

العميل سيد الموقف

إما أن تدخل إلى الإنترنت .. أو تخرج من السوق
تأليف: باتريشيا سيبولد

مفارقات:

- مهما يكن حجم أعمالك أو طبيعة نشاطك، ففي مكان ما من هذا العالم، توجد **طلقة توشك أن تنطلق**. على هذه الطلقة مكتوب اسمك أو اسم شركتك. فهناك منافس في مكان ما من هذا العالم يتحضر لاجتياح أسواقك.
- هذا المنافس لا يستهدف خدماتك أو منتجاتك، بل سيلغي الطريقة التي تعمل بها الآن، لأنه بطرح **نمطا جديدا في إدارة الأعمال** لم يكن معروفا أو حتى متخيلا قبل ثلاث أو أربع سنوات.
- المنافسة القادمة ستكون بين **نماذج أعمال يلغي بعضها .. بعضا**. فالخطر لا يكمن في عدم كفاءة نمطك الإداري، أو في غياب استراتيجيتك أو عدم فعاليتك، بل **في عدم انتماء نموذجك الإداري للعصر**، أو لعالم أعمال الغد.
- نموذج الأعمال الجديد لم يستقر على اسم واحد بعد. فتارة يسمى: **"التجارة الإلكترونية"**، وتارة أخرى يسمى **"الأعمال الإلكترونية"**، وهناك من أطلقوا عليه مؤخرا اسم **"المنظمة الإلكترونية"**.
- في الخمسينيات والستينيات كان المستهلك يذهب إلى الشارع التجاري الرئيسي في المدينة ليشتري احتياجاته. ثم ظهرت المراكز والمعارض التجارية العملاقة في السبعينيات والثمانينيات فسحبت العملاء من الشوارع التجارية التقليدية في قلب المدن إلى

