

ممرضة إلكترونية هندية!

ولعل الهند استطاعت توظيف الإنترنت في توفير فرص عمل للممرضات من خلال منظومة كاملة للطب عن بعد، وهي تعتمد على إدماج تكنولوجيا البرمجة المتقدمة مع الهواتف المحمولة؛ حيث قام المبرمجون بما يمكن أن يوصف بنظام خبير مبسط في عمليات التشخيص ووصف العلاج وتقديم الرعاية الصحية. ويتم تحميل هذا النظام على حاسب آلي موجود لدى المستشفيات أو مراكز الرعاية الصحية في المدن، ويرتبط بشبكة للتليفون المحمول عبر بوابة اتصال خاصة.

ويجري التعامل مع النظام من خلال تليفون جوال تحمله إحدى الممرضات التي تقوم بزيارة أو استقبال المرضى من المدينة أو من التجمع السكني لتقوم بإبلاغ أعراض المرض من خلال واجهة تعامل تستخدم رسومات توضيحية وقوائم اختيار سهلة تظهر على الشاشة في الهاتف المحمول، وتحوّل إلى رسائل قصيرة ترسل تلقائياً إلى الأطباء في المستشفى أو مركز الرعاية الصحية الذي يقوم بعملية التشخيص، ووصف العلاج وإرسال الروشنة تلقائياً عبر شبكة المحمول إلى أقرب صيدلية مركزية، والتي ترسل الدواء إلى المرضى عن طريق ساعي بريد متنقل بدراجة بخارية. هكذا تمكنت الهند من تحقيق مزايا متعددة باستخدام الطب عن بعد مع توفير فرص عمل للمريض والأطباء والقائمين بأعمال معاونة في توصيل الدواء.

وليس الهند وحدها، فالتقارير الدولية تشير إلى الإنترنت ودورها في اقتصاد المعرفة؛ وهو ما أدى إلى توليد فرص عمل في الولايات المتحدة الأمريكية تزيد على ثلاثة ملايين فرصة عمل، بما يوازي نصف عمالة صناعة العقارات.

وتوضح التقارير أن الإنترنت ساهمت في زيادة حجم التجارة الإلكترونية ما بين الشركات وبعضها البعض من 1.2 تريليون دولار عام 1999 إلى 10 تريليونات دولار عام 2004، كما زاد حجم هذه التجارة بين الشركات والمستهلك من 95 مليار دولار إلى 223 مليار دولار خلال نفس الفترة.

وهكذا نجد أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وارتباطها بالإنترنت تعتبر عاملاً مهماً في تحقيق اقتصاد المعرفة، وتوفير فرص العمل لشباب الخريجين من المدارس والمعاهد والجامعات في شتى مجالات النشاط الاقتصادي والاجتماعي والإداري ما بين التجارة الإلكترونية، والحكومة الإلكترونية، والخدمات التعليمية والعلاجية والإعلام والثقافة والفنون وغيرها، وهو ما ينبه إلى أهمية التوسع في إنشاء نقاط التعامل بواسطة الإنترنت في كافة هذه المجالات لتوليد فرص عمل جديدة ومتزايدة سنوياً.

استثمر بريدك الإلكتروني

لم يعد البريد الإلكتروني مجرد وسيلة للتواصل السريع بين الأفراد، بل إن الكثير من الناس بشكل فردي وكذلك الشركات يستثمرونه في التسويق لمنتجاتهم، سواء أكانت مادية أم خدمية بسبب قدرته على توصيل رسائل إلى ملايين الأشخاص؛ وهو ما يخلق سوقاً واسعة للمنتج.

بل إن هناك شركات تخصص نشاطها في التسويق بهذا البريد (الإيميل) أو يبعه لمساعدة شركات أخرى على التسويق لمنتجاتها.. فما قصة التسويق بالبريد الإلكتروني، وما الشروط الضرورية لكي تقدم خدمة تسويق ناجحة من خلاله؟

مميزات البريد

يمكن القول إن التسويق بالبريد الإلكتروني عبارة عن رسالة يقوم بإرسالها أي فرد أو شركة إلى أي شخص من خلال شبكة الإنترنت بغرض تسويق منتجاتها.

وأهم ما يميز هذا البريد السرعة التي لا يتمتع بها مستخدم البريد العادي، كما أنه أقل تطفلا من المكالمات التليفونية كأسلوب لمعرفة عملاء جدد، ويعتبر أيضا أكثر تفاعلية من الأوراق التقليدية، ولا ينقل البريد الإلكتروني العواطف وعدم القدرة على التصرف التي يتعرض لها بعض مندوبي المبيعات، ومن خلال استخدام البريد في التسوق الإلكتروني يتم القضاء على فروق الزمان والمكان.

ووفقا لتقارير نشرتها مجموعة (ميتا جروب) للتسويق الإلكتروني في عام 2003 فإن معدل استجابة العملاء للبريد الإلكتروني تتراوح ما بين 10-15% في حين أن معدلات الاستجابة للبريد العادي تتراوح ما بين 1-3%.

ABAHE

All Rights Reserved © [Arab British Academy for Higher Education](http://www.abahe.co.uk)