

التسويق الإلكتروني ومستقبل الاقتصاد: الأرقام لا تكذب

2019-05-01 ندى علي

بات التسويق الإلكتروني عبر الإنترنت من الوسائل المهمة للتواصل مع الجمهور والعملاء وزيادة التفاعل والمبيعات، فعلى الرغم من انتشار الشبكات الاجتماعية لا يزال الملايين من الناس يحرصون على إنشاء حسابات على خدمات البريد الإلكتروني واستخدامها في إنشاء حسابات على خدمات الويب وايضا في تلقي الرسائل ومراسلة الشركات والحصول منها على العروض الجديدة ومتابعة جديد مواقع الويب، وإلى جانب اعتمادك على التسويق في الشبكات، هناك العديد من طرق التسويق الإلكتروني.

ولذلك ينبغي معرفة كل نوع من انواع وطرق التسويق الإلكتروني واختيار النوع المناسب الذي سيحقق نجاحا للحملة التسويقية التي ستقوم بها، فالتسويق الإلكتروني مسؤول عن جلب أكبر عدد من العملاء (الزوار) لموقعك ولترويج منتجك لجميع أنحاء العالم. فيوميا ما يقوم الناس بالبحث على الانترنت على خدمة جديدة أو منتج جديد.

أصبح العالم كله سوق في بوتقة واحدة وهي شبكة الانترنت، أصبح سوق مفتوح من اجل التسويق الإلكتروني وأي شخص على شبكة الانترنت يمكن أن يكون هو عميلك القادم فانه في أي مكان من العالم يستطيع التواصل معك والشراء منك أيضا كما انه لا توجد إجازة أو عطلة رسمية موقعك يعمل 24 ساعة يستطيع أن يشاهده العملاء في كل وقت.

إذ يعد التسويق الإلكتروني احد أجزاء عملية التجارة الالكترونية وهو محاولة لفتح أفاق جديدة في فضاء الانترنت وبناء أسلوب جديد في تسويق المنتجات يتناسب مع متغيرات عملية البيع عن طريق مواقع الانترنت مما يفرض واقع جديد ويحتاج إلي أدوات وطرق جديدة في التعامل وصياغة أساليب تتوافق مع خصوصية الانترنت وقدرة التكنولوجيا المستخدمة في صنع طرق مختلفة في عرض السلع وأساليب جديدة في الشراء والبيع.

ويرى الخبراء في مجال الاقتصاد الرقمي إن التسويق الإلكتروني يختلف عن التسويق التقليدي من حيث الآلية التي يتم فيها التسويق غير أن المضمون واحد في كلتا الحالتين. التسويق التقليدي يتم وفق آلية معقدة بينما التسويق الإلكتروني يتم وفق آلية بسيطة، التسويق الإلكتروني قد اختصر العديد من منافذ التوزيع واختصر الإجراءات التقليدية بالترويج بحيث أصبح الترويج يتم على المواقع المخصصة للشركات في الشبكة العنكبوتية وهذا التبسيط والاختصار أدى بدوره إلى تخفيض الأسعار بسبب المنافسة بين الشركات وزيادة المبيعات اعتماداً على اقتصاديات الحجم فما هي آثار التسويق الإلكتروني على المزيج التسويقي للسلعة.

لقد بدا واضحاً بأن التوزيع عبر شبكة الإنترنت ساهمت باختصار الكثير من قنوات التوزيع الأمر الذي انعكس على تكاليف الإنتاج. أن اختصار قنوات التوزيع كان من شأنه تخفيض عدد الموظفين وهذا هو الحال في شركة أمازون دوت كوم بحيث أصبحت العلاقة مباشرة مع المستهلكين فلم يعد هناك حاجة للعدد الكبير من الموظفين لتصريف الأعمال.

حيث أن ثورة المعلومات هي القوة الأساسية القادمة لجميع الدول، ومن خلال هذه القوة تستطيع البلدان تحريك عسا اقتصادها وتوفير فرص العمل لشعوبها، وجذب رؤوس الأموال من جميع دول العالم، كما أن الشركات لا تتخذ قراراتها عشوائياً، بل تعتمد على الكمية الهائلة من المعلومات التي لديها لاتخاذ القرارات السليمة، ما هو سبب تأخر البلدان العربية في ثورة المعلومات؟ وما هي المعوقات الأساسية التي تعيق التسويق الإلكتروني في البلدان العربية؟ وما هي منعكسات التسويق الإلكتروني وآثاره الاقتصادية؟.

وعليه إن توظيف التسويق الإلكتروني ساهم في إنطلاق التسويق الإلكتروني في العالم بسرعة مذهلة خاصة وأن تكلفته منخفضة، وهناك فرصة لإزدياد قدرته علي توسيع السوق، حيث تم تأسيس آلاف الشركات المتخصصة في التسويق الإلكتروني، وهذه الطريقة من التسويق أتاحت للعملاء الحصول علي المعلومات المطلوبة في شتي المجالات، ولأغراض متعددة والحصول علي إحتياجاتهم من منتوجات الشركات العالمية، بغض النظر عن موقع الشركة، حيث أن الشبكة العالمية للإنترنت قد أزلت الحواجز والحدود الجغرافية.

تحطيم أرقام قياسية

يتجه موسم التسوق في العطلات بالولايات المتحدة إلى تحطيم الأرقام القياسية للمبيعات مع تحسن ثقة المستهلكين وزيادة استخدام أجهزة الهاتف المحمول، وبحسب الذراع التحليلية لشركة ماستركارد، فإن موسم التسوق خلال العطلات، وهي فترة مهمة جدا لشركات التجزئة قد تمثل ما يصل إلى 40 بالمئة من المبيعات السنوية، سجل إنفاقا غير مسبوق على التسوق الإلكتروني وفي المتاجر هذا العام تجاوز 800 مليار دولار. بحسب رويترز.

وتظهر الأرقام المبدئية أن إجمالي مبيعات فترة العطلات ستفوق التوقعات الأولية لشركة ريتيل نكست التي أشارت لزيادة نسبتها 3.8 بالمئة مقارنة مع العام الماضي، وقالت ماستركارد إن موجة ارتفاع في أواخر الموسم أدت لزيادة المبيعات عبر الإنترنت بنسبة 18.1 بالمئة، وقالت يو.بي.إس، وهي أكبر شركة لنقل الطرود في العالم، يوم الأربعاء إنها تمضي على مسار تحقيق رقم قياسي للطرود خلال موسم الأعياد الحالي، وذكرت شركة فيديكس المنافسة أنها شهدت موسم شحن حطمت فيه الأرقام القياسية مجددا، لكنها امتنعت عن ذكر تفاصيل.

ربع الاميركيين كسبوا اموالا عبر الانترنت

اظهرت دراسة حديثة اعدھا معهد "بيو ريسرتش سنتر" أن ما يقرب من ربع الاميركيين جنوا ارباحا مالية على منصات تجارية او عبر تطبيقات الكترونية العام الماضي، وأشار معهد "بيو" الى ان ما يقرب من 8 % من الاميركيين حققوا مكاسب مالية العام الفائت من خلال عرض خدمات مدفوعة للنقل او تسليم البضائع عبر تطبيقات الكترونية، في حين جنى 18 % منهم اموالا بفضل بيع بضائع على الانترنت و 1% عن طريق تأجير منازلهم على موقع الكتروني. بحسب فرانس برس.

وخلص معهد "بيو" الى ان 24 % من الاميركيين كسبوا اموالا بفضل احدي هذه النشاطات على الأقل، وقال المشرف الرئيسي على هذه الدراسة ارون سميث ان هذا الامر يظهر ان "الحدود بين الوظائف بشكليها التقليدي وغير التقليدي لم تعد واضحة"، وأشار الى ان "اقلية صغيرة من هؤلاء الاشخاص يعتمدون بدرجة كبيرة على هذه الإيرادات، الا ان اكثرية كبيرة تعتبر هذا العمل بمثابة

نشاط ترفيهي او وسيلة لتمضية الوقت وليس كوظيفة او مصدر ايرادات حقيقي"، واستخدم حوالى 5 % من الاميركيين هذه المنصات لايجاد وظائف يمكن ممارستها عبر الانترنت كالعامل في مجال الاحصاءات او جمع البيانات، و2% في خدمات النقل، وحقق حوالى 1 % من الاميركيين ارباحا مالية بفضل خدمات تسوق وتوصيل او تنظيف فيما كسب 2 % منهم اموالا عبر ممارسة اعمال اخرى وفق "بيو".

شراء الطعام بالتكنولوجيا الرقمية

انضم باعة الأطعمة بشوارع العاصمة التايلاندية بانكوك إلى الثورة الرقمية بعد استخدام رموز الاستجابة السريعة، تلك الرموز المربعة التي تحمل اسم علامة تجارية ما، كوسيلة لدفع ثمن المشتريات من خلال قراءتها على الهواتف الذكية.

وتشتهر تايلاند بأكشاك البيع التقليدية في الشوارع والتي تعرض كل شيء بدءا بالمعكرونة سريعة التحضير وانتهاء بالملابس. ويعد تناول الطعام عند أحد هذه الأكشاك من الطقوس اليومية لكثير من التايلانديين.

ويعرض الآن بعض الباعة في بانكوك إتمام الشراء بالنظام الرقمي بعد أن أعطى البنك المركزي الأسبوع الماضي الضوء الأخضر لخمسة بنوك لتطبيق أنظمة الدفع الإلكتروني باستخدام رموز الاستجابة السريعة.

وقال سومسك كاوسوان نائب الأمين الدائم لوزارة الاقتصاد الرقمي في تصريحات لرويترز "يتحرك الاتجاه العالمي صوب 'مجتمع خال من النقود' إذ أنه أنسب ويوفر دليلا على عقد صفقة ما. نظام شفرات الاستجابة السريعة سيكون هو النظام العملي في تايلاند".

وفي سوق ساميان بالعاصمة والذي يعرض كل شيء من الخضراوات إلى حقائب اليد، قال باعة إن هذا النظام يلقي إقبالا وإن كان بعض المتسوقين يحبذون التعامل النقدي وبخاصة من هم أقل إلماما بالتكنولوجيا، وقال بائع فاكهة عمره 40 عاما "لم يعد توفير العملات الصغيرة يقلقني.. لكن معظم

الزبائن وبخاصة كبار السن يجدون في التطبيق عناء".

الاستخبارات البريطانية قد "تراقب" التسوق عبر الإنترنت

على صعيد مختلف، حذر خبراء في الإنترنت ونشطاء حقوقيون من أن مشروعات قوانين المراقبة الجديدة في بريطانيا فضفاضة بشكل قد يسمح لأجهزة الاستخبارات بمراقبة الحسابات البنكية للأفراد وأيضا تفاصيل تسوقهم، جاء ذلك في شهادة أدلى بها هؤلاء أمام لجنة من نواب البرلمان البريطاني مكلفة بدراسة مشروع قانون "صلاحيات التحقيق"، ويتضمن مشروع القانون خططا، لتخزين النشاط الشخصي على الإنترنت لكل فرد في بريطانيا، لكن البند الذي لا يعرفه كثيرون هو الذي يسمح للجهات الأمنية بتحميل البيانات الشخصية، من قواعد البيانات المجمعة. بحسب البي بي سي.

ويقول جيم كيلوك، الناشط في مجال الدفاع عن خصوصية الإنترنت، إن مشروع القانون قد يعني على سبيل المثال معرفة تفاصيل كارت التسوق في سلسلة محلات "تيسكو" الشهيرة، وفي وقت سابق من العام الجاري، كُشف الستار عن أنشطة هيئة الاتصالات الحكومية البريطانية، أحد أجهزة الاستخبارات، يحمل كميات هائلة من البيانات الشخصية والمعروفة باسم "قواعد البيانات المجمعة".

"معلومات شخصية"، وترغب وزارة الداخلية البريطانية في وضع قواعد صارمة لتنفيذ القانون، ووعدت بضمانات أقوى ورقابة قضائية على تنفيذه، لكن كيلوك، قال في إفادته أمام لجنة البرلمان إن الأمر يبدو وكأن هناك رقابة جماعية، وأضاف: "ما هي قاعدة البيانات المذكورة؟ وما هي البيانات التي وصلت إليها هيئة الاتصالات الحكومية وجمعتها حتى الآن؟ ومن هم الأشخاص الذين قد يتعرضون لذلك؟، وأردف: "إن الأمر يتعلق بكل شركة أو عمل في البلاد، يدير قاعدة بيانات تتضمن معلومات شخصية بداخلها"، وقال: "من الصعب أن نعرف أين تنتهي حدود المراقبة على قواعد البيانات".

"تجميع النقاط"، ويقول مشروع القانون إن المحققين بحاجة إلى تمكينهم من جمع معلومات "عن

عدد كبير من الأفراد، قد لا يمثل أغلبهم أي أهمية لأجهزة الأمن والاستخبارات"، ومن ثم تحليل المعلومات من "قواعد البيانات" تلك، لتمكين المحققين من "تحديد النقاط في تحقيق ما، والتركيز على أفراد أو منظمات تهدد الأمن القومي"، وسيلزم مشروع القانون الشركات المزودة لخدمة الإنترنت بالاحتفاظ بسجلات أنشطة الإنترنت، للأشخاص الموجودين على أراضي بريطانيا لمدة 12 شهرا، وتؤكد وزارة الداخلية على أن هذه السجلات ستضمن فقط أسماء نطاقات الإنترنت، وليس صفحات الإنترنت الشخصية التي تمت زيارتها.

لكن نشطاء في مجال الدفاع عن الحريات المدنية وخبراء في الإنترنت أخبروا اللجنة، بأنه قد يكون من الصعب استبعاد التفاصيل الشخصية لأنشطة الإنترنت، من عملية البحث التي سيقوم بها المحققون، وحثت شامي تشاكرابارتي، من منظمة ليبرتي الحقوقية، وزارة الداخلية على صياغة "مشروع قانون جديد" لحماية العامة، على ألا يتضمن هذه الصلاحيات الواسعة، وقالت تشاكرابارتي أمام اللجنة: "أعتقد أن اعتراض الأساسي هو أن مشروع القانون يفرض مراقبة جماعية على كل السكان، ويبعدنا عن التقاليد الديمقراطية الراسخة، التي تسمح فقط بمراقبة مستهدفة، مبنية على اشتباه ولأغراض محددة، كما أنه لا يحتوي ضمانات كافية ضد الانتهاكات".

أحدث اتجاهات التسويق الالكتروني لا يمكن إهمالها عام 2019

مع بداية عام 2019 تغيرت اتجاهات التسويق الالكتروني (Trends Marketing Digital) لدرجة لا يمكن معها إهمال هذه الاستراتيجيات التي كانت حتى وقت قريب دربا من الخيال، مثل تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، وتقنية البحث بالصوت والمتكلمين الأذكاء مثل Siri.

اليكم أهم اتجاهات التسويق الالكتروني لعام 2019:

1. الذكاء الاصطناعي (AI):

عاجلا أم آجلا سيسيطر الذكاء الاصطناعي على العالم! أو على الأقل الوظائف التي يمكن تأديتها بسهولة.

يعتبر أحد أهم اتجاهات التسويق الإلكتروني لعام 2019، يعتمد الذكاء الاصطناعي على تحليل سلوكيات وأنماط البحث الذي يقوم به المستخدمين، كما يقوم أيضا بتحليل البيانات من منصات وسائل التواصل الاجتماعي وكذلك التدوينات على أي مدونة، وذلك بغرض مساعدة الشركات وأصحاب الأعمال على فهم الطريقة التي يجد بها المستخدم أو العميل المنتجات أو الخدمات التي يقدمونها على سبيل المثال، هناك بوت خاص بتطبيق رسائل الفيس بوك، ومهمته الرد على العملاء ومساعدتهم بشكل آلي في بعض الحالات الأكثر تعقيدا يقدم الذكاء الاصطناعي معلومات ونصائح للمستخدمين وليس ردود تلقائية فقط، طبقا لإحصائية حديثة، ستحل تقنية الـ Chatbot محل خدمة العملاء بحلول عام 2020، مقارنة بـ 2% فقط عام 2017!، مما يعني أن الشركات التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي خلال 2019، ستتمكن من توفير التكاليف وتسريع النمو، والتقدم على المنافسين

2. بوت الدردشة (Chatbot):

على رأس القائمة أيضا تأتي خدمة "بوت الدردشة"، تستخدم هذه الخدمة تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي لإرسال رسائل فورية، بأي وقت مع عملائك أو زوار موقعك، في ظل تفاعل أكثر من 1.4 مليار شخص مع "بوت الدردشة" chatbots، تعتمد أكثر من 80% من الشركات على هذه التقنية، بحلول عام 2022 ستبلغ قيمة ما توفره هذه التقنية للشركات ما يزيد عن 8 مليارات دولار سنويا، خاصة في قطاعي البنوك والصناعات الطبية يفضل الكثير من العملاء التفاعل مع chatbots لعدة أسباب: سرعة الاستجابة، سرعة الرد على التساؤل (لن يستغرق وقتا في التفكير)، الصبر، البوت لن يفقد أعصابه أو يغضب منك بالطبع، البوت لا ينسى أبدا، لذلك ستجد سجل كامل لكل محادثاتك وعمليات الشراء وأي عملية قمت بها لذلك يقدم الـ chatbot خدمة عملاء متميزة، ملبيا توقعات العملاء بشكل عالي، مما يعني إمكانية توفير وقت لك لتركز على الأعمال الأكثر أهمية كمثل ، تستخدم شركة Uber تكنولوجيا chatbot للتواصل مع العملاء، مما يسهل على العملاء استخدام الخدمة واستئجار السيارات من خلال خدمة chatbot، سواء من التطبيق أو حتى الفيس بوك ماسنجر.

3. الإعلانات البرمجية (Advertising Programmatic):

المقصود بهذا النوع من الإعلانات، الإعلانات التي تستخدم تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي،

حيث يقوم هذا النظام بتحليل البيانات الخاصة بالمستخدمين وبناءا عليها يظهر إعلانك لشريحة محددة من الجمهور بدلا من استهداف العملاء يدويا، تقوم بتحديد هدفك من الحملة، ومن ثم يقوم النظام بإظهار الإعلان للزوار الأكثر ميلا للتفاعل، مما يعني الحصول على مبيعات أكثر وتكلفة أقل للإعلان. هذا النمط سيغير معالم صناعة الإعلانات الرقمية كليا، وفقا لموقع eMarketer حوالي 90% من الإعلانات الرقمية في الولايات المتحدة عام 2020 ستكون "برمجيا"، للإستفادة من من اتجاه التسويق الرقمي في مجال الإعلان بالظهور، اطلع على دليل يحتوى على أهم أسرار نجاح اعلانات الظهور (PPV) للمسوقين بالعمولة للبدء.

4. إضفاء الطابع الشخصي (Personalisation):

إضفاء الطابع على حملاتك التسويقية يعتبر أحد أحدث اتجاهات التسويق الالكتروني وأكثرها أهمية على الإطلاق، إذا كنت تطمح إلى التميز عام 2019، حتما ستحتاج إلى تخصيص رسالتك التسويقية، أي إضفاء الطابع الشخصي على المحتوى والرسائل التي توجهها لتتناسب مع العميل المستهدف مع توفر البيانات التي تسجل سلوك المستهلك، لم يكن تقديم محتوى مخصص بناءا على سلوك العميل أسهل من ذلك، في الواقع، يعتقد 96% من المسوقين أن تخصيص الرسالة التسويقية تقوي العلاقة مع العملاء.

5. التسويق بالفيديو (Marketing Video):

لا يوجد أفضل من هذه الأرقام لتوضيح أهمية إضافة الفيديو لاستراتيجية التسويق الالكتروني عام 2019، يعتبر التسويق بالفيديو أحد أكثر اتجاهات التسويق الالكتروني تأثيرا على الإطلاق

52% من المستهلكين قالوا إن مشاهدة فيديو دعائي لمنتج أو خدمة يعزز من ثقتهم في الشركة

70% من المستخدمين يشاركون الفيديوهات الدعائية للشركات على الانترنت، ويؤكد حوالي 72%

من الشركات أن الفيديو زاد من معدل التحويل لديهم، اكتسبت مقاطع الفيديو المباشرة شعبية كبيرة مؤخراً، ومع انخفاض تكاليف إنشاء مقاطع فيديو بعد انتشار الهواتف الذكية، اتجه المسوقون إلى الاعتماد عليها لإنتاج فيديوهات أكثر حيوية وتأثيراً تعتمد على تصوير أحداث مباشرة يتم عرض هذه الفيديوهات على Youtube أو محركات البحث أيضاً، لذا أصبح تهيئة محركات البحث SEO أكثر أهمية من ذي قبل، طالع هذا الدليل للتعرف على خطوات تهيئة محركات البحث كما أصبحت فيديوهات 360 درجة أكثر إنتشاراً لما تقدمه من تجربة تفاعلية فريدة، وتحريك الصورة لمشاهدة الفيديو من أي زاوية أثناء تشغيل الفيديو.

6. التسويق بإستخدام المؤثرين (Marketing Influencers):

التسويق بالمؤثرين يعتبر نوع من التسويق الشفهي، يعتمد على استخدام الأشخاص المشهورين للترويج لمتابيعهم، بدلا من التسويق المباشر لكل الناس، تدفع للمؤثرين للترويج لمنتجك نيابة عنك استخدام المؤثرين أصبح طريقة تسويقية فعالة للغاية لجذب العملاء، يمكن أن يكون المؤثرون الشخصيات العامة، أو المشاهير على Instagram أو نجوم YouTube كذلك المدونين والصحفيين المشهورين الذين يمكنهم نشر الوعي بعملك أو منتجك من خلال قنواتهم الاجتماعية، ولأن الناس يثقون بآراء المستلكن مثلهم، تستعين بعض الشركات بالجمهور نفسه للترويج، بإعتبارهم مؤثرين أيضاً ولكن أقل شهرة وربما أكثر فاعلية من الشخصيات المشهورة.

7. البحث المرئي (Search Visual):

البحث بالصورة أعطى لتجربة المستخدم مستوى جديد لم يكن يحلم به أحداً من قبل، مع البحث بالصورة يمكن للمستخدم رفع صورته والعثور على نتائج بحث أكثر دقة باستخدام هذه الصورة، ولم يكن مفاجئاً أن يأخذ موقع بينترست الشهير المتخصص في الصور البحث باستخدام الصور لمستوى آخر تماماً، لقد قاموا بابتكار Lens وهي أداة بحث جديدة تسمح للمستخدمين بتحديد منتجات داخل الصور، ومن ثم معرفة أين يمكن شراءها عبر الانترنت، او حتى مشاهدة منتجات مشابهة لها، أليس هذا رائعاً؟ بالطبع بينترست ليس الموقع الوحيد الذي يستخدم بالبحث بالصورة فعملاق البحث الشهير جوجل لديه أيضاً تقنية جوجل لينس، وهي عبارة عن محرك بحث صوري

يعمل بواسطة جوجل يستطيع التعرف داخل الصور على الأشكال، والمناطق من خلال تطبيق يستخدم الكاميرا (يعمل حالياً فقط على تليفونات بيكسل التي تنتجها جوجل بشكل حصري)

فإذا قمت بأخذ صورة: ١- بطاقة عمل شخصية : يمكنك حفظ الرقم والعنوان والاسم المكتوب عليها كجهة اتصال على هاتفك.

٢- كتاب : تستطيع معرفة آراء الناس حوله وتقييمه ومعلومات أخرى عنه.

٣- رسمة في متحف: ستعرف معلومات عنها .. كتاريخها أو اسم صانعها الخ.

وهناك تطبيق اسمه كام فايند وهو محرك بحث بالصور ايضاً، يمكن المستخدمين من البحث باستخدام الصور من خلال هواتفهم المحمولة ببساطة قم بتصوير أي شيئاً وسيقوم التطبيق بالبحث عنه واخبارك بمعلومات مفيدة حوله، فإذا قمت بتصوير غلاف لفيلم سيخبرك باسمه ومواعيد عرضه في السينمات ومعلومات كثيرة ومثيره حوله، ويمكنك ايضاً البحث عن الصور المشابهة لمنهج تريد شراءه ومقارنة الأسعار بشكل رائع.

يستطيع المسوقين الاستفادة من تقنية البحث بالصور من خلال توفير مقارنات بين المنتجات عند الشركات المنافسة وتقديمها كمعلومات مفيدة للعملاء.

8. بحث الصوت و المتكلمين الأذكياء (Speakers Smart and Search Voice):

مثل Siri يا Siri، ما هي حالة الطقس اليوم؟، أصبح البحث الصوتي من أهم طرق البحث حالياً للمستخدمين، ولذلك يجب على المسوقين إعادة النظر في تضمينه كجزء من استراتيجيات التسويق الالكتروني عام 2019، إليك بعض الإحصائيات لتوضيح أهمية البحث بالصوت:

ستصل نسبة عمليات البحث الصوتي إلى 50% من جميع عمليات البحث بحلول عام 2020، حالياً وصلت عمليات البحث الصوتي على Google إلى 20% من إجمالي عمليات البحث

أيضا محرك بحث Bing وصلت عمليات البحث الصوتي عليه إلى 25% من عمليات البحث، يعتبر البحث الصوتي من اتجاهات التسويق الالكتروني التي سيظهر تأثيرها هذا العام على مجال الاعلانات، حيث أنه من المتوقع أن تقوم Google بإدراج البحث الصوتي كجزء من خدمة الإعلانات قريبا.

9. تطبيقات المراسلة الإجتماعية (Apps Messaging Social):

هل تعتقد أن تطبيقات المراسلة الإجتماعية مصممة فقط لإرسال الرسائل للأصدقاء؟، يبلغ عدد مستخدمي تطبيق Messenger Facebook تقريبا 1.3 مليار شهريا، ويتم إرسال أكثر من 2 مليار رسالة بين المستخدمين كل شهر على نفس التطبيق، تطبيق WhatsApp وصل إلى 1.3 مليار مستخدم شهريا، بمعدل 55 مليار رسالة يومية بين المستخدمين، تدل هذه الإحصائيات على ارتفاع شعبية تطبيقات المراسلة لأغراض ربحية، لزيادة عدد المستخدمين الذين يقضون وقتا أطول في تبادل الرسائل فيما بينهم، ولذلك فإنه من المنطقي أن تعتمد عليها لتسويق خدمات شركتك في هذه القنوات، وهذه الطريقة مفيدة جدا في التواصل مباشرة مع العملاء، مع العلم أنها تختلف عن (Chatbots).

10. قصص التواصل الاجتماعي (Stories Media Social):

بعد ارتفاع شعبية "قصص التواصل الاجتماعي"، أصبح من الضروري جدا للمسوقين دراسة هذه الإستراتيجية في التسويق الالكتروني، وتعد من أفضل الحملات الإعلانية على مواقع التواصل الاجتماعي ربحا حتى الآن في جانب بناء الوعي بالعلامة التجارية التي تروج لها أول تطبيق إبتكر هذا المفهوم "Snapchat"، وبعد ذلك قامت العديد من التطبيقات والمواقع بتقليد الفكرة على منصاتها وبما أن مدة القصة 24 ساعة ثم تختفي بعدها، فإنها تعد فرصة للمسوقين للإستفادة من مبدأ "خوف العميل من فقد الفرصة" وبالتالي تزيد من تفاعل العميل مع القصة أو العرض قبل أن يختفي.