

## النمو والتدهور الرقمي

# رؤى وأفكار

مع تحفيز «كوفيد-19» المتسوقين لتبني العادات الرقمية، أصبح الكثير منهم يتوقعون استلام كل شيء عند باب المنزل، من العناصر الأساسية إلى الكماليات وقطع الموضة

في حين أن الوباء قد أدى بالفعل إلى نمو التجارة الإلكترونية والمدفوعات الرقمية، فإن أبناء جنوب شرق آسيا كانوا بالأساس أكثر مستخدمي الإنترنت عبر الهاتف المحمول في العالم حتى قبل الأزمة. ولا يزال اقتصاد الإنترنت في المنطقة، وقيمه 100 مليار دولار، في طريقه للنمو

تلقت علامات الأزياء التجارية الشهيرة ضربة كبيرة بسبب الإغلاق الذي فرضه الوباء في جميع أنحاء العالم. ستغلق «زارا»، على سبيل المثال، 1200 متجر وتخطط لتحويل مبيعاتها عبر الإنترنت على مدار العامين المقبلين

ومع ذلك، وبالرغم من الركود العالمي، شهدت منصات التجارة الإلكترونية في سنغافورة نمواً عالياً بنسبة 23% في زيارات الويب في النصف الأول من عام 2020

من الواضح أن التحول إلى الإنترنت هو الطريق الصحيح إلى الأمام. وبالنسبة للبائعين الافتراضيين، تعد البيانات التي تتنبأ باحتياجات المستهلك من أهم أدوات نجاح التسويق الإلكتروني. ولكن التحدي الأكبر الذي تواجهه الشركات الآن هو أن تتميز في هذه البيئة المزدهمة

ولجعل الأمور أكثر صعوبة، فرض الوباء أيضاً تعقيدات على بعض جوانب التجارة الإلكترونية التي كانت راسخة في السابق. حيث لم يعد تغيير العادات يقتصر على كيفية اكتشاف المتسوقين للسلع الجديدة فحسب، بل أيضاً على كيفية اختيارهم للدفع مقابلها. فوفقاً لدراسة حديثة، أجرى 78% من المستهلكين تغييرات على الطريقة التي يدفعون بها مقابل مشترياتهم، وتسارعوا نحو المدفوعات الرقمية بدون تلامس. بمساعدة مجموعات متنوعة من المنصات مثل «أبل باي» و«جوجل باي» و«أليباي». تعمل اليوم المحافظ الرقمية كمحور مركزي للعلامات التجارية الكبرى لتحديد رحلات الشراء الكاملة لعمليات العملاء، وجمع بيانات الدفع وتحليل الرؤى من خلال الوصول إلى معلومات البيع التفصيلية.

وفقاً لأبحاث «فيزا» للدفع الإلكتروني، جرب أكثر من ثلثي الشركات الصغيرة نهجاً جديداً لإبقاء أعمالها على المسار الصحيح منذ ظهور «كوفيد-19». وبدأ ما يقرب من الثلث في القيام بإعلانات مستهدفة على وسائل التواصل الاجتماعي، متبوعة بعمليات بيع المنتجات أو الخدمات عبر الإنترنت وتقديم خدمة التوصيل إلى المنازل.

قاد الوباء التحول الرقمي للشركات بدلاً من الرؤساء التنفيذيين. وعلى رواد الأعمال أن يدركوا أن هناك العديد من الإجراءات الفورية التي يمكنهم القيام بها لبدء أعمال مرنة ومقاومة للأوبئة.

ومع زيادة الوعي بعوامل النمو والتدهور، سيتمكن أصحاب الشركات والأعمال من النمو رقمياً والتغلب على العاصفة.

(تيك إن آسيا)