

## سيلزفورس: 61% من المستهلكين ينجحون للتسوق الرقمي بالأعوام المقبلة



دبي - «الخليج»

سارعت الكثير من شركات التجزئة إلى نقل أنشطة مبيعاتها من المتاجر التقليدية إلى الإنترنت، استجابة لتأثيرات الجائحة. وترافق هذا التحول نحو العالم الرقمي مع ظهور فرص قوية في مجال التسويق الإلكتروني؛ حيث شهدت السنوات القليلة الماضية، ازدياد أهمية دور وسائل التواصل الاجتماعي في قطاع التجزئة. وفي الواقع، تشير التقديرات إلى أن 1 من 10 مشتريات تتم اليوم عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مما يدل على تراجع موقع تجارة التجزئة التقليدية أمام نقاط الشراء الرقمية الحديثة.

وكشفت نتائج تقرير حالة «المستهلك المتصل» عن تفضيل 55 في المئة من المستهلكين للقنوات الرقمية من أجل التفاعل مع العلامات التجارية، وتقفز هذه النسبة إلى 65 في المئة بين المستهلكين الشباب من جيل «زد». وسمحت وسائل التواصل الاجتماعي للشركات من مختلف الأحجام بالوصول إلى جماهير جديدة، وزيادة أعداد

متابعتها، ورفع إيراداتها عبر الإنترنت. وسيبقى هذا التوجه يحافظ على زخمه، حيث 61 في المئة من المتعاملين والمستهلكين يخططون للتسوق أكثر عبر وسائل التواصل الاجتماعي خلال السنوات الثلاث القادمة وفقاً لنتائج التقرير الخامس من «سيلزفورس» عن حالة «المستهلك المتصل».

علاوة على ذلك، أظهر التقرير أن 56 في المئة من المستهلكين يتسوقون أكثر اليوم عبر وسائل التواصل الاجتماعي مقارنة بالعام الماضي. ويسلط هذا التحول في عادات التسوق الضوء على أهمية وسائل التواصل الاجتماعي كونها تعد مصدراً متنامياً لحركة مرور المتسوقين وزيادة إيرادات الشركات العاملة عبر الإنترنت؛ حيث أصبحت هذه الوسائل مستخدمة على نطاق واسع كأدوات لزيادة الأرباح.

ويتعين على شركات التجزئة المتطلعة للمستقبل أن تتأكد من تعزيز استثماراتها الرقمية، لضمان قدرة أعمالها على مواكبة المستقبل. لكن هناك نحو 45 في المئة من مديري قطاع التجارة يشعرون بعدم جاهزيتهم للمضي قدماً على طريق الاستفادة من القنوات الرقمية الناشئة مثل الميتافيرس وتيك توك وواجهات المتاجر الاجتماعية الحديثة عبر الإنترنت.

"حقوق النشر محفوظة" لصحيفة الخليج. © 2024