

دليلك للبدء في مجال التجارة الإلكترونية

إليك دليل مبسط للبدء
في مجال التجارة الإلكترونية

إصدار السجل التجاري

يتطلب البدء بالتجارة الإلكترونية التسجيل في الهيئات الحكومية من خلال تسجيل المشروع التجاري الإلكتروني في وزارة التجارة السعودية والحصول على الرخصة التجارية اللازمة لمزاولة الأعمال التجارية

يتطلب إصدار سجل تجاري إلكتروني اتباع الخطوات الآتية :

1. الدخول إلى منصة المركز السعودي للأعمال
2. تسجيل الدخول عن طريق حساب الموقع الإلكتروني أو النفاذ الوطني
3. إدخال بيانات المؤسسة
4. تحديد مقدم الطلب: مالك، مؤسسة، أو مفوض
5. تحديد نوع الاسم التجاري
6. اختيار نوع المنشأة والنشاط في الاسم التجاري
7. تعبئة بيانات السجل والسنة المالية
8. تعبئة العنوان وبيانات الاتصال
9. الإقرار بصحة البيانات المدخلة
10. الضغط على تقديم الطلب

إليك فيديو توضيحي من وزارة التجارة بالخطوات "سجلك التجاري في 180 ثانية"

شروط وزارة التجارة السعودية لاستخراج سجل تجاري إلكتروني في المملكة:

1. ألا يقل العمر عن 18 سنة
2. ألا يكون المالك موظفاً حكومياً
3. ألا يقل رأس المال عن 5000 ريال

بدون استيفاء هذه الشروط لن يتمكن التاجر من ممارسة نشاطه التجاري الإلكتروني داخل المملكة

إليك كل ما يتعلق بالمتطلبات الحكومية في مجال التجارة الإلكترونية

قد يكون هناك متطلبات أخرى مثل الحصول على رقم ضريبة القيمة المضافة (VAT) إذا كنت تنوي بيع المنتجات المشمولة بالضريبة من هيئة الزكاة والضريبة والجمارك

تحليل نقاط القوة والضعف

دراسة سوق التجارة الإلكترونية وتحليل نقاط القوة والضعف فيها، وتحديد المنتجات أو الفئات التي يمكنك بيعها وتتضمن عدة خطوات:

دراسة السوق:

من خلال فهم ماهية سوق التجارة الإلكترونية وكيفية عملها، ودراسة السوق تشمل فهم المنافسة، والاتجاهات الحالية، واحتياجات العملاء، والتحديات التي قد تواجهك

تحديد الفرص:

بعد دراسة السوق، حدد الفرص التي يمكن أن تكون متاحة لك في هذا السوق، هل هناك فجوات في السوق يمكنك ملؤها؟ هل يمكنك تقديم منتجات أو خدمات جديدة أو محسنة؟

تحليل المنافسة:

دراسة المنافسين في السوق لفهم المنتجات التي يقدمونها وكيفية تسويقها، ويمكن أن يساعد ذلك في تحديد الطرق التي يمكنك أن تبرز بها أو تتميز بها عن منافسيك

تحديد الفئات أو المنتجات:

اعتمادًا على الفرص التي تم تحديدها ودراسة المنافسة؛ حدد الفئات أو المنتجات التي ترغب في بيعها في متجرك الإلكتروني

البحث والتجربة:

لا تتردد في البحث وتجربة مختلف الفئات والمنتجات، ويمكنك البدء بتجربة منتجات قليلة للتحقق من استجابة السوق قبل الاستثمار في كميات كبيرة

التحليل والتعديل:

بناءً على تجربتك وتحليل البيانات، قيّم أداء المنتجات واستجابة العملاء لها، وإجراء التعديلات اللازمة إذا لزم الأمر

التسويق والترويج:

بمجرد تحديد المنتجات، يتم وضع استراتيجيات تسويقية لجذب العملاء وزيادة المبيعات، مثل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والإعلان عبر الإنترنت عن المنتجات و الخدمات الجديدة

باستخدام هذه الخطوات البسيطة، يمكن للمبتدئين الدخول إلى عالم التجارة الإلكترونية بثقة وبدء مشروعهم بنجاح

اختيار المنصة الإلكترونية

يمكن تقسيم اختيار المنصة الإلكترونية إلى نوعين رئيسيين

متجر إلكتروني (Online Store):

2 هذا النوع من المنصات يسمح للبائعين بإنشاء متاجرهم الإلكترونية الخاصة، حيث يمكنهم عرض منتجاتهم وبيعها مباشرة من خلال الموقع الإلكتروني الخاص بهم، ويتضمن ذلك استخدام منصات إنشاء المتاجر الإلكترونية، حيث يتم تخصيص المتجر وتصميمه بالكامل وفقاً لاحتياجات وأهداف البائع

عند اختيار المنصة المناسبة، يجب النظر في العوامل مثل التكلفة، وسهولة الاستخدام، والتخصيص والتسويق، والدعم الفني، وغيرها من العوامل التي قد تؤثر على نجاح تجارتك الإلكترونية

سوق إلكتروني (Marketplace):

1 هذا النوع من المنصات يتيح للبائعين عرض منتجاتهم في سوق مشترك يديره الموقع الإلكتروني على سبيل المثال، مواقع مثل أمازون وإيباي هي أمثلة على سوق إلكتروني، البائعون يقومون بإنشاء حسابات لبيع منتجاتهم في هذه المنصة، فوائده

◀ وجود شريحة كبيرة من العملاء المحتملين: يمكن للبائعين الوصول إلى جمهور واسع من العملاء المحتملين الذين يتصفحون الموقع بحثاً عن منتجات محددة

◀ التسويق المشترك: يقوم الموقع بترويج المنتجات والعلامات التجارية للبائعين عبر حملات تسويقية مشتركة مما يزيد من رؤية المنتجات ويزيد من فرص البيع

◀ إدارة العمليات: يقدم الموقع الإلكتروني خدمات إدارة العمليات مثل معالجة الطلبات وإدارة المخزون والشحن، مما يسهل على البائعين تسيير أعمالهم بكفاءة

يتطلب إنشاء متجر إلكتروني:

1. التسجيل والاشتراك:

- ◀ التسجيل وإنشاء حساب على المنصة المختارة
- ◀ اتباع الخطوات المطلوبة لاستكمال عملية الاشتراك وإعداد المتجر الإلكتروني الأساسي

2. عمل تصميم مخصص للمتجر الإلكتروني:

- ◀ عمل تصميم مخصص للمتجر الإلكتروني يعتبر جزءاً مهماً لإبراز هوية العلامة التجارية وجذب انتباه العملاء

إليك بعض النصائح لعمل تصميم مخصص للمتجر الإلكتروني:

تخصيص الألوان والخطوط

- ◀ اختيار ألوان تعكس هوية العلامة التجارية وتكون جذابة للعملاء

- ◀ استخدام خطوط سهلة القراءة وتناسب طابع العلامة التجارية

اختيار القالب المناسب

- ◀ اختيار قالب للمتجر الإلكتروني بحيث يتناسب مع نوع المنتجات أو الخدمات المباعة

- ◀ التحقق من أن القالب يدعم الميزات التي تحتاجها، مثل عرض المنتجات بشكل جذاب وتوفير عملية شراء سلسلة

إضافة شعار العلامة التجارية

- ◀ تحميل شعار العلامة التجارية ووضعه في مكان بارز في المتجر الإلكتروني
- ◀ ضبط ألوان الشعار لتتوافق مع باقي تصميم المتجر

تخطيط الصفحات

- تخطيط الصفحات بطريقة منظمة وسهلة الاستخدام
- نصائح لإعداد تخطيط الصفحات بطريقة فعالة:

تحليل المنتجات

- تحليل وتصنيف المنتجات أو الخدمات المقدمة وتحديد فئات رئيسية مناسبة
- جمع المنتجات حسب النوع، والفئة والاستخدام، والعلامة التجارية أو أي معيار يناسب نوع العمل

القائمة الرئيسية

- إنشاء قائمة رئيسية مرئية وواضحة في الأعلى أو على الجانب الأيمن من المتجر الإلكتروني
- الأخذ بالاعتبار وضوح العناصر الموجودة في القائمة وترتيبها بشكل منطقي

الفئات الفرعية

- تحديد الفئات الفرعية أو القوائم الفرعية التي تتناسب مع الفئات الرئيسية
- استخدام هيكل تسلسلي للفئات الفرعية؛ لتسهيل تصفح العملاء والوصول إلى المنتجات المناسبة بسهولة

تنظيم العناصر

- ترتيب المنتجات أو الخدمات ضمن الفئات بطريقة منظمة ومنطقية
- استخدام تسميات واضحة ووصف مختصر لكل عنصر للمساعدة في تحديد محتوى القسم

البحث والتصفية

- تقديم خيارات بحث مرنة تسمح للعملاء بالعثور على المنتجات بسرعة عن طريق الكلمات الرئيسية أو المرشحات الفرعية
- تضمين خيارات للتصفية مثل السعر، والحجم، واللون أو أي خاصية أخرى تساعد العملاء على تحديد متطلباتهم بشكل محدد

الروابط والتنقل

- التأكد من أن روابط القوائم والفئات سليمة وقابلة للنقر، وتوجه العملاء إلى الصفحات المطلوبة بسهولة
- توفير وسائل للتنقل السريع مثل قائمة إسقاطية، أو شريط جانبي للمساعدة في التنقل السريع بين الفئات

التحديث المستمر

- تعديل القوائم والفئات بانتظام بناءً على تغيرات مجموعة المنتجات الخاصة بك
- تقييم القوائم والفئات بانتظام والاستماع إلى تعليقات العملاء لتحسين تجربة التصفح

استخدام الصور بشكل فعال

- 5 < استخدام صور عالية الجودة للمنتجات أو الخدمات لجذب انتباه العملاء
- < تحسين الصور لتحميلها بسرعة عالية وضمان عرضها بجودة عالية

إضافة عناصر التوثيق الاجتماعي

- 6 < إضافة أزرار وروابط لحسابات وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بالعلامة التجارية
- < يمكن لهذه العناصر أن تساعد في التواصل مع العملاء وبناء الثقة

الاهتمام بتجربة المستخدم

- 7 < التأكد من أن التصميم سهل الاستخدام ويوفر تجربة مريحة للعملاء
- < التأكد من تناسق التصميم عبر جميع الصفحات والأجهزة المختلفة

تصميم متوافق مع شاشات الهواتف المحمولة

- 8 < التأكد من أن المتجر الإلكتروني يعمل بشكل سلس على الهواتف المحمولة والأجهزة اللوحية
- < ضمان تصميم متجاوب يتكيف مع مختلف أحجام الشاشات

اختبار التصميم

- 9 < قبل إطلاق المتجر الإلكتروني، يُنصح بإجراء اختبارات للتصميم؛ للتأكد من جودته وسهولة استخدامه، كما يمكنك طلب الملاحظات من المستخدمين المحتملين أو إجراء اختبارات تجريبية للتحقق من تجربة المستخدم وتحسينها قبل الإطلاق الفعلي

التحديث المستمر

- 10 < بعد إطلاق المتجر الإلكتروني، يجب مراقبة أداء التصميم وتحليل بيانات المستخدمين لفهم سلوكهم وتحديث التصميم وفقاً لذلك
- < الاستماع إلى تعليقات العملاء والاستجابة لها من خلال التحسينات التصميمية المستمرة

3. تكوين نظام الدفع:

- ◀ البحث عن خيارات الدفع المتاحة من خلال الدفع عن طريق الهاتف والتحويل البنكي، وخدمات تقسيط الدفعات
- ◀ قبل تشغيل نظام الدفع، يُنصح بإجراء اختبارات شاملة للتأكد من أنه يعمل بشكل صحيح ومتكامل مع المتجر الإلكتروني

4. تكوين نظام الشحن:

- ◀ تحديد خيارات الشحن المتاحة والأسعار المناسبة لها
- توضيح نظام الشحن على المتجر الإلكتروني وتحديد طرق الشحن المتاحة وتكاليف الشحن

5. إضافة صفحات إضافية:

- ◀ إنشاء صفحات إضافية على المتجر الإلكتروني مثل صفحة "من نحن" و صفحة "اتصل بنا" و صفحة سياسة الخصوصية
- تعبئة المحتوى المناسب لكل صفحة، مثل معلومات الشركة وبيانات الاتصال وسياسة الخصوصية

6. اختبار المتجر الإلكتروني:

- ◀ إجراء اختبار شامل للمتجر الإلكتروني للتأكد من سلامة وسلاسة عملية الشراء والدفع والشحن والتأكد من أن جميع الروابط والأزرار تعمل بشكل صحيح وأن الصفحات تظهر بشكل صحيح على مختلف الأجهزة والمتصفحات

7. متابعة وتحسين المتجر الإلكتروني:

- ◀ مراقبة أداء المتجر الإلكتروني لفهم سلوك العملاء وتحسين التحويلات باستخدام أدوات التحليل المتاحة، وتعني تحسين التحويلات زيادة عدد الزوار الذين يقومون بإجراء عمليات تحويل داخل المتجر الإلكتروني، مثل الشراء أو التسجيل في النشرة الإخبارية أو غير، وذلك من خلال تحسين تجربة المستخدم وتحسين محتوى الموقع واستراتيجيات التسويق وعوامل أخرى، ويهدف تحسين التحويلات إلى زيادة نسبة تحويل الكثير من الزوار إلى عملاء أو مشتريين، وبالتالي زيادة الإيرادات المالية وتحسين أداء المتجر الإلكتروني
- ◀ الاستماع إلى ملاحظات العملاء والاستجابة لها بشكل مناسب؛ لتحسين تجربة التسوق ورضا العملاء

إدارة العمليات

- ◀ تتبع المبيعات وإدارة المخزون بشكل فعال
- ◀ الحرص على توفير خدمة عملاء ممتازة من خلال الرد على استفسارات العملاء ومعالجة المشكلات بسرعة

التسويق الإلكتروني يمكن أن يتم من خلال الاتفاق مع شركات التسويق إذا كان لديك رأس مال جيد وتفضل تكليف العمل إلى شركات متخصصة لإدارة حملات التسويق الخاصة بك، ومن جهة أخرى، يمكن أن يتم التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل مستقل إذا كنت ترغب في إدارة حملاتك بنفسك وتملك مهارات وخبرة في هذا المجال، وتختلف الإستراتيجية المناسبة حسب احتياجات وأهداف العمل والميزانية المتاحة

للقيام بحملة ترويجية على منصة سناب شات، يمكنك اتباع الخطوات التالية:

- 1. إنشاء حساب إعلاني على سناب شات**
قم بزيارة [موقع الإعلانات](#) على سناب شات وإنشاء حساب إعلاني
- 2. إنشاء الإعلان**
قم بإنشاء الإعلان بحسب الشكل الذي تفضله، سواء كان صورة، فيديو، أو إعلان متحرك
- 3. تحديد المواقع الإعلانية**
حدد المواقع التي ترغب في عرض الإعلان عليها، في تطبيق سناب شات، مثل القصص (الستوريز) أو قسم اكتشاف
- 4. تحديد هدف الحملة الترويجية**
حدد الغرض من حملتك الإعلانية، سواء كان زيادة الوعي بالعلامة التجارية، زيادة المبيعات، زيادة عدد التطبيقات المثبتة إلخ
- 5. تحديد ميزانية الإعلان**
حدد المبلغ الذي ترغب في استثماره في الإعلان على سناب شات
- 6. مراقبة الأداء وتحليل البيانات**
بمجرد بدء الإعلان، قم بمراقبة أدائه واستخدم تقارير سناب شات لتحليل بيانات الإعلان وقياس كفاءته
- 7. اختيار الجمهور المستهدف**
استخدم خيارات استهداف سناب شات لتحديد الجمهور المناسب لإعلانك بناءً على العمر، الجنس، الموقع الجغرافي، الاهتمامات، والسلوكيات
- 8. تحديد مدة عرض الإعلان**
حدد مدة عرض الإعلان على سناب شات، سواء كانت لعدد معين من الأيام أو حتى تاريخ معين
- 9. تحسين الإعلانات**
باستخدام البيانات المتاحة، قم بتحسين الإعلانات القائمة لزيادة كفاءتها وتحقيق النتائج المرجوة

باستخدام هذه الخطوات، يمكنك إطلاق حملة ترويجية فعّالة على سناب شات للوصول إلى الجمهور المستهدف وتحقيق الأهداف التسويقية

للإعلان على منصة تيك توك قم بإنشاء حساب إعلانات بزيارة [TikTok](#) منصة إعلانات واتبع الخطوات المذكورة سابقاً

للإعلان على منصة إنستغرام، إذا لم يكن لديك حساب تجاري بعد، قم بتحويل حسابك الحالي إلى حساب تجاري أو قم بإنشاء حساب تجاري جديد، واتبع الخطوات المذكورة سابقاً

للإعلان على منصة إكس، قم بالتسجيل في [منصة إعلانات X](#) واتبع الخطوات المذكورة سابقاً

توسيع نطاق العمل

- ◀ الاستهداف بفروع جديدة، وإضافة خدمة الشحن الدولي
- ◀ الاستفادة من التحليلات والبيانات لتحديد الفرص الجديدة وتحسين أداء المتجر الإلكتروني
- ◀ توسيع نطاق العمل بالشراكات مع الجهات الأخرى، ويعني إقامة تعاون وشراكة مع شركات أو منظمات أخرى بهدف تحقيق فوائد متبادلة، وتوسيع النطاق الجغرافي، أو العملاء، أو المنتجات المقدمة

هذه هي الخطوات الأساسية للبدء في مجال التجارة الإلكترونية، كما يجب الاستمرار في التعلم والتطوير ومتابعة التغييرات في سوق التجارة الإلكترونية لتحقيق النجاح