

هو أحد أنواع التسويق وليس بمنهجاً جديداً بحيث يتم توظيفه من خلال استعمال الوسائل التكنولوجية الحديثة ويعرف بأنه: "تعامل قائم على تفاعل أطراف التبادل الإلكتروني بدال من الاتصال المادي المباشر وهو عملية استخدام الخدمات عبر شبكة الإنترنت كأول خطوة بصناعة المحتوى الفعال للمواقع الإلكترونية والهدف منه بناء وعي لدى العميل بأهمية الخدمات أو المنتجات المعروضة وزيادة الحصة السوقية من خلال استثمار قوة الإنترنت في تطبيق مبادئ ومفاهيم وعناصر المزيج التسويقي