

سلسلة

الشريف

في

التسويق

المف الثاني التجاري (شعبة التسويق)

إعداد

أ / محسن الشريف

01005266156 - 01115686930



مادة التسويق (الترم الأول) شعبة تسويق

الأبعاد الأساسية للمسئولية والأخلاقية للتسويق :

- ١- البعد الاقتصادي
- ٢- البعد القانوني
- ٣- البعد الاخلاقي
- ٤- البعد الإنساني

تعريف التسويق البيئي " الأخضر " :

هو عملية تطوير وتسعير وترويج منتجات لا تلحق اي ضرر بالبيئة الطبيعية المستهلك الأخضر :

هو الزبون او المستهلك ذو الوعي البيئي العميق والذي يتعامل بناء على القيم التي يؤمن بها المنتج الأخضر :

هو ذلك المنتج الذي يستخدم المواد الصديقة للبيئة والتي يمكن ان تتحلل ذاتياً او يعاد تدويرها الاعلان الأخضر :

هو الاعلان الذي تتبناه المنظمة الخضراء لنقل فلسفتها البيئية مواصفات الاعلان الأخضر:

- ١ - التركيز على ترويج قيم وثقافة استهلاك صديقة للبيئة
- ٢ - الترويج لسلوك إستهلاكي صديق للبيئة
- ٣ - اظهار أهمية البيئة الصحية للمستهلك
- ٤ - اقناع المستهلك بشراء واستخدام المنتجات الخضراء
- ٥ - الالتزام بالخصائص التقليدية للاعلان الملتمزم

أبعاد التسويق الأخضر :

- ١ - الغاء مفهوم النفايات " او تقليلها "
- ٢ - اعادة تشكيل مفهوم المنتج
- ٣ - وضوح العلاقة بين السعر والتكلفة
- ٤ - جعل التوجه البيئي امراً مريحاً

التحديات الموجودة في البيئة التسويقية :

- ١ - تناقص المواد الأولية في الطبيعة وخاصة الغير قابلة للتجديد
- ٢ - الارتفاع المستمر في تكلفة الطاقة و انتهاء العمر الافتراضي لمصادر الطاقة الحالية والبحث عن مصادر بديلة
- ٣ - تزايد معدلات التلوث البيئي مما يشكل تدميراً للبيئة الطبيعية
- ٤ - تغير دور الحكومات وزيادة وعيها البيئي والمتمثل في سن القوانين والتشريعات لحماية البيئة وتزايد الاصوات التي تنادى بالمحافظة على البيئة لجعلها مكاناً آمناً لنا وللأجيال القادمة

مزايا ممارسة التسويق الأخضر :

- ١ - ارضاء حاجات المالكين
- ٢ - تحقيق الامان في تقديم المنتجات وإدارة العمليات
- ٣ - القبول الاجتماعي للمنظمة
- ٤ - دوام استمرار الأنشطة

مفهوم التسويق المباشر :

نظام للاتصال التفاعلي في مجال التسويق يتضمن استخدام مجموعة من الوسائل غير التقليدية والتي تحقق استجابة ملموسة بأقل جهد ممكن أسباب نمو وتطور التسويق المباشر:

- ١ - التوجه نحو العميل
- ٢ - تسهيل وسائل الدفع والتحويل
- ٣ - تطور التقنية ونظم الاتصالات
- ٤ - التغيرات في دور التسويق المباشر

أهداف التسويق المباشر :

١ - تحقيق الطلب المباشر

٢ - اعطاء المعلومات

٣ - امكانية التجربة

أهمية التسويق المباشر :

- ١ - تزويد الجمهور بخصائص السلع والخدمات
- ٢ - معرفة الاستفسارات والتفاعل مع آرائهم
- ٣ - زيادة التعرف على المنتجات وإدراكها
- ٤ - المساعدة في عمليات البيع والتوزيع
- ٥ - الاعلان عن خدمات اخرى متصلة بالمنتجات
- ٦ - بناء الرغبة لدى العملاء لتجربة المنتجات
- ٧ - تقديم منتجات جديدة
- ٨ - عرض الخصومات السعيرية
- ٩ - الحصول على اسواق جديدة
- ١٠ - عرض مزايا ومنافع المنتجات

التسويق غير المباشر :

فيه يخرج المنتج من مكان الانتاج ليصل الى مستهلك عن طريق الوطاء بعد اضافة هامش ربح اشكال التسويق غير المباشر:

- ١ - من المنتج الى تاجر التجزئة الى المستهلك
- ٢ - من المنتج الى تاجر الجملة الى تاجر التجزئة الى المستهلك
- ٣ - من المنتج الى الوكيل الى تاجر الجملة الى تاجر التجزئة الى المستهلك

التسويق الداخلى :

هو نشاط رئيسى يهدف الى تطوير معرفة كل من العملاء الداخليين والخارجين وازالة المعوقات خصائص التسويق الداخلى :

- ١ - التسويق الداخلى عملية اجتماعية
 - ٢ - التسويق عملية ادارية تعمل على تكامل الوظائف المختلفة داخل المنظم
- تطبيقات التسويق الالكترونى فى المطاعم والفنادق:

- ١ - الحجز للمؤتمرات والاشخاص
 - ٢ - تسجيل القيود على فاتورة العميل
 - ٣ - تسجيل العملاء وتسكينهم فى الغرف
 - ٤ - اعداد تسوية لفاتورة العميل
 - ٥ - مهام الاشراف الداخلى وحالة الغرف
 - ٦ - مهام قسم الهاتف
 - ٧ - مهام المراجعة الليلية وتحليل العمل اليومى
 - ٨ - مهام قسم المبيعات والتسويق
- برامج ونظم الحاسب الآلى المستخدمة بالفنادق :

- ١ - برامج إدارة حسابات النزلاء إلكترونياً
- ٢ - نظام إصدار المفاتيح الإلكترونية عبر الحاسب الآلى
- ٣ - نظام التحكم فى الطاقة عبر الحاسب الآلى
- ٤ - نظام قناة الفيديو بالغرفة
- ٥ - نظام قناة المعلومات الآلى الخاص بالفندق
- ٦ - نظام نلاجة المشروبات بالغرفة
- ٧ - نظام الحاسب الآلى

أهمية تسويق المنتجات عبر المحمول

- ١ - إنخفاض تكاليف الوقت المستغرق للمنتجات
- ٢ - لديها درجة كبيرة من التفاعل مع ملقى الرسائل التسويقية
- ٣ - امكانية الوصول الى العميل المستهدف فى اى مكان واى زمان
- ٤ - وسيلة فعالة لاختراق الاسواق والوصول الى اكبر عدد ممكن من العملاء

أنواع الرسائل المحمول :

- ١ - رسائل (sms) short message service
- ٢ - رسائل (MMS) multi Media Message

معوقات التسويق عبر المحمول :

- ١ - عدم التأكد من وجود معوقات تحول دون الوصول الرسائل التسويقية الى العملاء
- ٢ - يتطلب عمل رسائل تناسب كل انواع الاجهزة بكل مكوناتها وشبكاتهما التي تنتمي اليها
- ٣ - الخدمة ما زالت تكلفتها عالية بالنسبة للوضع الاقتصاد للشركات سواء الصغيرة او الكبيرة

انواع المدونات :

- ١ - المدونات العادية لكتابة المقالات
- ٢ - المدونات التي ينشر فيها اصحابها فيديوهات يوميا ويطلق عليها اسم بلوجات الفيديو والصوت

انواع زوار المدونات :

- ١- زوار اوفياء
- ٢- زوار الاحالة
- ٣- زوار محركات البحث

العوامل التي تساعد على جلب الزوار للمدونة :

- ١ - التصميم يجب ان يكون خفيف ومتوافق مع جميع المتصفحات والالوان يجب ان تكون متناسقة
- ٢ - محتوى المدونة يجب ان يظهر بشكل متمائل متجانس
- ٣ - التدوين بشكل منتظم وبوتيرة ثابتة وعدم الانقطاع الطويل عن المدونة
- ٤ - يجب ان تكون التدوينات غير مالوفة وغير متوقعة حتى تشوق الزائر
- ٥ - كن طبيعيا ولا تقلد غيرك
- ٦ - استخدم الشبكة الاجتماعية بشكل صحيح

العوامل التي تؤدي الى هروب الزوار من المدونة

- ١- تصميم ثقيل ، عدم توافق التصميم مع المتصفحات ، تنسيق المواضيع بشكل مزعج
- ٢- تشتت الافكار عند المدون اثناء الطرح او عدم تنسيق وتقسيم الموضوع بشكل صحيح
- ٣- عدم النضوج الثقافي والفكري
- ٤- المحتوى المنقول يعطى انطباع ان صاحب المدونة انسان غير منتج
- ٥- مستوى التعليقات المتدنية وعدم الجدية والاخلاص في طرح المواضيع

الويكي :

هو ايسر قواعد بيانات يمكنها ان تعمل في الشبكة العالمية

مميزات الويكي :

- ١- تبسيط عملية تحرير المحتويات
- ٢- الاحتفاظ بسجل لتاريخ الصفحات
- ٣- تبسيط عملية انشاء روابط لصفحات اخرى
- ٤- استخدام اوامر بسيطة لتنسيق محتوياتها
- ٥- يمكن وبسهولة انشاء صفحات جديدة
- ٦- التشجيع على العمل الاجتماعى
- ٧- تبسيط عملية تنظيم المحتويات
- ٨- التغلب على التخريب

يمكن للمؤسسات ان تستفيد من الويكي عن طريق :

- ١- وضع معلومات حول الوضع المالى للمؤسسة ووضع مقاييس الاداء وما تم انتاجه فعلا على ارض الواقع
- ٢- وضع قائمة باسماء الزبائن والسلع التي اشتروها من المؤسسة
- ٣- نشر التعليمات والانظمة بدلا من طباعتها فى الاوراق وتعليقها على لوحات الاعلان
- ٤- توثيق الاجتماعات والمشاريع

عناصر عالم الويكي :

١- الانفتاح والشفافية

٢- المشاركة

٣- الندية

٤- العمل على اساس عولمية

اهمية وجود موقع الكترونى للمنشأة الفندقية :

١ - الوصول الى العميل فى اى مكان

٢ - سهولة إقناع العميل بالمنتج

٣ - استهداف فئات متعددة وجنسيات مختلفة من جميع انحاء العالم

٤ - سرعة وصول المنتج او الخدمة المستهلك مباشرة

٥ - الحد من الانفاق على الاعلانات الورقية التى لا تغطى الا فئة بسيطة من العملاء

٦ - إظهار اسم المنتج والعلامة التجارية بشكل عام وشامل وعلى اوسع شريحة ممكنة من العملاء

٧ - الحد من استخدام المندوبين والاعتماد على التقنيات الحديثة

٨- يستطيع العميل رؤية ومتابعة عروضك اولا بأول ٩- التواصل المستمر مع العميل عن طريق القوائم البريدية

١٠ - تمكين العملاء من الحصول على المعلومات اللازمة خلال ثوان او دقائق

١١- سلخ الاسواق الالكترونية تعد ارخص من غيرها ١٢- تنشئ الاسواق الالكترونية ما يسمى " التصيخ الوقتى "

التسويق الالكترونى :

هو ذلك القسم من النشاط التسويقى الذى يعتمد فى استراتيجياته على شبكة الاتصالات الدولية " شبكة الانترنت "

مزايا التسويق بالانترنت :

١ - امكانية الوصول الى الاسواق العالمية ٢ - تقديم السلع والخدمات وفقاص لحاجات العملاء

٣ - الحصول على معلومات لتطوير المنتجات ، اضافة الى تخفيض التكاليف واستخدام التسعير المرن

٤ - استخدام اشكال وقنوات جديدة للتوزيع فالتسويق الالكترونى قدم منظوراً جديداً للسوق وهى السوق

الالكترونية التى يكون التفاعل فيها بين طرفى عملية التبادل دون الحاجة الى الورسطاء

٥ - دعم وتفعيل ادارة العلاقات مع العملاء حيث اضاف التسويق الالكترونى مفاهيم جديدة وقناعات ترقى الى

اعتبار العميل شريكا استراتيجيا فى منشآت الاعمال

عيوب التسويق بالانترنت

١- التسويق بالانترنت يعطى النجاح لكنه يعبر عن الفشل بصورة اقوى وذلك نتيجة عدم إقبال الزبائن على الموقع

٢ - تكاليف التسويق بالانترنت يصعب التنبؤ بها مسبقاً اضطر الى ان فوائدها لا تزال غير واضحة وغير مؤكدة

٣ - إن استخدام التسويق الالكترونى يحتاج بالضرورة توافر تالمهارة والخبرة فى استخدام الانترنت

نجاح عملية التسويق الالكترونى :

١ - السلعة او الخدمة المراد تسويقها ٢ - وضع خطة تسويقية محكمة

٣ - إنشاء موقع الالكترونى متخصص لهذة او السلعة

طرق إبراز الموقع الالكترونى على محركات البحث :

١- اضافة الموقع فى دليل المواقع المختلفة

٢- الاعلانات المدفوعة فى المواقع الاخرى

٣- التسويق عبر القوائم البريدية

٤- الرسائل القصيرة عبر التليفونات المحمولة

٥- استخدام تقنية Release Press

أهم اسس المواقع الالكترونى الناجح :

- ١- التخطيط للاعمال على الانترنت فى تقرير ما هو مطلوب من الموقع التجارى
- ٢- تحديد سقف اولى معين لعدد الزبائن المتوقع للموقع
- ٣- ضرورة وضع ميزانية تكاليف خادم معلومات الموقع (server) وتكاليف التسويق بالاضافة الصيانة والادارة ومصاريف مصادر المعلومات والمواد والاقساط الشهرية وغيرها
- ٤- ضرورة اشراك جميع ادرات العمل فى استراتيجية الموقع التجارية واخذ الاقتراحات والمساهمات والمشاركات منها حتى يعكس الموقع تصوراً متكاملاً وناضحاً للعمل
- ٥- وضع قائمة محتويات الموقع ومراعاة علاقتها بالمتصفحين المطلوبين كمرحلة مبدئية ثم وضع محتويات لاحقة يتم انزالها مستقبلاً الى الموقع
- ٦- اختيار اسم مختصر للموقع
- ٧- ضرورة التأكد من فعالية صلات البريد الالكترونية للموقع وسهولة الوصول اليه
- ٨- اختيار شركة تصميم المواقع الملائمة التى يمكن ان تقدم خدمات منتظمة للموقع
- ٩- تسويق الموقع وضمان تطويره الدائم بوضع تساؤلات حرجه عن كيفية الوصول لعدد معين من المتصفحين
- ١٠- توفير خدمات مجانية للعملاء

طريقة الدفع على الاداة لابراز الموقع الالكترونى

- ١- اضافة باب للمواقع المتخصصة
- ٢- اضافة برتمج للتحميل
- ٣- ربط الموقع بعدد من المواقع
- ٤- تفعيل دور الطالب بالمواقع الرسمية
- ٥- استخدام مكونات عالية الجودة
- ٦- اختيار العناوين الجزاية

لا إله إلا أنت سبحانك ... أني كنت من الظالمين