الايميل(البريد الإلكتروني) .
- تويتر .
- الاشرطة الاعلانية .
- الفيس بوك .

(9) من الشروط التي يجب مراعاتها عند الرغبة في توصيل رسائل للعملاء

- عدم إغراق الزبون بالرسائل .
- إعطاء الزبون القدرة على حذف عنوانه البريدي أو استبداله من القائمة .
- الحفاظ على خصوصية الزبون وعدم بيع عنوانه الإلكتروني .
- جميع ماذكر .

(10) في التسويق الإلكتروني يمكن إستخدام التويتر من أجل

- إرسال رسائل صغيرة بصورة فردية لوصف المنتج .
- إرسال روابط تسويقية .
- ارسال مقاطع ترويجية .
- جميع ماذكر .

(11) هو أقوى شبكة تسويقية إذا كان المسوق يستخدم الفيديو في الترويج لمنتجه .

- يوتيوب .
- تويتر .
- البريد الإلكتروني .
- محركات البحث .

(12) يمكن من خلال هذه الشبكة الوصول إلى ملايين الأشخاص حول العالم إذا تم

استخدامها بالشكل الصحيح .

- اليوتيوب .
- التويتر .
- الشبكة العنكبوتية .

- الایمیل .

13) هو الاشخاص الذين يقومون بوضع رابط يشير إلى موقع الشركة .
- الوكلاء والمتعاونون .

- الشركاء .

- المنافسون .

- العملاء .

14) هي مقالات وبنارات توضع في المواقع الكبيرة .

- الوسائل التفاعلية .

- الوسائل الاعلانية .

- الوسائل التعليمية .

- الوسائل الترويجية .

15) من خصائص التسويق الالکتروني

- التكلفة منخفضة .

- صعوبة المعاينة أو الحصول على عينة عينية .

- التواصل مع الزبائن سهل وسريع .

- حجم شريحة عدد الزبائن كبيراً جداً لأنه يخدم شريحة كبيرة (محلي + عالمي) .

- سهولة التحكم بوقت الحملة باي وقت ترغب أن تبدأ .

- متابعة ردود الفعل سهل جداً فيما يعرف بمعدل التحويل .

- كلفة التواصل مع الزبائن منخفضة نسبياً لاعتمادها على مواقع التواصل الاجتماعي والبريد الالکتروني .

- تستطيع التفاعل مع الزبائن وجمع معلوماتهم .

- يمكن تلقي طلب الشراء مباشرةً .

- جميع ما ذكر .

16) من خصائص التسويق العادي

- التكلفة عالية .

- سهولة معاينة المنتجات .

- التواصل مع الزبائن صعب وحدد بزمان ومكان وغير تفاعلي .

- حجم شريحة عدد الزبائن قليل لأنه يخدم شريحة معينة .

- سهولة التحكم بوقت الحملة مرتبط بالجهة المستضيفة .

- متابعة ردود الفعل صعب نسبياً .

- كلفة التواصل مع الزبائن مرتفعة بسبب حاجتها الى كوادر كثيرة وموارد اتصالات .

- لا...تستطيع التفاعل مع الزبائن وجمع معلوماتهم .

- متابعة الطلبات غير ممكن بشكل مباشر .

- جميع ما ذكر .

17) من فوائد التسويق الإلكتروني

- قلة التكاليف .
- سهولة الوصول للأسواق العالمية .
- حرية الزبون .
- إضفاء الطابع الشخصي .
- مساهمة الأفراد في عملية تسويق .
- إضفاء طابع المتعة والتشويق .
- زيادة معدل التحول .
- جميع ما ذكر .

18) يمكن الوصول إلى شريحة أكبر بتكاليف أقل التسويق الإلكتروني بالتسويق التقليدي .

- بمقارنة .
- باستبدال .
- باستمرارية .
- بجمع .

19) ضمن فوائد التسويق الإلكتروني يمكن الوصول للأسواق العالمية بسهولة بسبب

- الطبيعة المفتوحة .
- شبكة الانترنت .
- استخدام أكثر من لغة .
- جميع ما ذكر .

20) تتميز الوسائل الإلكترونية

- بالاستمرارية .
- بالتقليدية .
- بالتفاعلية .
- بالجهة المستضيفة .

21) توفر القدرة على بناء علاقة مباشرة مع الزبائن وبناء ملف شخصي لهم وتحدي خصائصهم.....

- إضفاء الطابع الشخصي .
- الإستمرارية .
- حرية الزبون .
- مساهمة الأفراد في عملية التسويق .

22) التسويق التقليدي يشمل

- التلفاز .

- الصحف .
- المجلات .
- جميع ماذكر .

(23) إضفاء طابع المتعة والتشويق في التسويق الالكتروني يشمل

- المسابقات والموسيقى .
- الرسوم والفيديو .
- التعليقات .
- جميع ماذكر .

(24) تمكين الزبائن من إكمال عملية الشراء من خلال الاستجابة المباشرة للحملة والدخول على الرابط الخاص بعملية إتمام الشراء يشير الى

- زيادة معدل التحول .
- مساهمة الأفراد في عملية التسويق .
- حرية الزبون .
- سهولة التتبع والقياس .

(25) من عواقب عدم وجود خطة للتسويق الإلكتروني

- عدم فهم وتقدير طلبات الزبائن بصورة جيدة .
- ربما يستحوذ المنافسون الجدد على حصة الشركة من السوق .
- هدر الموارد .
- قلة المعلومات المتوفرة عن الزبائن .
- جميع ماذكر .