

يتكون المزيج التسويقي الخدمي من عناصر التالية: المنتج، التسعير، الترويج، التوزيع، العمليات، العنصر البشري، التسهيلات المادية، الإنتاجية الجودة. ولقد تم تطويره في البيئة الافتراضية ليصبح كالتالي: المنتج، التسعير، الترويج، التوزيع، الموقع الإلكتروني، الأمن، الخصوصية، المجتمع الافتراضي، التخصيص.

وهناك تقسيمات أخرى للمزيج يختلف باختلاف الدراسات والأبعاد المختلفة في التقسيم، ولا يوجد اتفاق محدد وتقسيم موحد بين العلماء والباحثين في ميدان الأعمال الإلكترونية، إذ إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على المزيج التسويقي بإدخال أدوات جديدة مثل استخدام شبكة الانترنت ساعد على أداء أعمال كل عنصر من هذه العناصر.

فيما يلي سنتطرق إلى أثر التسويق الإلكتروني على عناصر المزيج التسويقي الخدمي:

◀ **المنتج:** يساعد التسويق الإلكتروني على تدفق المعلومات حول المنتجات المختلفة ولاشك ان توفير كم هائل من المعلومات لكل عميل على المنتجات التي تتعامل معها والمقارنة بينها يؤدي إلى زيادة حدة المنافسة في الجودة والمواصفات والأسعار ولذلك اضطرت المؤسسات إلى إجراء تعديلات على العملية التقليدية لتطوير المنتجات إلى ابتكار ما يسمى ب"العمليات المرنة" التي من عناصرها: تحسين السوق، اختيار الحلول الفنية ودمج حالات العملاء على الحلول الفنية.

◀ **التوزيع:** إن القيام بعملية التوزيع باستخدام الوسائل الإلكترونية يؤدي إلى قضاء على المسافات بين المنتج والمستهلك، فحل محل السوق المادي السوق الفضائي وتمثل الانترنت القناة الوحيدة لتوزيع المنتجات بأسعار مناسبة.

◀ **الترويج:** إن جوهر الترويج عبر الانترنت هو جذب انتباه العملاء لاستخدام صفحات الشبكة العنكبوتية العالمية ودعمها بالمعلومات المفيدة طبقاً لاهتمامهم حيث تساعد خطوط الاتصال المفتوحة بين المعلنين ومستخدمي الانترنت في أن يقدم المعلنون عملاً أفضل وأكثر كفاءة لترويج منتجاتهم، ويعتبر الإعلان الإلكتروني الأكثر استخداماً بحيث حقق مزايا عدة كإمكانية تحديث الإعلان في أي وقت وبأقل التكاليف.

◀ **التسعير:** توفر الانترنت مزايا عدة للعملاء وللمؤسسة، من أهمها:

-تعد الانترنت المدخل السريع للقوائم التسعير لكافة المنتجات مع إتاحة كافة المعلومات.

-توفير تقنيات البحث مما يمكن من التحكم في عملية الشراء وتعاضم قدرات العملاء على التفاوض مع

المنتجين للحصول على أفضل الأسعار.

◀ **العنصر المادي:** يشير هذا العنصر إلى جميع الأدوار البشرية التي تساعد على تقديم الخدمة

والتأثير على مشاعر المشتري، ويتمثل تأثير التسويق الإلكتروني في استخدام الأدوات الجديدة للقيام بهذه الوظائف (الويب، البريد الإلكتروني، مجموعة الأخبار).

- ◀ **التجسيد المادي:** وتمثل في البيئة التي تقدم فيها الخدمة حيث تتفاعل المؤسسة مع المستهلك وتؤثر في الجو العام في البيئة التي تقدم فيها الخدمة، وتسويق الإلكتروني مكن من توفير بيئة تفاعل مباشر وممكن 24/24 سا يمكن خلق فيها جو ملائم لخلق الرضا والولاء من خلال المتجر الإلكتروني وما يحتويه.
- ◀ **العمليات:** يشير إلى كل العمليات اللازمة لتحويل المدخلات إلى مخرجات، وتتضمن الإجراءات والسياسات وتتابع الأنشطة لتقديم الخدمة الخاصة بالبرمجيات التي تمتاز بتطوير المستمر من أجل أداء الأعمال بفعالية وكفاءة أكثر.
- ◀ **الجودة والإنتاج:** وتعتمد جودة البرامج على الصفات التي تجعل المستهلك يقبل على استخدام البرامج ويتقبل عيوبها، ومن بين معايير جودة البرامج: الصحة، الفعالية، الاعتمادية...