

تهدف الدراسة إلى محاولة الربط بين فكر التسويق المعاصر الذي يعتبر العميل محورا لكافة الممارسات التسويقية، حيث تسعى هذه الدراسة لكشف العلاقات الارتباطية والتأثيرية بين عملية الاستخدام الأمثل و المتقن للتكنولوجيا الرقمية وأدواتها التواصلية مع العملاء ( تقنيات التسويق الإلكتروني ) والمتمثلة في : التوجه الجيد نحو العميل الإلكتروني، واستخدام الاستبانة كأداة رئيسية على عينة مكونة من 285 مفردة من عملاء الموقع الإلكتروني لمؤسسة الطيران العربية السورية. وتم اختبار وتحليل بيانات الاستبيان باستخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS ، - يتأثر تقبل العميل لعملية التواصل الإلكتروني بالجهود التي تقوم بها المنظمة للتوجه الجيد نحو العميل على موقعها الإلكتروني. - يعد تجاوز العميل مع عملية التواصل الإلكتروني مع المنظمة حصيلة لمجموعة من العوامل منها سهولة الاتصال مع الموقع الإلكتروني بأي وقت و بأكثر من طريقة - إحساس العميل بالأمان في التعامل الإلكتروني وكذلك كفاءة الرد على أجوبة العميل واستفساراته على الموقع