

الإجابة النموذجية

الجواب الأول

1- الامداد الالكتروني: هي كل العمليات اللوجستية الداعمة للتجارة الالكترونية من خلال تبادل المعلومات بين الفاعلين في سلسلة الامداد بهدف توصيل المنتجات للزبائن.

2- النقود الالكترونية:

يوجد العديد من التعريفات المختلفة للنقود الإلكترونية، حيث يعرفها البعض، بأنها وسيلة للدفع تخزن قيمة مالية إلكترونية على أداة فنية بحوزة العميل، مع قابلية هذه النقود للزيادة أو نقصان، أي كلما قام العميل أو مالكها باستخدامها في عملية الشراء من خلال شحنها بقيمة أو تعريفها¹.

3- معدل الارتداد

من خلال معدل الارتداد يتم معرفة نسبة الزوار الذين غادروا موقعك بعد زيارة صفحة واحدة فقط، حيث يشير معدل الارتداد المرتفع إلى أن الزوار لم يجدوا المحتوى ملائماً لهم، أو أن تجربة المستخدم كانت سيئة أثناء تصفحهم.

4- البيئة التسويقية: تتكون من الأشخاص والعوامل المحيطين بالمؤسسة يؤثرون فيها ويتأثرون بها بطريقة مباشرة (البيئة الصغرى) أو غير مباشرة (البيئة الكبرى)

الجواب الثاني

1- بناء العلامة التجارية: إذا أرادت المؤسسة عرض علامة جديدة على موقعها، يكون الاسم الجيد أمر مهم، حيث يجب أن تعكس العلامة التجارية المنتج وأن تميزه عن المنافسين، وأن تكون قادرة على الحماية القانونية على الإنترنت، ويجب أن تكون العلامة قصيرة، قابلة للتذكر وسهلة القراءة والترجمة إلى لغات أخرى مثال (Dell computer) على الموقع (www.dell.com) أسهل بكثير من (humackerSchlmer) على الموقع (www.hammacker.com)⁽³⁾.

2- إستراتيجية التوسيع والنمو: إن التوسيع من تشكيلة المنتجات المعروضة في موقع ما ستساهم فعلاً في جعله أكثر قبولا لدى الزوار،

3- إستراتيجية الحفاظ على ولاء الزبائن (تسيير علاقة الزبون) : إن السعي في المحافظة على ولاء الزبائن بعد جذبهم للمتجر الالكتروني، تعتبر من أهم العقبات التي تواجهها المتاجر الالكترونية في ظل التجارة الالكترونية، نظرا لسهولة بلوغ الزوار إلى العديد من المتاجر التي تعرض نفس المنتجات بسرعة عالية والمقارنة بين أسعارها وعلامتها التجارية بسهولة، وهنا تظهر أهمية المنافسة بالتركيز على توطيد علاقة الزبون والخدمات المقدمة عبر المتجر مثل تقديم هدايا رمزية، تقديم عروض سعرية، الحفاظ على المعلومات المتعلقة بخصوصيات كل زبون، تتبع مسار الزبائن عبر الشبكة...إلخ.

الجواب الثالث

يتم تقييم جودة حركة المرور ومدى تحقيق الأهداف الرئيسية للمنصة من خلال المقاييس التالية:

- عدد الزوار بشكل عام يُوضح عدد الزوار مدى انجذاب موقعك للزوار، ولذا من الضروري تحليل مصدر الزيارات، سواء كانت زيارات عضوية من محركات البحث أم زيارات مدفوعة أم زيارات بشكل مباشر.
- مدة الجلسة يوضح هذا المقياس المدة التي يقضيها الزوار على موقعك الإلكتروني، وزيادة هذه المدة يعني أن المحتوى الذي تقدمه يلقي اهتماماً كبيراً من قبل الزوار.
- معدل الارتداد من خلال معدل الارتداد يتم معرفة نسبة الزوار الذين غادروا المنصة بعد زيارة صفحة واحدة فقط، حيث يشير معدل الارتداد المرتفع إلى أن الزوار لم يجدوا المحتوى ملائماً لهم، أو أن تجربة المستخدم كانت سيئة أثناء تصفحهم للمنصة.
- معدل التحويل يقيس معدل التحويل مدى نجاح المنصة في تحقيق أهدافها الرئيسية، مثل إتمام عملية شراء أو التسجيل في خدمة معينة، ويعتبر معدل التحويل أحد أهم المقاييس الهامة لأصحاب المنصات الرقمية.
- عدد الصفحات لكل جلسة يوضح هذا المقياس عموماً عدد الصفحات التي يتصفحها الزوار في الجلسة الواحدة، وزيادة هذا العدد بشكل عام يعني أن المستخدمين يجدون محتوى شامل ومفيد على المنصة.

الجواب الرابع:

يتم تحليل المنصة المقترحة باحترام العناصر الثمانية الخاصة بتحليل واجهة المستخدم التالية

