

أشكال الأعمال الالكترونية :

1- الأعمال الالكترونية وتشمل كل من :

- الأعمال غير التجارية

- التجارة الالكترونية مثل B2B , B2C , C2C

2- الحكومة الالكترونية وتشمل B2G , G2C , C2G , G2B

3- تجارة الكترونية من اعمال إلى مستهلك تجارة التجزئة / المفرد الكترونيا

4- تجارة الكترونية من اعمال إلى اعمال مثل العمليات التي تتم بين المصانع ومراكز

التسوق

5- تجارة الكترونية من مستهلك إلى مستهلك مثل المزادات الالكترونية وموقع الحراج

6- من الحكومة إلى المستهلك مثل عملية دفع الضرائب الكترونيا وكافه الخدمات الحكوميه

مثل تراخيص السيارات ورخص القيادة والتأشيرات والجمارك وغيرها

العمليات التي يتم تطويرها عن طريق ادارة الأعمال الالكترونية :

1- العمليات التي تركز على الانتاج مثل المشتريات ، اوامر الشراء والدفع ، تجديد المخزون

، المدفوعات ، التواصل مع الموردين ، عملية مراقبة الانتاج

2- العمليات التي تركز على الادارة الداخلية مثل خدمات الموظفين ، التدريب ، تشارك

المعلومات الداخلية ، التوظيف ، المبيعات ، الاتصالات ، الاتصال بين مجموعة العمل ، النشر

الالكتروني

3- العمليات التي تركز العميل مثل الجهود الترويجية والتسويقية ، بيع على الانترنت ،

معالجة اوامر الشراء ، ومعالجة المدفوعات ' دعم العملاء

فوائد لأرباب الأعمال :

- 1- زيادة الانتاجية
- 2- فورات في التكلفة بكافه انواعها
- 3- حضور عالمي ووصول للاسواق العالمية
- 4- وضع تنافسي افضل
- 5- تفصيل السلع والخدمات حسب العميل
- 6- تقصير او الغاء سلاسل التوريد
- 7- زيادة فرص الابتكار والتعلم وتبادل المعرفة
- 8- تقليل المخاطر والخسائر

المنافع التي يحصل عليها العملاء :

- 1- الحصول على خيارات واذواق عالمية
- 2- توفير الوقت والجهد والموارد
- 3- زيادة جودة الخدمات ولا سيما الحكومية
- 4- الاستجابة السريعة للحاجات والافضليات
- 5- تخفيضات هائلة على الاسعار
- 6- خدمات شخصية منفصله حسب حاجه العميل
- 7- زيادة مهارات العملاء وخلق وظائف جديدة
- 8- تعطى العملاء القدرة على تبادل المعلومات

عوامل نجاح التجارة الالكترونية :

- 1- الدعم الكافي من كافة المؤسسات المحلية والدولية
- 2- استخدام تقنية مفتوحة
- 3- القياس measurement
- 4- المرونة flexibility
- 5- اعادة هندسة سلاسل التوريد
- 6- التركيز على العمليات
- 7- توحيد المقاييس والتكامل
- 8- توافر مقومات الامن والخصوصية
- 9- توافر مبادئ حماية حقوق الملكية الفكرية
- 10- توافر خطوط كافية وسريعه لنقل المعلومة

معوقات ادارة الاعمال الالكترونية :

- 1- مشكلة اللغة والامية الرقمية
- 2- الاخطاء الاستراتيجية وعدم التوافق
- 3- التغيرات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والعداء الثقافي وقله الوعي
- 4- تكلفة التنفيذ ومشكلة العائد على الاستثمار
- 5- مشكله امن المعلومات وانعدام الثقة وتحول الولاءات
- 6- انخفاض سرعة الانترنت وعدم وجود علاقة مباشرة بين الاطراف
- 7- انتشار الغش التجاري وسرقة الهوية وعدم وجود طرق امنه للتوقيع الالكتروني
- 8- التغير المستمر في التكنولوجيا وتطبيقاتها
- 9- تحديات النمو والاستمرارية والقدرة التنافسية ونماذج الاعمال
- 10- قلة التشريعات والسياسات
- 11- زيادة المخلفات الالكترونية

التخصصات المتعلقة بالتجارة الالكترونية :

- 1- التسويق 2- علوم الحاسب 3- سلوك المستهلك 4- المالية 5- الاقتصاد 6- انتاج الامداد
- والتموين 7- الادارة 8- انظمة المعلومات 9- المحاسبة والمراقبة 10- قوانين واخلاقيات
- العمل 11- الدعاية والاعلان

مستقبل الاعمال الالكترونية في المملكة :

- 1- السعودية هي اعلى دول المنطقة من حيث معاملات التجارة الالكترونية
- 2- وصل حجم التجارة الالكترونية في المملكة ما يقارب مليار ومائة مليون ريال سعودي شهريا
- 3- يوجد 15.6 مليون مستخدم للانترنت في السعودية
- 4- حققت المملكة العربية السعودية المرتبة الثالثة عربيا في الحكومة الالكترونية والمرتبة 36 عالميا
- 5- انخفاض معدلات اختراق البطاقات الائتمانية في السعودية
- 6- تناسب ظروف وطبيعة المجتمع السعودي

الفرق بين الاسواق التقليدية والاسواق الرقمية :

الاسواق التقليدية :

- 1- البيع التقليدي عن طريق التعامل المباشر
- 2- المنتجات حسية / لمسية
- 3- كتالوج ورقي
- 4- استخدام الشبكات العادية
- 5- الفواتير ورقية
- 6- الانتاج شامل وواسع جدا

الاسواق الرقمية :

- 1- البيع الالكتروني
- 2- المنتجات رقمية
- 3- كتالوج الكتروني
- 4- استخدام الانترنت والموبايل
- 5- الفواتير الكترونية
- 6- الانتاج مخصص حسب رغبة الزبون

وظائف السوق :

- 1- تسهيل التقاء الباعه بالمشتريين وربطهم ببعضهم البعض
- 2- تسهيل العمليات التي تتم في السوق مثل تدفق المعلومات ، انتقال المنتجات والخدمات من البائع إلى المشتري
- 3- السوق بنيه قانونية تنظيمية للبائع والمشتري
- 4- حيث ان السوق يشكل المكان القانوني النظامي الذي تتم فيه عمليه البيع والشراء والدول تحمي المستهلك من الغش

عناصر السوق :

- 1- الزبائن customer
- 2- الباعه sellers
- 3- المنتجات product هناك المنتجات الرقمية مثل الكتب والمحاضرات والافلام والتذاكر والجرائد
- 4- البنية التحتية
- 5- front - end
- 6- back - end
- 7- الوسيط
- 8- شركاء العمل
- 9- خدمات الدعم والمسانده مثل خدمه العملاء والضمان

انواع المتاجر في السوق الالكترونية :

- 1- واجهة المتجر الالكتروني
- 2- المجمع التجاري الالكتروني

المواصفات التي يجب ان تتوفر في المتجر الالكتروني ك

- 1- الكتالوج الالكتروني
- 2- محرك البحث search engine
- 3- سلة السوق shopping cart
- 4- منطقة الدفع المالي
- 5- منطقة شحن وايقال المنتج
- 6- خدمات العملاء

انواع المتاجر / المراكز التجارية الالكترونية :

1- المتجر / المركز العام ليس له طبيعة معينة فهو يبيع كافة انواع السلع والخدمات

مثل ebay.com

2- المركز المتخصص لا يبيع الا بضاعه معينه مثل 1200flowers.com متجر متخصص يبيع

الورود

فقط

3- متاجر / مراكز اقليمية - عالمية يخدم منطقة معينة فقط اما العالمية تخدم كاه

انحاء العالم في دوله

4- المتاجر الالكترونية مثل pure - online

5- المتاجر المزدوجه تمزج بين السوق التقليدي والالكتروني مثل موقع click - mortar

نماذج شركات التجاره الالكترونية :

1-transactions

2-subscriptions

3-advertising

4-sales

5-affiliations

يشمل تصميم نموذج الأعمال تصميم ووصف البنود التالية :

- 1- القيمة المقترحة
- 2- شريحه العملاء
- 3- قنوات التوزيع
- 4- العلاقات مع العملاء
- 5- الانشطه الرئيسية
- 6- الموارد البشرية
- 7- تحديد شبكة الشركاء
- 8- بيان هيكل التكاليف
- 9- تحديد مصادر الإيرادات

انواع قنوات التوزيع :

- 1- قنوات مباشرة مملوكة للشركه مثل فريق مبيعات تابع للمنشاه او موقع الكتروني قد تكون مكلفه
- 2- قنوات غير مباشرة مثل محلات تجزئه مملوكة للمنشاه او تدار بواسطتها
- 3- القنوات الشريكه فهي قنوات غير مباشرة وتضم مجموعه كبيره من الخيارات مثل التوزيع بالجملة والتجزئه او المواقع الالكترونيه المملوكة لشركاء ومن عيوبها انها تقلل الارباح

نماذج العلاقات مع العملاء :

- 1- المساعدة الشخصية
- 2- المساعدة الشخصية الخاصة
- 3- الخدمة الذاتية
- 4- المجموعات
- 5- المشاركة في أداء العمل

يمكن تصنيف الأنشطة الرئيسية على النحو التالي :

- 1- الانتاج 2- الدعايه 3- التوزيع 4- خدمات ما بعد البيع

الموارد الرئيسية يمكن تصنيفها على النحو التالي :

- 1- المادية وتشمل هذه الفئة الاصول المادية مثل مرافق التصنيع والمباني والعربات والالات والانظمة وانظمة نقاط البيع وشبكات التوزيع
- 2- الفكرية وتشمل العلماء والخبراء ورجال المبيعات المهرة
- 3- المالية مثل النقد وخطوط الائتمان والاسهم
- 4- البشريه مثل العمال والموظفين

هناك نوعين من التكاليف ك

- 1- تكاليف ثابتة 2- تكاليف متغيره
- دوافع تكمن خلف الدخول في شركات :
- 1- تحقيق اقتصاديات الحجم
 - 2- الحد من المخاطر وعدم التيقن
 - 3- الحصول على موارد وانشطه معينة

هناك عدة طرق لتوليد مصادر الإيرادات :

1- بيع الأصول 2- اجور الاستخدام 3- الاعاره / التاجير 4- الترخيص

اهم نماذج الاعمال الالكترونية :

- 1- المصنع مثل شركة ديل عندما تباع منتجاتها بنفسها
- 2- الوسطاء brokers
- 3- الاشتراكات subscription
- 4- مجتمع مثل جماعات مطوري البرامج مفتوحة المصدر
- 5- الدعاية والاعلان مثل جوجل وياهو و craigslist

مكونات البنية الشبكية لادارة الاعمال الالكترونية :

- 1- الانترنت 2- الشبكات بانواعها المختلفة 3- وسائل التواصل الاجتماعي
- 4- الحاسوب والجوال وال جي بي اس وغيرها 5- تطبيقات الانترنت ومنها الشبكة العنكبوتية او www والايمل وغيرها 6- نظم التشغيل وتطبيقات المكتب

هناك نوعين رئيسيين للعمود الفقري للانترنت :

1- كابلات الاتصالات الضوئية 2- الاقمار الصناعية

كابلات الاتصالات الضوئية :

- 1- مكلفة جدا 2- تعطى سرعة بيانات اكثر 3- انقطاع هذه الكابلات او احدها يمكن ان يقطع الانترنت عن دول وقارات

الاقمار الصناعية :

1- توفر اتصالات في كل مكان وهو ما يعرف اصطلاحا ب ubiquitous computing

2- لا تحتاج الحصول على رخص وحقوق امتياز من افراد وحكومات ومجالس محلية

انواع الشبكات :

- 1- شبكة الانترنت internet
- 2- شبكة الانترنت intranet
- 3- شبكة الاكسترنات extranet

القطاعات التي برزت نتيجة الجوال والاتصالات اللاسلكية :

- 1- التجارة الجواله mobile commerce
- 2- الحكومة الجواله mobile government
- 3- التعليم الجوال mobile learning
- 4- رجل الاعمال المتجول mobile business person

تشمل انترنت الاشياء شبكات مثل :

- 1- شبكات الاستشعار 2- شبكات النانو 3- الاجهزة المنزلية الذكية
 - 4- والروبوتات 5- تقنيات تحديد المواقع 6- الباركود
 - 7- والسيارات الذكية 8- والشرائح البيولوجية 9- تقنية تحديد الهوية بموجات الراديو
- rfid

فوائد الشبكات الاجتماعية :

- 1- تحسين وسائل التسويق 2- اصبحت الشركات على علاقة بالزبائن في كل وقت وفي كل مكان
- 3- ساعدت في تعميق ولاء الزبون لماركته المفضلة 4- الشبكات الاجتماعية

تتميز الشبكات الاجتماعية عن التقليدية ب :

- 1- توفر للزبائن والموردين فرص التفاعل interaction مع الشركة وبعضهم البعض
- 2- قلة التكاليف 3- الوفرة والانتشار ubiquity
- 4- الجودة 5- عمقت الشراكة بين الزبائن والشركة من ناحية والزبائن وبعضهم البعض من ناحية اخرى

نظم المعلومات الادارية :

- 1- نظم المعلومات الادارية 2- نظم المعلومات المكتبية 3- نظم المعلومات الصحية
- 4- نظام تخطيط موارد المؤسسة erp
- 5- نظم دعم واتخاذ القرار decision support systems
- 6- نظم اتممة المكاتب office automation systems
- 7- نظم المعلومات المدرسية school information management systems

البرمجيات المجانية مثل :

- 1- نظم التشغيل مثل لينيكس
- 2- تطبيقات المكتب مثل اوبن اوفيس open office
- 3- برامج تصفح الانترنت مثل فيرفوكس وجوجل كروم
- 4- البرامج المضادة للفيروسات مثل افاست وايه في جي وافيرا
- 5- فلاتر الانترنت proxies : و opensns and dns angel

اهم الانتقادات على البرمج المجانية :

- 1- هناك هواجس بخصوص امن المعلومات
- 2- من الصعب الحصول على الدعم الفني اللازم

3- قد لا يوجد فيها كل الخصائص المطلوبة

مزايا الحوسبة السحابية :

1- توفير الاموال والطاقة 2- الحصول على خدمات افضل

عيوب الحوسبة السحابية :

1- مشاكل متعلقة بالقوانين وخصوصية الافراد

2- الاعتماد على الغير

3- سرعة الانترنت

اهم مزايا شبكات الواي فاي والواي ماكس هي :

1- انها تكمل او تنافس شبكات الجوال ولا سيما في المناطق المحرومة من شبكات الاتصالات

2- تعتبر مصدر دخل لمقدم الخدمة سواء كانت منظمة معينة او جهة حكومية

3- تحسين بيئة الاعمال

4- توطن التكنولوجيا وتزيد من خبرات ومهارات المواطنين

5- تساعد على جذب الزبائن

بيئة الاعمال الالكترونية تهتم بالاتي :

1- تحديد العناصر المختلفة التي تحكم البيئة الكلية للمؤسسة والتي تؤثر على منظمة

التجارة الالكترونية واستراتيجية التسويق الالكتروني

2- تقييم مدى تأثير القيود القانونية الخاصة والاخلاقية على اي شركه

3- تقييم دور العوامل الاقتصادية الكلية مثل سياسات الاعمال الالكترونية الحكومية

4- القيود المفروضة على تطوير وتنفيذ استراتيجية الاعمال الالكترونية

5- العوامل التي تؤثر على اعتماد وسائل الاعلام الرقمية الجديدة وكيف يمكننا تقدير

المستقبل

خصائص بيئة الأعمال الالكترونية :

- 1- الاسواق الالكترونية تمتد خارج حدود الوطنية
- 2- الاعمال الالكترونية يجب ان تخضع لنفس القوانين التي تحكم الاعمال التقليدية
- 3- الشبكة العنكبوتية تربط العملاء والموردين والشركاء بعضهم ببعض
- 4- الخدمات والمنتجات الرقمية غير ملموسة intangibles
- 5- حماية خصوصية الافراد مشكلة كبيرة في الاسواق الافتراضية

يتكون نموذج slept من عدة عوامل منها :

- 1- العوامل الاجتماعية social تتعلق بتصورات المستهلك فيما يخص استخدام الانترنت في نشاطات مختلفة
- 2- العوامل القانونية legal & ethical والاخلاقية هي الطريقة المستخدمة في ترويج وبيع المنتجات عن طريق الانترنت
- 3- العوامل الاقتصادية economic تخص بدراسة التباين في الاداء الاقتصادي بين مختلف الدول والمناطق
- 4- العوامل السياسية political تتعلق بالدور المحوري الذي تلعبه الحكومات والمنظمات الدولية في تحديد المستقبل
- 5- العوامل التكنولوجية technical

العوامل التي تحدد قرار الاشتراك في الانترنت تشمل :

- 1- تكلفة الاشتراك
- 2- الفائدة المتوقعة value proposition
- 3- سهولة الاستخدام
- 4- عامل الامن
- 5- الخوف من المجهول
- 6- مهارات المستخدمين في الحاسوب

المؤشرات الاقتصادية التي تؤثر على طريقة الانفاق على الاستثمار منها :

- 1- الضرائب المفروضة على الدخل والسلع والتكنولوجيا
- 2- التباين في الاداء الاقتصادي في البلدان والمناطق المختلفة
- 3- حجم الاقتصاد السعودي ضمن ال 20 الكبرى عالميا
- 4- طبيعة النشاط الاقتصادي : السعودية تتمتع باكبر سياحة دينية في العالم
- 5- الناتج المحلي السعودي 2.80 تريليون ريال كاعلى نسبة نمو بين دول مجموعة العشرين
- 6- التكتلات الاقتصادية وحجم السوق والاسواق السعودية مرتبطه باسواق الخليج والدول العربية
- 7- معدل التضخم ونسبة الفوائد والتسهيلات الائتمانية والدعم الحكومي

العامل الاساسي في دور الحكومات كيفية استخدام الانترنت في المستقبل وتحديد القواعد منها :

- 1- مدى تبني الحكومة لخدمات الحكومة الالكترونية
- 2- مدى دعم الحكومة لمجتمع المعلومات وسد الفجوة الرقمية والانترنت عريض النطاق
- 3- الدعم الحكومي لبرامج التدريب

4- السياسات والبرامج التي تزيد الثقة والامان بخصوص المعاملات الالكترونية

يهتم العامل التكنولوجي بالاتي :

- 1- القدرة على تقييم الابتكارات الجديدة والمنافع المتولدة عنها
- 2- تحديد معدل التغيير المطلوب لمواكبة التكنولوجيا
- 3- اي من التكنولوجيا الرسائل القصير ، تويتر ، فيس بوك يجب ان نتبناها
- 4- رصد التقنيات الجديدة وتتبعها
- 5- اعادة التدريب لاكتساب المهارات اللازمة

لماذا تمثل البيانات الشخصية قيمة خاصة :

- 1- تعتبر مصدرا اساسيا لمعلومات الاتصال
- 2- مصدر لمعلومات الملف الشخصي
- 3- معلومات عن سلوك المستهلك
- 4- معلومات سلوك المستهلك

وسائل جمع البيانات الشخصية :

- 1- النماذج الالكترونية online forms
- 2- تاريخ مشتريات المستهلك
- 3- برامج التجسس
- 4- محركات البحث
- 5- الكوكيز

المبادئ الثمانية لحماية البيانات :

- 1- يجب تناول المعلومات بشكل عادل وقانوني
- 2- تناولها بشكل محدود
- 3- استخدام البيانات بشكل مرضى وفي امور ذات صلة وليس بشكل مفرط
- 4- مراعاة الدقة في تناول البيانات
- 5- عدم الاحتفاظ بها لفترة اطول من اللازم
- 6- استخدامها طبقا لحقوق مادة البيانات
- 7- تناولها بشكل امن
- 8- عدم نقلها عبر البلدان دون توفير الحماية الكافية

تأثيرات الحاسوب والانترنت على سوق العمل :

- 1- الكمبيوتر ينافس الانسان في سوق العمل
- 2- سوف تنتشر ثقافة العمل من البيت والعمل جزء من الوقت
- 3- العمل لمدة 40 ساعة سيصبح لدوافع اجتماعية وليس لسد الحاجات المالية
- 4- سوف تزداد فرص العمل من المنزل ولا سيما للنساء وقاطني المناطق النائية
- 5- سوف تذوب اهمية المنظمة ومكان العمل الرسمي واوقاته الرسمية بشكل كبير
- 6- سوف تقل الموارد الاقتصادية المستخدمة في العمل بشكل كبير
- 7- سوف تتسع الفجوة الرقمية بين من يمتلكون التكنولوجيا ومن لا يملكونها

التغيرات التي تحركها الانترنت :

- 1- التركيز على كل مستهلك على حدة مقابل التركيز على حجم كبير من المستهلكين
- 2- تعميق الروابط مع الموردين والعملاء
- 3- العولمة والانفتاح على اسواق جديدة
- 4- تبادل المعرفة والخبرات والمعلومات
- 5- بساطة المعاملات
- 6- زيادة بيانات وبرمجيات المصدر المفتوح

الاعمال الالكترونية تعتبر صديقة للبيئة بسبب الاتي :

- 1- تقلل الاعتماد على السيارات
- 2- تقلل استهلاك الطاقة ومن ثم تقلل الاحتباس الحراري
- 3- تقلل الحاجة إلى مخازن
- 4- تقلل استهلاك الورق

هناك عدد من المؤسسات والتشريعات التي صدرت بهدف تنمية بيئة الاعمال الالكترونية

منها :

- 1- انشاء جامعة الملك عبدالله للعلوم والتقنية
- 2- انشاء مدينة المعرفة الاقتصادية
- 3- انشاء مجمع تقنية المعلومات والاتصالات
- 4- انشاء المركز الوطني للتصديق الرقمي

هناك عدة نماذج لوضع الاستراتيجية :

1- نموذج johnson and scholes

2- نموذج جامعة هارفارد

يقوم نموذج johnson and scholes على مراحل :

- 1- التحليل الاستراتيجي (البيئة ، الموارد ، التوقعات ، الاهداف والقافة)
- 2- الخيار الاستراتيجي (تحديد الخيارات ، تقييم الخيارات ، اختيار الانسب)
- 3- تنفيذ الاستراتيجية (تخطيط الموارد ، اختيار فريق العمل ، تصميم نظام المعلومات وهيكلية المنظمة)

ينفذ نموذج جامعة هارفارد على مرحلتين :

- 1- التخطيط (بناء الاطار الاستراتيجي)
 - تحديد الفرص
 - تحديد الامكانيات
 - تحديد الاساليب الادارية المتبعة
 - تحديد المسؤولية الاجتماعية
- 2- التنفيذ (السير حسب ما هو مخطط له)
 - بناء التنظيم الهيكلي للمنظمة وتحديد الواجبات والمسؤوليات والمهام
 - تحديد العمليات التنظيمية والسلوكية
 - تسيير العمل اليومي
 - القيادة العليا للمنظمة

هناك ثلاث استراتيجيات عامة هي :

1- قيادة التكلفة الاجمالية overall cost leadership

2- التميز differentiation

3- التركيز focus

اهم وسائل تقليل التكاليف :

- 1- انتاج منتجات موحدة ولا مجال للطلبات الشخصية
- 2- التحكم بالتكلفة
- 3- مراقبة النفقات العامة
- 4- التحكم في المخزون
- 5- تجنب الحسابات الهامشية
- 6- تقليل تكاليف البحث والتطوير
- 7- تقليل الخدمات
- 8- تقليل الاعلانات
- 9- استخدام عمالة رخيصة
- 10- شراء كميات كبيرة

اهم عناصر التميز :

- 1- الجودة
- 2- السمعة
- 3- الحجم
- 4- صور العلامات التجارية
- 5- التسليم
- 6- تقنية المعلومات
- 7- شروط الائتمان
- 8- المنتجات الفعلية
- 9- الخدمة
- 10- السعر
- 11- التدريب والدعم الفني

مراحل تطوير الاستراتيجية :

- 1- التحليل الاستراتيجي
- 2- تحدي الاهداف
- 3- وضع الاستراتيجية
- 4- تنفيذ الاستراتيجية

يتضمن التحليل الاستراتيجي شقين هما :

- 1- تحليل البيئة الخارجية 2- تحليل الموارد الداخلية : مالية ، عينية ، بشرية ، معرفية

تحديد الاهداف :

- 1- الاهداف يجب ان تكون smart
- 2- محددة specific
- 3- يمكن قياسها measurable
- 4- يمكن تحقيقها achievable
- 5- ذات علاقة relevant
- 6- محددة بمواقيت معينة timed

وضع الاستراتيجية تشمل تحديد الخيارات بخصوص :

- 1- القنوات الالكترونية التي تستخدم لتوصيل الخدمة
- 2- اعادة هيكلة المنظمة
- 3- تحديد فرص تحقيق عائد وابتكارات المنافسين
- 4- تحديد السوق والشريحة المستهدفة
- 5- مكانة الشركة وتميزها في السوق

تنفيذ الاستراتيجية :

- 1- التخطيط 2- التنفيذ 3- المتابعة والسيطرة

اسئلة الاستراتيجية بالنسبة للشركة هي :

- 1- ما هي مقومات التفرد الخاصة بالشركة

- 2- ما هو موقف الشركة من التعرض للمخاطر
- 3- لماذا تخسر الشركة عملائها الحاليين
- 4- ما هي اعظم قيمة موجودة في الشركة
- 5- ما هي اكثر الاعتراضات التي تسمع من العملاء

اسئلة الاستراتيجية بالنسبة للمنافسين :

- 1- من هم اقوى ثلاثة منافسين للشركة
- 2- ما هو مدى قوتهم
- 3- متى يكون المنافسون عرضة للخطر
- 4- متى يمكنك الهجوم
- 5- ما هو ناتج مقارنة الشركة بالمنافسون من حيث الاسعار والخدمات والجودة

اسئلة الاستراتيجية بالنسبة للسوق :

- 1- ما هي اهم ثلاثة علامات تجارية
- 2- ما هو مدى تغير الصناعة
- 3- متى يكون المنافسون عرضة للخطر
- 4- كم عدد قطاعات السوق التي تقوم بخدمتها
- 5- ما هو ناتج مقارنة الشركة بالمنافسون من حيث الاسعار والخدمات والجودة
- 6- ما هي اكبر امكانات النمو المتوقعة
- 7- من هم افضل الزبائن بالنسبة لك ولماذا

التميزات التنافسية التي يمكن ان تحققها الاستراتيجية :

- 1- التركيز على قطاعات السوق وخاصة الاسواق المتخصصة
- 2- طرح منتجات قادرة على المنافسة

- 3- استخدام قنوات توزيع بديلة وعمليات تصنيع جديدة
- 4- توظيف سياسة التسعير الانتقائي وهياكل التكلفة المناسبة

عواقب عدم وجود استراتيجية الأعمال الالكترونية :

- 1- ضياع بعض الفرص بسبب عدم تحديد الفرص المتاحة وشرحها
- 2- الانحراف عن البوصلة بسبب عدم وضوح الاهداف
- 3- عدم الاستفادة القصوى من الموارد الالكترونية في تحقيق تكامل قطاعات وانشطة المنظمة المختلفة
- 4- ضياع الموارد عندما يتم التكرار باشكاله المختلفة
- 5- الفشل في مشاركة الخبرات وافضل الممارسات والنصائح بخصوص العمل

اسباب فشل استراتيجيات الأعمال الالكترونية :

- 1- عدم الالتزام بالمواعيد
- 2- محدودية المرونة والابتكار والقدرة على التأقلم
- 3- المبالغة في الاهداف والطموح

تتمثل الانشطة الرئيسية في عملية ادارة العلاقة مع العملاء :

- 1- اختيار العملاء
- 2- جذب العملاء
- 3- المحافظة على العملاء
- 4- توسعة شريحة العملاء

الفرق بين زبائن b2c و b2b :

- 1- هيكل السوق
- 2- طبيعة وحجم الوحدات المشترية
- 3- من يتخذ قرار الشراء : الافراد اكثر استقلالية وسرعة في اتخاذ القرار

4- الفرق في وسائل الاتصال

ادوار المستهلكين في عملية اتخاذ قرار الشراء :

الافراد :

- 1- المبادر 2- المؤثر 3- المقرر 4- الشاري 5- المستخدم

دورة حياة الزبون :

- 1- زيارة لأول مرة 2- الزيارة مرة اخرى 3- التسجيل في الموقع
- 4- الشراء 5- عدم الشراء لفترة 6- العودة للشراء مرة اخرى 7- ولاء العميل

فائدة ولاء العملاء :

- 1- قلة تكاليف الدعاية والتسويق 2- فتح وغلق الحسابات وخدمة العملاء
- 3- مشاركة الزبائن في التسويق 4- رضا الموظفين 5- عدم تحول الزبائن إلى المنافسين

فائدة المجتمعات الالكترونية في التسويق :

- 1- الترويج 2- دراسة سلوك المستهلك 3- توظيف اقتراحات الزبائن لتطوير المنتج

اهداف التسويق الالكتروني :

- 1- تعزيز الولاء للعلامة التجارية من خلال تحسين العلاقات مع الشركاء والعملاء
- 2- اكتساب زبائن جدد والاحتفاظ بال الحاليين
- 3- اقناع العملاء الحاليين بشراء منتج في الوقت الحالي او في المستقبل
- 4- الحصول على معلومات لا استخدامها في زيادة كفاءة عمليات التخطيط والتصنيع
- 5- تقليل تكاليف التسويق
- 6- اشراك الزبون في عملية التسويق

مقارنة التسويق الالكتروني بالتقليدي :

التسويق الالكتروني :

التكلفة : اقل

التسويق العادي :

التكلفة : عالية

التسويق الالكتروني :

سهولة معاينة المنتجات : صعوبة معاينة و الحصول على عينة عينية

التسويق العادي :

سهولة معاينة المنتجات : يمكن معاينة المنتجات سهلة جدا

التسويق الالكتروني :

طرق التواصل مع الزبائن : سهل وسريع

التسويق العادي :

طرق التواصل مع الزبائن : صعب ومحدد بزمان ومكان وغير تفاعلي

التسويق الالكتروني :

حجم الشريحة : عدد الزبائن كبير جدا لانه محلي + عالمي

التسويق العادي :

حجم الشريحة : عدد الزبائن قليل لانه يخدم شريحة معينة

التسويق الالكتروني :

سهولة التحكم بوقت الحملة : باي وقت ترغب ان تبدأ

التسويق العادي :

سهولة التحكم بوقت الحملة : مرتبط بالجهة المستضيفة

التسويق الالكتروني :

متابعة ردود الفعل : سهل جدا فيما يعرف بمعدل التحويل

التسويق العادي :

متابعة ردود الفعل : صعب نسبيا

التسويق الالكتروني :

كلفة التواصل مع الزبائن : منخفضة نسبيا لاعتمادها على مواقع التواصل الاجتماعي

التسويق العادي :

كلفة التواصل مع الزبائن : مرتفعة بسبب حاجتها إلى كوادر كثيرة وموارد تصالات

التسويق الالكتروني :

جمع البيانات : تستطيع التفاعل مع الزبائن وجمع معلوماتهم

التسويق العادي :

جمع البيانات : لا يمكن ذلك

التسويق الالكتروني :

متابعة الطلبات : يمكن تلقى طلب الشراء مباشرة

التسويق العادي :

متابعة الطلبات : غير ممكن بشكل مباشر

فوائد التسويق الالكتروني :

- 1- قلة التكاليف 2- الوصول للاسواق العالمية 3- سهولة التتبع والقياس 4- حرية الزبون
- 5- الاستمرارية 6- اضاء الطابع الشخصي 7- مساهمة الافراد في عملية التسويق
- 8- اضاء طابع المتعة والتشوق 9- زيادة معدل التحويل

عواقب عدم وجود خطة للتسويق الالكتروني :

- 1- لن يتم فهم وتقدير طلبات الزبائن بصورة جيدة
- 2- ربما يستحوذ المنافسون الجدد على حصة الشركة من السوق
- 3- هدر الموارد
- 4- قلة المعلومات المتوفرة عن الزبائن

محاذير بخصوص التسويق الالكتروني :

- 1- التقيد بالقوانين والقواعد عند اعداد الرسالة وارسالها وتلقى الردود
- 2- تحديد الهدف من الايميل او المحادثه بوضوح وشرح اوجه التعامل مع المعلومات
- 3- الدقة في تحديد المطلوب من الزبون
- 4- المتابعة والاستمرارية والصيانة الدورية
- 5- عدم التواصل مع الزبون لمدة اطول
- 6- اتباع سياسة واضحة بشأن العلاقة بين المؤسسة والزبون
- 7- الالتزام بالشفافية والخصوصية وحقوق الملكية الفكرية
- 8- احترام حق الزبون في عدم ازعاجه بتلقي الرسائل او الاتصال مرة اخرى

مزايا الشراء من الانترنت :

- 1- مريح 2- واسعار منافسة 3- اذواق عالمية

عيوب الشراء من الانترنت :

- 1- الخوف من سرقة الهوية
- 2- الرغبة في رؤية المنتج وفحصه
- 3- الخوف على سرقة بيانات بطاقة الصراف
- 4- الخوف من برامج التجسس وسرقة المعلومات
- 5- الخوف من بيع المعلومات الشخصية

المخاطر التي تتعرض لها التجارة الالكترونية :

- 1- الهندسة الاجتماعية 2- الاضطهاد الالكتروني 3- هجوم رجل في الوسط
- 4- هجوم اعادة الارسال 5- سرقة بيانات وسائل الدفع المالي
- 6- البرامج الخبيثة وبرامج الدعاية والاعلانات غير المرغوب فيها
- 7- هجمات رفض تقديم الخدمة ddos

عناصر امن المعلومات :

- 1- سرية المعلومات 2- سلامة المعلومات 3- ضمان الوصول

التوثيق البيولوجي biometrics :

الاسلوب : شبكة العين :

نوعها : ثابتة خصائصها : عن مسافة 1-2 بوصة

الاسلوب : حدقة العين :

نوعها : ثابتة خصائصها : مسافة 14 بوصة

الاسلوب : شكل اليد :

نوعها : متغيرة خصائصها : بواسطة سكانر

الاسلوب : بصمة الاصبع :

نوعها : ثابتة خصائصها : سكانر

الاسلوب : الحمض النووي :

نوعها : ثابت خصائصها : اجهزة خاصة

الاسلوب : التوقيع اليدوي :

نوعها : متغيرة خصائصها : باستخدام قلم ضوئي

الاسلوب : بصمة الصوت :

نوعها : متغيرة خصائصها : باستخدام ميكرفون

اهم طرق اكتشاف المتسللين :

1- ملف تسجيل الأنشطة 2- ملفات المراجعة والتدقيق 3- انية العسل

وسائل الحماية من الفيروسات :

1- استخدام برامج الحماية من الفيروسات acafee , norton , avg , avast

2- عدم استخدام البرامج غير الاصلية

3- عمل نسخ احتياطية من البيانات بصورة دورية

4- عدم الدخول على مواقع مشبووه

5- الاجراءات الخاصة

6- تحديث قائمة الفيروسات اولاً باول

7- متابعة اخبار الفيروسات والتحذير المتصلة بها

8- اختبار الكشف عن الفيروسات عند استلام ملفات جديدة

9- التوعية المستمرة

ارشادات لتجارة الكترونية امينه :

- 1- على المستخدم التعامل مع مواقع التجارة الالكترونية التي تشفر المعلومات
- 2- الدفع المالي عن طريق البطاقة الائتمانية التي يتم شحنها بقيمة المشتريات
- 3- استخدام كلمة مرور قوية يصعب تخمينها
- 4- عدم افشاء رقم البطاقة الائتمانية وكلمة المرور لاي شخص
- 5- التعامل مع مواقع التجارة الالكترونية من خلال الجهاز الخاص بالمستخدم
- 6- استخدام جدار الحماية الخاص
- 7- استخدام برامج مكافحة الفيروسات
- 8- تجنب الدخول إلى الروابط الموجودة في الرسائل الالكترونية واجراء معاملات مالية
- 9- التعامل مع المواقع الالكترونية المشهورة المعروفة
- 10- استخدام كلمات مرور قوية

أهم أشكال التغيير :

- 1- تغيير السوق ونموذج الاعمال
- 2- تغيير في عمليات وانشطة المنظمة وطريقة تدفق المعلومات والاورام
- 3- اعادة هيكلة المنظمة والثقافة والموظفين ومسؤولياتهم

عوامل نجاح التغيير :

1- توظيف خبرات ادارية من خارج المؤسسة

2- ادارة كفوة للمشروع

3- الاستعانة بافضل الموظفين من داخل وخارج المؤسسة

4- تمليك عملية التغيير للموظفين

مستويات التغيير :

اعادة هندسة عمليات الاعمال :

نسبة التحسن المتوقعة : تشمل كل أنشطة وعمليات الاعمال

الفائدة المتوقعة : 100% تحسن في الاداء

المخاطر : احتمال الفشل كبير جدا

تحسن العمليات :

نسبة التحسن المتوقعة : تشمل اعادة تصميم العمليات الاساسية

الفائدة المتوقعة : 50% تحسن في الاداء

المخاطر : الخطر متوسط

اتمة العمليات :

نسبة التحسن المتوقعة : تشمل بعض العمليات

الفائدة المتوقعة : 25% تحسن في الاداء

المخاطر : المخاطر قليلة

العوامل المحددة للتغيير :

1- حجم التغيير المطلوب

2- القوى التي ستشارك في التغيير او المؤيدة له

3- القوى المعارضة للتغيير

4- مداخل التغيير

5- العامل الثقافي

6- الموارد المتاحة للتغيير

مسائل مهمة متعلقة بالتغيير :

1- الاطار الزمني 2- الميزانية 3- مشاكل تنظيمية 4- ادارة التغيير على الافراد

5- تكنولوجيا التغيير 6- ادارة المخاطر

أنواع المعرفة :

1- معرفة ضمنية 2- معرفة صريحة

تمر المنظمة بالمراحل التالية :

1- أنشطة عشوائية 2- تركيز الأنشطة 3- اضافة الصفة الرسمية 4- ماسسة المنظمة

الشركات تتطور من خلال ثلاثة طرق :

1- طريقة جمع وتحليل وتبادل المعلومات والمعرفة

2- طريق ووسائل خدمة العملاء

3- ابتكار سلع وخدمات وافكار وعمليات ونماذج اعمال جديدة

اطار ادارة المعرفة :

1- تحديد المعرفة 2- انتاج معرفة جديدة 3- تخزين المعرفة 4- نشر المعرفة

أهداف ادارة المعرفة :

- 1- زيادة الارباح
- 2- المحافظة على الخبرات والعناصر المتميزة
- 3- المحافظة على الزبائن وزيادة مستوى رضاهم
- 4- المحافظة على الحصة في السوق من المنافسين
- 5- اختراق اسواق جديدة
- 6- تقليل التكاليف
- 7- تطوير منتجات جديدة

معوقات ادارة المعرفة :

- 1- عدم فهم ادارة المعرفة وفوائدها
- 2- عدم وجود وقت للموظفين لتبادل المعلومات والخبرات
- 3- عدم وجود تشجيع او حوافز
- 4- موانع ثقافية واجتماعية
- 5- عدم وجود التكنولوجيا التي تسهل تبادل المعلومات ونقل الخبرات

التقنيات اللازمة لإدارة المعرفة :

- 1- أدوات لإنهاء المعاملات 2- أدوات تبادل المعلومات 3- أدوات لتخزين المعرفة
- 4- النظم الخبيرة

نصائح لتجنب الفشل في التغيير :

- 1- استمع جيدا للتوقعات وجدول الاعمال وطلبات كل المعنيين بالتغيير
- 2- تأكد من القيادة مستمرة في الدعم العلني والعملي لعملية التغيير
- 3- شرح وتوضيح الغرض والهدف من التغيير
- 4- لا بد من توضيح العلاقة بين تبادل المعرفة وعملية تغيير المنظمة
- 5- يجب النظر إلى المخاطر ومشاكل التحول من مرحلة تعتمد التكنولوجيا والمعرفة

أقسام سلسلة القيمة :

- 1- القسم العلوى وهي المبادلات والعمليات بين المصنع او قسم التصنيع وموردي مواد الخام وعناصر الانتاج الاخرى
- 2- القسم الداخلي وتشمل العمليات الداخلية التي تتم اثناء تصنيع المنتج او الخدمة حتى خروجها من المصنع
- 3- القسم السفلي وتشمل العمليات والانشطة التي تلي خروج المنتج من المصنع حتى يصل إلى يد المستهلك

المبادئ السبعة لإدارة سلسلة التوريد :

- 1- تقسيم العملاء إلى مجموعات مختلفة حسب احتياجاتهم والتكلفة والصناعة
- 2- اعداد شبكة نظم الامداد وفقا لاحتياجات الخدمة
- 3- ادراك اشارات السوق وتخطيط الطلب ودقة التنبؤ به
- 4- تحقيق التميز في المنتج بصورة كاملة للعميل ولتحول السريع

مشاكل سلسلة الادارة التقليدية للسلسلة التوريد :

- 1- تنطبق على السلع المحسوسة بصورة كبيرة
- 2- ارتفاع التكاليف سواء كانت الموارد او الوقت
- 3- هي سلسلة في اتجاه واحد تركز على دفع المنتج تجاه المستهلك
- 4- لا تستفيد من شبكات القيمة
- 5- لا تستفيد من التجارة الالكترونية التعاونية

مكونات سلسلة التوريد الالكترونية :

- 1- الشراء الالكتروني 2- التخطيط التعاوني 3- تصميم المنتج وتطويره بالتعاون مع الشركاء
- 4- تقديم الخدمات اللوجستية الكترونيا 5- تبني b2b في كل الانشطة والعمليات
- 6- بناء مواقع الكترونية

فوائد ادارة سلسلة القيمة الكترونيا :

- 1- تقليل التكاليف 2- توظيف الامثل للموارد 3- زيادة المبيعات 4- زيادة القوة التنافسية 5- زيادة الارباح 6- زيادة الابتكار