

## المستخلص

إن التطورات الاخيرة التي شهدتها تقانة المعلومات و الاتصالات خلقت إمكانيات جديدة لممارسة الاعمال التجارية و كيفية تواصل الشركات و عملائها، و نتيجة لهذا التطور التقني الكبير أصبح هنالك الكثير من القنوات التي تمكن من عملية الاتصال و نقل المعلومة بين الشركات و عملائها .

الغرض من هذا البحث فهم دور قنوات التواصل الإلكتروني مثل البريد الإلكتروني و الرسائل النصية القصيرة، و مراكز الخدمة و مواقع التواصل الاجتماعي في رفع كفاءة التسويق، حيث تفترض الدراسة أن إستخدام قنوات التواصل الإلكترونية لها أثر كبير في خفض تكلفة الإتصال بين الشركة و عملائها و كذلك لها أثر في خفض كثير من نفقات الشركة و الذي يؤدي بدوره الي رفع كفاءة التسويق من خلالها.

و للتحقق من هذه الفرضيات تم إستخدام الإستبيان ، حيث إستتدت الدراسة علي توزيع إستبيان على عدد من الشركات التي تستخدم هذه القنوات في عملية التسويق و إستبان تم توزيعه على عدد من العملاء لمعرفة مدى تفاعل العملاء للتواصل من خلال هذه القنوات.

بعد جمع المعلومات من الإستبيان تم إستخدام حزمة الإحصاء التطبيقي (SPSS) لإستخلاص النتائج و التقارير المتعلقة بالبحث و قد أشارت النتائج الرئيسييه للبحث أن إستخدام القنوات الإلكترونية ساهم كثيراً في الاتي:

- 1- نقل المعلومة بطريقة سهلة و بسيطة بين الشركة و عملائها.
- 2- ساعد كثيراً في جذب العملاء للشركات من جميع أنحاء العالم.
- 3- ساعد كثيراً في كسب رضاء العملاء.
- 4- ساعد الشركة على خفض الكثير من نفقاتها.